

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Ahrensfelde

für die
Gemeinde Ahrensfelde
Fachbereich II - Bürgerdienste
Lindenberger Straße 1
16356 Ahrensfelde

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz
(Gesamtleitung)
Johannes Missol

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, im Oktober 2021

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde	3
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung	3
2.2. Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur innerhalb des Gemeindegebiets	5
2.3. Einzugsgebiet des Ahrensfelder Einzelhandels	6
3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030	8
3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	8
3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2021	13
3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung in Ahrensfelde bis 2030	15
4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Gemeinde Ahrensfelde	17
4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung	17
4.2. Angebotssituation im Gemeindegebiet von Ahrensfelde nach Standortlagen	19
4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Gemeinde Ahrensfelde	23
5. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept	26
5.1. Entwicklungstrends im Lebensmittelhandel	26
5.2. Distributionsstrukturen im Lebensmittelhandel	27
5.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	30
5.4. Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe	31
5.5. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen in der Gemeinde Ahrensfelde	32
5.6. Weiterentwicklung der Grundversorgungsstrukturen in Ahrensfelde	34
6. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Ahrensfelde	37
6.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde	37
6.2. Entwicklungstrends im Einzelhandel und deren Einfluss in der Gemeinde Ahrensfelde	39
6.3. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung	45
6.4. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems	47
7. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Ahrensfelde	64
7.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente	64
7.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Ahrensfelder Liste“	66
7.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Gemeinde Ahrensfelde	71
8. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen	75

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Gemeinde Ahrensfelde.....	8
Abbildung 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Gemeinde Ahrensfelde im regionalen Vergleich	13
Abbildung 3:	Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf	17
Abbildung 4:	Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Gemeinde Ahrensfelde	19
Abbildung 5:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	26
Abbildung 6:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland.....	27
Abbildung 7:	Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	28
Abbildung 8:	Gründe für die Wahl des Betriebstyps	29
Abbildung 9:	Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel	30
Abbildung 10:	Begriff der qualifizierten Grundversorgung	31
Abbildung 11:	Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung im Einzelhandel und Onlineanteil	39
Abbildung 12:	Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2010 bis 2019	40
Abbildung 13:	Private Konsumausgaben, Ausgaben im Einzelhandel sowie deren Anteil	41
Abbildung 14:	Zentren- und Standortkonzept der Gemeinde Ahrensfelde.....	48
Abbildung 15:	Ansichten zum zentralen Versorgungsbereich Ortskern Ahrensfelde	53

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bevölkerungsentwicklung Ahrensfelde im regionalen Vergleich	8
Tabelle 2:	Bevölkerungsentwicklung Ahrensfelde im regionalen Vergleich	9
Tabelle 3:	Bevölkerungsstand und -prognose in einzelnen Ortsteilen bis 2030.....	12
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Ahrensfelde nach Warengruppen 2021.....	14
Tabelle 5:	Nachfrageentwicklung in der Gemeinde Ahrensfelde bis 2030	16
Tabelle 6:	Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstrukturen der Gemeinde Ahrensfelde	21
Tabelle 7:	Umsatzstrukturen nach Warengruppen und Standortstrukturen der Gemeinde Ahrensfelde	22
Tabelle 8:	Kaufkraftbindung des Ahrensfelder Einzelhandels	23
Tabelle 9:	Kaufkraftbindung des Ahrensfelder Einzelhandels ohne Kaufpark Eiche	25
Tabelle 10:	Einwohner im fußläufigen Umfeld (10-Minuten Gehzeitzone) der Lebensmittelmärkte	33
Tabelle 11:	„Ahrensfelder Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente	70

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Gemeinde Ahrensfelde im Raum und umliegende zentrale Orte.....	3
Karte 2:	Ortsteile der Gemeinde Ahrensfelde und Verkehrsanbindung	5
Karte 3:	Einzugsgebiet des Einzelhandels der Gemeinde Ahrensfelde	7
Karte 4:	Bevölkerungsentwicklung im Umland von Berlin 2014-2020.....	10
Karte 5:	Wohnbaupotenzial in Ahrensfelde	11
Karte 6:	Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte im Bestand	32
Karte 7:	Planvorhaben Neuansiedlung REWE und dm in Blumberg	34
Karte 8:	Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Plansituation	36
Karte 9:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Gemeinde Ahrensfelde	50
Karte 10:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Ahrensfelde	54
Karte 11:	Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Blumberg.....	57
Karte 12:	Abgrenzung Ergänzungsstandort Blumberg	59
Karte 13:	Abgrenzung Ergänzungsstandort Lindenberg	61
Karte 14:	Abgrenzung Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche.....	62

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde von der Gemeinde Ahrensfelde mit Auftrag vom 28.06.2021 mit der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Ahrensfelde beauftragt. Ziel ist die zukünftige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung entsprechend den raumordnerischen Zielvorgaben.

Die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes resultiert aus einer dynamischen Einzelhandelsentwicklung, die sich im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen bewegt. Darüber hinaus führen auch bedeutsame Wachstumsraten des Onlinehandels zu einem forcierten Standortwettbewerb, diese Dynamik im Einzelhandel wird sich weiter fortsetzen.

Vor allem auch im Lebensmitteleinzelhandel zeigen sich in den letzten Jahren signifikante Angebotsentwicklungen, die sich auf Verkaufsflächen und Standorte auswirken, da die Anbieter ihre Marktkonzepte an eine veränderte Nachfrageentwicklung anpassen. Auch in Ahrensfelde zeigen sich diese Entwicklungen an zwei zu entwickelnden Nahversorgungsstandorten.

Basis des neuen Einzelhandelskonzeptes ist eine Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation der Gemeinde Ahrensfelde. Darauf aufbauend gilt es, unter Berücksichtigung einzelhandelsrelevanter Strukturveränderungen und Trends, standortspezifische Zielkonzepte herauszuarbeiten und eine städtebaulich anzustrebende Zentren- und Standortstruktur für die Gemeinde abzuleiten.

Im Fokus stehen demnach die Definition einer funktionsteiligen Zentren- und Standortstruktur und die Formulierung der Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung. Dabei wird der Sicherung der wohnungsnahen Versorgung eine besondere Bedeutung beigegeben.

Im Rahmen des Konzeptes wird somit die fachliche Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung im gesamten Gemeindegebiet gelegt, natürlich unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung seit der Novellierung des BauGB in 2007. Darüber hinaus ist im Jahr 2019 der neue Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten. Die Grundsätze und Ziele des LEP HR sind in die weitere Einzelhandelsstandortentwicklung der Kommunen zu überführen.

Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist es, die fachliche Grundlage für kommunale Entscheidungsträger und Investoren zu schaffen, sowie Transparenz und Rechtssicherheit für zukünftige Standortentscheidungen zu gewährleisten. Damit sollen attraktive Einzelhandelsstrukturen herausgebildet bzw. gestärkt werden, die auf die Lebensqualität der Bürger vor Ort nachhaltig wirken und zur Kaufkraftbindung in Ahrensfelde beitragen. Schwerpunkte der Analyse und konzeptionellen Entwicklung der Zentren- und Einzelhandelsstruktur sind:

- Positionierung des Einzelhandels in der Gemeinde Ahrensfelde im Hinblick auf wesentliche Leistungsparameter wie z.B. Verkaufsflächenbestand, Betriebsgrößen und Umsatzleistung insgesamt sowie differenziert nach Sortimenten und Standortlagen
- Nachfragesituation in der Gemeinde Ahrensfelde derzeit und perspektivisch bis 2030 in Bezug auf das Kaufkraftniveau, die Kaufkraftbindung sowie das Kundeneinzugsgebiet
- räumlich / funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche und / oder Nahversorgungsstandorte
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Sicherung einer leistungsfähigen Nahversorgungsstruktur unter Berücksichtigung der demografischen Entwicklung
- Planungsrechtliches Instrumentarium mit der „Ahrensfelder Liste“, als ortsspezifische Liste zentrenrelevanter Sortimente
- Leitlinien und Handlungsschwerpunkte zur Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben sowie Empfehlungen zur Vorgehensweise bei der Einzelhandelsentwicklung.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept baut auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen, Datenquellen und empirischen Untersuchungen auf.

Betriebsstättenerhebung

Für die Erstellung des Einzelhandelskonzepts wurde eine Betriebsstättenerhebung durch die Bearbeiter des Konzeptes vorgenommen. Die aktuelle Verkaufsflächenerhebung der Einzelhandelsbetriebe in Ahrensfelde schließt mit dem Stichtag 16. August 2021. Die Verkaufsflächen der Betriebe wurden nach Warengruppen differenziert erhoben, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Gemeinde Ahrensfelde bzw. des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation in der Gemeinde Ahrensfelde stellen aktuelle Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research sowie die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung dar.

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), 2019
- Unterlagen zur Bauleitplanung der Gemeinde Ahrensfelde
- Statistische Daten der Gemeinde Ahrensfelde, des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg und des Landesamts für Bauen und Verkehr

2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde

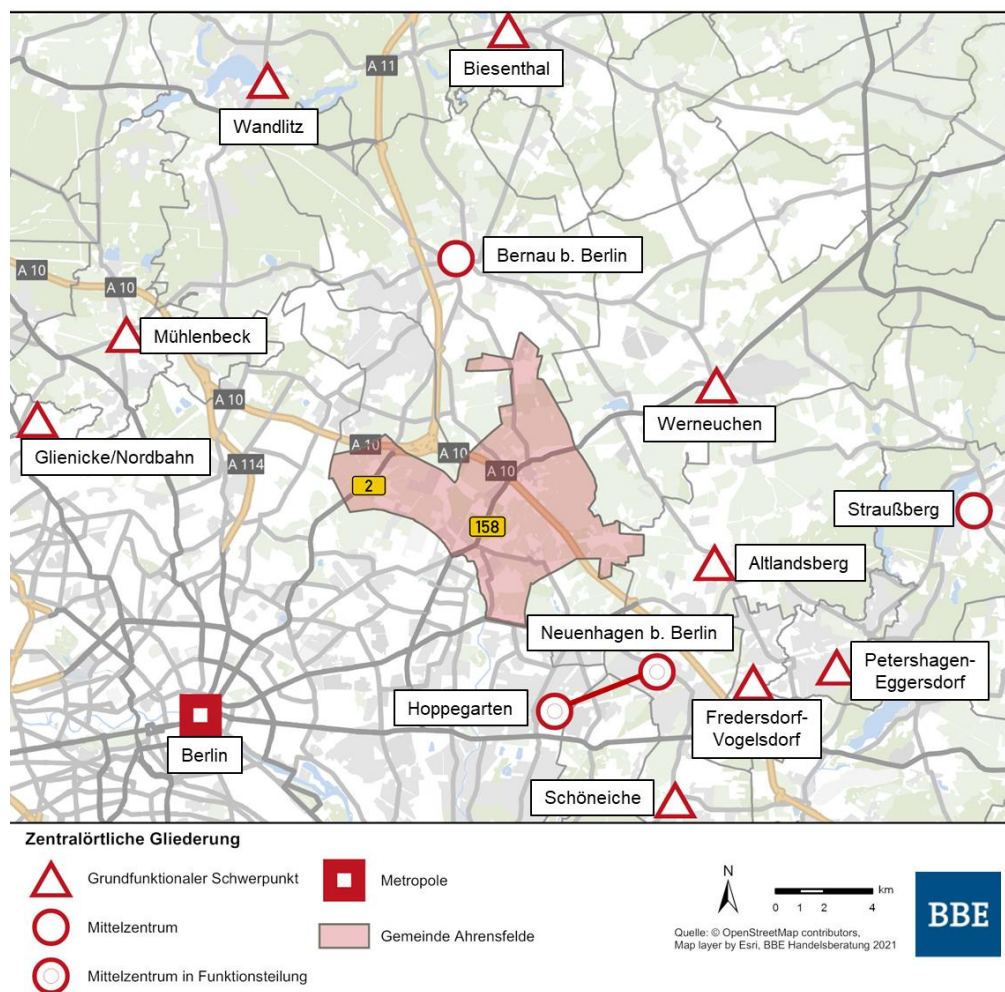
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Bei der Gemeinde Ahrensfelde handelt es sich um eine amtsfreie Gemeinde, welche dem Landkreis Barnim im Bundesland Brandenburg zugehörig ist und etwa 15 km nordöstlich des Berliner Zentrums liegt. Die Gemeinde grenzt ohne bauliche Trennung an den Bezirk Marzahn-Hellersdorf an. Gemäß der kommunalen Statistik verfügte die Gemeinde Ahrensfelde zum 10.09.2021 über 14.146 Einwohner.

Im aktuell gültigen Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) vom Juli 2019 wird Ahrensfelde keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Damit verfügt Ahrensfelde lediglich über Versorgungsfunktionen für sich selbst.

Weite Teile der Gemeinde Ahrensfelde wurden aufgrund der Nähe zu Berlin als „Gestaltungsraum Siedlung“ eingeordnet. Diese sind gemäß Ziel 5.6 „Schwerpunkt für die Entwicklung von Wohnsiedlungsflächen“.¹ Die Gemeinde wird weiterführend als sogenannte Achsengemeinde ausgewiesen und befindet sich zusammen mit Werneuchen entlang der sogenannten Achse D.²

Karte 1: Lage der Gemeinde Ahrensfelde im Raum und umliegende zentrale Orte



Quelle: eigene Darstellung nach LEP-HR; Regionale Planungsgemeinschaften Oderland-Spree, Uckermark-Barnim und Prignitz-Oberhavel

¹ Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), Z 5.6, S. 27

² Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), S. 68

Ahrensfelde befindet sich, wie die vorgehende Karte verdeutlicht, im Spannungsfeld zwischen der Metropole Berlin und den umliegenden Mittelzentren Bernau und Hoppegaren zusammen mit Neuenhagen. Altlandsberg und Werneuchen stellen direkt anschließende Grundfunktionale Schwerpunkte dar. Hieraus kann auf intensive verkehrliche Verflechtungen und ausgeprägte Pendlerbeziehungen mit den umliegenden zentralen Orten geschlossen werden, welche einen starken Einfluss auf die Bindungschancen des Ahrensfelder Einzelhandels nehmen.

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind somit wesentliche Standortfaktoren, die die perspektivische Entwicklung der Gemeinde auch in Bezug zum Einzelhandel prägen. Ahrensfelde verfügt über eine allgemein sehr gute Verkehrsanbindung. Die Anschlussstelle Berlin-Hohenschönhausen gewährleistet die Anbindung an die Bundesautobahn A10, die den Berliner Ring darstellt. Die Bundesstraße B158, aus Berlin kommend, fungiert als wichtige regionale Verkehrsachse und durchschneidet das Gemeindegebiet gänzlich. Um die Anbindung des Nordostens von Berlin an den Berliner Ring zu verbessern und die von Durchgangsverkehr geprägte Durchfahrt des Ortsteils Ahrensfelde zu entlasten, ist ein vierspuriger Ausbau der B158 in Form einer Ortsumgehung geplant. Daneben existieren mit der Landsberger Chaussee im Süden der Gemeinde sowie der B2 im Westen zwei weitere, wichtige Berliner Ausfallstraßen, welche das Gemeindegebiet durchqueren.

Im Regionalverkehr der Bahn ist die Gemeinde über vier Bahnhöfe (Ahrensfelde Friedhof, Ahrensfelde Nord, Blumberg-Rehhahn, Blumberg b Berlin) an der Linie RB25 im Ein-Stunden-Takt mit der Hauptstadt und der nordöstlichen Nachbarstadt Werneuchen verbunden, die Erhöhung auf einen Halbstundentakt wird bis 2024 angestrebt. Darüber hinaus befindet sich die S-Bahn-Haltestelle Ahrensfelde in Berlin-Marzahn direkt jenseits der Gemeindegrenze. Diese fährt im 10-Minuten-Takt ins Berliner Zentrum.

Der ÖPNV innerhalb der Gemeinde wird durch die Barnimer Busgesellschaft mbH (BBG) realisiert. Mittels der Linien 259, 893, 390, 895, 899 und 901 werden die Ortsteile miteinander verbunden und die Anbindung an die umliegenden Städte und Gemeinden hergestellt.

2.2. Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur innerhalb des Gemeindegebiets

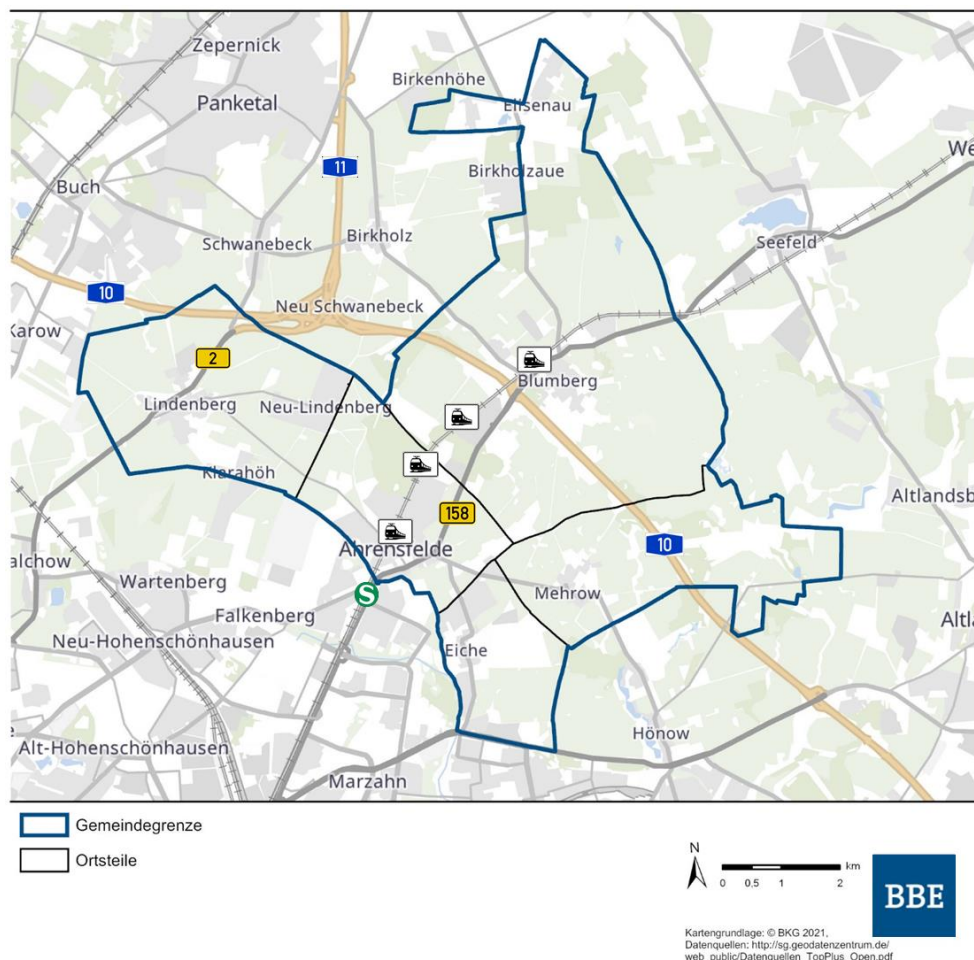
Standort- und Versorgungsstrukturen des Einzelhandels stehen im Kontext zur Charakteristik des Siedlungsgebietes. Die Gemeinde Ahrensfelde ist durch eine disperse Siedlungsstruktur mit fünf, teilweise weit auseinanderliegenden Ortsteilen geprägt, ein einzelner, dominanter Hauptort existiert nicht. Die Ortsteile sind, absteigend sortiert nach der Einwohnerzahl, Ahrensfelde, Lindenberg, Blumberg, Eiche, und Mehrow. Die Ortsteile Ahrensfelde und Eiche schließen dabei ohne bauliche Trennung an die Hauptstadt Berlin an. Insgesamt sind jedoch alle Ortsteile vorwiegend dörflich und durch Einfamilienhäuser geprägt, lediglich innerhalb der Ortsteile Ahrensfelde und Eiche sind vereinzelt Reihenhaussiedlungen vorhanden.

Zur räumlichen Verteilung der Bevölkerung siehe Abschnitt 3.1.

Die Versorgungsfunktionen und damit das Einzelhandelsangebot sind innerhalb des Gemeindegebietes hauptsächlich entlang den Verkehrsachsen zu finden. Den dichtesten Besatz an Einzelhandelsgeschäften weist die Dorfstraße in Ahrensfelde auf, hier ist auch die Gemeindeverwaltung gelegen. Daneben befindet sich im Ortsteil Eiche, unmittelbar angrenzend an Berlin, das regional ausstrahlende Einkaufszentrum Kaufpark Eiche. In Bezug auf den Einzelhandelsbesatz in der Gemeinde Ahrensfelde nimmt der Kaufpark zwar eine dominierende Stellung ein, ist jedoch vorrangig auf Berlin-Hellersdorf ausgerichtet.

Fachmärkte mit teilweise großflächigen (Verkaufsflächen über 800 m²) Betriebsgrößen und einem breiten Sortiment des kurz- bis langfristigen Bedarfsbereichs sind innerhalb der Gewerbegebiete Blumberg und Lindenberg ansässig.

Karte 2: Ortsteile der Gemeinde Ahrensfelde und Verkehrsanbindung



2.3. Einzugsgebiet des Ahrensfelder Einzelhandels

Die Abgrenzung eines relevanten Einzugsgebietes erfolgt darüber hinaus unter Berücksichtigung wesentlicher Faktoren wie z.B.:

- Einzelhandelszentralität und zu erwartende Kaufkraftströme,
- Verkehrsanbindung,
- Wettbewerbssituation,
- Zeit-Distanz-Aspekte,
- Lage und Größe von Einzelhandelsstandorten bzw. Planvorhaben.

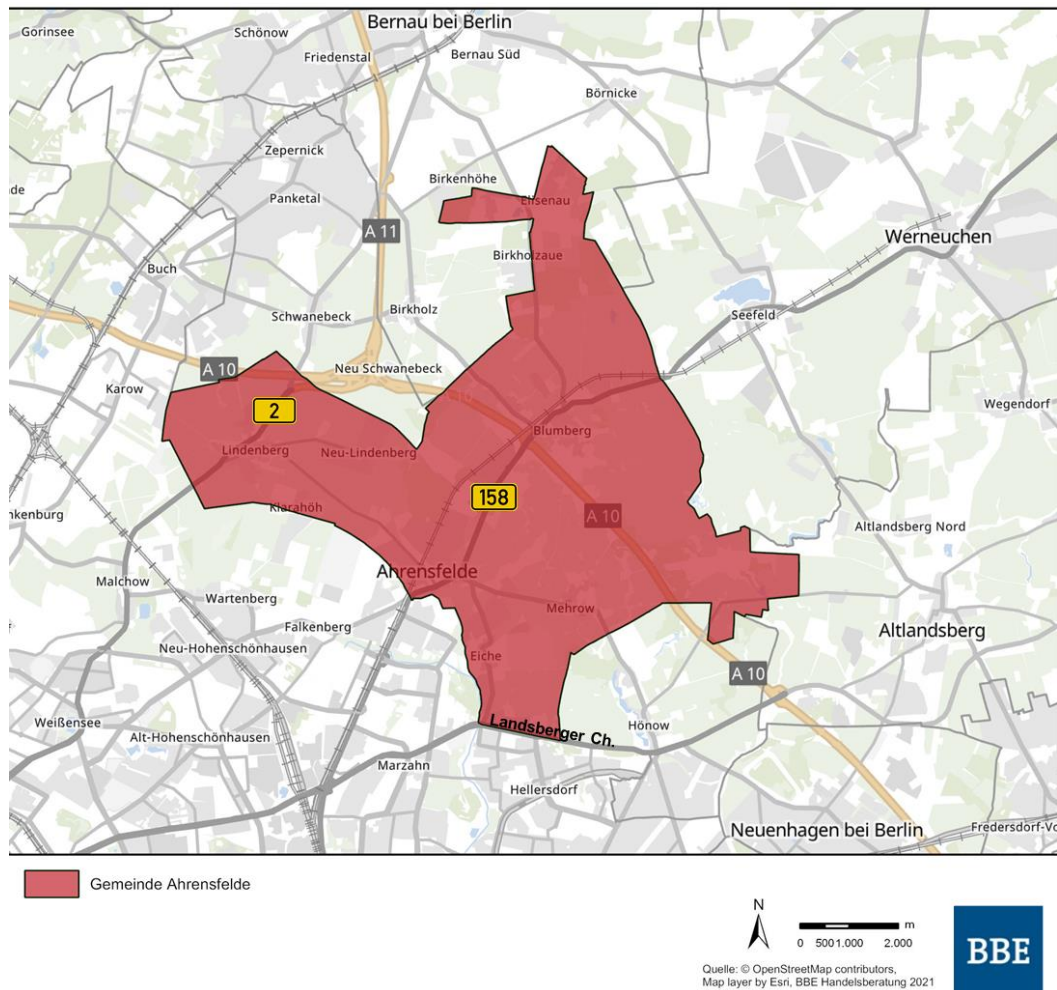
Sowohl die zu erwartende Größe des Einzugsgebiets als auch die Kundenbindung aus dem Umland hängen sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität des Einzelhandels ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage. Ebenfalls stellt die Wettbewerbssituation im relevanten Umfeld einen wichtigen Einflussfaktor dar.

Die Abwägung zwischen Zeit-Distanz-Aspekten, der Eigenattraktivität als Handelsstandort, aber auch die Nachbarschaft zur Metropole Berlin und weiteren zentralen Orten ist von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes der Gemeinde Ahrensfelde.

- Als Gemeinde ohne zentralörtliche Funktionszuweisung ist der Bedarf an dem Nachfragepotenzial im Gemeindegebiet auszurichten. Auch die direkte Lage an der Metropole Berlin und zweier Mittelzentren lassen für den Einzelhandel in Ahrensfelde generell ein räumlich begrenztes Einzugsgebiet erwarten.
- Der Kaufpark Eiche erzielt hingegen eine überregionale Ausstrahlung, die weit über die kommunale Versorgungsfunktion hinausreicht.
- Zur regionalen Kundenbindung tragen auch die Pendlerbeziehungen, vorrangig entlang der Verkehrsachsen in Richtung Berlin (B2, B158 und Landsberger Chaussee) bei.
- Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Einzelhandels in Ahrensfelde müssen sich an den damit einhergehenden Versorgungsfunktionen ausrichten.

Zusammenfassend deckt sich das in Karte 3 abgegrenzte und auf die kommunalen Versorgungsfunktionen abgestimmte Einzugsgebiet mit dem Gemeindegebiet von Ahrensfelde und weist gemäß Daten der Kommunalstatistik ein Potenzial von 14.146 Personen auf.

Darüber hinausgehende Verflechtungsbeziehungen können durch Zuflüsse den Einzelhandelsstandort stärken, sind aber nicht vordergründig auf diesen ausgerichtet. Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Ahrensfelde liegen die Bindungschancen in einer stärkeren, legitimen Eigenbindung der örtlichen Kaufkraft.

Karte 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels der Gemeinde Ahrensfelde

3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030

3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Gemäß der kommunalen Bevölkerungsstatistik leben zum Stand 10.09.2021 in der Gemeinde 14.146 Personen.

Wie aus dem nachstehenden Diagramm und der darauffolgenden Tabelle hervorgeht, verzeichnet die Gemeinde Ahrensfelde im Zeitraum seit Ende 2011 einen starken Bevölkerungsanstieg um insgesamt 10,1%. Die positive Bevölkerungsentwicklung in Ahrensfelde hebt sich noch einmal von der generell positiven Entwicklung des Landkreises Barnim ab, die mit einem Anstieg von 8,6% zwischen 2011 und Ende 2020 etwas geringer ausfällt.

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Gemeinde Ahrensfelde



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Ahrensfelde im regionalen Vergleich

Einwohnerentwicklung	Einwohner Ahrensfelde	Veränderung zum Bezugsjahr 2011	Einwohner LK Barnim	Veränderung zum Bezugsjahr 2011	Einwohner Land Brandenburg	Veränderung zum Bezugsjahr 2011
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
31.12.2011	12.847	-	172.572	-	2.453.180	-
31.12.2012	12.879	0,2	173.193	0,4	2.449.511	-0,1
31.12.2013	12.882	0,3	173.754	0,7	2.449.193	-0,2
31.12.2014	12.413	-3,4	174.981	1,4	2.457.872	0,2
31.12.2015	13.042	1,5	177.411	2,8	2.484.826	1,3
31.12.2016	13.198	2,7	179.365	3,9	2.494.648	1,7
31.12.2017	13.447	4,7	180.864	4,8	2.504.040	2,1
31.12.2018	13.668	6,4	182.760	5,9	2.511.917	2,4
31.12.2019	13.986	8,9	185.244	7,3	2.521.893	2,8
31.12.2020	14.085	9,6	187.343	8,6	2.531.071	3,2
10.09.2021	14.146	10,1				
Prognose 2030 (Kommunal)	18.165	41,4				
Prognose 2030 (LBV)	15.969	24,3	199.068	15,4	2.539.221	3,5

Quelle: Kommunale Statistik, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistische Berichte: Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg sowie Kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung LBV, Dez. Raumbeobachtung 2020 bis 2030

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Einwohnerentwicklung seit 2011 der einzelnen Ortsteile der Gemeinde Ahrensfelde. Das stärkste Bevölkerungswachstum entfällt auf den Ortsteil Mehrow mit 19,5%, was jedoch für den kleinen Ortsteil lediglich einen absoluten Einwohnerzuwachs von 89 Personen ausmacht. Die beiden größeren Ortsteile Eiche und Lindenberg zeigen mit jeweils knapp 18% ebenfalls hohe Wachstumsraten.

Im bevölkerungsreichsten Ortsteil Ahrensfelde leben zum aktuellen Stand ca. 34% der Bevölkerung der ganzen Gemeinde, in den letzten Jahren stagnierte jedoch die Bevölkerungszahl in diesem Ortsteil.

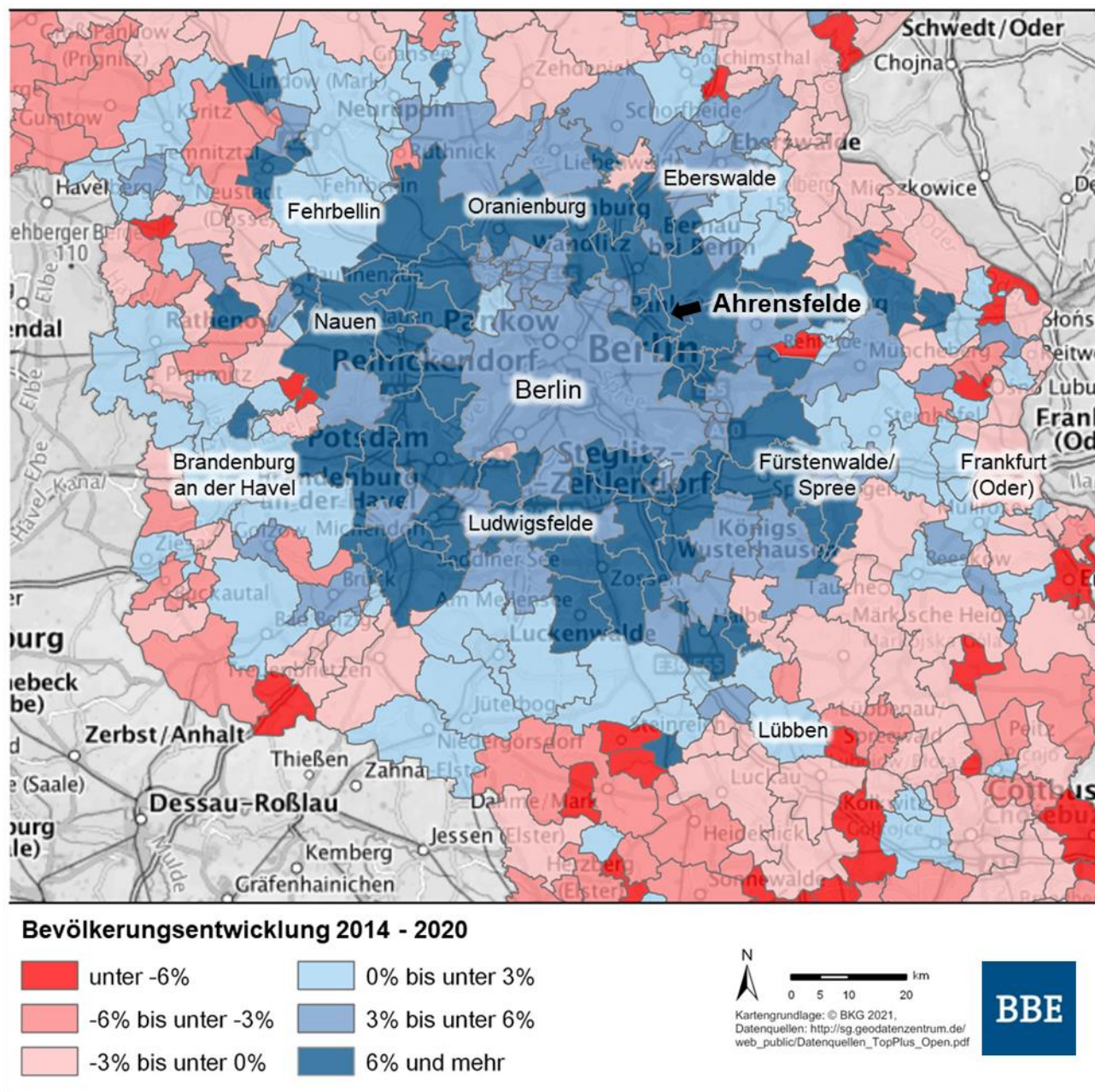
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung Ahrensfelde im regionalen Vergleich

	Ahrensfelde	Blumberg	Eiche	Lindenberg	Mehrow	Ahrensfelde gesamt
31.12.2011	4.770	2.311	1.945	3.364	457	12.847
31.12.2012	4.768	2.312	1.987	3.358	454	12.879
31.12.2013	4.711	2.342	2.007	3.374	448	12.882
31.12.2014	4.538	2.266	1.917	3.248	444	12.413
31.12.2015	4.728	2.371	2.032	3.436	475	13.042
31.12.2016	4.753	2.393	2.074	3.482	496	13.198
31.12.2017	4.848	2.449	2.124	3.508	518	13.447
31.12.2018	4.880	2.460	2.159	3.644	525	13.668
31.12.2019	4.876	2.481	2.251	3.849	529	13.986
31.12.2020	4.812	2.527	2.273	3.943	530	14.085
10.09.2021	4.846	2.512	2.286	3.956	546	14.146
Wachstum 2011 - Sep. 2021	1,6%	8,7%	17,5%	17,6%	19,5%	10,1%

Quelle: Kommunale Einwohnerdaten

Die Entwicklung der Gemeinde Ahrensfelde und auch weiterer Kommunen, die sich direkt im Umland von Berlin befinden, hängt eng mit der Entwicklung der Metropole zusammen. Berlin wuchs in den letzten Jahren sehr stark und hat mittlerweile fast 3,7 Mio. Einwohner. Begründete sich die positive Einwohnerentwicklung in früheren Jahren wesentlich durch Wanderungsgewinne aus den Umlandgemeinden von Berlin, hat sich dies mittlerweile umgekehrt. Wie die folgende Karte verdeutlicht, konnten die Umlandgemeinden von Berlin ein größeres Wachstum aufweisen als Berlin selbst. Insbesondere betrifft dies Gemeinden im unmittelbaren Umfeld von Berlin, die über eine sehr gute Verkehrsanbindung verfügen, eine hohe Wohnqualität haben und eine stark ausgebaute Infrastruktur mit Kitas und Schulen aufweisen. Die Gemeinde Ahrensfelde kann hiervon besonders profitieren, wie die Entwicklung in den vergangenen Jahren zeigt.

Karte 4: Bevölkerungsentwicklung im Umland von Berlin 2014-2020



Quelle: Eigene Darstellung, Datenbasis: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistische Berichte: Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg

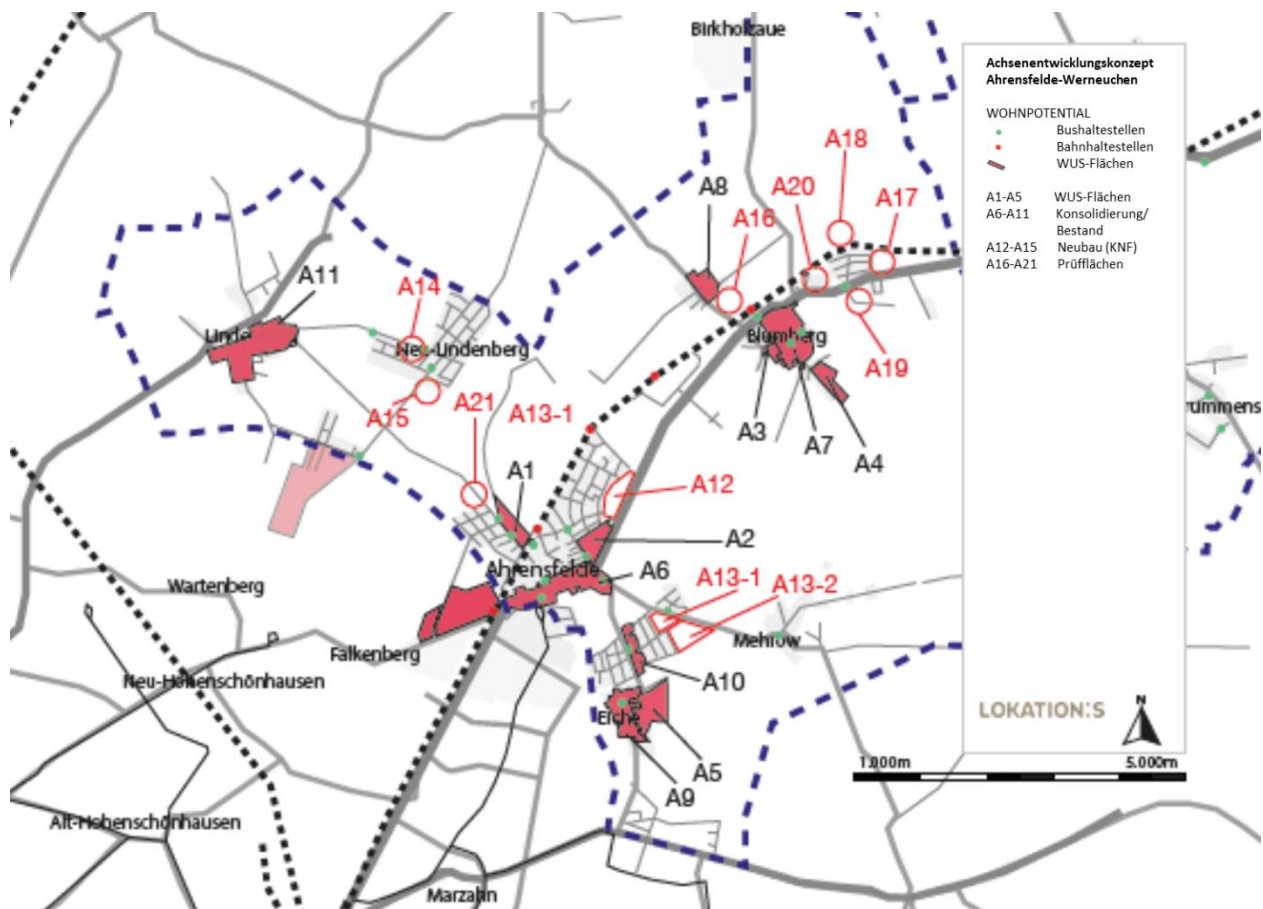
Die kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung des Landesamtes für Bauen und Verkehr spiegelt diese Entwicklung der vergangenen Jahre und die zukünftige Funktion von Ahrensfelde als Achsengemeinde nur teilweise wider. Ausgehend vom Basisjahr 2020 der Prognose wird bis 2030 in der Gemeinde Ahrensfelde nur ein leichter Zuwachs auf rd. 16.000 Personen ausgewiesen. In diesem Gutachten wird jedoch die deutlich optimistischere kommunale Bevölkerungsprognose herangezogen, welche auch eine Entwicklung auf Ortsteilebene darstellt.

Exkurs: Achsenentwicklungskonzept Ahrensfelde-Werneuchen

Für eine aktuelle Prognose der Bevölkerungsentwicklung sind die absehbaren Wohnsiedlungsentwicklungen zu betrachten. Gemäß dem aktuell gültigen Landesentwicklungsplan LEP-HR befindet sich ein Großteil der Gemeinde Ahrensfelde innerhalb des Gestaltungsraums Siedlung, wodurch große Spielräume in der künftigen Siedlungsentwicklung entstehen. Zusammen mit der Gemeinde Werneuchen wird ein kommunenübergreifendes Entwicklungskonzept zur Steuerung neuer Wohn- und Gewerbeflächen entlang der Verkehrsachse B158 / RB25 erarbeitet. Als erster Baustein liegt hierfür bereits eine gutachterliche Untersuchung vor, welche die Bestandssituation, aktuelle Planungen sowie einen Handlungsrahmen darstellt.

Nachfolgende Karte zeigt zusammenfassend Potenzialflächen für den Wohnungsbau in Ahrensfelde.

Karte 5: Wohnbaupotenzial in Ahrensfelde



Quelle: LOKATION:S (2020): Achsenentwicklungskonzept Ahrensfelde-Werneuchen, S. 49

Vor dem Hintergrund der insgesamt zu erwartenden Wohnsiedlungsentwicklung in der Gemeinde Ahrensfelde und dem hohen Wohnungsdruck in der Nachbarstadt Berlin ist perspektivisch mit einem starken Wachstum der Einwohnerzahl zu rechnen. Nachfolgende Tabelle zeigt die durch die Kommune eigens erstellte Bevölkerungsprognose auf Ortsteilebene.

Tabelle 3: Bevölkerungsstand und -prognose in einzelnen Ortsteilen bis 2030

	Ahrensfelde	Blumberg	Eiche	Lindenberg	Mehrow	Ahrensfelde gesamt
10.09.2021	4.846	2.512	2.286	3.956	546	14.146
2025	5.991	2.764	2.360	4.048	572	15.735
Wachstum ggü. Sep. 2021	23,6%	10,0%	3,2%	2,3%	4,8%	11,2%
2030	7.081	2.814	3.535	4.148	587	18.165
Wachstum ggü. Sep. 2021	46,1%	12,0%	54,6%	4,9%	7,5%	28,4%

Quelle: Kommunale Prognose

Gemäß kommunaler Statistik ergibt sich für September 2021 eine Einwohnerzahl von insgesamt 14.146. Mit 4.846 Einwohnern stellt der Ortsteil Ahrensfelde den bevölkerungsreichsten Ortsteil der Gemeinde dar.

Bis 2030 wird in allen Ahrensfelder Ortsteilen mit einem starken Bevölkerungswachstum gerechnet. Insgesamt geht die kommunale Statistik bis 2030 von einer Bevölkerungszunahme von 28,4% in der gesamten Gemeinde aus. Die prozentual größten Wachstumsraten werden für die Ortsteile Eiche und Ahrensfelde prognostiziert.

Insbesondere für den Ortsteil Eiche ist jedoch ein Großteil des Bevölkerungswachstums erst nach 2025 zu erwarten.

3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2021

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2021 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

- Einwohner im Einzugsgebiet,
- regionales, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau,
- Verbrauchsausgaben nach Warengruppen

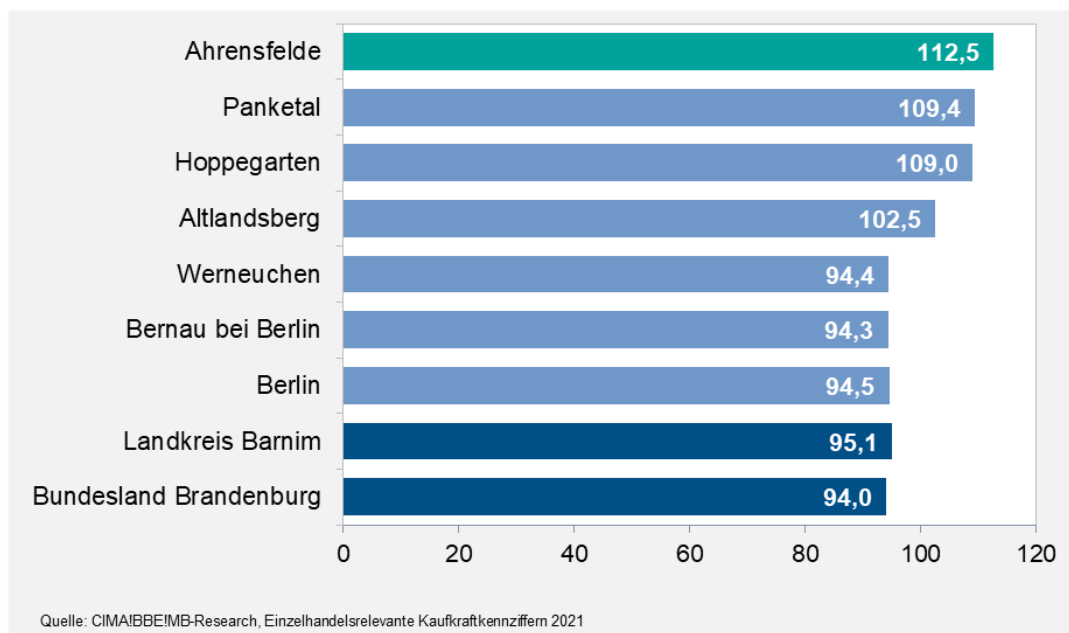
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Gemeindegebiet von Ahrensfelde.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

Für die Gemeinde Ahrensfelde errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 112,5, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit 12,5 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt. Dieses Niveau liegt deutlich oberhalb des Durchschnittswertes für das Land Brandenburg und schneidet im Vergleich zu den angrenzenden Gemeinden am besten ab. Erklärt werden kann diese überdurchschnittlich positive Kennzahl durch die Lage im suburbanen Raum von Berlin mit der vorwiegenden Einfamilienhausstruktur.

Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Gemeinde Ahrensfelde im regionalen Vergleich



Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen jährlich 6.546 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des höheren Kaufkraftniveaus liegen die Verbrauchsausgaben im Gemeindegebiet Ahrensfelde bei 7.367 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial der Gemeinde Ahrensfelde von ca. 104,2 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 60,6 Mio. € (ca. 58%),
- den mittelfristigen Bedarf 24,6 Mio. € (ca. 24%),
- den langfristigen Bedarf 19,0 Mio. € (ca. 18%).

Der Anteil des kurzfristigen Bedarfsbereiches liegt mit rd. 58% leicht unter dem bundesweiten Durchschnittswert von etwa 60%, dies ist typisch für Regionen und Städte mit überdurchschnittlichem Kaufkraftniveau.

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Gemeinde Ahrensfelde, untergliedert nach Warengruppen.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Ahrensfelde nach Warengruppen 2021

Sortimentsgruppe	Deutschland	Gem. Ahrensfelde		
	Pro-Kopf-Ausgaben	Kaufkraftkennziffer	Pro-Kopf-Ausgaben	Nachfragepotenzial
	in €	in %	in €	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	2.516	110%	2.771	39.200
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	355	109%	387	5.470
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	57	116%	66	940
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	722	108%	777	10.990
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	101	112%	113	1.600
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	112%	91	1.290
Blumen	65	124%	80	1.140
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.897	110%	4.285	60.630
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	531	112%	593	8.390
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	120	112%	134	1.900
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	361	124%	448	6.270
Gartenbedarf / Pflanzen	136	124%	168	2.380
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltsgegenstände	61	123%	75	1.060
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	96	109%	105	1.480
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	191	115%	219	3.100
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.496	116%	1.742	24.580
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	89	125%	112	2.760
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	365	125%	458	6.480
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	142	115%	163	1.520
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	331	107%	353	2.820
Foto / Optik / Akustik	93	111%	103	3.730
Uhren / Schmuck	76	113%	86	810
sonstiger Einzelhandel	57	114%	65	920
überwiegend langfristiger Bedarf	1.153	116%	1.340	19.040
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	6.546	112,5%	7.367	104.250
Einwohner				14.146

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2021)

3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung in Ahrensfelde bis 2030

Die nachfolgende Prognose konzentriert sich auf die kommunale Nachfrageentwicklung von Ahrensfelde als Basis einer gesamtgemeindlichen Einzelhandelssteuerung.

Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Ahrensfelde bis 2030:

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Wie bereits in Abschnitt 3.1. dargestellt, wird sowohl in der Prognose des Landesamts als auch in der Vorausberechnung der Gemeinde für die nächsten Jahre ein starkes Bevölkerungswachstum prognostiziert. Bis zum Jahr 2030 wird gemäß kommunaler Prognose, welche auf der absehbaren Wohnbau- und Siedlungsentwicklung auf Ortsteilebene aufbaut, ein Wachstum gegenüber dem heutigen Stand von bis zu 28,4% erwartet.

Neben dem Bevölkerungspotenzial bildet auch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben einen wichtigen Indikator für die Nachfrageprognose.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2030:

Jahrelang ist der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität / Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten / Nebenkosten) oder Freizeit zurückgegangen, seit 2014 ist jedoch ein geringer aber stetiger Anstieg festzustellen. Diese Ausgabenentwicklung wird durch eine positive Einkommensentwicklung unterstützt. Pandemiebedingte Sondereffekte 2020 / 2021 werden sich in den Folgejahren sicherlich „normalisieren“.

Zukünftig wird diese Entwicklung allerdings auch durch ein sinkendes Rentenniveau (sinkende Rentenbezüge bei Neurentnern durch Lebensphasen mit Arbeitslosigkeit oder Niedriglohnsektor / geringfügige Beschäftigung) beeinflusst. Selbst bei moderater Lohn- und Einkommensentwicklung wird mittelfristig der Einzelhandel nur anteilig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls leicht steigen.

Den weiteren Planungsrechnungen liegt infolgedessen eine eher vorsichtige Prognosemethodik zugrunde, die pessimistische Variante geht durchschnittlich nur von einer Stagnation der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben aus und selbst die optimistische Variante nur von einem mittleren Anstieg der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben um 0,5% pro Jahr.

Nachfrageentwicklung in der Ahrensfelde bis 2030:

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Ahrensfelde im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 5 zusammengefasst.

Die optimistische Prognose baut dabei auf dem erwarteten Bevölkerungswachstum auf 18.165 (kommunale Prognose) auf, die pessimistische Prognose demgegenüber auf ein prognostiziertes Bevölkerungspotenzial von 15.969 Einwohner (Landesamt für Bauen und Verkehr).

Tabelle 5: Nachfrageentwicklung in der Gemeinde Ahrensfelde bis 2030

Sortimentsgruppe	Deutschland	2021	2030 (opt.)	2030 (pess.)
	Pro-Kopf-Ausgaben	Nachfragepotenzial	Nachfragepotenzial	Nachfragepotenzial
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	2.516	39,2	52,3	44,2
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	355	5,5	7,3	6,2
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	57	0,9	1,2	1,1
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	722	11,0	14,7	12,4
Zeitung / Zeitschriften / Bücher	101	1,6	2,1	1,8
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	1,3	1,7	1,5
Blumen	65	1,1	1,5	1,3
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.897	60,6	80,9	68,4
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	531	8,4	11,2	9,5
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	120	1,9	2,5	2,1
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	361	6,3	8,5	7,2
Gartenbedarf / Pflanzen	136	2,4	3,2	2,7
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltsgegenstände	61	1,1	1,4	1,2
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	96	1,5	2,0	1,7
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	191	3,1	4,1	3,5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.496	24,6	32,9	27,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	89	1,6	2,1	1,8
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	365	6,5	8,6	7,3
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	142	2,3	3,1	2,6
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	331	5,0	6,7	5,6
Foto / Optik / Akustik	93	1,5	1,9	1,6
Uhren / Schmuck	76	1,2	1,6	1,4
sonstiger Einzelhandel	57	0,9	1,2	1,0
überwiegend langfristiger Bedarf	1.153	19,0	25,3	21,4
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	6.546	104,2	139,2	117,6
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials			33,5%	12,9%
Einwohnerentwicklung			18.165	15.969
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau			117,0%	112,5%

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2021), kommunale Bevölkerungsprognose, Kleiräumige Bevölkerungsvorausschätzung LBV, Dez. Raumbewachung 2020 bis 2030

Die Nachfrageentwicklung weist in Bezug zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial ein deutliches Wachstum zwischen 12,9% und 33,5% auf, letzterer ist aufgrund der konkretisierten, ortsteilbezogenen Einwohnerprognose sogar realistischer.

Dies verdeutlicht die zwingende Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Anpassung der Einzelhandelsstrukturen an das Potenzialwachstum, mit einem besonderen Fokus auf zentrale Versorgungsbereiche und die Sicherung der Nahversorgung, um auch zukünftig attraktive Einzelhandels- und Gemeindestrukturen zu erhalten.

4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Gemeinde Ahrensfelde

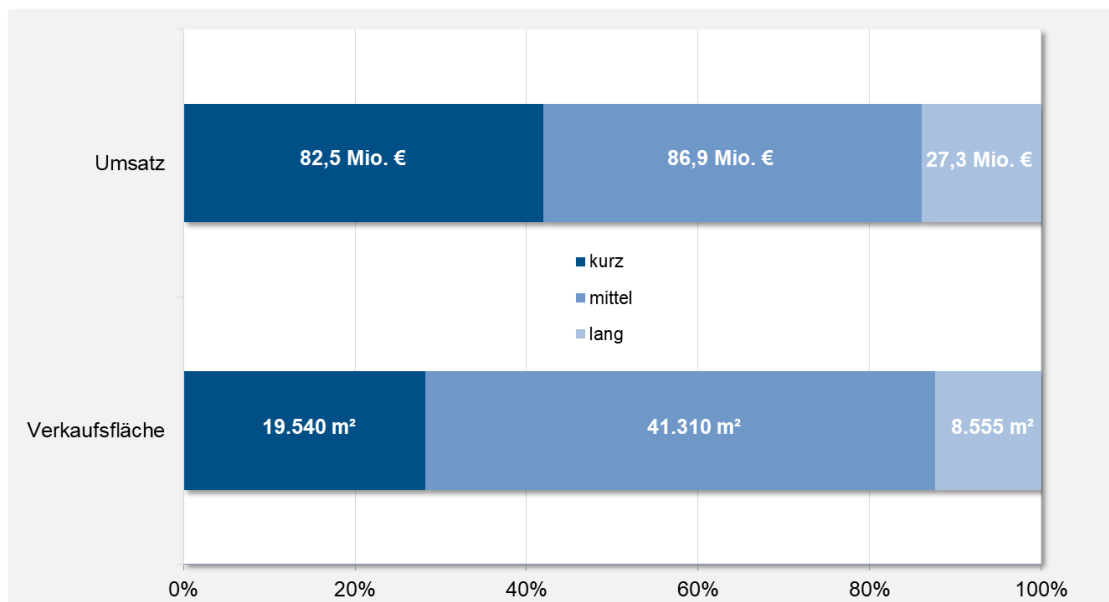
4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

Zur Analyse der aktuellen Angebotsstrukturen wurden im Gemeindegebiet von Ahrensfelde alle Einzelhandelsstandorte mit einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche, Branchenzuordnung, Standortlage sowie einer Umsatzeinschätzung nach branchenspezifischen Kennzahlen erfasst und bewertet. Berücksichtigung findet der gesamte Einzelhandel im engeren Sinne, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraft- / Brennstoffen, Versandhandel und ambulanter Handel (z.B. Wochenmärkte). Weitere Nutzungen wie Gastronomie oder Dienstleister werden zur Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche herangezogen.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der gesamten Gemeinde aus, konzentriert sich weiterführend aber auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen zur Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Gemeinde Ahrensfelde verfügt zum Stand 16. August 2021 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 113 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 69.405 m², die einen Umsatz von ca. 196,7 Mio. € generieren. Sowohl beim Umsatz als auch insbesondere bei der Verkaufsfläche zeigt sich ein Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich, was insbesondere für einen nicht-zentralen Ort, deren Fokus sonst verstärkt auf Gütern des kurzfristigen Bedarfs liegt, bemerkenswert ist.

Abbildung 3: Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in der Differenzierung nach kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf



Bearbeitung: BBE Handelsberatung

In nicht-zentralen Orten entfällt meistens ein großer Anteil der Verkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarfsbereich. In Ahrensfelde bietet jedoch der dominante Kaufpark Eiche einen umfangreichen Anbieterbesatz im mittelfristigen Bedarfsbereich. Dennoch besteht auch im kurzfristigen Bedarfsbereich mehr als 19.540 m² Verkaufsfläche ein breites Angebot.

Auf die vorhandenen Lebensmittelmärkte entfällt ein Verkaufsflächenanteil von rd. 74% am gesamten Flächenbesatz im kurzfristigen Bedarfsbereich, welcher vorrangig aus dem dominanten SB-Warenhaus Kaufland resultiert. Als SB-Warenhaus und aufgrund der peripheren Lage an der Berliner Stadtgrenze erfüllt Kaufland jedoch nur untergeordnete Nahversorgungsfunktionen für die Ahrensfelder Bevölkerung. Bei ausschließlicher Betrachtung der tatsächlich nahversorgungsrelevanten Betriebsformen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter sinkt dieser Anteil auf lediglich 22%.

Im langfristigen Bedarfsbereich besteht in Ahrensfelde eine Verkaufsfläche von ca. 8.560 m² sowie ein Umsatz von rd. 27,3 Mio. €. Diese Warengruppen entfallen zu großen Teilen auf Standorte in Gewerbegebieten.

Insgesamt tragen die 16 großflächigen Anbieter (Anbieter ab 800 m² Verkaufsfläche) maßgeblich zur Flächenausstattung der Gemeinde Ahrensfelde bei, diese Anbieter repräsentieren innerhalb des Einzelhandels im Gemeindegebiet einen Verkaufsflächenanteil von 75% sowie einen Umsatzanteil von rd. 68%. Allein auf die drei flächengrößten Anbieter – Kaufland, Globus Baumarkt und Hellweg - entfallen ein Verkaufsflächenanteil von ca. 41% und ein Umsatzanteil von ca. 33%.

Im Vergleich zur letztmaligen landesweiten Einzelhandelserfassung im Jahr 2016 ist die Verkaufsfläche nur leicht angestiegen, während die Bevölkerungszahl um knapp 1.200 Einwohner stark angestiegen ist, folglich ist die Verkaufsflächenausstattung von 5,34 m² pro Einwohner auf heute 4,97 m² pro Einwohner gesunken³. Für Ahrensfelde ist dies jedoch im Vergleich zum Durchschnitt des Landes Brandenburg von 1,75 m² je Einwohner ein quantitativ sehr hoher Flächenbesatz.⁴ Diese Ausstattung stützt sich vorrangig auf die bereits erläuterte Dominanz und Ausrichtung des Einkaufszentrums Kaufpark Eiche an der Grenze zu Berlin.

Trotz dem perspektivisch steigenden Marktpotenzial sind aufgrund der hohen Flächenausstattung und der räumlichen Lage zwischen Berlin und drei Mittelzentren kaum Entwicklungsspielräume auszumachen. Ein Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sollte somit die Sicherung der Grundversorgung im Rahmen einer städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes sein.

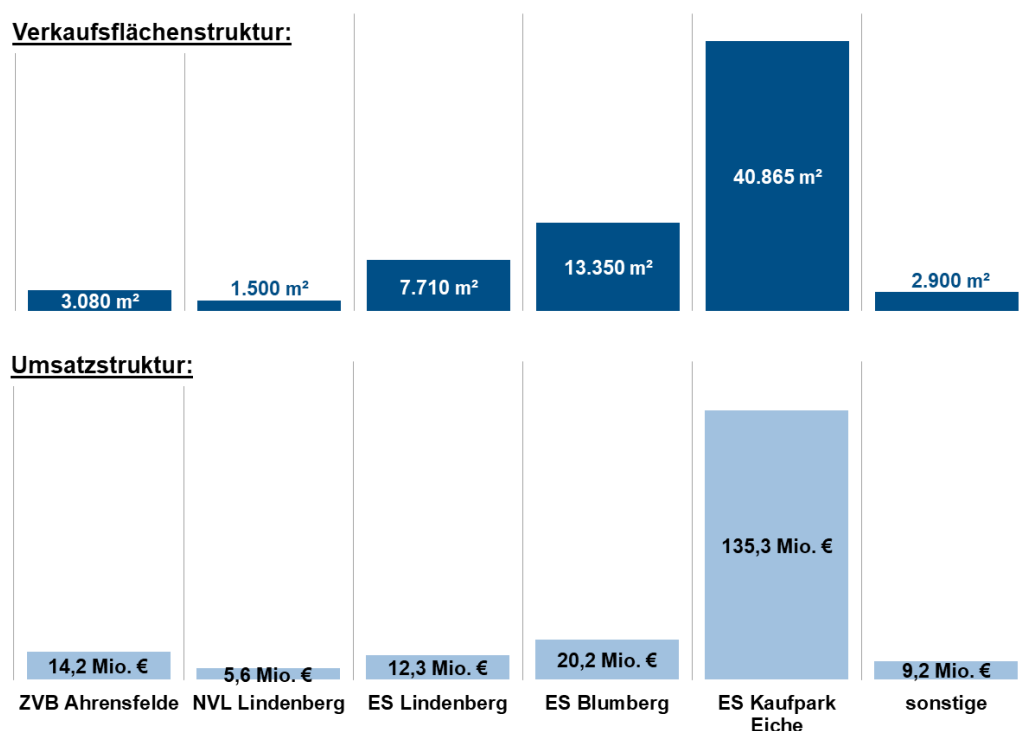
³ Einzelhandel im Land Brandenburg - Bestandsanalyse 2016, S. 541.

⁴ Einzelhandel im Land Brandenburg - Bestandsanalyse 2016, S. 42

4.2. Angebotssituation im Gemeindegebiet von Ahrensfelde nach Standortlagen

Die nachfolgende Abbildung sowie die Tabellen 6 und 7 differenzieren den Einzelhandelsbesatz der Gemeinde Ahrensfelde nach den Standortlagen⁵ innerhalb des Gemeindegebietes. Dabei zeigt sich die bereits mehrfach angesprochene Dominanz des Ergänzungsstandorts (ES) Kaufpark Eiche.

Abbildung 4: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Einzelhandelsstandorten in der Gemeinde Ahrensfelde



Quelle: Eigene Erhebung und Umsatzeinschätzung

Auf den **Ortskern Ahrensfelde**, welcher als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen wird, entfallen ein Verkaufsflächenanteil von lediglich 4% und ein Umsatzanteil von rd. 7%. Hier sind insgesamt neun Anbieter (8% der Einzelhändler im gesamten Gemeindegebiet) ansässig. Die innerstädtischen Betriebe verfügen überwiegend über kleinteilige Verkaufsflächen, großflächige Anbieter stellen lediglich die beiden Lebensmittelmärkte EDEKA und Netto Marken-Discount dar. Sechs Anbieter weisen Verkaufsflächen von maximal 50 m² auf.

Innerhalb des Ortskerns stellen folglich die beiden Lebensmittelmärkte die Magnetanbieter dar. Als weiterer Anbieter mit größerer Verkaufsfläche ist der Gebrauchtgüterhandel Detlefs Trödelscheune in der Dorfstraße hervorzuheben.

Ergänzt wird der Einzelhandelsbesatz durch einen Nutzungsmix aus mehreren Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie Verwaltungs- und Kultureinrichtungen. Der Einzelhandel ordnet sich zweifellos in diesen Nutzungsmix ein, kann jedoch nennenswerte Versorgungsfunktionen nur im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich entfalten. Sonst typische innerstädtische Leitbranchen wie Bekleidung / Wäsche / Textilien sowie Schuhe / Lederwaren und Spielwaren werden im Ortskern nicht oder nur in sehr geringem Umfang angeboten.

⁵ Die Abgrenzung der Standortlagen sowie die Zuordnung der Einzelhandelsanbieter orientieren sich bereits an den im Abschnitt 6.4 vorgenommenen Abgrenzungen für zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte sowie Ergänzungsstandorte.

Flächen- und umsatzstärkster Einzelhandelsstandort in Ahrensfelde ist mit Abstand der **Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche**, welcher am südlichen Rand des Gemeindegebiets an der Gemarkungsgrenze zu Berlin gelegen ist. Aufgrund dieser peripheren Lage direkt an Berlin-Hellersdorf spricht der auf Autokunden orientierte Standort kaum die Ahrensfelder Bevölkerung an, profitiert jedoch stark von der Verkehrsfrequenz an der Landsberger Chaussee und der anschließenden Blockbebauung in Berlin-Hellersdorf. Der Umsatz der Anbieter in diesem Areal liegt bei insgesamt rd. 135,3 Mio. €.

Innerhalb des Kaufparks Eiche befinden sich mehrere großflächige Anbieter, welche als Magnetbetriebe fungieren, darunter das SB-Warenhaus Kaufland sowie die Fachmärkte MediaMarkt, Smyths, C&A und Adler. Neben Fachmärkten sind am Standort zwei Markenoutlets (Adidas und Nike) vertreten sowie eine Vielzahl an kleineren Fachgeschäften, Dienstleister und Gastronomiebetrieben. Insgesamt sind innerhalb des Ergänzungsstandorts Kaufpark Eiche, welcher auch Das Futterhaus westlich des Hellersdorfer Wegs einschließt, 79 Einzelhandelsbetriebe ansässig und damit knapp 70% des gesamten Einzelhandelsbesatzes im Gemeindegebiet.

In dieser Anbieterkonstellation wird am Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche ein breites Branchenspektrum abgedeckt, sowohl im kurzfristigen Bedarfsbereich als auch bei wichtigen zentrenrelevanten Leitbranchen und im Spektrum der nicht-zentrenrelevanten Sortimente. In den meisten Warengruppen (ausgenommen Möbel, Heimwerkerbedarf, Blumen / Heimtierbedarf) zeigt sich eine deutliche Dominanz des Ergänzungsstandorts Kaufpark Eiche gegenüber allen weiteren Standorten in der Gemeinde Ahrensfelde. Die herausragende Stellung des Ergänzungsstandorts im Gemeindegebiet wird sowohl in Hinblick auf den Verkaufsflächenanteil von ca. 59% als auch beim Umsatzanteil von etwa 69% deutlich.

Im Ortsteil **Blumberg** ist, allerdings durch die Autobahn A10 vom Siedlungsgebiet des Ortsteils getrennt, ein **Ergänzungsstandort** gelegen, in welchem NORMA mit angegliedertem Getränkemarkt und Bäckereifiliale, ein Sonderpostenmarkt und HELLWEG-Baumarkt ansässig sind. Durch die Lage an der B158, welche eine Verbindung des Ortsteils Ahrensfelde und Berlin mit der Autobahn A10 bietet, kann der Standort von der hohen Pkw-Frequenz dieser wichtigen Verkehrsachse profitieren. Der Standort bindet bei einem Verkaufsflächenanteil von etwa 19% ca. 10% des Umsatzes im Gemeindegebiet.

Der **Ergänzungsstandort** im Ortsteil **Lindenberg** ist ebenfalls verkehrsgünstig an der Bundesstraße B2 gelegen und umfasst neben einem Globus Baumarkt eine Tankstelle und eine Bäckerei. Durch den großformatigen Baumarkt ergibt sich bei einem Verkaufsflächenanteil von 11% ein Umsatzanteil von 6% am gesamten Einzelhandel im Gemeindegebiet.

In geringer Entfernung wird ebenfalls im Ortsteil **Lindenberg** ein **Nahversorgungsstandort** ausgewiesen, welcher durch einen ALDI-Discounter und einen angegliederten Getränkemarkt geprägt wird. Zwar befindet sich der Standort ebenfalls verkehrsgünstig an der Bundesstraße, schließt jedoch auch an ein Wohngebiet an und erfüllt somit auch veritable fußläufige Nahversorgungsfunktionen. Der Nahversorgungsstandort repräsentiert einen Verkaufsflächenanteil von ca. 2% und einen Umsatzanteil von 3% des Ahrensfelder Einzelhandels.

Entsprechend der dargestellten Differenzierung entfallen 4% der Einzelhandelsfläche und 5% des gesamten Umsatzes in der Gemeinde Ahrensfelde auf alle übrigen, **sonstigen Standorte**. Eingebunden in diese Kategorie sind diverse Solitär- und Streulagen mit insgesamt 14 Betrieben. Flächengrößte Anbieter sind das Reitsportfachgeschäft Krämer in der Zeppelinstraße sowie der russische Supermarkt Intermarkt in der Landsberger Chaussee.

Tabelle 6: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstrukturen der Gemeinde Ahrensfelde

	Ortskern Ahrensfelde		NVL Lindenbergr		ES Lindenbergr		ES Blumbergr		ES Kaufpark Eiche		sonstige		Gem. Ahrensfelde gesamt	
	in m²	in %	in m²	in %	in m²	in %	in m²	in %	in m²	in %	in m²	in %	in m²	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	2.325	17	1.335	10	100	1	1.420	10	7.565	55	890	7	13.635	100
Drogerie / Parfümerie	170	7	60	2			70	3	2.115	87	20	1	2.435	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	50	28							130	72			180	100
Blumen / Heimtierbedarf	100	5	20	1	50	3	980	49	615	31	235	12	2.000	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	40	3	10	1			50	4	1.180	91	10	1	1.290	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien			10	0	10	0	65	1	11.160	97	205	2	11.450	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren			5	0	10	0	35	1	3.215	98	15	0	3.280	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	50	0	25	0	6.510	41	8.710	55	330	2	160	1	15.785	100
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	125	5	5	0	155	7	505	22	1.555	66			2.345	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	15	1	5	0			85	4	2.290	96			2.395	100
Sportartikel/Fahrräder			10	0	40	1	110	2	4.680	77	1.215	20	6.055	100
Haustextilien/Heimtextilien					75	12	145	23	370	58	50	8	640	100
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	150	9			400	23	695	40	390	22	100	6	1.735	100
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	5	0	5	0	360	15	370	15	1.720	70			2.460	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	50	2	10	0			10	0	2.845	98			2.915	100
Foto/Optik									240	100			240	100
Uhren/Schmuck									335	100			335	100
sonstiges							100	43	130	57			230	100
Einzelhandel gesamt	3.080	4	1.500	2	7.710	11	13.350	19	40.865	59	2.900	4	69.405	100

Erhebung und Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Tabelle 7: Umsatzstrukturen nach Warengruppen und Standortstrukturen der Gemeinde Ahrensfelde

	Ortskern Ahrensfelde		NVL Lindenbergr		ES Lindenbergr		ES Blumbergr		ES Kaufpark Eiche		sonstige		Gem. Ahrensfelde gesamt	
	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	10.820	19	4.895	8	750	1	4.595	8	32.940	57	3.710	6	57.710	100
Drogerie / Parfümerie	730	6	280	2			190	2	11.080	90	50	0	12.330	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	1.250	32							2.600	68			3.850	100
Blumen / Heimtierbedarf	500	12	90	2	80	2	1.280	30	1.660	39	690	16	4.300	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	190	4	50	1			60	1	3.990	92	30	1	4.320	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien			30	0	20	0	100	0	29.820	97	710	2	30.680	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren			15	0	20	0	40	1	7.240	98	40	1	7.355	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	145	1	75	0	9.850	43	11.350	50	860	4	540	2	22.820	100
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	145	3	15	0	230	5	650	14	3.750	78			4.790	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	45	1	15	0			110	2	5.160	97			5.330	100
Sportartikel/Fahrräder			40	0	60	0	150	1	12.450	78	3.220	20	15.920	100
Hauttextilien/Heimtextilien					110	9	180	15	800	67	100	8	1.190	100
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	80	3			600	25	900	38	660	28	150	6	2.390	100
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	15	0	15	0	540	7	485	6	6.720	86			7.775	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC							30	0	11.180	97			11.470	100
Foto/Optik	230	2	30	0					1.740	100			1.740	100
Uhren/Schmuck									2.230	100			2.230	100
sonstiges							120	22	420	78			540	100
Einzelhandei gesamt	14.150	7	5.550	3	12.260	6	20.240	10	135.300	69	9.240	5	196.740	100

Erhebung und Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Gemeinde Ahrensfelde

Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im Gemeindegebiet Ahrensfelde führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellt den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar. Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten in den einzelnen Warengruppen sind auch ein Indikator für die Beurteilung der Marktchancen bzw. potenziellen, wettbewerblichen Auswirkungen zusätzlicher Anbieter sowie für die Entwicklungschancen von Standortbereichen.

Gegenüber dem Marktpotenzial der Gemeinde Ahrensfelde errechnet sich über alle Warengruppen hinweg eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 189%. Der Ahrensfelder Einzelhandel erzielt somit insgesamt einen saldierten Kaufkraftzufluss von ca. 92,5 Mio. €. Dieser Wert beinhaltet sowohl regionale Kaufkraftzuflüsse als auch Kaufkraftabflüsse aus dem Gemeindegebiet. Wie bereits diskutiert, resultieren die umfangreichen Kaufkraftzuflüsse zu großen Teilen aus der Ausstrahlung des Ergänzungsstandorts Kaufpark Eiche.

Aus Sicht einer Einzelhandels- und Zentrengliederung sind somit erzielte Bindungsquoten und zukünftige Bindungschancen in den einzelnen Branchen stets in Verbindung mit der Standortverteilung der Anbieter zu bewerten.

Tabelle 8: Kaufkraftbindung des Ahrensfelder Einzelhandels

	Marktpotenzial Gem. Ahrensfelde	EH-Umsatz Gem. Ahrensfelde	Kaufkraft- bindung	Saldo Zu- und Abfluss
	in T€	in T€	in %	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	39.200	57.710	147	18.510
Drogerie / Parfümerie	5.470	12.330	225	6.860
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	10.990	3.850	35	-7.140
Blumen / Heimtierbedarf	2.080	4.300	207	2.220
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	2.890	4.320	149	1.430
überwiegend kurzfristiger Bedarf	60.630	82.510	136	21.880
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	8.390	30.680	366	22.290
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.900	7.355	387	5.455
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf	8.650	22.820	264	14.170
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.060	4.790	452	3.730
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	1.480	5.330	360	3.850
Sportartikel/Fahrräder	3.100	15.920	514	12.820
überwiegend mittelfristiger Bedarf	24.580	86.895	354	62.315
Haustextilien/Heimtextilien	2.760	1.190	43	-1.570
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	6.480	2.390	37	-4.090
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	1.520	7.775	512	6.255
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	2.820	11.470	407	8.650
Foto/Optik/Akustik	3.730	1.740	47	-1.990
Uhren/Schmuck	810	2.230	275	1.420
sonstiges	920	540	59	-380
überwiegend langfristiger Bedarf	19.040	27.335	144	8.295
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	104.250	196.740	189	92.490
entspricht einer Zentralitätskennziffer von			227,9	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

In nahezu allen Bedarfsbereichen sind hohe Bindungsquoten zu erkennen, welche die weitreichende Ausstrahlungskraft des Ahrensfelder Einzelhandels widerspiegeln. Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** beträgt die

Bindungsquote 136%, folglich errechnet sich auch ein saldierter Kaufkraftzufluss in diesen Sortimenten von insgesamt ca. 21,9 Mio. €.

Demgegenüber wird mit nur zwei Apotheken in Ahrensfelde in der wichtigen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppe pharmaz. / mediz. / orthop. Artikel mit einer Kaufkraftbindungsquote von 35% bei weitem noch keine Bedarfsdeckung erreicht, insbesondere aufgrund des Fehlens eines Sanitätshauses.

Auf die hohen Bindungsquoten in der Warengruppen Drogerie sowie Blumen / Heimtierbedarf wirken sich die Angebote der beiden Drogeriemärkte ROSSMANN und dm sowie der Heimtierfachmarkt Das Futterhaus am Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche und die Heimtierabteilungen der beiden Baumärkte aus.

In wichtigen **zentrenrelevanten Warengruppen** zeigt sich ein recht eindeutiges Bild. Die jeweiligen Umsätze der Anbieter übertreffen das verfügbare Nachfragepotenzial bei weitem. Besonders hohe Bindungsquoten erzielen die Warengruppen Sportartikel / Fahrräder mit 514% sowie GPK / Hausrat mit 452%, aber auch in den typischen Innenstadtsortimenten Bekleidung / Wäsche und Schuhe / Lederwaren werden mit 366% bzw. 387% sehr hohe Bindungsquoten erreicht. Diese extreme Nachfragebindung geht weitestgehend auf den Kaufpark Eiche zurück, im Ahrensfelder Ortskern sind diese Sortimente nicht oder nur geringfügig vertreten (vgl. Tabelle 8 in 0).

Auch bei den weiteren zentrenrelevanten Warengruppen Unterhaltungselektronik sowie Uhren / Schmuck können die Angebotsstrukturen von Ahrensfelde mit 407% bzw. 275% eine stark überdurchschnittliche Bindungsquote erzielen. In beiden Fällen entfallen auf den Ortskern nur marginale Umsatzanteile, maßgeblichen Einfluss auf diese Bindungsquoten besitzen MediaMarkt und kleinteilige Fachgeschäfte im Kaufpark Eiche.

Eine niedrige Bindungsquote von nur 47% entfällt allerdings auf die Warengruppe Foto / Optik / Akustik.

Bei den **nicht-zentrenrelevanten Warengruppen** Heimwerker / Autozubehör / Gartenbedarf und Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“) werden aufgrund der beiden Baumärkte und MediaMarkt hohe Bindungsquoten erreicht. Abflüsse ergeben sich insbesondere in den Sortimenten Haus- und Heimtextilien sowie Möbel.

Eine generelle Steigerung der Bindungsquoten ist sicherlich nur noch bedingt und sortimentspezifisch möglich. Es ist zu beachten, dass durch den prognostizierten Nachfragezuwachs innerhalb des Gemeindegebietes rein rechnerisch bei einer Beibehaltung der aktuellen Umsatzleistung des Einzelhandels ein Absinken der Bindungsquoten resultieren würde.

Entwicklungspotenziale der Ahrensfelder Einzelhandelsstrukturen bestehen warengruppenspezifisch im Bereich des pharmazeutischen und medizinischen Bedarfs sowie in den Sortimenten Möbel, Heimtextilien und Foto / Optik / Akustik. In Ahrensfelde sind lediglich zwei Apotheken ansässig, somit entfallen auf eine Apotheke rd. 7.070 Einwohner. Im Bundesland Brandenburg ist mit lediglich ca. 4.460 Einwohner je Apotheke eine dichtere Apothekenstruktur gegeben.⁶ Durch eine weitere Apotheke im Gemeindegebiet wäre die Apothekendichte mit rd. 4.720 Einwohnern je Apotheke nach wie vor unterhalb des Brandenburger Durchschnittswerts, auch die momentanen Kaufkraftabflüsse von rd. 7,1 Mio. € stellen rein rechnerisch ausreichendes Potenzial für eine weitere Apotheke dar. Allerdings bezieht diese Warengruppe auch Sanitätshäuser mit ein, welche bisher im Gemeindegebiet nicht vorhanden sind. Im Bereich des Möbelhandels ist zwar aktuell eine sehr geringe Bindungsquote zu verzeichnen (37%), in Anbetracht aktueller Planvorhaben (Küchen Aktuell in Lindenberg) ist jedoch perspektivisch mit einer partiellen, sortimentsbezogenen Steigerung der Bindungsquote zu rechnen. Allerdings unterliegt diese Warengruppe den überregional ausstrahlenden Einrichtungshäusern insbesondere in Berlin. In der Warengruppe Foto / Optik / Akustik sind lediglich zwei Optiker im Kaufpark Eiche vorhanden, im gesamten Gemeindegebiet fehlt jedoch ein Hörgeräteakustiker. Das Sortiment Foto wird bereits ausreichend durch den Anbieter MediaMarkt abgedeckt.

Die Dominanz des Kaufparks Eiche und dessen vorrangig auf Berlin ausgerichtete Kundenbindung verzerrt in der Gesamtdarstellung mögliche Aussagen zur Funktionalität der weiteren Ahrensfelder Einzelhandels-

⁶ ABDA – Apothekenanzahl nach Bundesländern 2021

standorte, selbst im Hinblick auf die Grundversorgung. In der nachfolgenden Tabelle werden deshalb die Bindungsquoten des übrigen Ahrensfelder Einzelhandels, also ohne den Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche, dargestellt.

Tabelle 9: Kaufkraftbindung des Ahrensfelder Einzelhandels ohne Kaufpark Eiche

	Marktpotenzial Gem. Ahrensfelde	ohne Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche		
		EH-Umsatz	Kaufkraft- bindung	Saldo Zu- und Abfluss
	in T€	in T€	in %	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	39.200	24.770	63	-14.430
Drogerie / Parfümerie	5.470	1.250	23	-4.220
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	10.990	1.250	11	-9.740
Blumen / Heimtierbedarf	2.080	2.640	127	560
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	2.890	330	11	-2.560
überwiegend kurzfristiger Bedarf	60.630	30.240	50	-30.390
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	8.390	860	10	-7.530
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.900	115	6	-1.785
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf	8.650	21.960	254	13.310
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.060	1.040	98	-20
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	1.480	170	11	-1.310
Sportartikel/Fahrräder	3.100	3.470	112	370
überwiegend mittelfristiger Bedarf	24.580	27.615	112	3.035
Haustextilien/Heimtextilien	2.760	390	14	-2.370
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	6.480	1.730	27	-4.750
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	1.520	1.055	69	-465
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	2.820	290	10	-2.530
Foto/Optik/Akustik	3.730	0	0	-3.730
Uhren/Schmuck	810	0	0	-810
sonstiges	920	120	13	-800
überwiegend langfristiger Bedarf	19.040	3.585	19	-15.455
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	104.250	61.440	59	-42.810
entspricht einer Zentralitätskennziffer von			71,2	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Die Bindungsquoten bleiben erwartungsgemäß auf sehr niedrigem Niveau, so errechnet sich in Summe aller Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von nur 59%. Lediglich für die Warengruppe Heimwerkerbedarf, bedingt durch die Baumarktstandorte in den Ortsteilen Lindenberg und Blumberg, errechnen sich nach wie vor hohe Bindungsquoten.

Hervorzuheben ist allerdings insbesondere der kurzfristige Bedarfsbereich. Nahversorgungsrelevante Güter werden bevorzugt wohnungs- bzw. wohnortnah nachgefragt, eine annähernde Kaufkraftdeckung ist somit auch in nicht-zentralen Orten anzustreben. Für Ahrensfelde ergibt sich im kurzfristigen Bedarfsbereich ohne den kaum auf die Ahrensfelder Nahversorgung ausgerichteten Kaufpark Eiche eine Bindungsquote von lediglich 50%. Selbst bei Nahrungs- und Genussmitteln binden alle nahversorgungsrelevanten Anbieter in den Ortsteilen nur knapp zwei Drittel der örtlichen Nachfrage. Allein rund 14,4 Mio. € des Nachfragepotenzials für Nahrungs- und Genussmittel fließen ab, sicherlich anteilig auch zum Kaufpark Eiche⁷. Aufgrund der absehbaren Bevölkerungs- und Nachfrageentwicklung ist eine zunehmende Nahversorgungslücke absehbar, ein Ausbau der Nahversorgungsstrukturen ist notwendig.

⁷ Großbetriebsformen des Lebensmittelhandels haben bundesweit einen Marktanteil von rund 21% (vgl. Abschnitt 5.2), dies erklärt also nur anteilig die Versorgungslücke.

5. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept

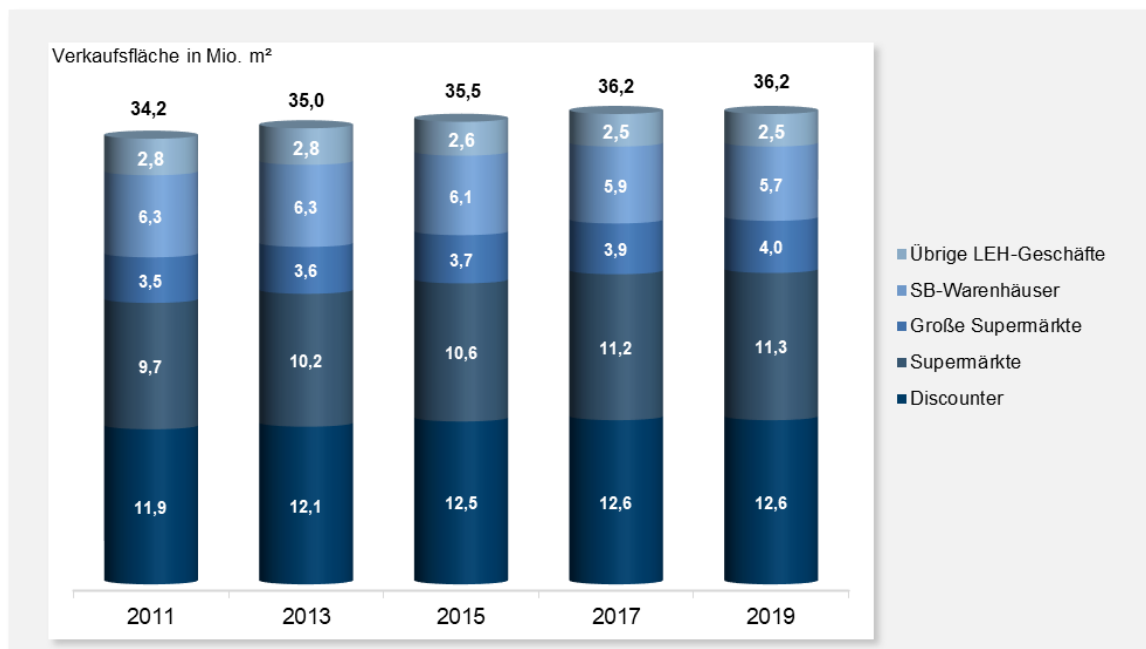
5.1. Entwicklungstrends im Lebensmittelhandel

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferservice. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 543,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 238,5 Mrd. €).⁸

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2021

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 34,2 Mio. m² im Jahre 2011 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2019 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Ver-

⁸ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2019, BBE-Berechnungen 2020

kaufsfläche von ca. 0,44 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 17%, große Supermärkte + 14%) und Discountmärkte (+ 6%), während die SB-Warenhäuser (- 10%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11%) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der angekündigten Schließung von Real SB-Warenhäusern im Zuge des Verkaufs an SCP wird sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fortsetzen.

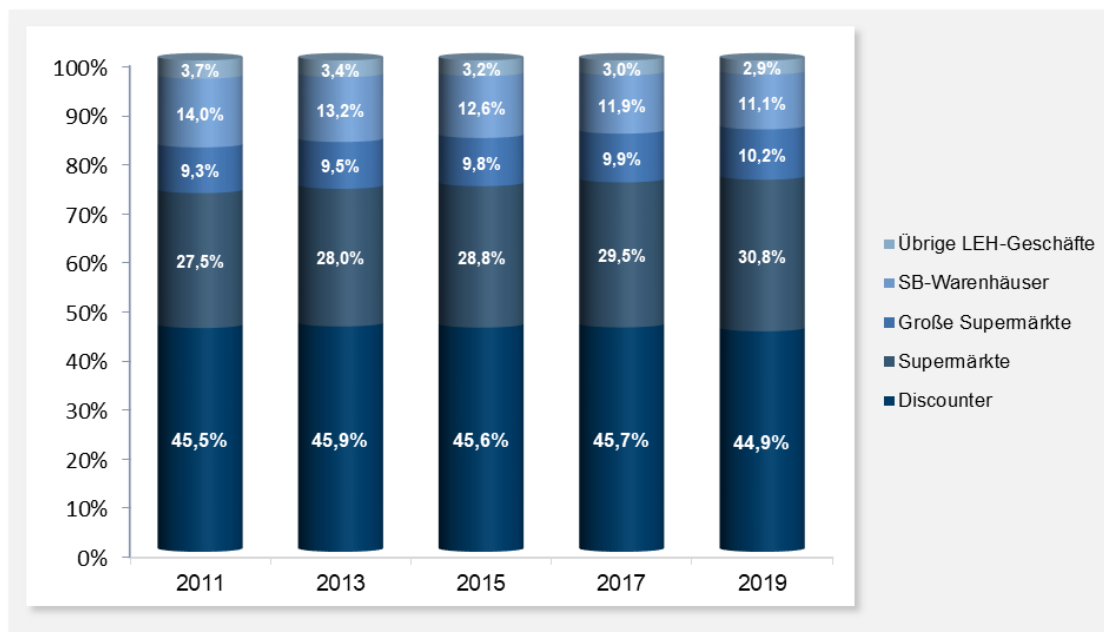
5.2. Distributionsstrukturen im Lebensmittelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und -discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.887 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.176 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.⁹

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Non-Food-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2021

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.¹⁰ Der Convenience-Store „Rewe To Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an

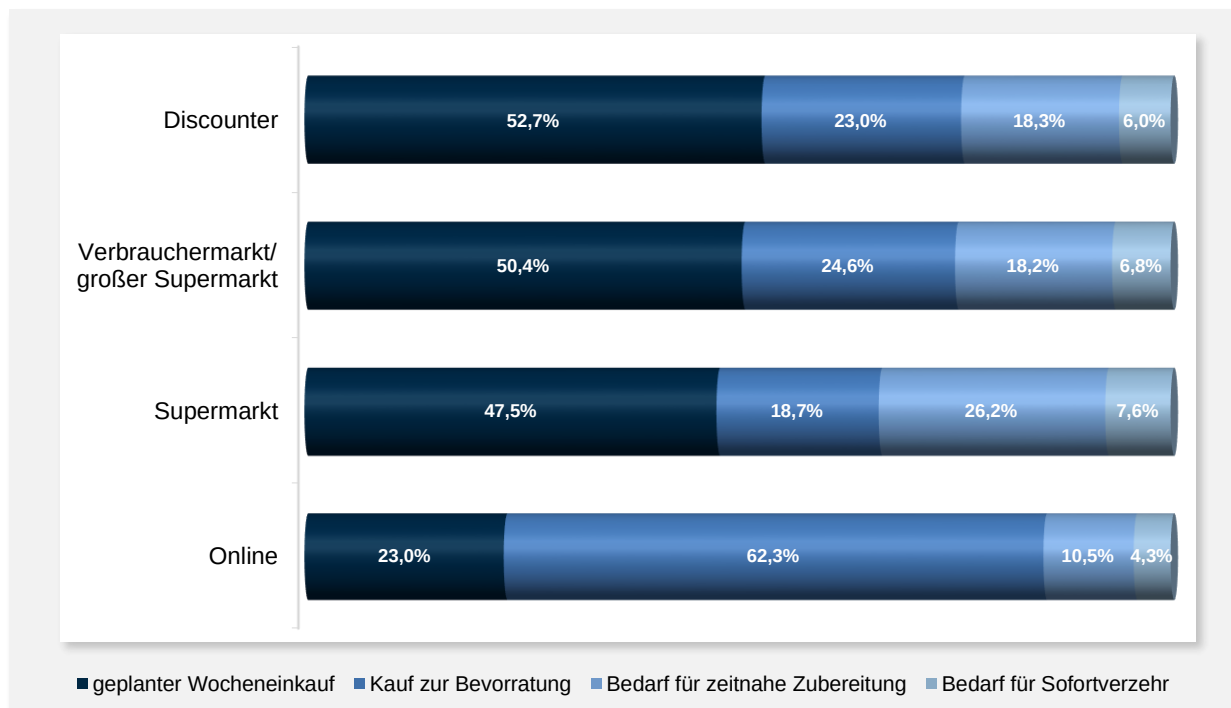
⁹ vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2020, Stand: 2019 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

¹⁰ EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte / große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

Abbildung 7: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen

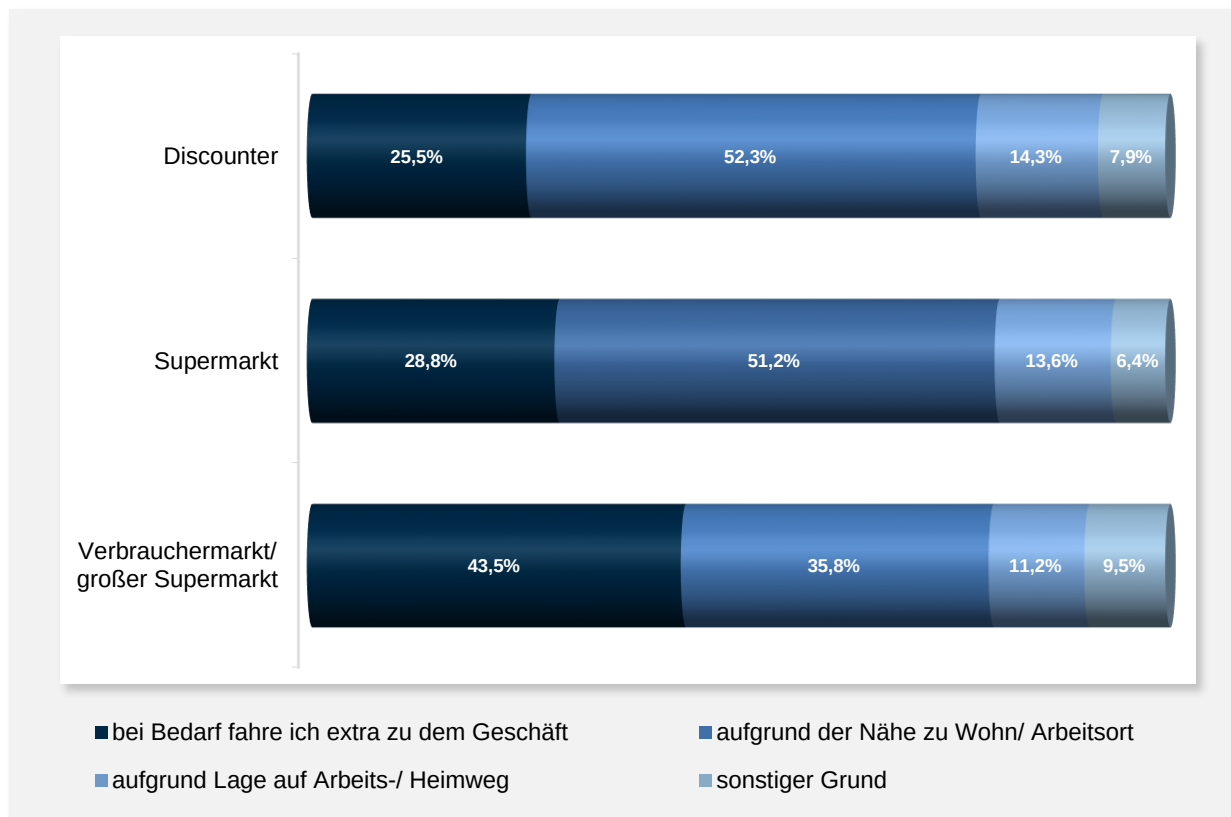


Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

Abbildung 8: Gründe für die Wahl des Betriebstyps

Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niederschlagen.

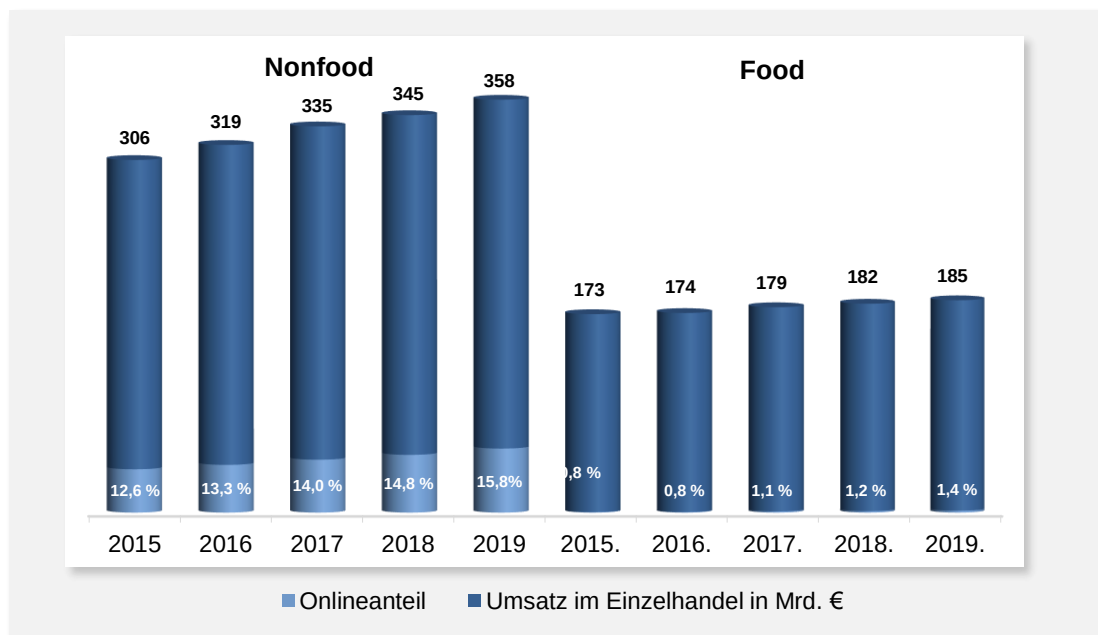
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

5.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,4% des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16% erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,8%).¹¹

Abbildung 9: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2020 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2021

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten sowie im Frühjahr 2020 durch die Corona-Pandemie – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 3,0 Mrd. € in Deutschland.¹²

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

¹¹ vgl. HDE-Online-Monitor 2020

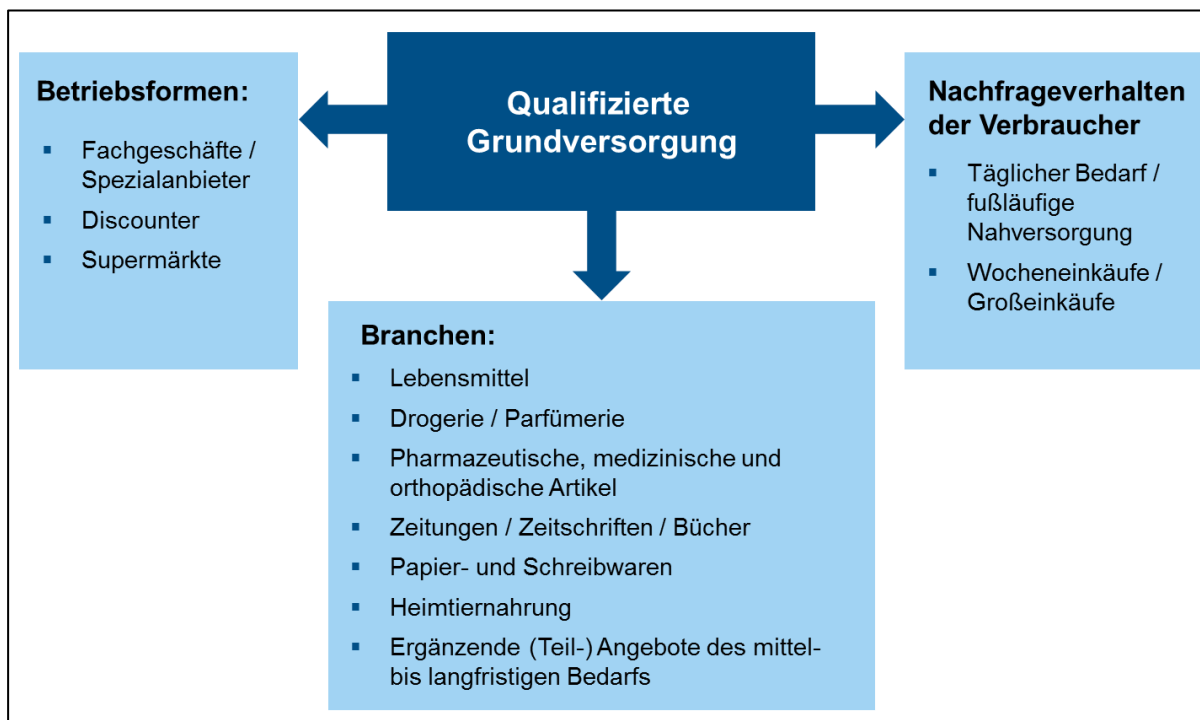
¹² vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 05/2020 bis KW 04/2021

5.4. Grundversorgung als städtebauliche Aufgabe

Neben städtebaulichen Aspekten stellt die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein wesentliches Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung dar. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine maßgebliche Aufgabenstellung der Kommunalentwicklung in Ahrensfelde.

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt. Heimtiernahrung wird größtenteils als Randsortiment im Lebensmittelhandel geführt, ergänzende Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs werden teilweise in Nahversorgungszentren angeboten. Eine leistungsfähige Grundversorgung bildet die Basis für eine weiterhin stabile Nachfragebindung vor Ort.

Abbildung 10: Begriff der qualifizierten Grundversorgung



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbrauchermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden für wöchentliche Großeinkäufe, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in der Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen

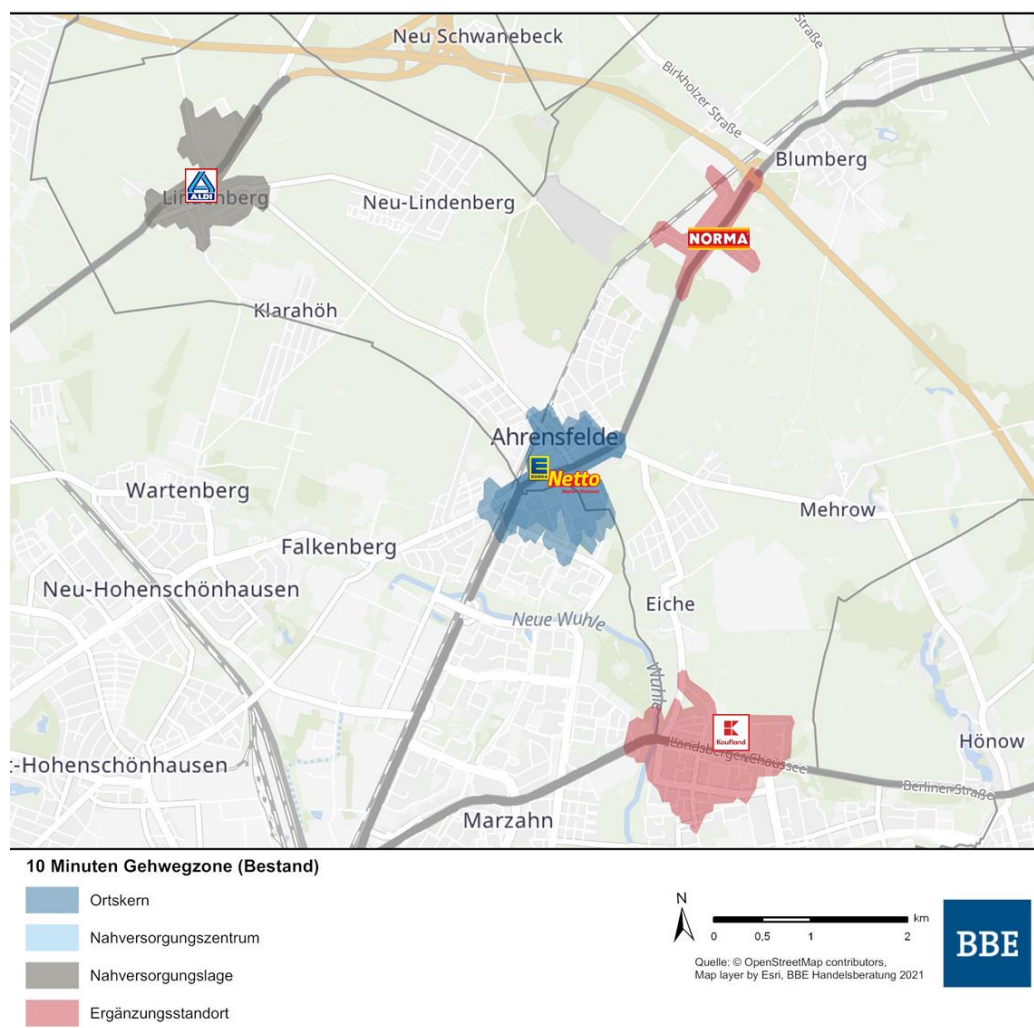
Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden. Nahversorgungsfunktionen sind neben der wohnungsnahen Versorgung mit einer direkten fußläufigen Erreichbarkeit auch unter einer wohnortnahen Erreichbarkeit für alle Wohnlagen aus dem Gemeindegebiet zu bewerten.

5.5. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen in der Gemeinde Ahrensfelde

In der nachstehenden Karte ist die aktuelle Nahversorgungsstruktur durch Lebensmittelmärkte im Gemeindegebiet von Ahrensfelde dargestellt, wobei die wohnungsnahen Versorgungsfunktionen der einzelnen Märkte durch eine 10 min-Gehzeitzone dargestellt werden. Die Farben der Gehzeitzone zeigen bereits die in Abschnitt 6.4 definierte Zentrenstruktur mit den Standorten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (blau), der Nahversorgungslagen (grau) und der Ergänzungsstandorte (rot) auf.

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer fußläufigen Nahversorgung, deshalb unterliegen städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte, sowohl innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches als auch als solitäre Nahversorger, einem besonderen Schutz innerhalb des Zentrenkonzeptes. Konkurrierende, autoorientierte Standortlagen von Lebensmittelmärkten sind generell zu vermeiden.

Karte 6: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte im Bestand



Die aktuell vorhandenen fünf Lebensmittelmärkte können keine flächendeckende Nahversorgung abbilden. Lücken in der Versorgungsstruktur ergeben sich insbesondere für das nördliche Gemeindegebiet (Teile des Ortsteils Blumberg), Neu-Lindenberg, Mehrow und Teile von Eiche.

Nachfolgende Tabelle zeigt die Einwohnerzahlen innerhalb der Gehwegzonen jedes Lebensmittelmarkts. Da Kaufland, EDEKA sowie Netto Marken-Discount dicht an der Gemarkungsgrenze zu Berlin liegen, entfällt ein Großteil des jeweiligen Einwohnerpotenzials auf die angrenzenden, dichten Siedlungen von Berlin.

Über das höchste Potenzial der Ahrensfelder Bevölkerung verfügen mit Abstand die beiden im Ortskern von Ahrensfelde gelegenen Lebensmittelmärkte EDEKA und Netto Marken-Discount. NORMA im Ergänzungsstandort Blumberg erfüllt aufgrund seiner Lage kaum fußläufige Versorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung und stellt sich als primär autokundenorientiert dar.

Tabelle 10: Einwohner im fußläufigen Umfeld (10-Minuten Gehzeitzone) der Lebensmittelmärkte

	Einwohner	
	insgesamt	dar. in Ahrensfelde
Bestand		
EDEKA (Ahrensfelde)	5.671	1.660
NORMA (Blumberg)	80	80
Kaufland (Eiche)	8.435	632
Netto Marken-Discount (Ahrensfelde)	7.269	1.478
ALDI (Lindenberg)	615	615
Planung		
Supermarkt (Neu-Lindenberg)	302	251
Supermarkt (Blumberg)	782	782
Quelle: GfK (2020): Einwohner auf Straßenabschnittsebene		

Die Siedlungsstruktur der Gemeinde Ahrensfelde mit den peripher gelegenen Ortsteilen ermöglicht nicht generell eine fußläufig erreichbare und zugleich wirtschaftlich tragfähige Nahversorgung, für Teile der Bevölkerung wird auch zukünftig ein höherer Zeit-Wege-Aufwand erforderlich sein. Durch weitere Verdichtung der Nahversorgungsstruktur ist jedoch eine deutliche Verbesserung einer zumindest wohnortnahen Versorgung umsetzbar.

5.6. Weiterentwicklung der Grundversorgungsstrukturen in Ahrensfelde

Zur Qualifizierung und Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen in Ahrensfelde sind zwei konkrete Planungen relevant, welche im Einzelhandelskonzept Betrachtung finden.

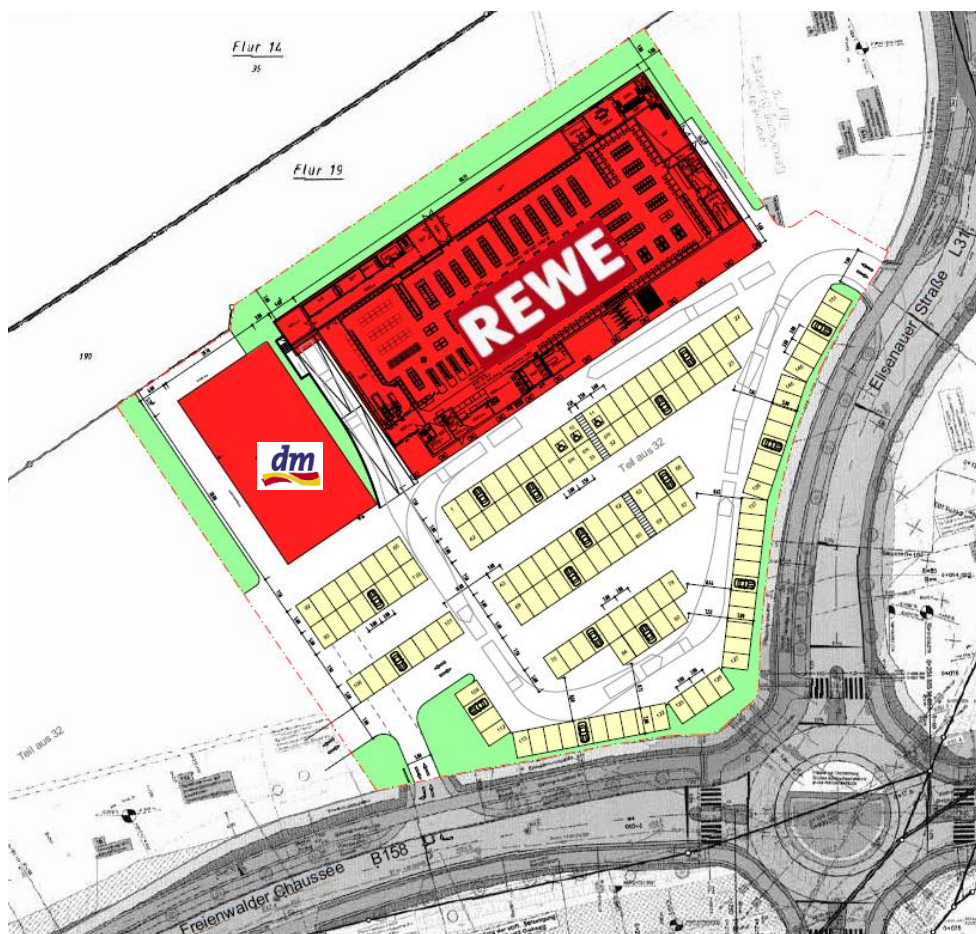
Nahversorgungszentrum Blumberg

Zukünftig ist im Ortsteil Blumberg die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums geplant, in welchem in einem ersten Entwicklungsschritt ein Supermarkt inkl. Bäckereicafé sowie ein Drogeriemarkt vorgesehen sind. Gemäß aktuellem Planungsstand stellen REWE und dm die beiden Magnetanbieter dar (vgl. Abschnitt 6.4.2 zum Nahversorgungszentrum insgesamt).

Der Standort befindet sich direkt nördlich der B158 im Kreuzungsbereich mit der Eisenauer Straße und somit in zentraler Lage des Ortes. Der Verkehrsknotenpunkt soll zeitnah durch einen Kreisverkehr verkehrlich aufgewertet werden.

Für den Ortsteil entsteht somit eine fußläufig erreichbare Versorgungsmöglichkeit, der vorhandene NORMA-Markt im Gewerbegebiet Blumberg befindet sich in größerer Entfernung zum Siedlungsgebiet. Bereits im Achsenentwicklungskonzept wurde ein Versorgungsdefizit für den Ortsteil Blumberg dargestellt, welcher durch die Entwicklung vermindert werden kann.¹³

Karte 7: Planvorhaben Neuansiedlung REWE und dm in Blumberg



Quelle: Bauingenieurbüro Götz

¹³ LOKATION:S (2020): Achsenentwicklungskonzept Ahrensfelde-Werneuchen, S. 55, S. 64

Nahversorgungslage Neu-Lindenberg

Im Kreuzungsbereich der Ahrensfelder Straße mit der Birkholzer Allee ist in Zusammenhang mit einer Wohngebietsentwicklung die Ausweisung einer Nahversorgungslage angestrebt, Ziel ist die Ansiedlung eines Supermarktes. Die Entwicklung der Nahversorgungslage Neu-Lindenberg ist von der Realisierung dieses neuen Wohngebiets abhängig.

Diese Standortentwicklung gründet sich auf die aktuelle Versorgungslücke und auf die weitere Wohnbauentwicklung im Umfeld. Südlich des bestehenden Siedlungsgebiets von Neu-Lindenberg ist gemäß der im Entwurf vorliegenden Phase 2 des Achsenentwicklungskonzeptes die Ausweisung eines neuen Wohngebiets (WA15a und WA15b) mit zweigeschossiger Bebauung vorgesehen, welches auch einen potenziellen Kita-Standort umfasst. Eingebunden in das Achsenentwicklungskonzept ist bereits diese potenzielle Nahversorgungslage Neu-Lindenberg, als direkt anschließende Mischfläche MA5. Bereits im Gutachterbaustein (Phase 1) wurde für den umliegenden Siedlungsbereich eine „Unterversorgung Fußläufigkeit“ dargestellt¹⁴.

Der potenzielle Supermarkt schließt somit künftig direkt an Wohnbebauung an. Der Standort ist zudem verkehrsgünstig und mittig zwischen vier Wohnsiedlungen gelegen, neben Neu-Lindenberg sind dies Lindenberg, Klarahöh und Ahrensfelde. Für diese Bereiche erfüllt die Nahversorgungslage zumindest wohnortnahe Versorgungsfunktionen.

Künftige Nahversorgungsstrukturen in Ahrensfelde

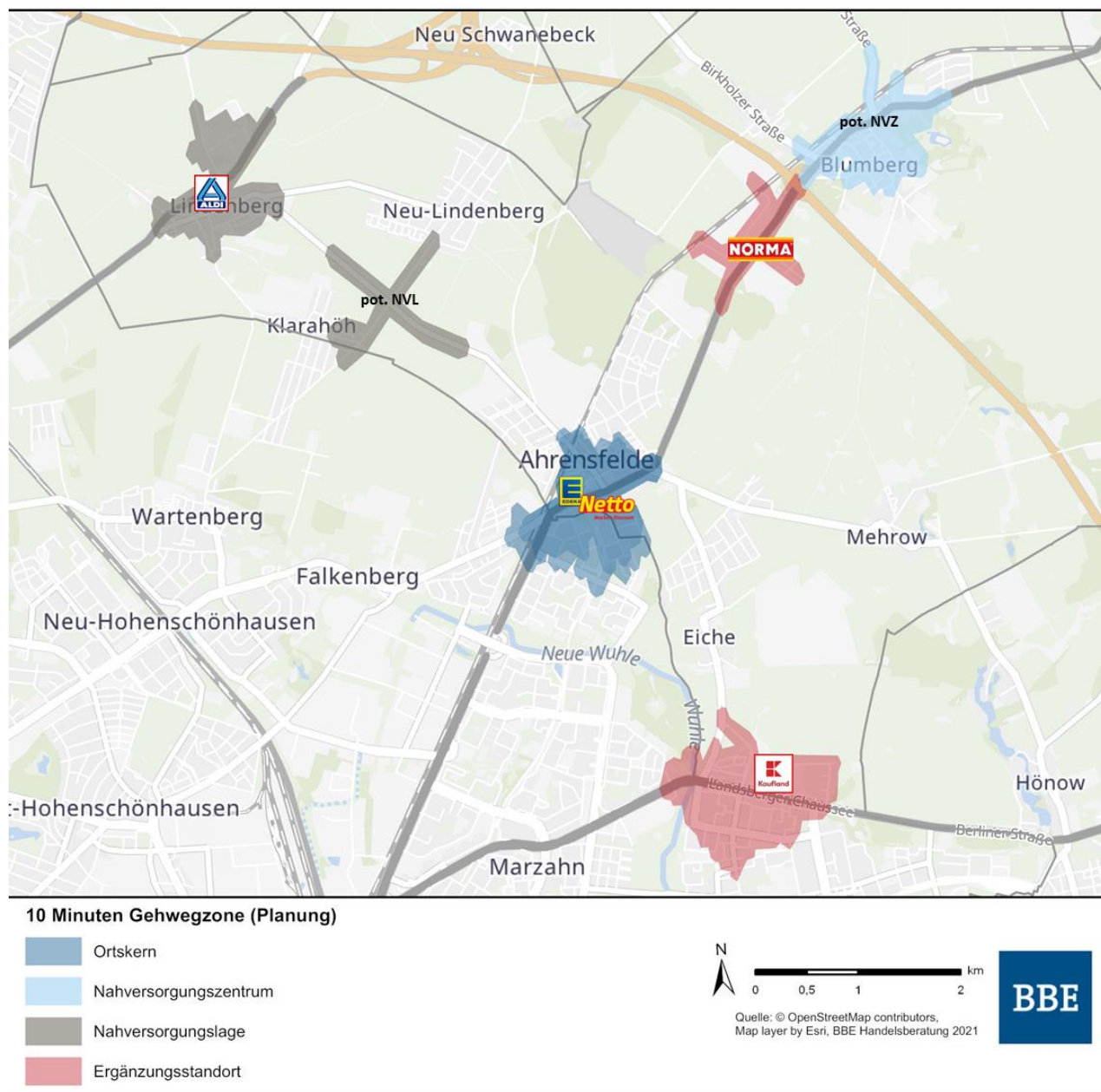
Nachfolgende Karte auf der nächsten Seite zeigt die künftige Nahversorgungsstruktur in der Gemeinde nach Umsetzung der beiden Planvorhaben.

In Bezug zur Standortverteilung ergibt sich durch die Ausweisung des Nahversorgungszentrums Blumberg und der Nahversorgungslage Neu-Lindenberg eine deutliche Verbesserung der Nahversorgung. So leben aktuell nur rd. 21% der Bevölkerung der Gemeinde (ca. 2.990 Personen) innerhalb einer 10 min Gehzeitzone um einen Lebensmittelmarkt. Durch die Einbindung beider Nahversorgungsstandorte erhöht sich dieser Anteil auf 29%, was rund 4.020 Personen entspricht.

Langfristig ist auch bis zur Eröffnung der beiden Lebensmittelmärkte von einer starken Erhöhung des Einwohnerpotenzials in der Gemeinde Ahrensfelde auszugehen. Dies betrifft insbesondere das direkte Umfeld der geplanten Nahversorgungslage mit dem neuen Wohngebiet.

¹⁴ LOKATION:S (2020): Achsenentwicklungskonzept Ahrensfelde-Werneuchen, S. 64

Karte 8: Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Plansituation



6. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Ahrensfelde

6.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde

Die Sicherung und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde ist eine übergeordnete Zielstellung der Gemeindeentwicklung. Damit verknüpft ist die Aufgabenstellung, wohnungsnah Versorgungsfunktionen für die eigene Wohnbevölkerung zu sichern und zu stärken. Der Fokus liegt dabei auf dem Erhalt eines attraktiven Lebensumfeldes.

Für die Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Gemeinde Ahrensfelde sind konsequente Handlungsleitlinien erforderlich. Bezogen auf die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich diese aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gemeinde Ahrensfelde, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (z.B. demographische Entwicklung, Angebots- und Nachfragesituation, verkehrliche Situation) ab.

Ein erklärtes Ziel des Zentrenkonzeptes ist insbesondere die Stärkung bzw. Entwicklung des Ortskerns Ahrensfelde als multifunktionales, lebendiges Zentrum. Im Wettbewerb mit den weiteren Einzelhandelsstandorten in Ahrensfelde (insbesondere Kaufpark Eiche) bedarf es einer konkreten Aufgabenteilung, die der Entfaltung realistischer Entwicklungsperspektiven zentrenintegrierter Angebotsstrukturen nicht entgegensteht, sondern durch gezielte Ansiedlungslenkung befördert.

Gleichzeitig ist eine leistungsfähige aber bevorzugt städtebaulich integrierte Nahversorgung zu gewährleisten, die sich an den Besiedlungsstrukturen und auch der Erreichbarkeit aus den Ortsteilen orientiert. Aktuell sind im Gemeindegebiet Versorgungslücken zu konstatieren, welche insbesondere in Hinblick auf künftige Baugebietsentwicklungen zu verringern sind.

Zu den wesentlichen Zielsetzungen für die Weiterentwicklung der Standortstrukturen im Einzelhandel von Ahrensfelde zählt folglich die Stärkung eines komplementären Systems von Einzelhandelsstandorten, welches zur Vernetzung und Abstimmung des Branchenmixes führt. Darin eingebunden sind explizit auch die Ergänzungsstandorte, die teilweise Chancen zur Ansiedlung von Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment bieten. Bestehende Standortstrukturen bilden dafür eine geeignete Basis, der eingeschlagene Weg bedarf jedoch einer konsequenten und raumordnerisch verträglichen Fortführung.

Die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde und folglich die Kundenbindung für die Einwohner in den Ortsteilen werden maßgeblich von urbanen Strukturen mit möglichst flächendeckend gesicherter Nahversorgung, einem individuellen und zielgruppenorientierten Ortskern sowie einer abgestimmten Funktionsteilung zwischen zentralen Versorgungsbereichen und weiteren Standorten geprägt.

Das Anforderungsprofil für die Gemeinde Ahrensfelde wird dementsprechend zukünftig durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkten untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels sollen zentrale Versorgungsbereiche in den Ortsteilen Ahrensfelde und Blumberg als Handels- und Dienstleistungsschwerpunkte entwickelt werden und die Ansiedlung wichtiger zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Angebote prioritär in diesem Bereich erfolgen. Der Ahrensfelder Ortskern bedarf des Schutzes bestehender Strukturen, aber auch deren weiteren Ausbau mit dem Ziel, den Ortskern als lebendiges Zentrum der Gemeinde zu entwickeln. Bestehende und künftige räumliche und angebotsseitige Entwicklungspotenziale müssen aufgegriffen werden, um zukünftig die Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs stärker wahrnehmen zu können, hierfür ist auch die Weiterentwicklung des Branchenmixes von Bedeutung. Dabei steht die frequenzbringende Wirkung der Grundversorgung im Mittelpunkt, für eine Verdichtung zentrenrelevanter Angebotsstrukturen stellen die Wechselwirkungen mit dem Kaufpark Eiche einen begrenzenden Wettbewerbsfaktor dar.

- Die Einzelhandelsangebote im Ahrensfelder Ortskern müssen mit weiteren Funktionsbereichen wie Verwaltung, Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt werden, um eine Funktionsbündelung als erweiterte Grundversorgung für das Gemeindegebiet zu entfalten.
Auch für die Entwicklung des neuen Nahversorgungszentrums Blumberg ist ein Funktionsmix von Einzelhandel und nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen (z.B. Friseur, Bankfiliale) und Gastronomie anzustreben.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentrenkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Für die einzelnen Ortsteile von Ahrensfelde ist die Nahversorgung sicherzustellen. Dort, wo keine wirtschaftliche Tragfähigkeit für Lebensmittelmärkte besteht, sind kleinteilige Nahversorgungslösungen in Betracht zu ziehen.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevantem Sortiment sollen vorrangig in städtebaulich integrierter Lage erfolgen und haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Zentrenkonzeptes unterzuordnen. Diese sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.
- Städtebaulich integriert ist in dem Sinne zu fassen, dass eine weitgehende Integration in zentrale Versorgungsbereiche sowie in Nahversorgungsstrukturen vorliegt, die auch für nichtmobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen sind.

6.2. Entwicklungstrends im Einzelhandel und deren Einfluss in der Gemeinde Ahrensfelde

6.2.1. Veränderungen der Betriebsformen und Verkaufsflächenanforderungen

Entwicklungen auf Angebotsseite

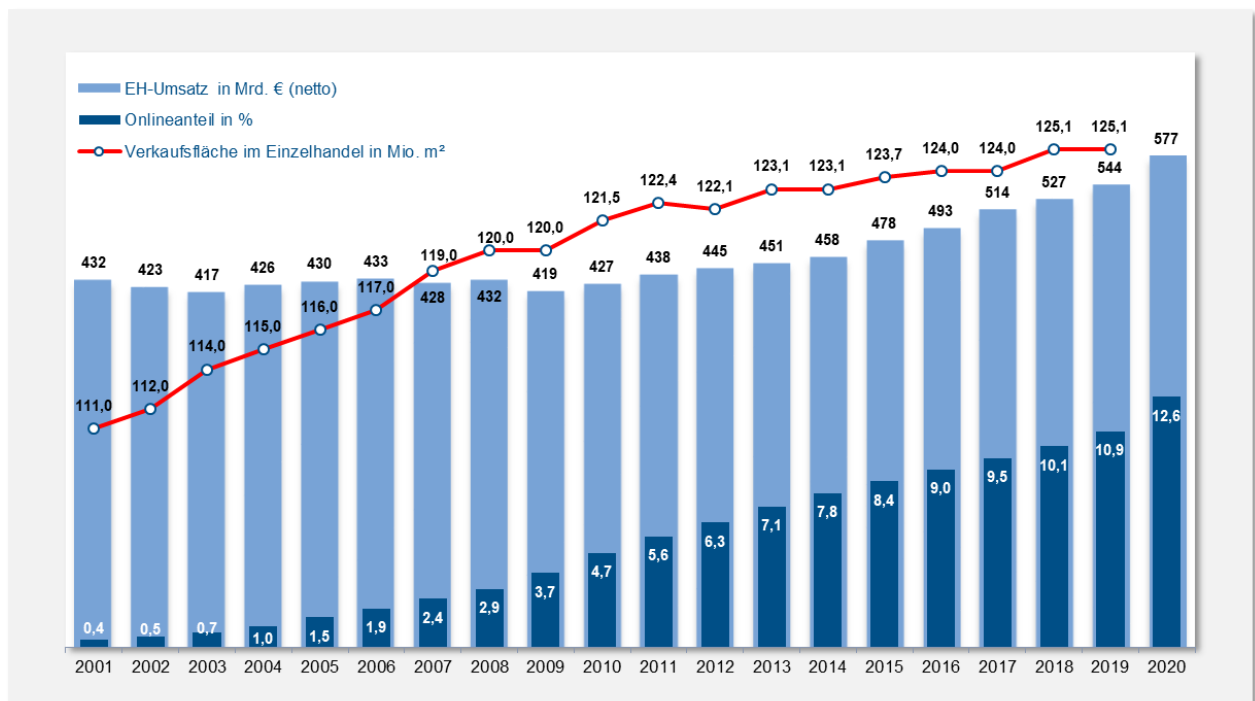
In den letzten Jahren zeigt sich in Deutschland eine weitgehend stabile Konjunktur, von der auch der Einzelhandel profitieren kann. Durch kontinuierliche **Umsatzsteigerungen** der letzten Jahre wird für das Jahr 2020 ein Umsatz von 577 Mrd. € ausgewiesen, was einem absoluten Höchstwert entspricht.

Demgegenüber sieht sich der Einzelhandel mit der immer größer werdenden **Konkurrenz des Onlinehandels** konfrontiert. So ist das Umsatzwachstum der letzten Jahre auch auf ein stetiges Wachstum des Onlinehandels zurückzuführen, welcher im Jahr 2020 bereits einen Marktanteil von 12,6% erreicht hat. Die hohe Steigerung gegenüber dem Vorjahresniveau ist auf pandemiebedingte Sondereffekte (COVID-19-Pandemie) mit vorübergehender Schließung des stationären Einzelhandels und damit verbundener Ausweitung des Onlinehandels zurückzuführen.

Bemerkenswert ist der Anstieg der **gesamten Verkaufsfläche** im Einzelhandel um mehr als 10% im Zeitraum zwischen 2001 und 2010, wohingegen die gesamten Einzelhandelsumsätze im gleichen Zeitraum nahezu stagnierten. Seit 2010 findet jedoch nur noch ein geringfügiges Flächenwachstum statt, indessen weisen die Einzelhandelsumsätze in diesem Zeitraum die höchsten Wachstumsraten auf.

Nachfolgende Abbildung stellt die Entwicklungen zusammenfassend dar.

Abbildung 11: Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung im Einzelhandel und Onlineanteil



Quelle: Eigene Darstellung nach HDE Online-Monitor 2021, HDE Zahlenspiegel 2020

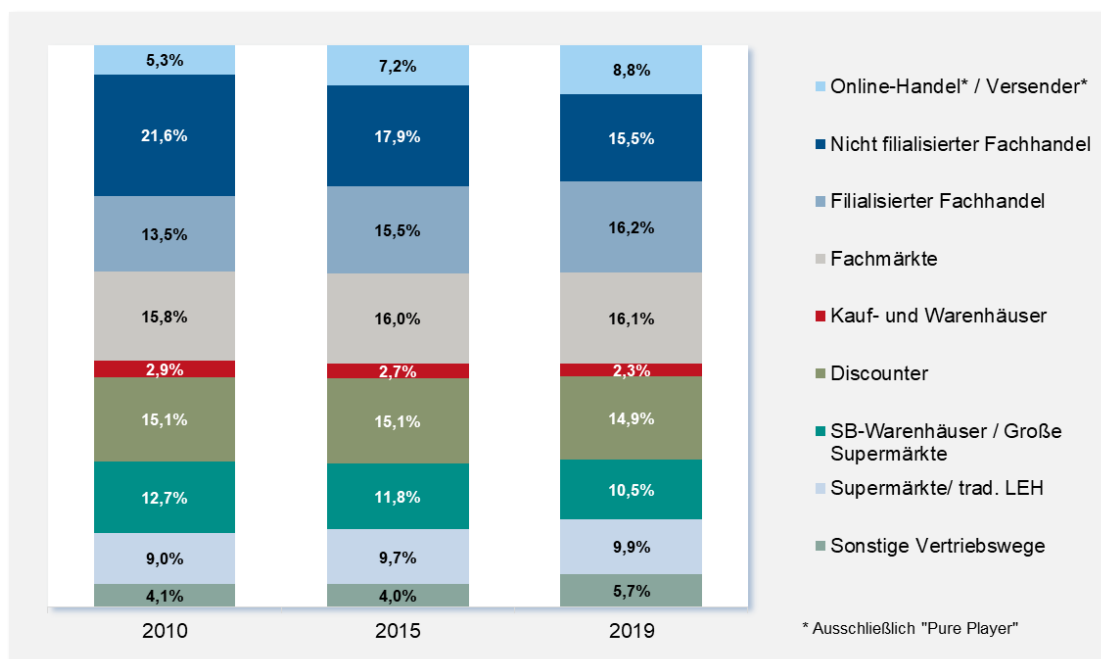
Der Verkaufsflächenzuwachs der letzten Jahre ist wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten, Nonfood-Fachmärkten und auch Shopping-Centern gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen dabei durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukon-

zepte größere Flächen. Die Verkaufsflächenexpansion des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen Jahren größtenteils außerhalb der gewachsenen bzw. traditionellen Geschäftslagen. Insbesondere auf Grund des starken Wachstums von flächenintensiven Fachmärkten und Lebensmittelmärkten an dezentralen Standorten bzw. in Solitärlagen haben Innenstadt- und Nahversorgungslagen sowie Ortsteilzentren Bedeutungsverluste hinnehmen müssen. Die 1A-Lagen der Großstädte zeigten sich in den letzten Jahren stabil bzw. haben in ihrer Bedeutung dazu gewonnen.

Der bereits seit langem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel vollzieht sich dabei insbesondere zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte. Demgegenüber konnten filialisierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountorientierte Handelsunternehmen einen Bedeutungszuwachs erzielen.

Die nachstehende Abbildung veranschaulicht die Veränderung der Marktanteile einzelner Betriebsformen. Zu den Verlierern gehören insbesondere die traditionellen bzw. nicht-filialisierten Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/ Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste. Wesentliche Marktanteilszuwächse sind dagegen im Onlinehandel / Versandhandel auszumachen, was auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen ist. Ferner konnten im betrachteten Zeitraum Discounter und Fachmärkte Marktanteile hinzugewinnen. Das Wachstum dieser Vertriebsformen hat sich jedoch in den letzten Jahren abgeschwächt.

Abbildung 12: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2010 bis 2019



Quelle: Eigene Darstellung nach Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE): Zahlenspiegel 2020

Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel ferner durch einen fortschreitenden Konzentrationsprozess gekennzeichnet, da sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders stark ist dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten.

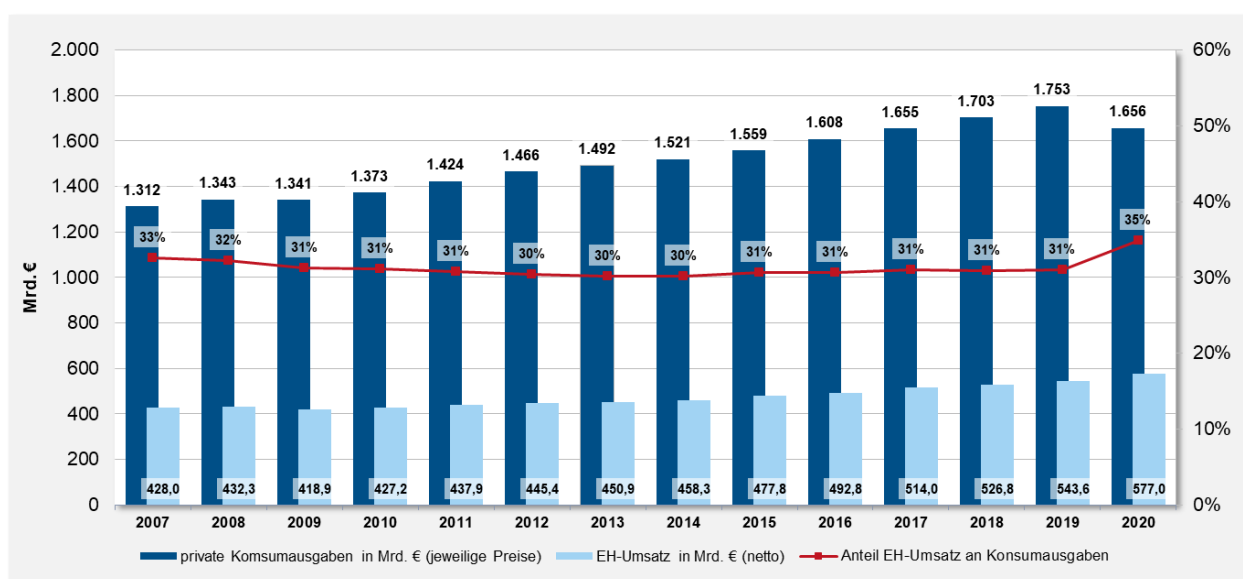
Entwicklungen auf Nachfrageseite

In erster Linie ausschlaggebend für die Umsätze im Einzelhandel sind die privaten Konsumausgaben insgesamt sowie der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben an der Summe der privaten Konsumausgaben. Nachfolgende Abbildung zeigt hierbei die privaten Konsumausgaben in Summe, wobei nahezu durchge-

hend ein Wachstum auf etwa 1.750 Mrd. € im Jahr 2019 zu erkennen ist. Für das Jahr 2020 ergibt sich pandemiebedingt ein Rückgang um fast 100 Mrd. €, vor allem in den Bereichen der Freizeitausgaben und Urlaub.

Die Entwicklung der Einzelhandelsumsätze zeigt eine, abgesehen vom Jahr 2008 auf 2009, kontinuierliche Steigerung auf 577 Mrd. € im Jahr 2020. Andererseits ist erkennbar, dass der Anteil der Ausgaben im Einzelhandel an den privaten Konsumausgaben bis 2014 kontinuierlich abnahm, in erster Linie aufgrund von erhöhten Ausgaben für Freizeitaktivitäten und Urlaub sowie steigenden Kosten für Wohnen und die private Altersvorsorge. Seit 2014 ist jedoch wieder ein leichtes Wachstum des Einzelhandelsanteils zu verzeichnen. Insbesondere im Jahr 2020 stieg der Einzelhandelsanteil stark gegenüber den Vorjahren, zurückzuführen auf große Umsatzsteigerungen im Lebensmitteleinzelhandel und im E-Commerce aufgrund der COVID-19-Pandemie.

Abbildung 13: Private Konsumausgaben, Ausgaben im Einzelhandel sowie deren Anteil



Quelle: Eigene Darstellung nach Statistisches Bundesamt 2021, Statista Hamburg 2021 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Insgesamt unterliegt der Einzelhandel verschiedenen Trends, welche vorwiegend aus veränderten Konsumansprüchen sowie Kundenverhalten resultieren. Für den stationären Einzelhandel führt dies zu einer notwendigen ständigen Anpassung der Konzepte, vor allem um sich gegenüber dem wachsenden Einfluss des E-Commerce zu profilieren („Handel ist Wandel“). Beispiele dafür sind die Anpassung an die in Metropolen relevanter werdende Flächenknappheit. So entstehen in Verdichtungsräumen vermehrt Wohnungen, Arztpraxen sowie Gastronomie über Supermärkten und Discountern (sog. Mixed-Use Immobilien). Betreiber von Lebensmittelmärkten reagieren auf begrenzte Flächenverfügbarkeit in Großstädten mit Kleinflächenkonzepten (z. B. REWE City, EDEKA Xpress), um die Distanz zwischen Einkaufsstätte und Kunden zu verringern. Entsprechende Konzepte bieten zudem einen starken Fokus auf Convenience-Produkte, welche vermehrt nachgefragt werden.

Ebenso relevant für die künftige Einzelhandelsentwicklung ist die ansteigende Bedeutung erlebnisorientierter Konzepte. Ausschlaggebender Punkt ist hierbei, dass im Einzelhandel Erlebnisse geboten werden sollen, welche der E-Commerce nicht bieten kann, beispielsweise durch innovative Ladengestaltung. Der Einkauf wird somit immer mehr zur Freizeitgestaltung, zusätzlich gewinnen umfangreiche Serviceangebote an Relevanz, z.B. das Testen der Produkte oder eine umfassende Beratung.

6.2.2. Digitalisierung im Einzelhandel

Die Entwicklung des Einzelhandels in Ahrensfelde wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- wachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,¹⁵
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computer und Smartphone sowie dem barrierefreien Zugang zum Internet basiert.

Durch die rasante Verbreitung von Smartphones wurde der entscheidende Schritt im Online-Handel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Online-Handel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch.

So wird durch den Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So prognostiziert IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4% des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Ballungsgebieten und Großstädten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4% des derzeitigen Bestands liegen dürfte.¹⁶

Investoren, und damit auch die Kommunen, müssen sich daher in manchen Segmenten tendenziell auf fallende Mieten und kürzere Laufzeiten der Mietverträge einstellen. Auch erhöht sich durch den potenziellen Verlust zahlreicher Ankermieter das Mietausfallrisiko. Zudem wird sich die Polarisierung zwischen guten und weniger guten Objekten und Standorten weiterhin fortsetzen. So ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in Städten mit einem überregionalen Einzugsbereich sowohl in 1-A-Lagen als auch in B- und Nebenlagen positiv entwickeln wird und somit hier ein hohes Investmentpotenzial gegeben ist. Aber schon bei Städten, die nur ein regionales Einzugsgebiet aufweisen, ist nur noch in den 1-A-Lagen ein positives Investmentpotenzial zu erwarten. In den B- und Nebenlagen dieser Städte dürften sich die zukünftige Flächennachfrage und der zusätzliche Flächenbedarf dagegen rückläufig entwickeln. So gehen Handelsnutzer in diesen Städten und in diesen Lagen kaum Kompromisse bzgl. der Grundrissgestaltung, der Objektausstattung und der Miethöhe ein. Für kleinere Gemeinden wie Ahrensfelde hat diese Entwicklung umso mehr Gültigkeit.

Im Fazit ist damit zu rechnen, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Der geschilderte Entwicklungstrend untersetzt nachhaltig die im vorangegangenen Abschnitt dargelegten Handlungserfordernisse zur Weiterentwicklung des Ahrensfelder Ortskerns. Vorrangig muss es gelingen, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren. Gerade Anbieter in Branchen, welche geringe Onlineanteile aufweisen, wie bspw. der Lebensmittelbereich, können hierbei zu einem stabilisierenden Faktor für die Zentren werden.

¹⁵ M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smartphones)

¹⁶ Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

In der Betrachtung der Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce ist jedoch nicht zwangsläufig zu unterstellen: Online gewinnt, offline verliert – dieser Gedankenansatz prägt in der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart die Diskussion über die Zukunft des Handels, beispielhaft für diese These wird die Entwicklung verschiedener Einzelhandelsbranchen angeführt. Tatsächlich erreichen die Marktanteile des E-Commerce bei Fashion & Accessoires bereits ein Viertel des Gesamtmarktes und bei Wohnen & Einrichten rd. 14%. Tendenzen der Konsolidierung des stationären Handels, auch in den vorgenannten Branchen, zeigen jedoch, dass der stationäre Handel keineswegs der Verlierer in diesem Spannungsfeld sein muss. Allerdings muss sich der stationäre Handel auch verändern, d.h. auf traditionelle Stärken (Beratung, Erlebnis) zukünftig wieder besinnen und die Vorteile des Internets für sich nutzen.

Vor diesem Hintergrund sollen folgende Thesen die Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce untersetzen:

■ **Das Internet spielt auch für den stationären Kauf eine immer größere Rolle**

Der Konsument ist digital. Nach verschiedenen Untersuchungen der vergangenen Jahre nutzen 80% der Verbraucher Suchmaschinen, um lokale Informationen zu finden, insgesamt haben 50% der mobilen Suchanfragen einen lokalen Bezug. 76% der Nutzer besuchen danach ein Unternehmen und 49% tätigen einen Kauf.¹⁷ Daraus ist zu schlussfolgern, dass eine Internetpräsenz des jeweiligen Anbieters einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung von Käufern leisten kann. Die digitale Sichtbarkeit ist die große Herausforderung für den Händler. In der Konsequenz ist das Vorhandensein im Internet, z. B. über regionales Online-Marketing sozusagen die „Pflicht“ als Anbieter online aktiv zu werden, die „Kür“ ist ein darauf abgestelltes zukunftsfähiges Geschäftsmodell.

■ **Die Gewinner werden Cross-Channel-Händler sein**

Mit Cross-Channel werden mehrere Kanäle gezielt und integriert bedient und Geschäftsprozesse kanalübergreifend realisiert, darin finden sich die Anforderungen vieler Händler wieder. Es bedeutet, dass der Kunde nicht nur das gleiche Angebot über alle Kanäle hinweg erfährt, sondern er bekommt die Möglichkeit seinen Kaufprozess kanalübergreifend zu gestalten. Er kann sich online informieren und offline kaufen oder umgekehrt. Der Prozess ist integrativ und verfolgt das Ziel der nahtlosen Übergabe vom stationären zum Online-Kanal oder an den Kundenservice. Der Händler kann den Kunden auch animieren, den Kanal zu wechseln, falls entsprechende Kundeninteressen erkennbar sind. Cross-Channel ermöglicht Kundenkontakte in wesentlich breiterer Form und bedeutet damit auch mehr Umsatzchancen. Ein Verzicht auf diese Möglichkeiten schränkt die wirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven des Händlers stark ein.

■ **Hybride Beratungsansätze werden für den stationären Handel überlebenswichtig**

Smartphones und Tablets ermöglichen neue Formen der Warenpräsentation, der Beratung und können der Kundenansprache völlig neue Impulse verleihen. Sogenannte Digital In-Stores mit Smartphones, Tablets sowie interaktivem Mobiliar bieten den Kunden eine Vielzahl von Vorteilen. Zum einen kann sich der Kunde interaktiv bereits im Geschäft informieren, sofern noch kein Verkäufer zur Beratung verfügbar ist, zum anderen bietet ein interaktives Ausprobieren von Produkten gleichzeitig ein Erlebnis, das auch für Promotionaktionen genutzt werden kann. Über eine Visualisierung können 3D-Animationen, z. B. für die Raumgestaltung, eingesetzt und ein wesentlich größeres Warensortiment abgebildet werden als unmittelbar am Ort vorhanden ist. Die Vorteile für die Händler liegen in einer höheren Kundenverweilbarkeit, der Unterstützung im Beratungsgespräch und einem positiven

¹⁷ Quellen: deutsche-startups.de 2014, Google Studie 2014, „Zukunft und Potenziale von Location-based Services für den stationären Handel“, HDE 2014, t3n: „Es ist immer noch SEO“: Warum die Panik vor Mobile und Voice Search unbegründet ist, 2018.

Einkaufserlebnis mit nachhaltiger Kundenbindung. Ziel muss es sein, dass der Kunde die digitale als gute, persönliche Beratung empfindet. Dies ist aber gerade die Stärke des stationären Handels.

■ **Der Flächenbedarf im stationären Handel wird sich durch Virtualisierung deutlich verändern**

Resultierend aus einer immer stärker segmentierten und individualisierten Kundennachfrage, die mit vertiefenden Sortimentsstrukturen einhergeht, sind in der Vergangenheit in verschiedenen Branchen die Flächen vor allem bei Fachmarktkonzepten stetig gestiegen. Diese Entwicklung wird durch die Möglichkeiten der Virtualisierung deutliche Veränderungen erfahren. Bei zunehmender Sortiments-tiefe und -breite kann durch den Einsatz technischer Möglichkeiten wie Tablets die Produktpräsentation wesentlich flächensparender erfolgen. Insbesondere Zubehör, Nischenprodukte (Waren, die nicht ständig nachgefragt werden) und Variationen können so vielfältiger angeboten werden. Über die Virtualisierung der Warenpräsentation können die Vorteile des stationären Handels (persönlicher Kontakt, Beratung etc.) und der virtuellen Absatzkanäle optimal vereinigt werden. Dies eröffnet vor allem auch innerstädtischen Flächenangeboten wieder größere Chancen.

■ **Der Einsatz innovativer Technologien im stationären Handel wird zur Selbstverständlichkeit**

Mit dem Einsatz innovativer Technologien im Handel bewegt sich der Einzelhändler auf „Augenhöhe“ mit dem Kunden. Es bildet sich eine neue Art von Verkaufsgesprächen heraus, die die Beratungskompetenz in eine neue Qualität führen kann und damit dem Kunden ein echtes Einkaufserlebnis vermittelt.

Im Fazit ist festzuhalten, dass zukünftig im Handel das Denken in On- und / oder Offline nicht mehr zeitgemäß ist, sondern die Verknüpfung zu einem echten 360-Grad-Service führt. Für den Händler steigt die Chance, mittels innovativer Angebotskonzepte den Kunden vor Ort zu binden und Umsätze zu generieren. Gerade der Einzelhandel in Klein- und Mittelstädten kann aufgrund der Möglichkeiten vielfältiger Warenpräsentationen und individueller Beratung die Wettbewerbsnachteile gegenüber der Vielfalt und Anziehungskraft großer Einzelhandelsstandorte eingrenzen. Dieser Herausforderung muss sich auch der Fachhandel in Ahrensfelde stellen.

6.3. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Marktentwicklung im Einzelhandel ist gerade vor dem Hintergrund des E-Commerce von Dynamik geprägt, weshalb ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept umso wichtiger für die Steuerung künftiger Entwicklungen ist. Ziel ist es, diese dynamische Entwicklung gezielt zu steuern und städtebaulich in geordnete Bahnen zu lenken, auch in Hinblick auf das stark wachsende Marktpotenzial in Ahrensfelde in den nächsten Jahren. Dabei ist ausdrücklich festzuhalten, dass nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb gewollt ist, sondern vielmehr eine städtebaulich verträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Gemeindeentwicklung einbindet.

Mit dem Einzelhandelskonzept werden nachfolgende Ziele verfolgt, die Zielvorstellungen einer Kommunalentwicklungsplanung aufgreifen und diese speziell für die Einzelhandelsentwicklung in Ahrensfelde konkretisieren und untersetzen:

- **Stärkung der Versorgungsfunktion der Gemeinde Ahrensfelde durch eine qualifizierte und wechselseitig abgestimmte Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und ergänzender Nahversorgungsstrukturen** – Die Analyse der Angebots- und Nachfrageentwicklung zeigt, dass trotz des generellen Nachfragewachstums die Spielräume für Wachstum im Einzelhandel nur waren- und standortspezifisch gegeben sind (vgl. Nachfrageentwicklung bis 2030, Bindungsquoten und Bindungschancen). Nur eine räumlich-strukturelle Weiterentwicklung der Angebotssituation mit einer Konzentration auf eine gezielte Standortstruktur kann die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Ahrensfelde sicherstellen.
- **Erhalt, Stärkung und Weiterentwicklung des Ortskerns Ahrensfelde als multifunktionales Zentrum** – knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Die Kundenbindung aus dem gesamten Gemeindegebiet kann nur im Kontext einer sich wechselseitig ergänzenden Zielgruppenansprache erfolgen. Dabei ist eine Funktionsbündelung für attraktive Erlebnisräume mit hoher Aufenthaltsqualität anzustreben. Aus Sicht des Einzelhandels sollte eine Angebotsverdichtung und Qualifizierung im Schwerpunkt auf eine umfassende Grundversorgung fokussieren. Für Ahrensfelde bedeutet dies, den Ortskern weiter zu stärken und auch die räumlichen Entwicklungspotenziale auszuschöpfen.
- **Konzentration auf eine stabile Zentren- und Standortstruktur** – konsequente Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen, die auch bei einer positiven Nachfrageentwicklung eine gesicherte Grundversorgung und tragfähige Entwicklungsperspektiven bieten. Eine Entwicklung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte konkurrierend zu den zentralen Versorgungsbereichen und ausgewiesenen Nahversorgungslagen ist auszuschließen, dies gilt ausdrücklich auch für konkurrierende Entwicklungen an peripheren Ergänzungsstandorten.
- **Sicherung eines hierarchischen Zentren- und Standortgefüges** - ein hierarchisch gestuftes Zentren- und Standortgefüge bietet die beste Gewähr zum einen für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Gemeindegebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau des Ortskerns und der Ausweisung des Nahversorgungszentrums Blumberg als zentrale Versorgungsbereiche. Zentrale Versorgungsbereiche und die ergänzenden Einzelhandelsstandorte sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, übergeordnete Zentren in deren Funktion jedoch nicht beeinträchtigen.
- **Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen und wohnortnahen Versorgung für den täglichen Bedarf** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (10 min) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität und gewinnt unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an Bedeutung. Insbesondere bei steigenden Einwohnerzahlen ist die Präferenz einer wohngebietsintegrierten, qualifizierten Versorgung gegenüber autoorientierten, vorrangig discountorientierten Standortlagen ein erklärtes Ziel des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Ahrensfelde und unterstützt gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Gemeindeentwicklung, notwendiges Verkehrsaufkommen zu begrenzen.

- **Angebotsverdichtung und –ergänzung im Ortskern** – Die Gemeinde Ahrensfelde verfügt bereits quantitativ über einen hohen Verkaufsflächenbesatz, folglich sind für zukünftige Entwicklungen vorrangig Potenzialflächen zur gezielten Stärkung des Ortskerns einzusetzen. Eine gezielte Lenkung von Einzelhandelsansiedlungen, verknüpft mit einer Begrenzung der weiteren Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist ein notwendiges Erfordernis.
- **Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Gemeindeentwicklung** –Hierzu gehört neben der Integration in Wohnfunktionen insbesondere die Erreichbarkeit der Zentren zu Fuß und per Rad, mittels guter ÖPNV-Erschließung, einer effizienten Auslastung der Verkehrsinfrastruktur durch die Steuerung der Verkehrsströme (Leitsysteme) und eines im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ geknüpften Versorgungsnetzes, welches auch Verkehrsaufkommen mindert.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit für zentrale Versorgungsbereiche und für die Nahversorgungsstrukturen** – Die Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung von Ahrensfelde an einem System von zwei zentralen Versorgungsbereichen und abgestimmten Ergänzungsstandorten sichert nicht nur den Erhalt attraktiver und lebenswerter Gemeindestrukturen, sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche sowie standortspezifische Versorgungsaufgaben, unter Berücksichtigung der prognostizierten Nachfrageentwicklung und Maßnahmen der übergeordneten Gemeindeentwicklung, führt insgesamt zu einer straffen Zentren- und Standortgliederung in überschaubare aber auch wirtschaftlich tragfähige Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereiche (funktional und räumlich). Sie wirkt einer Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen entgegen und trägt zur kleinräumigen Gemeindeentwicklung ebenso bei, wie zur Gesamtausstrahlung der Gemeinde Ahrensfelde als Einzelhandelsstandort.

6.4. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen der Gemeinde Ahrensfelde auf, ist ausgerichtet an der Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen bis regionalen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung unter Berücksichtigung aktueller Planvorhaben.

Grundsätzlich zu unterscheiden ist zwischen den städtebaulich integrierten Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche), wohnortintegrierten Nahversorgungslagen und nicht integrierten Ergänzungsstandorten bzw. Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.

Zentrale Versorgungsbereiche:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt/Ortskern) oder auf Teilbereiche (Ortsteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.¹⁸
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsgebiete auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und Pkw.
- Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Ahrensfelde erfolgt im Funktionsschwerpunkt als Einzelhandels- und Dienstleistungszentren mit entsprechendem Bezug zur jeweils räumlichen Versorgungsfunktion. Zu unterscheiden sind der Ortskern Ahrensfelde sowie das potenzielle Nahversorgungszentrum Blumberg.

Nahversorgungslagen:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnahe oder, aus Sicht peripherer Siedlungsgebiete, zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich ab. Sie erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu dem zentralen Versorgungsbereich und dienen der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung.
- Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Ortsteiles beitragen. Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), einschließlich angeschlossenen Lebensmittelhandwerk (Bäcker und / oder Fleischer).
- Eine Ergänzung durch Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

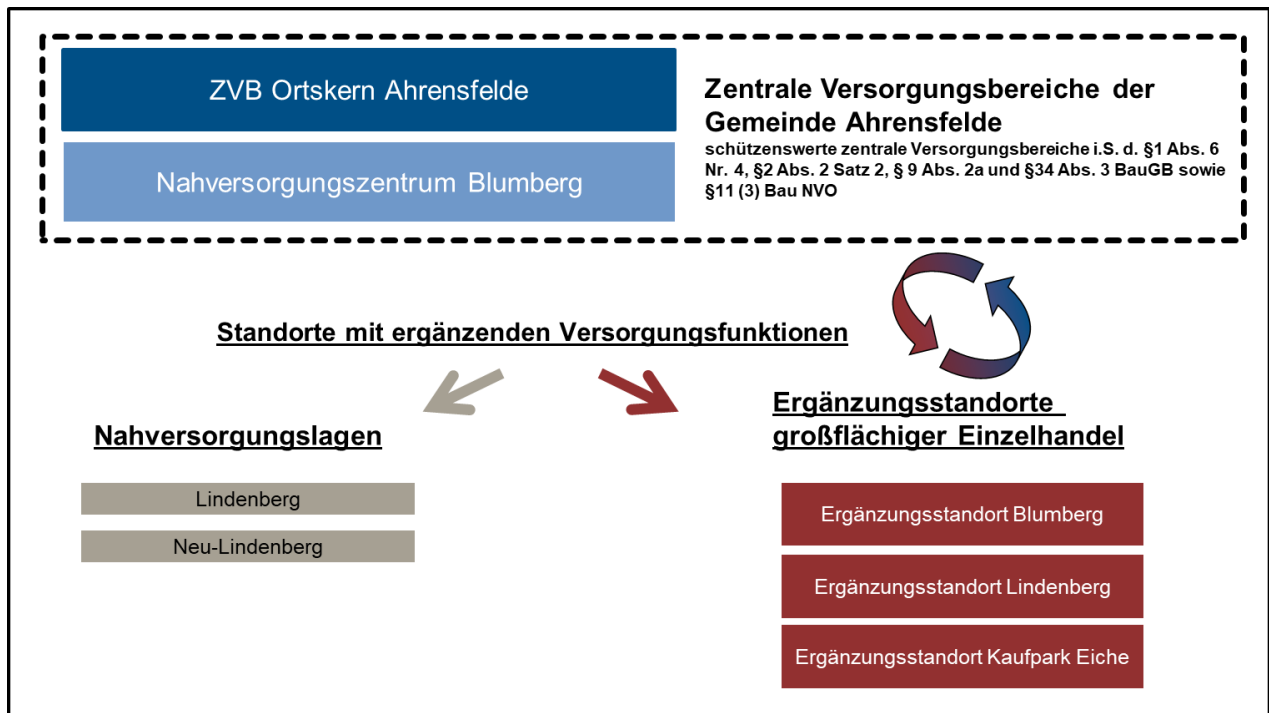
Mit der Aufnahme der zwei Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Ahrensfelde wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum

¹⁸ Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

Erhalt dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Ortsteile, Wohngebiete).

Folgende Zentren- und Standortgliederung sowie deren Arbeitsteilung wird empfohlen:

Abbildung 14: Zentren- und Standortkonzept der Gemeinde Ahrensfelde



Zentrale Versorgungsbereiche Ortskern Ahrensfelde und Nahversorgungszentrum Blumberg:

- Der Ortskern von Ahrensfelde soll zukünftig als Handels- und Dienstleistungszentrum bevorzugt entwickelt werden. Daraus leiten sich spezifische Aufgabenstellungen zum Schutz und zur Entwicklung der Angebotsstrukturen ab.
- Im Ortsteil Blumberg soll das neu ausgewiesene Nahversorgungszentrum künftig eine umfassende Grundversorgung des Ortsteils bieten. Durch die Lage im nördlichen Gemeindegebiet ergänzt das Nahversorgungszentrum somit räumlich die Versorgungsfunktion des Ortskerns Ahrensfelde im nördlichen Gemeindegebiet.

Sicherung der weiteren Nahversorgung:

- Zur Sicherung einer wohnort- und wohnungsnahen Grundversorgung werden zwei Nahversorgungslagen ausgewiesen.
- Im Ortsteil Lindenberg wird die Nahversorgungslage Lindenberg mit einem bestehenden ALDI-Markt als Magnetanbieter um eine neue, noch zu entwickelnde Nahversorgungslage südlich des Siedlungsgebiets Neu-Lindenberg ergänzt.

Ergänzungsstandorte:

- Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel erhalten grundsätzlich eine eindeutige Funktionszuweisung.
- Bezogen auf die Gemeinde Ahrensfelde dominiert der Ergänzungsstandort **Kaufpark Eiche** die gemeindlichen Angebotsstrukturen, erzielt jedoch insbesondere eine Ausstrahlung auf Berlin-Hellersdorf.
- Die Ergänzungsstandorte **Blumberg** und **Lindenberg** bieten durch nicht-siedlungsintegrierte Lage die Möglichkeit der Einbindung typischer peripherer Angebots- und Versorgungsstrukturen im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich.
- Die nicht integrierten Ergänzungsstandorte sollen zukünftig einen weiteren Ausbau des Zentrengefüges und der Nahversorgung in keiner Weise gefährden. Folglich sind Veränderungen an den Ergänzungsstandorten grundsätzlich nach ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. Nahversorgungslagen zu bewerten und unerwünschte Entwicklungen auszuschließen. Die Ergänzungsstandorte sind hinsichtlich ihrer Ausdehnung und branchenspezifischen Nutzungen bauplanungsrechtlich abzusichern.

Karte 9: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Gemeinde Ahrensfelde



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungslagen wie folgt zu definieren:

.....

**Zentraler Versorgungsbereich
Ortskern Ahrensfelde**

- umschließt das räumliche Entwicklungspotenzial eines funktional zusammenhängenden Ortskerns
 - gesamtgemeindliche Ausstrahlung mit Fokus auf das südliche Gemeindegebiet
 - Strategie der qualifizierten Entwicklung - Verdichtung der Angebotsstrukturen, Strukturierung und Qualifizierung des Einzelhandelsbesatzes
 - umfassendes Branchenmixkonzept zur Sicherung einer qualifizierten Grundversorgung mit ergänzenden Einzelhandelsangeboten im mittel- und langfristigen Bereich sowie vielfältigen weiteren Funktionsschwerpunkten aus den Bereichen Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung und Freizeit
-

**Nahversorgungszentrum
Blumberg (in Planung)**

- Standort in zentraler Lage des Ortsteils im Kreuzungsbereich der B158 mit der Elisenauer Straße gelegen
 - fußläufig erreichbare Grundversorgung für das wohnungsnahe Umfeld - durch gute Verkehrsanbindung darüber hinaus auch gesamtgemeindliche Ausstrahlung mit Fokus auf das nördliche Gemeindegebiet
 - Angebotsausrichtung: Einzelhandelsanbieter mit Schwerpunkt nahversorgungsrelevanter Sortimente ergänzt durch weitere Fachgeschäfte und diverse Dienstleistungen, auch soziale und kommunale Funktionen
 - ein Lebensmittelmarkt und ein Drogeriemarkt als strukturbildende Betriebe sind als erster Entwicklungsschritt vorgesehen, welche durch oben genannte Nutzungen perspektivisch ergänzt werden
-

Nahversorgungslagen

- Lindenberg
 - Neu-Lindenberg
- grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker / Fleischer) im Eingangsbereich
 - wohngebietsintegrierte, fußläufige Versorgung mit Lebensmitteln ergänzend zu zentralen Versorgungsbereichen
 - Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit dem eigenständigen Nahversorgungspotenzial
 - Ergänzung durch Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen
 - städtebaulich integrierte Lage ist auch für nicht mobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen

6.4.1. Zentraler Versorgungsbereich – Ortskern Ahrensfelde

Der Ortskern von Ahrensfelde bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, §9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Ein wesentliches Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist der Erhalt und die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Ortskern Ahrensfelde im Spannungsfeld mit den ergänzenden Einzelhandelsstandorten in der Gemeinde.

Ahrensfelde verfügt über einen urban gewachsenen Ortskern, der sich entlang der Dorfstraße erstreckt. Eingeschlossen in die Abgrenzung sind auch Teile der Feldstraße und der Lindenberger Straße. Die lange Ausdehnung ist in der historisch gewachsenen Konzentration der Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe entlang der Dorfstraße zu begründen.

Aus Einzelhandelssicht sind zwei Versorgungsschwerpunkte gegeben, einerseits der Supermarkt EDEKA, andererseits dem Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount. Beide Lebensmittelmärkte zeigen sich mit attraktivem und marktkonformem Auftritt und weisen ein hohes Bevölkerungspotenzial im fußläufigen Umfeld auf, welche jedoch mehrheitlich auf die auf Berliner Flur gelegene Großwohnsiedlung entfallen (siehe Tabelle 10 im Abschnitt 5.5). Entlang der Dorfstraße sind vereinzelt kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vertreten.

Innerhalb des Ortskerns ist jedoch eine größere Konzentration von Dienstleistungsbetrieben zu erkennen, ergänzt durch vereinzelte Gastronomiebetriebe.

Abbildung 15: Ansichten zum zentralen Versorgungsbereich Ortskern Ahrensfelde



Nahversorgungsschwerpunkt mit EDEKA und Netto Marken-Discount

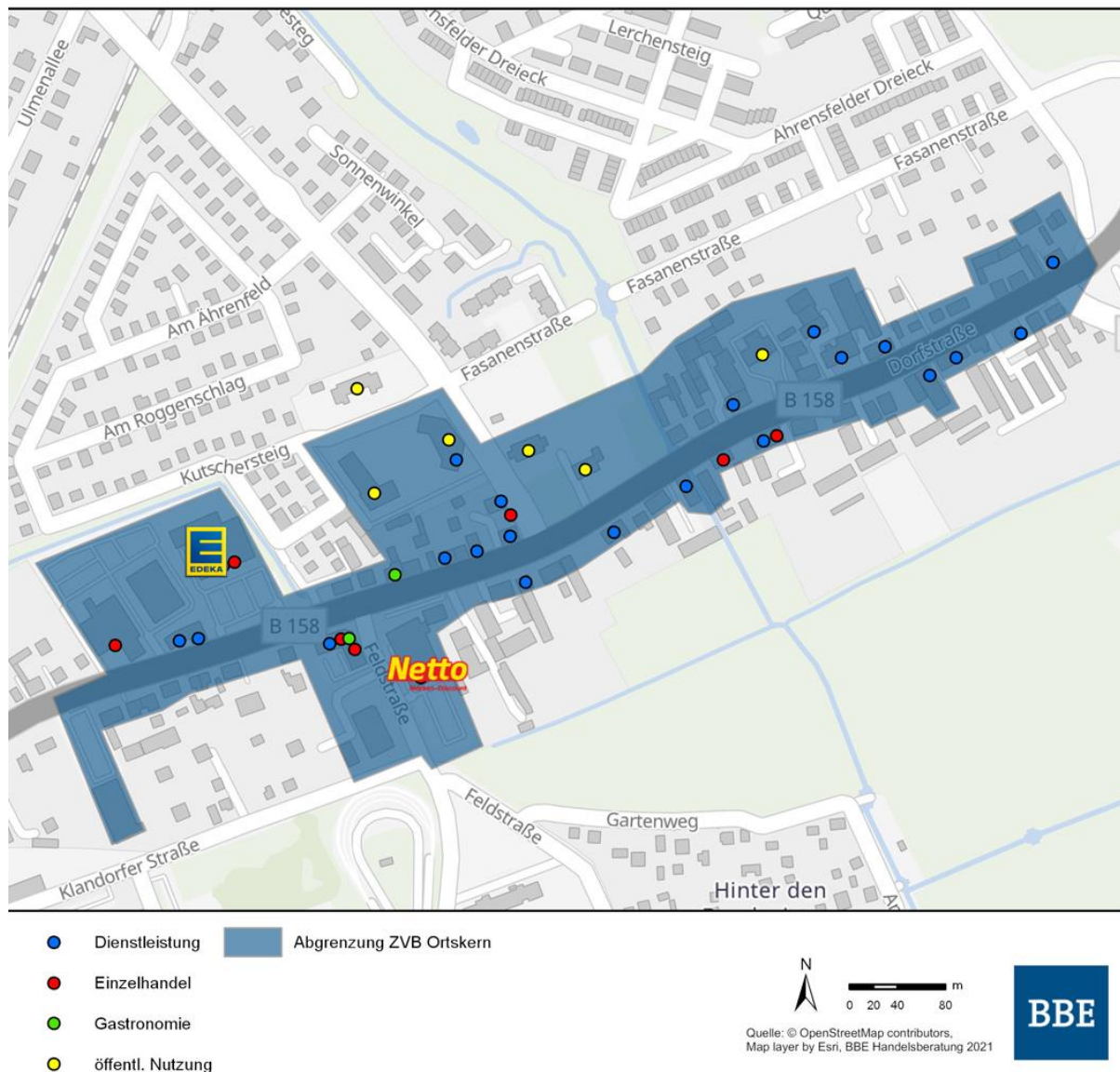


Dorf-Apotheke und Gastronomiebetrieb

Fachgeschäft und Dienstleistungsanbieter in der Lindenberger Straße

Quelle: Eigene Aufnahmen, August 2021

Insgesamt verfügt der Ortskern über einen guten Nutzungs- und Branchenmix, jedoch mit großem Schwerpunkt auf Dienstleistungen (u.a. Friseur, Reisebüro, Physiotherapie, Arztpraxen). Hervorzuheben ist eine größere Ansammlung von Kfz-Händlern bzw. Kfz-Werkstätten. Gastgewerbliche Angebote sind nur in einem geringen Umfang vertreten (z.B. ein Restaurant, eine Pension), hier bedarf es weiterer Ansiedlungen und Verdichtung. Für zusätzliche Frequenz im Ortskern sorgen der Sitz der Gemeindeverwaltung in der Lindenberger Straße sowie öffentliche und kirchliche Angebote, darunter eine Bibliothek.

Karte 10: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Ahrensfelde

Die Abgrenzung schließt neben den Funktionsschwerpunkten um EDEKA, Netto oder der Gemeindeverwaltung auch die straßenbegleitende Bebauung entlang der Dorfstraße ein, maßgeblich sind in diesen Abschnitten die Baukanten.

Insgesamt sind im Ortskern neun Einzelhandelsbetriebe mit einer gesamten Verkaufsfläche von rd. 3.080 m² vertreten, was lediglich rd. 4% der gesamten Verkaufsfläche der Gemeinde entspricht. Die Einzelhandelsstruktur ist bis auf die beiden Lebensmittelmärkte und einem Fachgeschäft für gebrauchte Möbel durch kleinteilige Ladenlokale mit maximal 50 m² geprägt.

Der Schwerpunkt der Angebotsstruktur liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel ist insbesondere im südlichen Gemeindegebiet eine gute Bindung an den Ortskern vorhanden, die es auch zukünftig zu sichern gilt. Neben den beiden Lebensmittelmärkten ist insbesondere die Dorf-Apotheke hervorzuheben, welche eine wichtige Versorgungsfunktion für die gesamte Gemeinde besitzt.

In den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs sind im Ortskern jedoch kaum Einzelhandelsstrukturen vorhanden. Insbesondere die sonst typischen Innenstadtsortimente wie Bekleidung und Schuhe fehlen gänzlich. Die Versorgung mit Gütern in diesen Warengruppen wird mehrheitlich vom Kaufpark Eiche abgedeckt.

Zur weiteren Qualifizierung des zentralen Versorgungsbereiches als lebendigen Ortskern wird eine Verdichtung des Angebotsmix empfohlen, der vor dem Hintergrund des Onlinehandels neben Einzelhandelsnutzungen auch stärker Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen fördert.

Eine größere Ladenfläche im südlichen Bereich des Ortskerns in der Dorfstraße 7, welche zuletzt durch den russischen Lebensmittelmarkt Ledo genutzt wurde, steht seit einem Brand nicht mehr zur Verfügung, das Grundstück stellt sich jedoch als Potenzialfläche für den Einzelhandel dar. Für das Grundstück westlich des EDEKA-Markts gab es in der Vergangenheit Überlegungen, diese Fläche mit verschiedenen Nutzungen (unter anderem Getränkemarkt) zu entwickeln. Aus Sicht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes würde eine derartige Planung als Stärkung eines Magnetstandorts innerhalb des Ortskerns ausdrücklich unterstützt.

6.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Blumberg (in Planung)

Zur Verbesserung der Nahversorgungssituation ist zentral im Ortsteil Blumberg die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums vorgesehen. Grundlage hierfür bildet der in Aufstellung befindliche Bebauungsplan "Nahversorgung" OT Blumberg, dieser differenziert das neue Nahversorgungszentrum in ein Mischgebiet und ein Sondergebiet großflächiger Einzelhandel.¹⁹

Perspektivisch wird im Schwerpunkt eine umfassende Grundversorgung angestrebt, im aktuell vorgesehenen ersten Entwicklungsschritt bereits durch die Standortkombination eines Lebensmittel-Vollsortimenters (voraussichtlich REWE) mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.840 m² sowie einem Drogeriemarkt (voraussichtlich dm) mit rd. 670 m² als Magnetanbieter im ausgewiesenen Sondergebiet des genannten Bebauungsplanes (in Aufstellung). Auf dem westlich angrenzenden Mischgebiet ist eine städtebauliche Entwicklung mit verschiedenen Nutzungen vorgesehen, grundsätzlich ist auch eine Einbindung weiterer, kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe möglich.

Die 10 min Gehzeitzone umfasst nahezu den gesamten Kernort Blumberg mit rd. 780 Einwohnern, für die durch die Ansiedlung der beiden Märkte erstmalig eine fußläufig erreichbare Versorgungsmöglichkeit entsteht. Wohnortnahe Versorgungsfunktionen werden infolge einer guten Erreichbarkeit durch die Lage an der B158 und der Elisenauer Straße allerdings für den gesamten Ortsteil Blumberg übernommen (ca. 2.510 Einwohner).

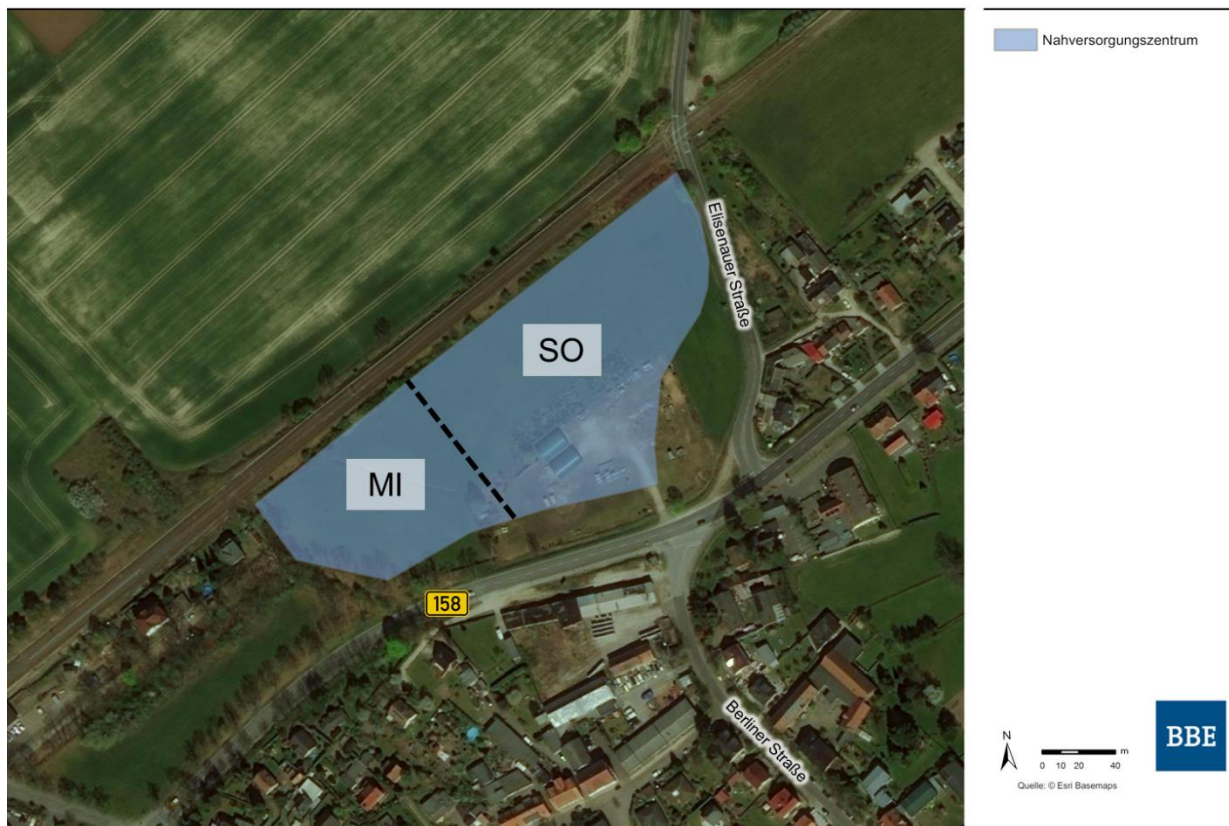
Die räumliche Ausprägung und die Dimensionierung der beiden Magnetanbieter entspricht den zu übernehmenden Versorgungsfunktionen als Nahversorgungszentrum, insbesondere in Hinblick auf das prognostizierte Einwohnerwachstum des Ortsteils auf rd. 2.810 Einwohner (vgl. Abschnitt 2.2).²⁰

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst das Grundstück zwischen der Bahntrasse und der B158, welche zeitnah durch eine leichte Verlagerung nach Norden sowie der Errichtung eines Kreisverkehrs im Kreuzungsbereich mit der Elisenauer Straße verkehrlich ausgebaut werden soll.

¹⁹ Bebauungsplan "Nahversorgung" OT Blumberg, Vorentwurf Mai 2021, Arbeitsstand 27.05.2021

²⁰ Die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit der beiden Magnetanbieter wurde anhand der „Auswirkungsanalyse zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes und eines Drogeriemarktes in der Gemeinde Ahrensfelde, OT Blumberg“ vom 16. November 2020 geprüft.

Karte 11: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Blumberg



6.4.3. Integrierte Nahversorgungslagen

Nahversorgungslagen dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen und / oder wohnortnahen Nahversorgung im Gemeindegebiet von Ahrensfelde zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche. Sie zeichnen sich durch eine wohngebietsintegrierte Lage aus und beschränken sich in ihrer Funktion auf die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs. Sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten.

Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Ahrensfelde wird ihre funktionale Bedeutung für die Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind definiert als Standorte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) im Eingangsbereich. Eine Ergänzung durch Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung und Ausstattung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante eigenständige Nahversorgungspotenzial abzustimmen. In diesem Kontext bedürfen Erweiterungen der vorhandenen Nahversorgungslagen stets des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).

In der Gemeinde Ahrensfelde übernehmen die folgenden zwei Standorte die Funktion einer Nahversorgungslage, deren Abgrenzung ausschließlich mit der exakten Standortzuordnung durch Straße und Hausnummer bestimmt wird.

Nahversorgungslage Lindenberg

Die Nahversorgungslage Lindenberg im westlichen Gemeindegebiet ist direkt an der Bundesstraße B2 gelegen und ist der postalischen Anschrift Bucher Weg 2 zugeordnet. Eingebunden in das Gebäude sind aktuell der Lebensmitteldiscounter ALDI und Getränkemarkt Hoffmann, zusammen verfügen die beiden Anbieter über eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m².

Die Nahversorgungslage erfüllt alleinige Versorgungsfunktionen für die umliegenden Wohngebiete des Ortsteils Lindenberg mit ca. 3.960 Einwohner. Innerhalb der 10 minütigen Gehzeitzone leben davon rd. 620 Einwohner.

Nahversorgungslage Neu-Lindenberg (in Planung)

Die Nahversorgungslage ist im Kreuzungsbereich der Ahrensfelder Straße mit dem Birkholzer Weg gelegen und umfasst perspektivisch einen Lebensmittelvollsortimenter sowie ergänzendes Lebensmittelhandwerk, die genaue postalische Anschrift ist zukünftig aus der Standortansiedlung abzuleiten.

Die bauliche Umsetzung der Nahversorgungslage ist von der städtebaulichen Entwicklung eines neuen Wohngebiets südlich des Siedlungsgebiets von Neu-Lindenberg abhängig. Künftig schließt die Nahversorgungslage direkt an Wohnbebauung an.

Aufgrund der Lage zwischen vier Siedlungsgebieten (Neu-Lindenberg, Lindenberg, Klarahöh und der Ortsteil Ahrensfelde) kann zumindest die wohnortnahe Versorgung der umliegenden Wohngebiete deutlich verbessert werden. Bereits aktuell leben im fußläufigen Umfeld rd. 300 Einwohner, durch das neu entstehende Wohngebiet ist jedoch mit einem starken Anstieg dieser Bevölkerungszahl auszugehen.

6.4.4. Einbindung und Entwicklung der Ergänzungsstandorte

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde beitragen. Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an dezentralen Ergänzungsstandorten erfolgt grundsätzlich über Festsetzungen in Bebauungsplänen.

In die Standortstruktur der Gemeinde Ahrensfelde werden zukünftig drei Ergänzungsstandorte mit definierter Funktionszuweisung eingebunden

- Ergänzungsstandort Blumberg
- Ergänzungsstandort Lindenberg
- Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche

Nachfolgend werden die drei Ergänzungsstandorte hinsichtlich Standortlage und deren Funktionseinbindung skizziert.

Ergänzungsstandort Blumberg

Der Ergänzungsstandort liegt im Ortsteil Blumberg zwischen dem Blumberger Siedlungsgebiet und dem Ortsteil Ahrensfelde. Der Standort zeichnet sich durch eine hohe Verkehrsgunst an der Bundesstraße B158 in der Nähe des Berliner Autobahnringes aus. Innerhalb des Gewerbegebiets sind mehrere Einzelhandelsbetriebe ansässig, darunter der Bau- und Heimwerkermarkt HELLWEG, der Sonderpostenmarkt Gelbe Halle, eine Tankstelle sowie die Lebensmittelanbieter NORMA inkl. vorgelagertem Bäcker und Getränkeland. Insgesamt besteht am Ergänzungsstandort eine Verkaufsfläche von rd. 13.350 m². Insbesondere der flächengrößte Anbieter HELLWEG erzielt mit dem umfangreichen Angebot eine weitreichende Ausstrahlung, welche durch die gute verkehrliche Anbindung auch über das Gemeindegebiet hinausgeht.

Karte 12: Abgrenzung Ergänzungsstandort Blumberg



Für den Standort liegt der Bebauungsplan „Am Rehhahn“ der ehemals selbstständigen Gemeinde Blumberg vor, aktuell gültig in der 1. Änderung aus dem Jahr 2015. Dieser weist den Bereich des HELLWEG-Baumarkts als Sondergebiet großflächiger Einzelhandel aus, der NORMA-Discounter, der Getränkemärkte sowie der Sonderpostenmarkt Gelbe Halle befinden sich in einem Gewerbegebiet nach §8 BauNVO.

Relevante textliche Festsetzungen betreffen das Sondergebiet, innerhalb dessen ausschließlich großflächige Betriebe der Garten- und Baumarktbranche zulässig sind.²¹

Der Ergänzungsstandort ist zukünftig auf das generell wachsende Marktpotenzial der Gemeinde Ahrensfelde auszurichten, dies schließt auch potenzielle Weiterentwicklungen im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich ein.

Eine städtebaulich relevante Bedeutung der Lebensmittelanbieter für die Nahversorgung ist jedoch in Anbetracht der dezentralen Lage nicht gegeben, Nahversorgungsfunktionen für Blumberg werden auf das neue Nahversorgungszentrum ausgerichtet. Folglich ist eine über den Bestandsschutz hinausgehende, zukünftige Ausdehnung des Angebots im zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich aufgrund der Wettbewerbssituation mit den beiden zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen.

Ergänzungsstandort Lindenberg

Im Ortsteil Lindenberg ist der Ergänzungsstandort Lindenberg verkehrsgünstig an der Bundesstraße B2 in der Nähe der Autobahnen A10 und A11 gelegen. Dieser umfasst den großformatigen Globus Baumarkt, eine Bäckerei und eine Tankstelle. Das Einzelhandelskonzept sieht jedoch bereits die geplante Ansiedlung des Küchenstudios Küchen Aktuell südlich des Baumarkts vor. Bereits im Bestand erzielt der Ergänzungsstandort mit einer gesamten Verkaufsfläche von rd. 7.700 m² eine weitreichende Ausstrahlungskraft.

Der Ergänzungsstandort befindet sich innerhalb des Geltungsbereichs des Bebauungsplans Nr. 1 der ehemals selbstständigen Gemeinde Lindenberg, aktuell gültig in der 1. Änderung aus dem Jahr 1998. Der Geltungsbereich des Bebauungsplans geht allerdings deutlich über den Ergänzungsstandort hinaus. Sowohl der Globus Baumarkt (Baufeld E) als auch der perspektivische Küchenfachmarkt Küchen Aktuell (Baufeld F) sind innerhalb des Bebauungsplans als Gewerbegebiet gemäß §8 BauNVO festgesetzt.

Im Baufeld E, welches den Baumarkt umfasst, ist gemäß Bebauungsplan ein Bau- und Heimwerkermarkt inklusive Gartencenter zulässig, sofern die gewichtete Verkaufsfläche 6.300 m² nicht überschreitet. Zu beachten ist jedoch, dass die einzelnen Verkaufsflächen (Baumarkt, Gartencenter, Freiflächen etc.) einem Bewertungsschlüssel²² unterliegen.²³ Weitere Festsetzungen betreffen den maximalen Anteil der Randsortimente (500 m²) sowie die Einzelaufstellung aller ausgeschlossenen, branchenfremden Warengruppen.

Wie der Ergänzungsstandort Blumberg verfügt der Ergänzungsstandort Lindenberg über eine gute Kundenbindung im Sortimentsbereich Heimwerkerbedarf. Perspektivisch ist Küchen Aktuell am Standort der einzige Anbieter in Ahrensfelde mit dem Hauptsortiment Möbel, sodass eine bisherige Versorgungslücke in diesem Warenssegment aufgegriffen wird.

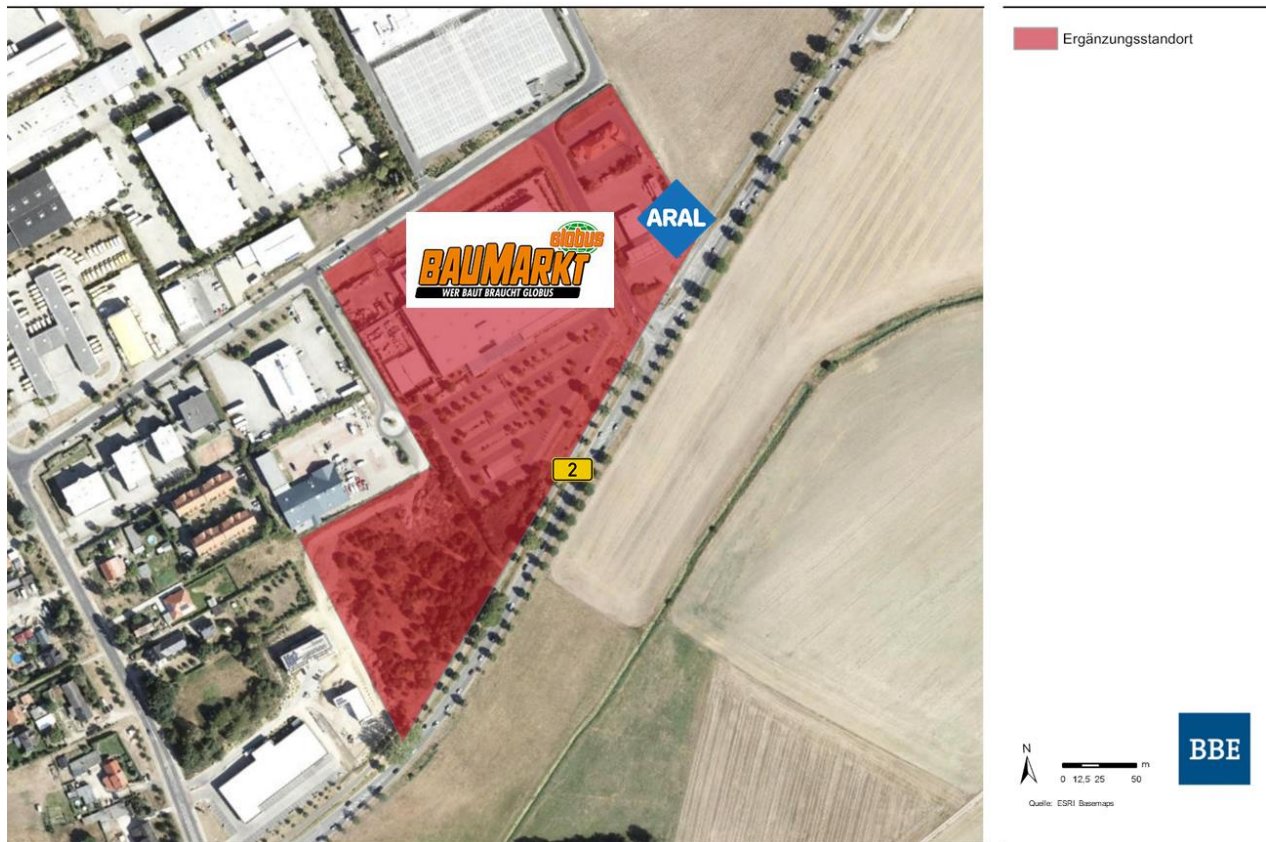
Eine zukünftige Erweiterung des Standortes, über die Ansiedlung des Küchenstudios hinaus, ist nur im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich, angepasst an die Nachfrageentwicklung der Gemeinde Ahrensfelde, zulässig. Im zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich ist im abgegrenzten Ergänzungsstandort und weitergehend im gesamten Geltungsbereich des Bebauungsplanes eine über den Bestandsschutz hinausgehende Ausweitung des Verkaufsflächenbesatzes mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten auszuschließen.

²¹ vgl. Bebauungsplan „Am Rehhahn“ der Gemeinde Blumberg von 2015, Teil B, Bauliche Nutzung

²² Zu beachten ist der Gewichtungsschlüssel im Bebauungsplan, nach welchem Hallen-Verkaufsflächen im Baumarktbereich und beheizte Gartencenter-Verkaufsflächen zu 100%, unbeheizte Gartencenter-Kalthallen zu 50%, außerdem überdachte Freiverkaufsflächen zu 50% sowie sonstige Frei-Verkaufsflächen zu 25% berücksichtigt werden.

²³ vgl. Bebauungsplan Nr. 1 der Gemeinde Lindenberg vom März 1998, 2. Art der Baulichen Nutzung

Karte 13: Abgrenzung Ergänzungsstandort Lindenberg



Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche

Der Ergänzungsstandort ist am südlichen Rand des Gemeindegebiets gelegen, direkt an der Landsberger Chaussee, welche die Gemarkungsgrenze zu Berlin darstellt.

Der Standort wird vorrangig durch das umfangreiche Einkaufszentrum Kaufpark Eiche geprägt, innerhalb dessen entlang einer Mall eine Vielzahl an größeren Fachmärkten, kleineren Fachgeschäften, Dienstleistungen und Gastronomie vertreten ist. Flächengrößter Anbieter ist das SB-Warenhaus Kaufland mit ca. 10.000 m² Verkaufsfläche. Weitere Magnetanbieter sind MediaMarkt, Decathlon, H&M, C&A, Smyths, Adler und die beiden Outlets der Marken Adidas und Nike. Auf dem weitläufigen Parkplatz sind eine Fast-Food-Kette, eine Tankstelle mit Waschanlage und eine Autowerkstatt ansässig, direkt östlich des Hellersdorfer Wegs besteht eine Filiale von Das Futterhaus.

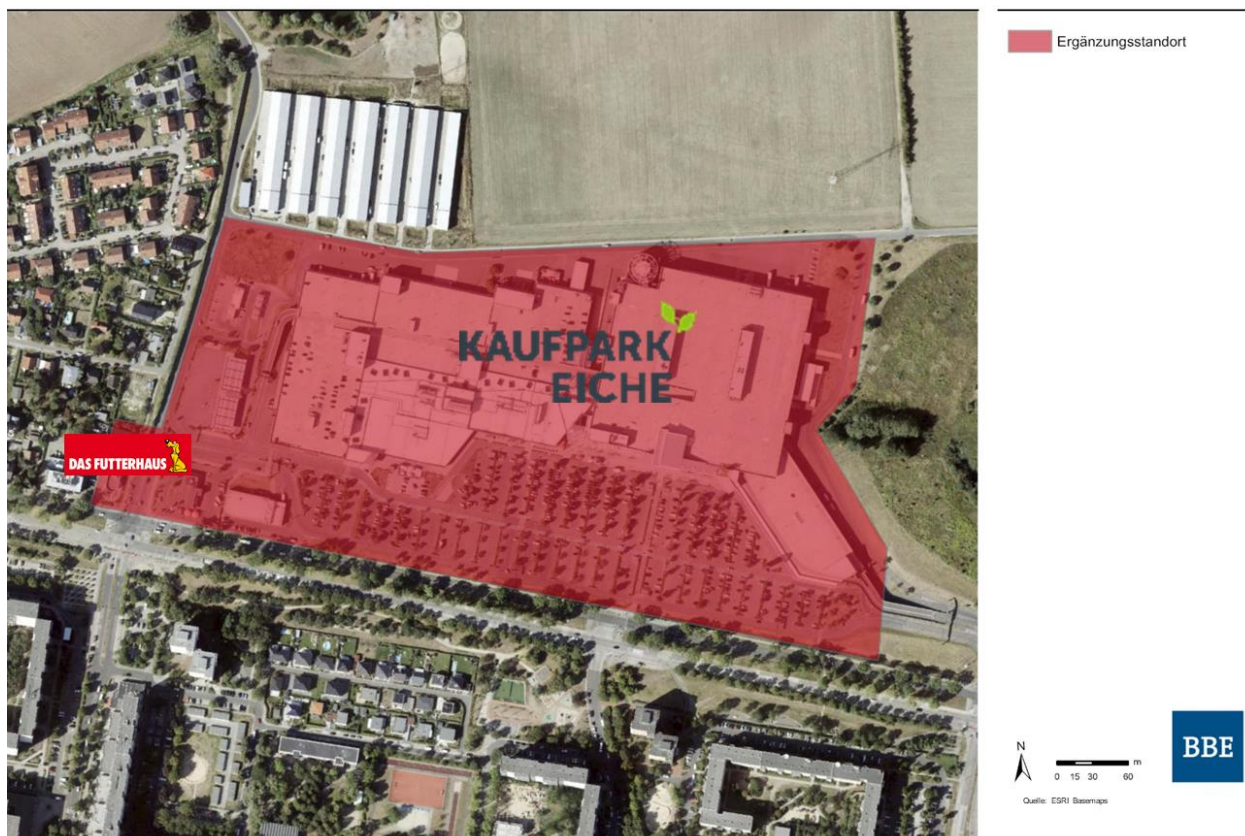
Der Ergänzungsstandort ist verkehrsgünstig an der Landsberger Chaussee gelegen, welche eine wichtige Ausfallstraße aus Berlin darstellt. Südlich dieser Verkehrsachse schließt sich direkt eine weitläufige Großwohnsiedlung in Berlin-Hellersdorf an, was zu einem hohen Bevölkerungspotenzial im fußläufigen Umfeld des Kaufparks Eiche führt. Durch die umfangreichen Parkplatzanlagen spricht das Shopping Center jedoch vorrangig Autokunden an und erreicht somit eine weitreichende regionale Ausstrahlung.

Im Gemeindegebiet von Ahrensfelde stellt der Ergänzungsstandort die mit Abstand höchste Konzentration von Einzelhandelsfläche dar, insgesamt sind 79 Anbieter (rd. 70% aller Anbieter in Ahrensfelde) mit zusammen 139.150 m² Verkaufsfläche vorhanden. Die Bewertung der Ahrensfelder Angebotsstrukturen im Abschnitt 4 zeigte die Standortbedeutung in einem breiten, vor allem auch zentrenrelevanten Warengroupenspektrum.

Das Einkaufszentrum sowie die vorgelagerten Parkflächen unterliegen dem Geltungsbereich des Bebauungsplans Nr. 1 „Landsberger Chaussee – Eiche Süd“ der damals selbstständigen Gemeinde Eiche, aktuell gültig in der vierten Ausfertigung vom Juli 2014. Dieser weist das Einkaufszentrum als Sondergebiet für Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandel aus; die Autowerkstatt, die Tankstelle, und die Autowaschanlage befinden sich in einem Mischgebiet nach §6 BauNVO. Im Sondergebiet wird die maximale Verkaufsfläche auf 45.000 m² beschränkt, davon höchstens 10.000 m² für ein SB-Warenhaus und 35.000 m² für alle Sortimente außer Nahrungs- und Genussmitteln.²⁴ Diese Bestimmungen werden durch den aktuellen Besatz eingehalten.

Der Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche übernimmt auch zukünftig vorrangig regionale Versorgungsfunktionen. Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche in Ahrensfelde ist es jedoch erforderlich, den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten auf den aktuell planungsrechtlich genehmigten Branchen- und Verkaufsflächenbesatz auch perspektivisch zu begrenzen.

Karte 14: Abgrenzung Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

²⁴ vgl. Bebauungsplan Nr. 1 „Landsberger Chaussee – Eiche Süd“ der Gemeinde Eiche, 4. Ausfertigung vom Juli 2014, 1. Art der Baulichen Nutzung

6.4.5. Kleinteilige Nahversorger (Convenience Store)

In den einzelnen, kleineren Orten und Siedlungsbereichen der Gemeinde kann eine verbesserte wohnungsnahe Versorgung zumeist nur über Kleinflächenkonzepte realisiert werden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort. Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. Dabei zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen: Einerseits sind die Einkaufsgewohnheiten aufgrund bisher fehlender Angebote oft auf Kaufkraftabfluss manifestiert (z.B. Einkauf in Verbindung mit dem Arbeitsweg) und erfordern entsprechende Akzeptanz eines neuen kleinteiligen Anbieters, andererseits steigt mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft generell der Nachfrageanteil unmittelbar vor Ort bzw. im unmittelbaren Wohnumfeld. Aus der demographischen Entwicklung leiten sich folglich Chancen für die Nahversorgung ab. Eine zunehmend ältere Bevölkerung ist an einer wohnungsnahe, zumindest aber wohnortnahen Versorgung nicht nur interessiert (u.a. soziale Aspekte), sondern auch bei rückläufiger Mobilität darauf angewiesen. Außerdem sind die zunehmende Sensibilisierung für Umweltbelastungen und die steigenden Kosten des motorisierten Individualverkehrs zu berücksichtigen, beide Aspekte tragen dazu bei, dass immer häufiger „unnötige Fahrten“ vermieden werden. Dennoch ist in einem wohngebietsintegrierten Standort mit begrenztem Kundenpotenzial die tatsächliche Nachfrageabschöpfung realistisch zu bewerten. Erzielbare Bindungsquoten liegen bei maximal 15-20% der jeweiligen Nachfrage. Ursachen für maximal erzielbare Bindungsquoten resultieren aus der Akzeptanz von Zeit-Distanz-Aspekten in Relation zum Einzelhandelsangebot durch den Konsumenten. Kunden orientieren sich verstärkt auf leistungsfähige Einzelhandelsstandorte, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln ist seitens der Kunden jedoch eine parallele Einkaufsstättenwahl zu beobachten. Durchschnittlich versorgen sich Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei 2,9 Betriebsformen²⁵.

Kleinteilige Nahversorgungsstrukturen müssen sich dabei die Kundenakzeptanz erarbeiten. Der Preis, das Frischeangebot und die Qualität der Waren sind wichtige Faktoren, von denen die Entscheidung für einen Einkaufsort abhängt. Diesen Kriterien stehen aber auch Aspekte, wie persönliche Atmosphäre, Vertrauenswürdigkeit der Produkte (z.B. Produkte aus der Region) sowie das Bedürfnis nach Kommunikation, nach „menschlicher Nähe“, gegenüber. Das zunehmende Gesundheitsbewusstsein und regionale Identität bieten Ansätze für neue Angebotsformen. Durch eine spezifische Angebotsausrichtung auf die unmittelbaren Kundenwünsche im Umfeld kann sich der Nahversorger im Standortwettbewerb abheben.

„Kleinteilige Nahversorger“ sind als typische Art der baulichen Nutzung zu charakterisieren, mit einer eigenständigen Ausprägung. Sie stellen sich als Lebensmittel-Fachgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von bis zu 400 m² dar und unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Die Lebensmittel-Fachgeschäfte konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Convenience Stores.²⁶

Nach Umsetzung der dargestellten Planvorhaben in Blumberg und Neu-Lindenberg ist für Ahrensfelde perspektivisch eine gute räumliche Verteilung an Lebensmittelmärkten gegeben, welche somit künftig eines besonderen Schutzes bedürfen. Dennoch ergeben sich Versorgungslücken insbesondere für den Ortsteil Mehrow. Auch für die Randlagen der weiteren Ortsteile, in denen eine wirtschaftliche Tragfähigkeit für einen Lebensmittelmarkt nicht gegeben wäre, bestehen mitunter Chancen zur weiteren Qualifizierung der Grundversorgung durch Erschließung von Entwicklungsspielräumen und Förderung von kleinteiligen Nahversorgungslösungen.

²⁵ HDE Handelsreport Lebensmittel 2020, S. 13

²⁶ vgl. zum Anlagentyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

7. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Ahrensfelde

7.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

Um die Ansiedlung neuer und die Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe in Einklang mit den raumordnerischen und städtebaulichen Zielvorstellungen zu bringen, steht im BauGB und in der BauNVO ein geeignetes und ausdifferenziertes Steuerungsinstrumentarium zur Verfügung. Diese Instrumente müssen allerdings auch konsequent eingesetzt werden.

Für die planerische Steuerung von Standorten zur Neuansiedlung und / oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben bildet ein Einzelhandelskonzept eine unentbehrliche Grundlage, sowohl für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung als auch hinsichtlich der privaten Belange der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber. Dazu bestimmt das Einzelhandelskonzept neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional und legt eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste fest.

Dass ein solches städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist, wird vom Gesetz in § 9 Abs. 2a BauGB für einfache Bebauungspläne im unbeplanten Innenbereich noch einmal ausdrücklich eingefordert.

Über die Bauleitplanung werden die in dem Einzelhandelskonzept festgelegten, städtebaulich gewünschten Standorte durch entsprechende Baugebietsfestsetzungen abgesichert bzw. die Zulässigkeit der Nutzungsarten differenziert bestimmt. Dadurch kann dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten durch Verzicht auf Sondergebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte und durch Festsetzungen zum Ausschluss und zur Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels konsequent begegnet werden.

Ein besonderes Augenmerk gilt nach dem BauGB der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Dieses Anliegen ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 als wichtiger Planungsgrundsatz ausdrücklich erwähnt. In § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB ist im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes sichergestellt, dass sich Gemeinden auch auf die Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen und dadurch zentrenschädliche Planungen in der Nachbargemeinde abwehren können. In § 34 Abs. 3 BauGB ist geregelt, dass von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Der bereits erwähnte § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht ergänzend dazu Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im unbeplanten Innenbereich.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ergibt sich für den überplanten Innenbereich aus § 30 BauGB in Verbindung mit den Baugebietsfestsetzungen des jeweiligen Bebauungsplanes und den Baugebietsvorschriften der BauNVO. Von besonderer Bedeutung ist hierbei der § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach die darin aufgeführten Einzelhandelsgroßprojekte nur in Kerngebieten oder in eigens hierfür festgesetzten Sondergebieten zulässig sind.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO in Bereichen außerhalb des Zentren- und Standortkonzepts sind daher einfach durch einen Verzicht auf die entsprechende Sondergebietsfestsetzung zu unterbinden. Ein Anspruch auf eine solche Sondergebietsfestsetzung ist durch § 1 Abs. 3 Satz 2 BauGB ausdrücklich ausgeschlossen.

Eine planerische Steuerung kann auch für den nicht großflächigen Einzelhandel bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² notwendig sein. Dies gilt vor allem für Anbieter von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Steuerung ist auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (insb. Stärkung der zentralen

Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auszurichten.

Hierzu können in festgesetzten Baugebieten Festsetzungen zum Ausschluss oder zur Beschränkung des (nicht großflächigen) nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB erforderlich werden. Auch vorhandene Einzelhandelsstandorte sind in die Überplanung einzubeziehen, da diese sich durch Erweiterungen oder nachfolgende Ansiedlungen zu Konkurrenzstandorten entwickeln und dadurch die zentralen Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungslagen gefährden können. Hier ist jeweils zu prüfen, ob noch ein erweiterter Bestandsschutz über Festsetzungen nach § 1 Abs. 10 BauNVO bzw. § 9 Abs. 2a BauGB gewährt werden kann oder ob eine Beschränkung auf den passiven Bestandsschutz (d. h. Beschränkung nur auf den genehmigten Bestand) erforderlich ist.

Fazit: Das vorliegende Einzelhandelskonzept stellt den zielgerichteten Ordnungsrahmen für all diese Planungen zur Verfügung. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, muss das Konzept konsequent bauleitplanerisch umgesetzt werden, indem einerseits städtebaulich wünschenswerte Vorhaben durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen planungsrechtlich ermöglicht und andererseits städtebaulich problematische Standortentwicklungen durch Ausschlussfestsetzungen in festgesetzten Baugebieten nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich nach § 9 Abs. 2a BauGB sowie durch die Überplanung von bestimmten Altstandorten vermieden werden.

7.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Ahrensfelder Liste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese vorrangig in die städtebaulich gewünschte Zentren- und Standortstruktur von Ahrensfelde einzubinden, bzw. die ohnehin begrenzten Entwicklungschancen der zentralen Versorgungsbereiche nicht durch weitergehende Entwicklungen an Ergänzungs- bzw. sogar an Streustandorten zu gefährden.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in innenstädtischen Zentren führen kann.

Die Einstufung als „zentrumrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einem Hauptgeschäftszentrum oder Ortskern vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in zentralen Versorgungsbereichen von Ahrensfelde angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch insbesondere im Ortskern umsetzbar sind, sollen diesem auch vorbehalten bleiben. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung in Ahrensfelde existenziell wichtig. Ungeachtet der künftig steigenden Nachfragepotenziale und Bindungschancen ist eine Präferenz der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere des Ortskerns, anzustreben, unabhängig von der Frage, ob das einzelne Sortiment gegenwärtig stärker im Ortskern oder an Ergänzungsstandorten vertreten ist. Eine Konzentration künftiger Entwicklungschancen auf den Ortskern von Ahrensfelde ist die übergeordnete Zielsetzung zur Herausbildung eines lebendigen Ortskerns als Versorgungszentrum.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten,
- eine hohe Beratungsintensität,
- eine hohe Flächenproduktivität,
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in zentralen Versorgungsbereichen vertreten sind und für deren Angebotspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Folglich ist der besondere Schutz einer fußläufigen Nahversorgung ein wichtiges Anliegen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes. Neben der Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu zentralen Versorgungsbereichen können diese bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen ausnahmsweise auch an Standorten zugelassen werden, die

zwar außerhalb zentraler Versorgungsbereiche liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen. Diese als integrierte Nahversorgungslagen in das Zentrenkonzept aufgenommenen Standorte konzentrieren sich ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß der nachfolgend aufgestellten „Ahrensfelder Liste“.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.2002 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Gemeinde Ahrensfelde folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkefachmarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Speziell für die Gemeinde Ahrensfelde ist eine derartige Zulässigkeit ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit zu begrenzen. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemärkte können in die Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Ahrensfelde, insbesondere in die zentralen Versorgungsbereiche oder in die Nahversorgungslagen integriert werden und somit zur Stärkung der Einzelhandelsstandort- und Zentrenstruktur beitragen. Die Verkehrsanbindung der Zentren oder Ergänzungsstandorte ermöglicht eine gute Erreichbarkeit mit dem Pkw.

Tiernahrung / Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf“ werden gegenwärtig in Ahrensfelde vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittel- und Drogeriehandels sowie in den Baumärkten geführt. Fachhandel konzentriert sich auf den Fachmarkt am Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche (Das Futterhaus), in dem zentralen Versorgungsbereich und den weiteren ergänzenden Standorten ist kein Fachhandel vertreten.

Folglich haben die Sortimente „Heimtiernahrung“, „Zoologischer Bedarf“ und „Lebende Tiere“ für die Funktionsfähigkeit des Ortskerns nur eine untergeordnete Bedeutung, sie werden insgesamt für Ahrensfelde als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom qualifizierten Facheinzelhandel, Drogerien sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungsrelevante- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Droge-

riewaren somit zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen.

Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als zentrenrelevant anzusehen.

Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz, mit Store 17 befindet sich zumindest ein kleinteiliger Fachhandel im Ahrensfelder Ortskern. Jedoch ist am Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche mit McPaper und Thalia wesentlicher Fachhandel vorhanden.

Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten folglich als zentrenrelevant zu bewerten, Zeitschriften und Zeitungen zudem als nahversorgungsrelevant.

Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Hausrat / Geschenkartikel, Spielwaren / Hobby / Basteln, Haushaltstextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche), Unterhaltungselektronik / PC / Kommunikation, Elektrohaushaltswaren (ohne Elektrogroßgeräte), Foto/Optik / Akustik, Uhren / Schmuck

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.). Gerade in diesen Warengruppen ist die Steuerung von Entwicklungschancen auf zentrale Versorgungsbereiche von besonderer Bedeutung.

Elektrogroßgeräte werden aufgrund des Flächenbedarfs und der Pkw-Orientierung der Kunden als nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingestuft.

Sportartikel (ohne Campingartikel und Reitsportbedarf)

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten, der maßgebliche Fachhandel ist mit den Anbietern Intersport, Decathlon und den Outlets der Marken Adidas und Nike jedoch außerhalb des Ortskerns von Ahrensfelde am Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche angesiedelt. Die Einstufung als zentrenrelevant lenkt jedoch zukünftige Entwicklungen vorrangig auf den Ortskern.

Campingartikel werden aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt und deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

Das Sortiment Reitsportbedarf wird in Ahrensfelde vorrangig durch den spezialisierten Fachmarkt Reitsport Krämer im Ortsteil Blumberg abgedeckt. Auch dieses Konzept mit umfangreichen Testmöglichkeiten und Ausstellungsflächen wäre in einem zentralen Versorgungsbereich kaum integrierbar und wird deshalb als nicht-zentrenrelevant erachtet.

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Bau- und Heimwerkerbedarf ist in dem zentralen Versorgungsbereich von Ahrensfelde, wie in fast allen anderen Kommunen, nicht vertreten oder wird nur als Teil- oder Aktionssortiment geführt. Aus der Warengruppe Wohnmöbel ist auf die Randsortimente der beiden Baumärkte verwiesen. Einziger Fachmarkt im Möbelsegment ist das Dänische Bettenlager im Kaufpark Eiche. Im Ortskern ist jedoch mit Detlef's Trödel-scheune ein Anbieter für gebrauchte Möbel, teilweise Antiquitäten, vorhanden. Künftig ist mit dem neuen Küchenfachmarkt Küchen Aktuell ein neuer Magnetanbieter im Möbelsegment vorhanden, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs am Ergänzungsstandort Lindenberg.

Dominante Anbieter im Baumarkt-Branchenspektrum sind Globus Baumarkt und HELLWEG an den Ergänzungsstandorten Lindenberg bzw. Blumberg.

Baumärkte und Möbelhäuser haben einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die zentralen Versorgungsbereiche deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Gartenbedarf

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, Topfpflanzen und Pflanzgefäße werden grundsätzlich vor allem über Gartencenter / Gärtnereien und Baumärkte verkauft, die aufgrund ihrer niedrigen Flächenproduktivität und ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Die Waren des Gartenbedarfs werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Schnittblumen werden dagegen zumeist über Fachgeschäfte verkauft, sind daher grundsätzlich als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen, durch ihre Kopplung an das typische Nachfrageverhalten der Verbraucher für den täglichen Bedarf sind sie zugleich als nahversorgungsrelevant einzustufen. Letztere Festlegung erlaubt in der Gemeinde Ahrensfelde auch die Einbindung von Blumenläden in Nahversorgungslagen.

Haustextilien (Haus- und Tischwäsche; Bettwaren), Heimtextilien (Gardinen, Dekorations- und Möbelstoffe, Vorhänge, Kissenbezüge, Auflagen), Teppiche / textile Bodenbeläge

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Ahrensfelde zwar im Schwerpunkt am Ergänzungsstandort Kaufpark Eiche angeboten, zur Steuerung und Aufrechterhaltung zentraler Entwicklungsperspektiven gelten aber die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind. Schwerpunkt der aktuellen Angebotssituation liegt auch im Kaufpark Eiche (Dänisches Bettenlager).

Fahrräder und -zubehör

Fahrradfachhandel ist in Ahrensfelde nur in geringem Umfang und außerhalb der definierten Zentren- und Standortstruktur vorhanden. Das Sortiment wird als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Ahrensfelder Liste“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Gemeinde Ahrensfelde vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Hierarchiestufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben künftig vorrangig dem zentralen Versorgungsbereich des Ortskerns vorbehalten. Nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente bilden darüber hinaus den Kern der Nahversorgungsstrukturen für Ahrensfelde.

Tabelle 11: „Ahrensfelder Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
Blumen	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
Apotheken	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)
zentrenrelevante Sortimente	
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
Bücher, Papier, Schreibwaren/ Büroorganisation	Papierwaren/Büroartikel/Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen und Bettwaren (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche/Teppichboden (aus WZ-Nr. 47.53)
Musikalienhandel	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
Spielwaren, Bastelbedarf, Sportartikel	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65), Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote, Reitsportbedarf (aus WZ-Nr. 47.64.2)
Quelle: Zusammenstellung auf Grundlage der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)	

7.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Gemeinde Ahrensfelde

Die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde ist untrennbar mit einer klaren Funktionsabstimmung in der dargelegten Zentren- und Standortstruktur verbunden. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur und Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Ahrensfelde maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen, Wertigkeiten und Funktionszuweisungen der Einzelhandelsstandorte mit erklärtem Ziel des Erhalts und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere des Ortskerns Ahrensfelde. Folgende funktionale Abstimmung liegt der Zentren- und Standortstruktur zugrunde und ist für deren Weiterentwicklung zwingend einzuhalten:

- Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Ahrensfelde – zielt auf einen erlebbaren Nutzungsmix aus Handel, Dienstleistung und Gastronomie, mit gezielter Lenkung zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsanbieter, soweit diese räumlich und funktional eingebunden werden können. Der zentrale Versorgungsbereich fungiert zugleich als Nahversorgungsschwerpunkt im südlichen Gemeindegebiet, diese maßgebliche Magnetfunktion unterliegt einem besonderen städtebaulichen Schutz.
- Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Blumberg – Fokus auf die wohnungsnahe Versorgung im Ortsteil Blumberg und der wohnortnahen Versorgung im nördlichen Gemeindegebiet.
- Nahversorgungslagen – ergänzen die zentralen Versorgungsbereiche mit dem Ziel einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen oder zumindest wohnortnahen Grundversorgung.
- Als Ergänzungsstandorte mit gesamtgemeindlicher und teilweise regionaler Ausstrahlung sowie anbieterkonkreter Funktionszuweisung fungieren die drei Ergänzungsstandorte als Teil der wechselseitig abgestimmten Standortentwicklung gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen.

Mit dem folgenden Handlungsleitfaden wird das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Die Handlungsschwerpunkte bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der „Ahrensfelder Liste“ zur Festlegung zentrenrelevanter Sortimente wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet.

Der abgesteckte Rahmen für Einzelfallentscheidungen sichert einerseits die notwendige Flexibilität, andererseits bleibt der Fokus auf die gesamtstädtische Entwicklung mit der Stärkung bzw. Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche als herausragendes städtebauliches Ziel gerichtet.

Die jeweiligen Handlungsschwerpunkte geben auch bestehenden Einzelhandelsbetrieben und ansiedlungsinteressierten Anbietern eine Orientierung und gewährleisten die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit.

Handlungsschwerpunkt 1 – Priorität der Ortskernentwicklung

Die Weiterentwicklung und Profilbildung des Ortskerns von Ahrensfelde besitzt oberste Priorität und in Folge sind Investitionen vorrangig auf den zentralen Versorgungsbereich Ortskern Ahrensfelde zu lenken. Der Handel besitzt eine Schlüsselrolle für einen attraktiven Ortskern und dessen Perspektiven. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten bedeutet eine sukzessive Stärkung des Ortskerns im Wettbewerb der Einzel-

handelsstandorte. Dazu ist es notwendig, dass einzelhandelsbezogene und städtebauliche Maßnahmen zur Attraktivierung der innerstädtischen Schwerpunktbereiche umgesetzt werden.

Die Weiterentwicklung von Ahrensfelde als attraktiver Wohnort ist auch durch einen lebendigen Ortskern mit einem weiter verdichteten, profilierten Einzelhandelsbesatz zu erzielen. Die Ansiedlung von Magnetanbietern mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment räumlich zu steuern und verstärkt in die zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere in den Ortskern Ahrensfelde) zu konzentrieren, ist ein erklärtes Ziel, um zukünftig Kundenströme in die Zentren zu lenken und diese im kommunalen und regionalen Standortwettbewerb zu stärken. Perspektiven der Zentren bestehen in der Ausprägung multifunktionaler Nutzungsstrukturen, einer weiteren Qualifizierung bestehender Angebotsstrukturen und deren Verflechtung mit Gastronomie und Dienstleistungsangeboten.

Handlungsschwerpunkt 2 – wechselseitige Standortentwicklung der Zentren- und Nahversorgungsstruktur mit den Ergänzungsstandorten

In der wechselseitigen Standortentwicklung zwischen den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungslagen sowie den Ergänzungsstandorten können letztere jene Entwicklungsperspektiven aufgreifen, die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind.

Die Ergänzungsstandorte erfüllen wichtige gesamtgemeindliche und teilweise regionale Versorgungsfunktionen. Sie greifen jene Entwicklungsperspektiven auf, die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind. Insbesondere der Kaufpark Eiche nimmt eine dominante Markt- und Wettbewerbsstellung ein.

Vor diesem Hintergrund ist eine zukunftsfähige Weiterentwicklung der Angebotsstruktur an den Ergänzungsstandorten zwar grundsätzlich zu unterstützen, Entwicklungsspielräume müssen sich jedoch der Priorität der zentralen Versorgungsbereiche, der wohngebietsintegrierten Nahversorgung und den raumordnerischen Zielvorgaben unterordnen. Folglich wird eine Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächen über den aktuellen Bestand hinaus ausgeschlossen.

Handlungsschwerpunkt 3 – Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung durch die Nahversorgungsanlagen und kleinteilige Nahversorgungslösungen

Die Nahversorgungsanlagen ergänzen die zentralen Versorgungsbereiche zur Sicherung einer möglichst flächendeckenden, fußläufig erreichbaren Nahversorgung im Gemeindegebiet. Deren Angebotsstrukturen sind vorrangig auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten.

Die Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung ist folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung, die aufgrund der Gemeindestruktur von Ahrensfelde sehr differenzierte Anforderungen stellt.

Mit der Aufnahme der Nahversorgungsanlagen in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Gemeinde Ahrensfelde wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt bzw. Entwicklung dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungsanlagen sind zunächst begrenzt auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, einschließlich Filialen des Lebensmittelhandwerks im Eingangsbereich. Eine Ergänzung durch weitere Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist in direkter Nachbarschaft möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.

Eine Ergänzung und Weiterentwicklung von Nahversorgungsanlagen ist möglich, wenn diese:

- eine eigenständige Nahversorgungsfunktion innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen,
- eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen,
- eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungsumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Umfelds)
- und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches und anderer Nahversorgungslagen in Ahrensfelde führen.

In kleineren Ortsteilen und Wohngebietslagen kann durch Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden, folglich unterstützt die Gemeinde Ahrensfelde auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen in weiteren Wohngebieten bis zur Größe des bundesweit üblichen Anlagentyps eines Convenience-Store (maximal 400 m²).

Handlungsschwerpunkt 4 – Begrenzung der Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen

Neuansiedlungen sowie die Erweiterung und Sortimentsveränderungen bestehender Betriebe an Standorten, die nicht in die Zentren- und Standortstruktur integriert sind, sollen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Ausnahmen von dieser Empfehlung können nur zugelassen werden, wenn folgende Kriterien erfüllt werden:

- Die Anbieter sind kleinteilig, dies gilt:
 - bei nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment gemäß Handlungsschwerpunkt 3 bei einer maximalen Verkaufsfläche von 400 m² als Anlagentyp Convenience Store
 - bei zentrenrelevantem Hauptsortiment bei einer Verkaufsfläche von unter 800 m² als Anlagentyp nicht-großflächiger Einzelhandel

oder

- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Ahrensfelder Liste“ zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass vom Vorhaben keine, nicht nur unwesentlichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen ausgehen.
- Ausnahmsweise zulässig sind auch Tankstellenshops sowie Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichen Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Ahrensfelder Liste“) führen und nicht mehr als 10% der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

Handlungsschwerpunkt 5 – Planungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte

In den ausgewiesenen Ergänzungsstandorten sind zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abzusichern bzw. bestehende planungsrechtliche Festsetzungen einzuhalten, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollen.

Handlungsschwerpunkt 6 – Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird durch Beschluss der Gemeindevertretung vom politischen Willen der Kommune getragen.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung



i. V. Johannes Missol
Projektleitung

8. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

Begriffsdefinitionen in Anlehnung an: Definitionssammlung zum Einzelhandelsmarkt der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (2013), Katalog E – Definitionen zu Einzelhandel und Distribution des Instituts für Handelsforschung der Universität Köln (2006).

DIY:

- DIY ist die Abkürzung für Do It Yourself. Als DIY-Sortiment werden alle Heimwerkersortimente zusammengefasst. Die DIY-Branche (synonym Baumarktbranche) bezieht alle Betriebsformen mit Heimwerkersortimenten ein, den Schwerpunkt bilden Bau- und Gartenmärkte.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

- Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung eines Gebiets innerhalb eines Jahres. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen und Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft.
- Bei der Ermittlung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden nur diejenigen Anteile der Kaufkraft berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

Einzelhandelsrelevante Zentralität:

- Der Zentralitätsgrad eines definierten räumlichen Gebietes (z. B. Innenstadt, Gemeinde, Region) gibt an, welche Bedeutung die in diesem Gebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der in diesem und in umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung haben.
- Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100.
- Ein Wert unter 100 zeigt an, dass Handelsumsatz an andere Standorte abgegeben wird. Ein Wert über 100 bedeutet, dass Umsätze von Kunden außerhalb des definierten Gebietes hinzufließen, der Handelsumsatz also größer als das Potenzial der Bevölkerung darin ist.

Fachmarkt:

- Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche (beispielsweise Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder einer bestimmten Bedarfsgruppe (beispielsweise Sportfachmarkt, Baumarkt). Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten.
- Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt.
- Fachmarktkonzepte finden sich in nahezu allen Sortimentsbereichen, so im Bau- und Heimwerker-, Getränke-, Drogerie-, Elektro-, Bekleidung, Schuh-, Sport, Baby-, Heim-tier- und Zoo-, Baby-, Zoo-, Büro-, Garten-, Spielwaren-, Möbel-, Küchen-, Raumausstattung- und Kfz-Zubehörmarkt. Finden sich mehrere Fachmärkte in räumlicher Nähe zueinander, liegt entweder ein Fachmarktzentrum oder eine Fachmarkt-Agglomeration vor.

GPK:

- „GPK“ ist die Abkürzung für die Sortimentsbezeichnung „Glas / Porzellan / Keramik“.

Großflächiger Einzelhandel

- Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Urt. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² beginnt (BVerwG Urt. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.
- Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.
- Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

Kaufkraftbindung:

- Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines bestimmten Gebiets (z. B. einer Gemeinde), der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kernsortiment / Randsortiment:

- Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
- Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Gewichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche).

Lebensmitteldiscounter:

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Non-Food-Umsatzanteil von ca. 10 % - 13 % auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:

- Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen (oder auch Nachfragepotenzial) setzt sich aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, in den einzelnen Warengruppen bzw. für den Einzelhandel insgesamt, zusammen.

Nahversorgungslage:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Nahversorgungslagen sind durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter) gekennzeichnet, i. d. R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und / oder Metzger).
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Nahversorgungszentrum:

- Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine städtebauliche Einheit und ist in das Siedlungsgefüge integriert. Eine räumliche Nachbarschaft zu Wohngebieten ist charakteristisch.
- Nahversorgungszentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Sie übernehmen die lokale Vor-Ort-Versorgung vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung.

SB-Markt:

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m². Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

SB-Warenhaus:

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m². Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) auch eine umfangreiche Non-Food-Abteilung (Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 % - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 60 % - 75 %).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und / oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem auto-kundenorientierten, oft peripheren Standort.

Ergänzungsstandort:

- Ein Ergänzungsstandort ist ein Standort mit meist großflächigem nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel. Er ist autoorientiert und beinhaltet entweder ein oder mehrere Einkaufszentren oder einzelne, große Einzelhandelsbetriebe (z. B. Garten-, Bau-, Möbelbranche) oder beides in Kombination. Meist waren solche Standorte für größere Gewerbebetriebe vorgesehen.

Sortiment, nahversorgungsrelevantes:

- Als nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln, anzusehen. Diese Waren werden von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.
- Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden soll.

Sortiment, zentrenrelevant:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.
- Die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.
- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:

- Wesentliche Merkmale nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind ein meist hoher Flächenanspruch, geringe Kopplungswirkungen und eine eingeschränkte Transportfähigkeit. Diese Artikel werden oft mit handwerklichen Dienstleistungen (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt) oder für gewerbliche Nutzungen (z. B. Baustoffhandel, Büromöbelhandel) angeboten.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente strahlen kein Gefährdungspotential auf gewachsene Zentren aus. Zu beachten sind dabei aber immer zentrenrelevante Randsortimente, die sehr wohl Auswirkungen haben können.

Supermarkt:

- Ein Supermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von ca. 400 bis 2.500 m². Er bietet ein Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Kompetenz im Frische-Bereich an. Ab 800 m² Verkaufsfläche findet sich auch bereits ein höherer Non-Food-Anteil (Umsatzanteil ca. 10 % - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %).
- Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt):

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m². Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Non-Food-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 % - 40 %, Flächenanteil ca. 30 % - 60 %) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche:

- Die Verkaufsfläche bezeichnet alle Flächen, die dem Verkauf dienen (inkl. Gänge, Treppen, Kassenzonen, Schaufenster, Theken, Vorkassenzone, Windfang, Leergutannahme) und dem Kunden frei zugänglich sind sowie dauerhaft genutzte Freiverkaufsflächen.
- Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen sowie Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

Verkausflächenausstattung je Einwohner:

- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beschreibt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl.
- Es ist ein quantitativer Indikator der Versorgung für die Ausstattung eines Gebiets.

Zentraler Versorgungsbereich:

- Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z. B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken. (Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007)
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und Pkw.