



## Jahreskonferenz 2013 Kommunales Nachbarschaftsforum



Einzelhandel: Bestand, Konzepte, Perspektiven, Steuerung

Dokumentation der  
Fachtagung vom 17.04.2013  
In der IHK Berlin  
10623 Berlin

## Impressum

### Veranstalter

Geschäftsstelle des  
Kommunalen Nachbarschaftsforums  
bei der Senatsverwaltung für  
Stadtentwicklung und Umwelt  
Abteilung I, Stadt- und Freiraumplanung

### Informationen

Geschäftsstelle des  
Kommunalen Nachbarschaftsforums  
bei der Senatsverwaltung für  
Stadtentwicklung und Umwelt  
Abteilung I, Stadt- und Freiraumplanung  
Am Köllnischen Park 3  
10179 Berlin  
Frau Karen Hiort  
Tel.: (030) 9025-1354  
E-Mail: [kommunales.nachbarschaftsforum@senstadt.berlin.de](mailto:kommunales.nachbarschaftsforum@senstadt.berlin.de)

### Fachliche Vorbereitung, Organisation, Durchführung und Dokumentation

JAHN, MACK & PARTNER  
Gerlinde Mack  
Mitarbeit  
Nancy Häusel, Anna Meyer



**JAHN, MACK & PARTNER**  
architektur und stadtplanung

### Fotonachweis

Jahn, Mack & Partner,  
Titelbild, Gemeinde Grünheide (Mark)

### Stand der Dokumentation

Juni 2013

## Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	2
Begrüßung.....	2
Allgemeine Entwicklungstendenzen des Einzelhandels.....	3
Erfahrungen und Instrumente der Einzelhandelssteuerung in Berlin und Brandenburg.....	4
Perspektiven der Nahversorgung.....	6
Auswertung der gemeinsamen Aktion zur Anwendung von Steuerungsinstrumenten im KNF.....	9
Podiumsdiskussion.....	9
Resümee.....	11
Referent/-innen und Podiumsteilnehmer/-innen.....	12
Anlageverzeichnis.....	13

## Einleitung

Die aktuellen Trends, und wie man als Kommune mit diesen umgeht, sind Thema der diesjährigen Jahreskonferenz des Kommunalen Nachbarschaftsforums. Erfahrungen und Instrumente der Einzelhandelssteuerung in Berlin und Brandenburg werden unter die Lupe genommen und Perspektiven der Nahversorgung beleuchtet.

Der Einzelhandel ist ein wesentlicher Faktor in der Aufgabe, attraktive Ortskerne zu entwickeln und die Nahversorgung der Bevölkerung zu sichern. Nach wie vor hält der Trend zu großflächigem Einzelhandel in nicht integrierten Lagen an. Der Internethandel gewinnt weiter zunehmend an Bedeutung. Das Einkaufsverhalten und der demografische Wandel beeinflussen den Einzelhandel ebenfalls.

Planerische Aspekte sind der inhaltliche Rahmen der Jahreskonferenzen. In Vorträgen wird praxisnah erläutert, wie man mit aktuellen Herausforderungen umgeht. Die TeilnehmerInnen können neue Impulse für ihre eigenen Gemeinden und Bezirke erhalten sowie über die kommunalen Grenzen hinweg miteinander ins Gespräch kommen.

## Begrüßung



*Jochen Brückmann*

Die Beziehungen zwischen Kommunen stärken und Vertrauen für eine Zusammenarbeit schaffen, das sind laut **Jochen Brückmann**, IHK Berlin, die Grundideen des Kommunalen Nachbarschaftsforums. Er begrüßt zur Jahreskonferenz des Kommunalen Nachbarschaftsforums 2013 und sieht anhand der zahlreichen Teilnehmer/-innen Interesse und Potenzial zur Weiterarbeit.

**Jens-Holger Kirchner**, BA Pankow, weist auf die Bedeutung der Jahreskonferenzen für den Austausch untereinander hin und begrüßt als Vorsitzender des Kommunalen Nachbarschaftsforums die diesjährigen Teilnehmer/-innen.

## Allgemeine Entwicklungstendenzen Trends im Einzelhandel aus Sicht der Wissenschaft des Einzelhandels



*Prof. Dr. Thomas Krüger*

**Prof. Dr. Thomas Krüger** von der HafenCity Universität Hamburg beleuchtet allgemein die Trends im Einzelhandel aus Sicht der Wissenschaft.

Ein Trend ist der Gewinn großer Cities gegenüber den gewachsenen Nebenzentren, da hier eine Agglomeration starker Anbieter zu finden ist und Einkäufen zunehmend zu einem urbanen Erlebnis wird, z.B. in Kopplung mit einem Event. Dafür nehmen die Kunden auch lange Anreisewege in Kauf. Shopping-Center gewinnen weiter durch gute Erreichbarkeit und namhafte Anbieter. Im ungünstigsten Fall ersetzen sie sogar die Innenstadt als 1-A-Lage für den Einzelhandel. Dies führt zu einer fundamentalen wirtschaftlichen Verschiebung zugunsten der Shopping-Center, die als Monopol-Vermieter in den besten Stadtlagen signifikanten Einfluss auf den Wettbewerb ausüben. Mittelständische Einzelhändler können sich oft nicht gegen diese behaupten.

Besonders große Umwälzungen verursacht der Internethandel. Obwohl dieser noch verhältnismäßig neu ist, hat er bereits einen signifikanten Marktanteil erobert und wird diesen auch weiter ausbauen.

Im Bereich der Nahversorgung wird das Nachfrageverhalten vor allem durch das Angebot bestimmt. Daraus entstehen Handlungsnotwendigkeiten für die Kommunen, von denen gefordert wird, attraktive Flächen für den Einzelhandel zu schaffen.

Kommunen können auf diese Trends reagieren, indem sie in Zentren- und Einzelhandelskonzepten Ursachen und Probleme evaluieren und planerisch steuern. Vorgaben sind die Förderung der Naherreichbarkeit sowie die Unterstützung von Kopplungen, z.B. mit anderen Ladengeschäften oder mit Gesundheitsversorgung. Klassische Supermärkte sollten erhalten werden. Vor allem in kleineren Städten oder Stadtteilzentren ist der Lebensmittelhandel ein notwendiger Frequenzbringer.

Kommunen müssen außerdem den Dialog zwischen Einzelhandel und Eigentümern lebendig halten.

## Tendenzen im Einzelhandel aus Sicht des Einzelhandelsverbands

Von den Trends aus Sicht des Einzelhandelsverbands berichtet **Nils Busch-Petersen** vom Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.

Die für den Einzelhandel relevante Kaufkraft geht insgesamt zurück, so dass ein Überhang der Verkaufsfläche zu verzeichnen ist. Berlin ist leicht über dem Durchschnitt, Brandenburg liegt deutlich darüber.

Die Struktur ändert sich nach wie vor deutlich, da der Internethandel einen der größten Umbrüche in der gesamten Handelsgeschichte verursacht. An diesen Trend passen sich die Händler zunehmend an und bieten ihre Waren neben dem Laden vor Ort auch im Internet an. Die demographische Entwicklung schafft ebenfalls neue Herausforderungen und Chancen, an die sich der Handel anpassen muss.

Ein anderer Trend betrifft das Konsumverhalten. Es gibt nicht mehr den Standard-Konsumenten, sondern die Bedürfnisse werden differenzierter. Der Kunde informiert sich und vergleicht kritisch. Der Handel muss darauf



*Nils Busch-Petersen*



*Die TeilnehmerInnen der Jahreskonferenz berichten von guten Beispielen aus ihren Gemeinden/Bezirken*

mit neuen Konzepten reagieren. Von den Kommunen wird verlangt, einen breiten und attraktiven Branchenmix anzubieten, die Nahversorgung im Wohnumfeld zu gewährleisten sowie den ÖPNV und Verkehr auf die Bedürfnisse abzustimmen. Der Flächenzuwachs sollte begrenzt werden und es sollte ein ausgewogenes Verhältnis von der Innenstadt zu peripheren Standorten geben.

Eine stärkere Orientierung auf Service und Dienstleistungen eröffnet vor allem den mittelständischen Unternehmen und Fachgeschäften Chancen gegenüber dem Internethandel und großen Marken zu bestehen.

### Diskussion



*Die Referenten stellen die besondere Bedeutung des Einzelhandels heraus.*

In der Diskussion wird auf die besondere Bedeutung des Einzelhandels vor allem in kleineren Städten eingegangen. Ein Beispiel ist das Konzept „Markt-Treff“. Hier steht nicht die reine Nahversorgung im Mittelpunkt, sondern der Laden als Kommunikationsmittelpunkt und Anbieter von Servicedienstleistungen, z.B. Post. Kleinere Städte können sich außerdem spezialisieren und regionale Produkte anbieten. Trotz allem ist festzuhalten, dass die Finanzierung von kleinen Nahversorgungsäden schwer ist.

Insbesondere die ältere Bevölkerung will in den Laden gehen und nutzt diesen als sozialen Marktplatz. Ein Bring-Service ist hingegen wenig attraktiv. Ein Projekt aus der Stadt Nauen zeigt, dass das Aufstellen von „strategischen“ Sitzbänken für Senioren den Weg zum Einzelhandelanbieter und das Einkaufen erleichtert.

### Erfahrungen und Instrumente der Einzelhandelssteuerung in Berlin und Brandenburg



*Jan Drews*

### Landesplanerische Steuerung

**Jan Drews** stellt sich in seiner neuen Funktion als Leiter der Gemeinsamen Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg vor und geht auf die Landesplanerische Steuerung ein. Die Raumordnung setzt einen übergemeindlich abgeleiteten Rahmen zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen. Generell liegen die Fragen zur Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen auf kommunaler Ebene. Zur Steuerung wurden im LEP B-B einige Regeln festgelegt. Damit soll eine unkontrollierte Ansiedlung von Einzelhandel verhindert werden. Das Konzentrationsgebot besagt, dass großflächige Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte gebunden sind. Die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte darf nicht beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten müssen zu städtischen Kernbereichen zugeordnet werden (Integrationsgebot). Die Nahversorgung im Berliner Umland kann im Einzelfall auch durch großflächigen Einzelhandel gewährleistet werden. Grundsätzlich ist die Abgrenzung, wo Handel sein soll, nicht genau festgelegt.

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen zur Sicherung der Nahversorgung ist nur zulässig, wenn die Verkaufsfläche maximal 2.500 m<sup>2</sup> beträgt, das Sortiment mindestens 75% nahversorgungsrelevante Waren führt und der Standort in integrierter Ortskernlage oder in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt.

### Zentren zwischen Konzept und Entwicklung am Beispiel Fürstenwalde/Spree



*Christfried Tschepe*

Wie Städte konkret Instrumente der Einzelhandelssteuerung einsetzen können, erläutert **Christfried Tschepe** für die Stadt Fürstenwalde/Spree. Diese hat im Jahr 2009 ein Zentren- und Einzelhandelskonzept beschlossen. Darin wurden drei zentrale Versorgungsbereiche für Stadtteile festgelegt, mit dem Ziel, die Nahversorgung zu sichern. Außerdem wurde eine „Fürstenwalder Liste“ mit zentrenrelevanten Sortimenten für den Einzelhandel aufgestellt.

Die Ziele des Konzepts werden über Bebauungspläne gesichert, was als dringend erforderlich eingeschätzt wird. Dies ist laut Herrn Tschepe arbeitsintensiv, da für jedes Grundstück die planungsrechtliche Situation eingeschätzt werden muss.

Herr Tschepe fasst zusammen, dass das beschlossene Zentren- und Einzelhandelskonzept die Position der Stadt gegenüber den Eigentümern und Projektentwicklern stärkt. Er wünscht sich Verkaufsflächenfestsetzungen und fordert entsprechende Nachbesserungen vom Gesetzgeber zum § 9 (2a) BauGB. Dies würde Kommunen unterstützen und Sicherheit geben.

Eine Verhinderungsstrategie reicht nicht aus, es müssen gleichzeitig integrierte Lagen aufgewertet werden. Das kann beispielsweise über die Kombination moderner Ladenflächen mit Verwaltungsfunktionen realisiert werden. Darüber hinaus wird der Einzelhandel gestärkt, wenn sich die innenstädtischen Händler vernetzen und gemeinsame Projekte ins Leben rufen. Dafür wurde in Fürstenwalde beispielsweise ein Innenstadtmanagement eingerichtet.

### Zentrenkonzepte und deren Wirkung – Erfahrungsberichte aus kommunaler Sicht am Beispiel Marzahn-Hellersdorf



*Manfred Weißbach*

Über die Steuerung des Einzelhandels in Marzahn-Hellersdorf berichtet **Manfred Weißbach** vom Bezirksamt.

In Marzahn-Hellersdorf wurde 2008 ein Zentren- und Einzelhandelskonzept beschlossen. Dieses wurde wegen der Randwanderung der Nahversorgungsanbieter aus den Zentren der Großsiedlungen an die Hauptverkehrsachsen sowie die rasante Entwicklung der Discounter auch im Bereich der Nahversorgungszentren als notwendig erachtet. Im Zentren- und Einzelhandelskonzept wurden Nahversorgungszentren definiert, so dass keine Versorgungslücken entstehen.

Durch das Zentren- und Einzelhandelskonzept wurden einige Nahversorgungszentren modernisiert und stabilisiert. Frischmärkte etablieren sich mehr und mehr entsprechend dem Wunsch der Bevölkerung. Die Randwanderung der Nahversorgung ist gebremst und Investoren suchen die Lücken in der Gebietsversorgung. So entstehen Streulagen ohne eine Gefährdung der Zentren. Eine Bestandsentwicklung kann grundsätzlich auch außerhalb der Nahversorgungszentren erfolgen.

Herr Weißbach weist allerdings darauf hin, dass nur Bebauungspläne mit Regelungen gem. § 9 (2a) BauGB die Ziele von Zentren- und Einzelhandelskonzepten sichern. Das bestehende Konzept weist eine zu geringe Flexibilität für Neuansiedlungsabsichten mit mehr als 800 m<sup>2</sup>

Verkaufsfläche außerhalb von Zentren auf. Kriterien, die eine ausnahmsweise zulässige Einzelhandelsnutzung bestimmen, sollten um städtebauliche Gründe ergänzt werden. Laut Herrn Weißbach hinterlassen Gutachten zu Auswirkungen von Vorhaben auf zentrale Versorgungsbereiche oft mehr Zweifel als Sicherheit.

Aktuell wird das Zentren- und Einzelhandelskonzept überarbeitet. Es ist geplant, die Anzahl vorgesehener Versorgungsbereiche zu reduzieren und die Zulässigkeit zentrenrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche einzuschränken. Die aktuelle Überarbeitung, die im Juni 2013 beschlossen werden soll, wird durch SenStadtUm, die IHK und den Einzelhandelsverband begleitet.

### Diskussion

Diskutiert wird vor allem, ob Zentren- und Einzelhandelskonzepte Bauvoranfragen und aggressive Ansiedlungsstrategien verhindern können. Dies sei nur bedingt der Fall so Herr Tschepe und Herr Weißbach.

Die unterschiedlichen Ergebnisse, die bei Untersuchungen oft entstehen, hinterlassen häufig Zweifel, so dass eine große Unsicherheit bleibt. Es besteht außerdem die Gefahr von Gefälligkeitsgutachten. Wirkliche Alternativen zu Zentren- und Einzelhandelskonzepten werden nicht genannt, jedoch kann die Qualität durch gewisse Filter gesteigert werden.

Betont wird außerdem, dass die Entwicklung über Zentren- und Einzelhandelskonzepte wesentlich besser gesteuert werden kann. Eine Entwicklung wie in den 90er Jahren ist folglich nicht mehr möglich.

Eine Anregung wird hinsichtlich der Erweiterung von Kriterien für den Zentrenschutz am Beispiel der Stadt Köln gegeben. Dort ist das „Einzugsgebiet des Zentrums“ als Schutzkategorie eingeführt.

### Perspektiven der Nahversorgung



Frank Steffen

### Nahversorgung im ländlichen Raum: Herausforderungen und Handlungsmöglichkeiten der Kommunen

Frank Steffen berichtet über die Steuerung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Beeskow. Mit Hilfe einer Befragung älterer Einwohner und der Nahversorgungsuntersuchung im Bestand hat die Stadt zum einen ein Zentren- und Einzelhandelskonzept erarbeitet und zum anderen wurden Einkaufsbedürfnisse der Senioren in Erfahrung gebracht. Ältere Menschen wollen nicht den Einkauf nach Hause geliefert bekommen. Sie wollen selbstständig auswählen können und verbinden mit dem Einkaufen auch eine soziale Kontaktaufnahme.

Die „ambulante Einkaufsversorgung“ in Form von mobilen Verkaufswagen übernimmt wichtige Versorgungsfunktionen in den ländlichen Regionen und darüber hinaus auch soziale Funktionen beim Einkaufen. Die Routen der mobilen Versorger haben sich traditionell entwickelt.

Die Zukunft des Einkaufens wird aus Sicht von Herrn Steffen nicht nur die Shoppingmall und der Internetshop sein, sondern wird auch nach wie vor an den Orten stattfinden, an denen soziale Kontakte gepflegt werden können. Gerade in den Regionen, wo sich der demografische Wandel

bemerkbar macht, sollten die vielseitigen Funktionen des Einzelhandels bei dem Erhalt von Lebensqualität einbezogen werden. Das Modell Markt-Treff aus Schleswig-Holstein bietet eine Möglichkeit, das Kerngeschäft mit einem Treffpunkt und der Bereitstellung von Dienstleistungen zu verbinden.

### Regionale Produkte: eine Chance für die Versorgung vor Ort am Beispiel Malchow



*Beate Kitzmann*

**Beate Kitzmann**, Naturschutzstation Malchow, stellt sehr anschaulich das Konzept des Hofladens im Bezirk Marzahn-Hellersdorf in Berlin vor. Die dort vermarkteten regionalen Produkte werden aus Maßnahmen der Natur-, Landschafts- und Tierpflege gewonnen und verarbeitet. Damit leisten sie einen nachhaltigen Beitrag.

Es stellt sich die Frage, was eigentlich ein regionales Produkt ist. Wie lässt sich die Region, aus der die Produkte stammen, eigentlich abgrenzen? Im Beispiel Malchow umfasst die Region Berlin und Brandenburg. Es fallen durch den regionalen Ansatz weite Transportwege bei der Vermarktung der Produkte weg. Regional und nachhaltig bedeutet auch Lagerhaltungen so gering wie möglich zu halten. Der Beitrag von der Naturschutzstation Malchow zeigt, dass Einzelhandel einem ganzheitlichen Konzept von Naturschutz, Landschaftspflege, Produzieren und Handel unterliegen kann und als alternatives Angebot den herkömmlichen Einzelhandel ergänzt. Über das Einzelhandelsangebot hinaus bietet die Naturschutzstation Malchow mit einem Café zusätzlich Raum und Aufenthaltsqualität. Ihre Öffnungszeiten von Mittwoch bis Sonntag orientieren sich dabei an den Bedürfnissen des Kunden.

### Vielfalt im Quartier stärken am Beispiel Halensee



*Anett Hoffmann-Theinert*

Der Vortrag von **Anett Hoffmann-Theinert**, Gewerbegemeinschaft Quartier Kudamm-Halensee, veranschaulicht den Stellenwert der Eigeninitiative von Einzelhändlern für die Standortsicherung von zentralen Einzelhandelslagen, die in einem hohen Wettbewerb miteinander stehen. Die positive Wahrnehmung von Einzelhandelsangeboten trägt dazu bei, Kunden zu halten und neue Kunden zu gewinnen. Das Verantwortungsgefühl sowohl für den eigenen Laden als auch für das räumliche Umfeld ist miteinander verbunden. Nur so lassen sich die Einkaufsstraßen profilieren und stabilisieren. Vom Wettbewerb „Mittendrin“ angeregt, fanden sich engagierte Einzelhändler in Halensee zusammen und gründeten ein Netzwerk zur Wiederbelebung der Haupteinkaufsstraße. Das Netzwerk dient dazu, sich kennen zu lernen und mit einem guten inneren Zusammenhalt für eine bessere Wahrnehmung des Einzelhandels zu sorgen. Frau Hoffmann-Theinert berichtet von dem Mittendrin-Prozess und dem Erfahrungsgewinn. Sie empfiehlt vor allem, dass sich Gemeinschaften für derartige Projekte externen Beistand bzw. Kompetenz einkaufen. Es muss von vornherein klar sein, was alles zu tun ist und mit welchen Kosten gerechnet werden muss. Die Einzelhändler sind keine Profis, der Blick von außen fehlt ihnen und in der Regel ist das Zeitbudget bei den hauptberuflich eingespannten Einzelhändlern nicht gegeben. Erfolg motiviert, daher sollten Ziele nicht zu hoch gesteckt werden. Kontinuierliche Kommunikation kann das Netzwerk stützen. Der Blick nach Halensee zeigt,



dass Aktivitäten von Einzelhändlern ausgehend langfristig zum Erfolg führen. Davon profitieren der Einzelhandel und das räumliche Umfeld.

### Innovationen im Lieferverkehr am Beispiel Südlicher Innsbrucker Platz



*Dr. Julius Menge*

Der Lieferverkehr ist laut **Dr. Julius Menge**, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, ein nicht zu unterschätzender Einflussfaktor für das Stadtbild. Es entstehen vom Lieferverkehr des Einzelhandels ausgehend wieder Sekundäreffekte für den Einzelhandel. Überdimensionierte LKWs, die das Verkehrsnetz zusätzlich belasten, entfalten negative Wirkungen. Herr Dr. Menge stellt in seinem Vortrag neueste Erkenntnisse, gewonnen durch eine Bestandsanalyse, vor. Alternative Projekte zur Reduktion des Lieferverkehrs wurden versuchsweise implementiert. Deutlich wird, dass es bei der Einzelhandelsbelieferung nicht nur eine Lösung gibt. Vielmehr muss geprüft werden, welche Belieferung für die lokale Situation die passende und damit angemessene Lösung ist. Bei einem Modellprojekt in Steglitz/Zehlendorf wurden Basisinformationen in Form von „Liefertagebüchern“ zu Anlieferungszeit, Liefermenge und Typ des Lieferfahrzeugs abgefragt. Diese helfen, die Diskussionen substantiell auszugestalten und voranzutreiben. Zukünftig soll es darum gehen, die Tagesrandzeiten für Belieferungen stärker auszunutzen und sich mit CO<sub>2</sub> neutraleren Liefertechiniken auseinander zu setzen. Die Botschaft von Herrn Dr. Menge ist deutlich: ein verträglicher Lieferverkehr hat nicht nur einen ökologischen, sondern auch ökonomischen Mehrwert. Die Einzelhändler selbst werden von einer bedarfsgerechten Belieferung profitieren und so wettbewerbsfähig sein.

### Ansiedlungs- und Rückzugsstrategien von Einzelhandelsketten am Beispiel REWE



*Mike Michel*

**Mike Michel**, REWE Markt GmbH, wirbt mit seinem Vortrag um gegenseitiges Verständnis. Ansiedlungs- und Rückzugsstrategien sind für die ständige Marktbehauptung von Einzelhandelsketten erforderlich. Er erläutert die Untermarken der REWE Markt GmbH und die verschiedenen entwickelten Einkaufskonzepte für breite Zielgruppen. Die Konzepte werden ständig an Bedarfe angepasst, die sich sowohl in der Ausrichtung der Angebote, aber auch im Service ausdrückt. Zum Zentren- und Einzelhandelskonzept gehört es seiner Meinung nach auch, den baukulturellen Aspekt der Einzelhandelsstandorte auszugestalten. Herr Michel stellt Beispiele vor, die einen architektonischen Anspruch haben und zum Mehrwert für das Stadtbild beitragen. Er unterstreicht die Bedeutung von Tageslicht in den Märkten, das sowohl für die Kunden als auch für die Mitarbeiter zu einer angenehmeren Atmosphäre beiträgt. Mit dem Einkaufswohlbefinden sichert die REWE Markt GmbH so nachhaltig ihre Standorte. „Rückzug“ gibt es als Strategie bei der der REWE Markt GmbH nicht, da sie mit langfristigen Strategien plant und reagiert. Unter diesem Stichwort geht es um Optimierung von Standorten bspw. durch Abriss und Neubau oder Umbau, jedoch nicht um die Aufgabe von Standorten.

### Auswertung der gemeinsamen Aktion zur Anwendung von Steuerungsinstrumenten im KNF



*Aktion in der Kaffeepause*

In der Kaffeepause sind die Teilnehmer/-innen der Jahreskonferenz aufgefordert, Fragen zur Steuerung des Einzelhandels in ihren Gemeinden/Bezirken zu beantworten. Diese werden auf einer gemeinsamen Karte zusammengestellt. Zentren- und Einzelhandelskonzepte werden vor allem von den Bezirken und den größeren Städten erarbeitet.

Die Kommunen im KNF geben Auskunft, ob es ein Zentren- und Einzelhandelskonzept in der eigenen Gemeinde / dem eigenen Bezirk gibt, ob der Einzelhandel über Bebauungspläne gesteuert wird und ob es ein Geschäftsstraßen- bzw. Innenstadtmanagement gibt. Außerdem sollen ein bis zwei Stichpunkte genannt werden, wo Handlungsbedarf hinsichtlich der Entwicklung von Einzelhandelsstandorten herrscht.

Dieser wird insbesondere bei der integrierten Zentrenentwicklung gesehen. Strukturen sollen erhalten werden und gemeinsam mit Akteuren wird die Implementierung eines Innenstadtmanagements gefordert.

Aus planerischer Sicht ist eine ganzheitliche Betrachtung gewünscht. Die Flächen müssen durch Planung gesteuert werden.

### Podiumsdiskussion

#### Innenstadtentwicklung ganzheitlich planen

**Christiane Kalka** vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung hält Zentren- und Einzelhandelskonzepte für einen guten Ansatz zur Steuerung. Sie weist darauf hin, dass bei der Innenstadtentwicklung allerdings alle Themenfelder eingebunden werden müssten. Einzelhandel hat Leitfunktionen und muss dringend in seiner Funktion in die Innenstadtentwicklung einbezogen werden.



*Die TeilnehmerInnen der Podiumsdiskussion betonen die Notwendigkeit des Engagements von Kommunen zur Steuerung des Einzelhandels.*

#### Zentren- und Einzelhandelskonzepte: wichtiges Steuerungsinstrument

Zentren- und Einzelhandelskonzepte sind laut **Thorsten Tonndorf** von der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt in Berlin verbreitet und auch künftig müssen sie fortgeführt werden, um beispielsweise die Entwicklung von Fachmärkten zu steuern. Dies reiche allerdings nicht aus. Es muss darum gehen, die bestehenden Instrumente fortzuschreiben (nicht neue zu erfinden). Zur Steuerung und Förderung sowie zur transparenten Einsicht in die Spielregeln bleiben die Stadtentwicklungspläne auch in Zukunft bedeutsam. Es müssen auch aktive Instrumente wie das Programm „Aktive Zentren“ oder „Mittendrn“ eingesetzt werden.

#### Nutzungsmischung für die Entwicklung attraktiver Innenstädte

Bei der Gestaltung von Innenstädten kann laut **Herrn Tschepe** die Mischung von verschiedenen Nutzungen zu einem Erhalt des Ortszentrums und einer Steigerung der Attraktivität führen. Die Verknüpfung des Einzelhandels mit Dienstleistungen, Verwaltung und Wohnen ermöglicht dem Bürger kurze Wege und eine höhere Aufenthaltsqualität. Die Positionierung des Bundesministeriums mit dem „Weißbuch“ ist wichtig. Daran ist auch die Städtebauförderung geknüpft.

### **Konzepte müssen sich selbst tragen**

Frau Hoffmann-Theinert ist der Meinung, dass Konzepte gefunden werden müssen, die sich selbst tragen. Eine Förderung ist für den Anstoß wichtig, diese sollte aber nicht als selbstverständlich für die Zukunft vorausgesetzt werden. Händler müssen selbst aktiv werden, um ihren Standort zu sichern und zu entwickeln. Sie hält einen „Leitfaden“ als Übersicht der Anforderungen für Einzelhandelsgemeinschaften für erforderlich.

### **Leerstand von Einzelhandel als große Herausforderung**

Laut Herrn Michel stellt das Thema Umnutzung und Rückbau von Einzelhandelsgebäuden keine einfache Aufgabe dar, da hier in der Regel Zweckbauten zu finden sind. Dabei ist die Nachnutzung von Einzelhandelsmärkten gut möglich. Beispielsweise können dort Kitas eingerichtet werden. Besser jedoch ist es für den Einzelhandel, von vornherein langfristige Strategien mit nachhaltigen Konzepten zu erarbeiten.

Auch Frau Kalka betont, dass Strategien nötig sind, wie vor allem große leer stehende Gebäude (Warenhäuser) in die Städte integriert werden. Sie berichtet von Ansätzen, dass gemeinsam mit der Bevölkerung über künftige Konzepte diskutiert wird. Diese strukturellen Probleme befinden sich noch mitten in der Lösungsphase. Anhand des Beispiels Halensee zeigt Frau Hoffmann-Theinert auf, dass der Kontakt zu Hauseigentümern nur schwer herzustellen ist. Sie begrüßt Innenstadtmanagements, die den Kontakt zwischen Eigentümern und Händlern herstellen bzw. pflegen.

### **Steuerung von Einzelhandel nach wie vor notwendig**

Auf die Frage, ob der Einzelhandel überhaupt noch gesteuert werden müsse, betont Herr Tonndorf die Bedeutung von Steuerungsinstrumenten. In Berlin ist beispielsweise der Leerstand von großen Warenhäusern eine schwierige Aufgabe. Mit Nachnutzungskonzepten werden Lösungen gefunden, die es ermöglichen, auf den Strukturwandel einzugehen. Durch die polyzentrale Struktur von Berlin hilft, den Strukturwandel zu verkräften.

Herr Michel ergänzt, dass bereits ansässige Einzelhandelsunternehmen von einem Baustopp profitieren. Eine Entwicklung der Ansiedlung ist jedoch natürlich und auf diese kann durch die Steuerung reagiert werden, so dass Veränderungen nicht unkontrolliert vonstatten gehen. Wichtig ist auch die Kommunikation, Befindlichkeiten zu klären und sich mit den Kommunen auf einen Konsens verständigen zu können.

### **Idealvorstellungen von der Entwicklung des Einzelhandels sehr unterschiedlich**

**Christian Gräff**, BA Marzahn-Hellersdorf, fordert die Teilnehmer/-innen der Podiumsdiskussion in einer Abschlussrunde auf, ihre Wünsche in Zusammenhang mit dem Einzelhandel und der Stadtentwicklung zusammenzufassen.

Frau Kalka hält eine kooperative Stadtentwicklung für sehr erstrebenswert. Wenn Akteure einbezogen werden, können diese ihr Engagement fortführen und für weitere Themen gewonnen werden. Von diesen Kooperationen profitieren sowohl die Bürger als auch die Kommunen.

Gemeinsame Plattformen zum Austausch wünscht sich Herr Michel ebenfalls. Seiner Meinung nach sollte die Planung in Einklang mit der Wettbewerbssituation bzw. den Bedürfnissen des Einzelhandels erfolgen.

Herr Tschepe hofft, dass sich diejenigen, die sich beruflich mit dem Thema Handelsplanung beschäftigen, privat so verhalten, dass sie als Vorbild für andere dienen.

Mehr Öffentlichkeit befürwortet Frau Hoffmann-Theinert. Die Foren der Einzelhändler sollen noch bekannter gemacht werden: Die Händler brauchen hier die Unterstützung der Kommunen.

Herr Tonndorf favorisiert eine Mischung aus neuen Konzepten und der Renaissance bestehender Angebotsformen. Als Beispiel nennt er Markthallen, die derzeit wieder belebt werden. In diesen wird mit neuen Konzepten auf veränderte Einkaufsgewohnheiten reagiert.

## **Resümee**

Abschließend betont Herr Kirchner, dass sich der Handel derzeit signifikant verändert. Einzelhandel gehört in die Städte. Dies soll als Chance angesehen werden, nicht nur als Bedrohung. Langfristige Konzepte seitens des Handels und der Kommunen sind zwingend nötig. Diese funktionieren allerdings nur, wenn Handel, Eigentümer, Kommunen und Bürger miteinander kooperieren. So entstehen auch Netzwerke und es wird Vertrauen geschaffen als Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Referent/-innen und Podiumsteilnehmer/-innen		
Name	Vorname	Institution
Brückmann	Jochen	Industrie- und Handelskammer Berlin
Busch-Petersen	Nils	Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V.
Drews	Jan	Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg
Gräff	Christian	Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf von Berlin
Hoffmann-Theinert	Anett	Gewerbegemeinschaft Quartier Kudamm-Halensee
Kalka	Christiane	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
Kirchner	Jens-Holger	Bezirksamt Pankow von Berlin
Kitzmann	Beate	Naturschutzstation Malchow e.V.
Krüger	Prof. Dr.-Ing. Thomas	HafenCity Universität Hamburg
Menge	Dr. Julius	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt
Michel	Mike	REWE Markt GmbH
Steffen	Frank	Stadt Beeskow
Tonndorf	Thorsten	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt
Tschepe	Christfried	Stadt Fürstenwalde
Weißbach	Manfred	Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf von Berlin

## **Anlageverzeichnis**

### **Anlage 1**

#### **Vorträge:**

- Anlage 1.01 Trends im Einzelhandel aus Sicht der Wissenschaft
- Anlage 1.02 Tendenzen im Einzelhandel aus Sicht des Einzelhandelsverbands
- Anlage 1.03 Landesplanerische Steuerung
- Anlage 1.04 Zentren zwischen Konzept und Entwicklung am Beispiel Fürstenwalde
- Anlage 1.05 Zentrenkonzepte und deren Wirkung – Erfahrungsberichte aus kommunaler Sicht am Beispiel Marzahn-Hellersdorf
- Anlage 1.06 Nahversorgung im ländlichen Raum: Herausforderungen und Handlungsmöglichkeiten der Kommunen
- Anlage 1.07 Regionale Produkte: eine Chance für die Versorgung vor Ort am Beispiel Malchow
- Anlage 1.08 Vielfalt im Quartier stärken am Beispiel Halensee
- Anlage 1.09 Innovationen im Lieferverkehr am Beispiel Südlicher Innsbrucker Platz
- Anlage 1.10 Ansiedlungs- und Rückzugsstrategien von Einzelhandelsketten am Beispiel REWE

### **Anlage 2**

**Karte mit Überblick zur Anwendung von Steuerungsinstrumenten im KNF-Gebiet**

### **Anlage 3**

**Teilnehmerliste**