



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Region.
Seit 1988.**

Strategisches Standortkonzept Einzelhandel für das Ortsteilzentrum Baumschulenstraße

unter Berücksichtigung der Versorgungssituation und -potenziale
in den Ortsteilen Baumschulenweg und Plänterwald

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Management
Digitale Stadt
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Scharnhorststraße 24 10115 Berlin

T (030) 221 841 450
cima.berlin@cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)

www.cima.de



Bearbeitung: Dipl.-Geogr. Mark Hädicke (Projektleitung), M.Sc. Janne Dora Borchers, M.Sc. Kilian Evers
Berlin, Oktober 2023

Impressum

Auftraggebende Stelle

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin
Abteilung Bürgerdienste, Personal, Finanzen,
Immobilien und Wirtschaft

Wirtschaftsförderung

Alt-Köpenick 21
12555 Berlin

Bearbeitung

CIMA Beratung + Management GmbH
Scharnhorststraße 24, 10115 Berlin
Dipl.-Geogr. Mark Hädicke (Projektleitung),
M.Sc. Janne Dora Borchers,
M.Sc. Kilian Evers
Kontakt: haedicke@cima.de | 030-221 841 450

© CIMA Beratung + Management GmbH

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (UrhG) und andere Gesetze geschützt.

Das Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin – auftraggebende Stelle – kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der cima als Urheberin zu achten ist. Jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Zusammenfassung

Das vorliegende strategische Standortkonzept für die Geschäftsstraße Baumschulenstraße (Ortsteilzentrum Baumschulenweg) ist eine **Schlüsselmaßnahme** aus dem ISEK für das Fördergebiet „Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße“ im Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“ (LZQ).

Das strategische Standortkonzept enthält **fünf Bausteine**, deren Untersuchungsinhalte und -ergebnisse in dem vorliegenden Abschlussbericht zusammengefasst sind:

1. Analyse & Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs Baumschulenstraße
2. Etablierung eines Wochenmarktes und saisonale Veranstaltungen
3. Profilierung der Anbieter im Geschäftsbereich Baumschulenstraße
4. Aufenthaltsqualität und Möglichkeiten für (Liefer-)Verkehre
5. Analyse und Empfehlungen für die Stärkung der Nahversorgung und die Schaffung eines Zentrumsbereichs im Ortsteil Plänterwald

Das strategische Standortkonzept ist von hoher Bedeutung, da weitere Maßnahmen die Ergebnisse aufgreifen und vertiefen sollen. Den Akteur:innen im Bezirk gibt das Konzept konkrete Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung der Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen im Fördergebiet an die Hand. Übergeordnete Ziele sind der Abbau der Versorgungsdefizite in den Ortsteilen Baumschulenweg und Plänterwald, die Schaffung einer zeitgemäßen und funktionierenden **Infrastruktur für lebenswerte Kieze** sowie die Stabilisierung und Weiterentwicklung des Ortsteilzentrums Baumschulenweg als Versorgungsmittelpunkt.

Für die **Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs Baumschulenweg** wurde zunächst der Bestand an Einzelhandelsbetrieben und ergänzenden zentrenprägenden Nutzungen erfasst. Durch die Gegenüberstellung der Nachfragepotenziale wurden rechnerische Verkaufsflächenpotenziale ermittelt. Zudem wurden qualitative Aspekte wie Lageunterschiede, städtebauliche Qualitäten und die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

einbezogen. Als Ergebnis ist festzuhalten, dass aufgrund der begrenzten Flächenverfügbarkeit im Ortsteilzentrum größere Neuentwicklungen kaum zu realisieren sind. Daher müssen vor allem die Angebotsvielfalt und -qualität in den kleinteiligen Ladenlokalen der Baumschulenstraße attraktiv aufgestellt werden. Entsprechend der Funktion als Ortsteilzentrum soll der Schwerpunkt im Branchenmix auf Angeboten für die Nahversorgung liegen, ergänzt um sinnvolle und passende Angebote mit zentrenrelevanten Sortimenten.

Die Bestandsanalyse hat außerdem ein rechnerisches Defizit in der ärztlichen Versorgung aufgezeigt, weshalb bei künftigen Entwicklungen möglichst auch moderne Praxisräume berücksichtigt werden sollten, um einen Impuls für die Ansiedlung weiterer Haus-, Fach- und Zahnärzt:innen zu setzen.

Für die **Profilierung der Gewerbetreibenden im Geschäftsbereich Baumschulenstraße** wurden zunächst gesamtgesellschaftliche Megatrends beschrieben, welche die Interessen der Kundschaft aufzeigen und Hinweise für eine zukunftsorientierte Ausrichtung der Geschäfte geben. Aus diesen Trends und den Ergebnissen einer bundesweiten Befragung zum Verbraucherverhalten lässt sich ablesen, dass Innenstädte und Geschäftsstraßen sich zukünftig zu „Dritten Orten“ entwickeln müssen. In Zeiten des Onlinehandels geht es um **Bedürfnisbefriedigung statt Bedarfsdeckung**. Nicht mehr das bloße Einkaufen zu Versorgungszwecken steht im Vordergrund, sondern die Suche nach Inspiration und Authentizität. Geschäftsstraßen werden zu Orten, an denen man aktiv seine Freizeit gestaltet, z.B. andere Menschen trifft oder Unterhalts- und Kulturangebote besucht. Als „Wohnzimmer in der Öffentlichkeit“ müssen Geschäftsstraßen daher eine hohe Aufenthaltsqualität bieten (Grün, Sitzgelegenheiten, Orte der Begegnung und der Entspannung). Gewerbetreibende können auf den Wunsch nach Freizeit, Erlebnis und Erholung eingehen, indem sie mehrere Angebote unter einem Dach kombinieren („mixed use“, bspw. Gastronomie im Einzelhandel, Sportkurs/Lesung/Event im Einzelhandel oder im Café).

Jede:r Gewerbetreibende muss für das eigene Geschäft geeignete, individuelle Maßnahmen ergreifen. Die Maßnahmen der einzelnen Betriebe müssen aber auf- und untereinander abgestimmt damit der Standort Baumschulenstraße als Ganzes nachhaltig profitieren kann.

In Zeiten der Digitalisierung ist außerdem die **Online-Sichtbarkeit** von hoher Bedeutung. Jeder Betrieb sollte daher zumindest mit ein aktuelles Google Unternehmensprofil mit Adress- und Kontaktdaten, Öffnungszeiten, sowie Fotos des Geschäfts und der Produkte haben. Außerdem muss auch die Geschäftsstraße als Ganzes online sichtbar sein, z.B. durch einen gemeinsamen Online-Auftritt auf der Internetpräsenz des Lebendigen Zentrums.

In einem weiteren Baustein wurde untersucht, ob und wo die **Etablierung eines Wochenmarktes** im Ortsteilzentrum Baumschulenweg sowie im Ortsteil Plänterwald möglich wäre. Im Rahmen von Ortsbegehungen wurden mehrere Prüfflächen identifiziert, die im Anschluss anhand verschiedener Kriterien hinsichtlich ihre Eignung für eine Wochenmarktnutzung bewertet wurden. Außerdem wurden mit den zuständigen Fachämtern mögliche Hemmnisse, Stolpersteine und Lösungsansätze für die Realisierung einer Marktfläche erörtert und es wurden die fachlichen Einschätzungen potenzieller Wochenmarktbetreiber:innen abgefragt. So spielen neben rechtlichen Rahmenbedingungen und infrastrukturellen Voraussetzungen vor allem die wirtschaftlichen Anforderungen eine bedeutende Rolle.

Im Ergebnis der vielschichtigen Betrachtung lautet die Empfehlung der cima, den Platz vor der VHS / Kirchplatz in den Fokus zu nehmen, da dieser langfristig die besten Voraussetzungen für den Betrieb eines Wochenmarktes im Ortsteilzentrum Baumschulenweg bietet. Dieser Standort ist die einzige wirklich als Stadtplatz wahrnehmbare Fläche entlang der Baumschulenstraße und bietet daher das Potenzial, sich als Mittelpunkt und Zentrum des öffentlichen Lebens im Quartier zu entwickeln. So könnten hier nicht nur regelmäßige Wochenmärkte, sondern auch Floh- und Themenmärkte, ein kleiner Weihnachtsmarkt, Quartiersfeste usw. veranstaltet werden.

Für den Ortsteil Plänterwald konnte im Ergebnis der Analyse kein Standort mit einer ausreichenden Eignung identifiziert werden. Da es in Plänterwald kein gewachsenes Zentrum mit viel Publikumsverkehr gibt, ist aus Sicht der potenziellen Betreiber:innen an keinem der Standorte das wirtschaftliche Betreiben eines Wochenmarktes absehbar. Mit langfristiger Perspektive sollte das Thema Wochenmarkt bei neuen Wohnbauentwicklungen in dem Ortsteil berücksichtigt werden.

Die Untersuchung zu **Aufenthaltsqualität und Möglichkeiten für Lieferverkehre** soll unter anderem wichtige Erkenntnisse und Hinweise für die Bearbeitung einer Verkehrsuntersuchung für die Baumschulenstraße liefern, welche unter anderem als investitionsvorbereitende Maßnahme für einen zukünftigen Umbau der Baumschulenstraße dienen wird. Durch die Empfehlungen des strategischen Standortkonzeptes können in diesem Prozess bereits frühzeitig die Belange von Gewerbetreibenden, Bewohner:innen und Kund:innen berücksichtigt werden. Im Rahmen der Analyse der Bestandssituation konnte der subjektive Eindruck vieler Gewerbetreibender und Bewohner:innen anhand von Verkehrsdaten bestätigt werden: Die Baumschulenstraße ist gegenwärtig stark durch das hohe Kfz-Aufkommen geprägt. Verkehrslärm und zu wenig Platz für Fußgängerbereiche führen zu einer geringen Aufenthaltsqualität, es fehlt an Raum für attraktive Außengastronomie. Da es sich bei dem Kfz-Aufkommen hauptsächlich um Durchgangsverkehr zwischen A113 und B96a handelt, profitieren das ansässige Gewerbetriebe kaum davon. Die negativen Effekte überwiegen somit deutlich gegenüber möglichen positiven Umsatzeffekten. Als Nahversorgungslage profitiert das Ortsteilzentrum Baumschulenweg vor allem vom Fuß- und Radverkehr.

Die cima empfiehlt daher, den Straßenraum zukünftig neu zu verteilen. Eine Beruhigung des Kfz-Verkehrs ist essenziell für die Erhöhung der Aufenthaltsqualität. Ohne den Verkehrslärm und die Kfz-Dominanz im Straßenbild zu reduzieren kann es nicht gelingen, die Aufenthaltsqualität in der Baumschulenstraße wesentlich zu verbessern. Die derzeit überbreite Fahrbahn sollte daher reduziert werden, um zu schnelles Fahren und unzulässiges Halten in zweiter Reihe zu unterbinden. Die Neuverteilung ermöglicht

breitere Gehwege, die Voraussetzung für eine höhere Aufenthaltsqualität einschließlich Außengastronomie sind. Und breite Radwege sind unter anderem notwendig, wenn ein Teil der Lieferverkehre auf Lastenräder verteilt werden soll. Für gewerbliche Anlieferungen werden Lieferzonen entlang der Baumschulenstraße empfohlen. Diese können zeitlich beschränkt werden, sodass sie während der Abend- und Nachtstunden als Bewohnerparkplätze zur Verfügung stehen würden. Für die Belieferung der Privathaushalte durch Paketdienste können neben einem zunehmenden Umstieg von Transportern auf Lastenräder auch wohnortnahe Paketboxen dazu beitragen, die Lieferverkehre im Quartier zu reduzieren.

Abschließend wurden die Möglichkeiten zur **Stärkung der Nahversorgung** im Fördergebiet untersucht. Hier wurde festgestellt, dass in räumlicher Hinsicht eine gute Nahversorgungssituation in den Planungsräumen Baumschulenweg Ost und West sowie Plänterwald Ost besteht. Das bedeutet, dass fast alle Siedlungsbereiche des Fördergebiets mindestens ein Lebensmittelmarkt fußläufig, d.h. in höchstens 10 Minuten Gehzeit, erreichen können. In quantitativer Hinsicht wurde jedoch eine rechnerische Unterversorgung festgestellt. Die Verkaufsfläche pro Kopf ist deutlich unterdurchschnittlich, da die Verkaufsflächenentwicklung nicht mit der dynamischen Bevölkerungsentwicklung in den vergangenen Jahren mithalten konnte.

Im Geschäftsbereich Baumschulenstraße müssen daher zukünftig neue Potenzialflächen identifiziert werden, um Nachverdichtungen zu ermöglichen. Da kaum geeignete Freiflächen zur Verfügung stehen, ist dabei auch die Möglichkeit einer „Stapelung“ von Nutzungen zu prüfen, bspw. die Verlagerung ebenerdiger Kundenparkplätze unter bzw. über die Verkaufsfläche und das Ersetzen eingeschossiger Gebäude durch mehrgeschossige Bauten.

In Plänterwald Ost stehen aufgrund der vorhandenen baulichen Strukturen ebenfalls keine Flächen für die kurzfristige Entwicklung neuer Lebensmittelmärkte zur Verfügung. Priorität hat der Erhalt des am Dammweg ansässigen Nahversorgers, für den daher die Ermöglichung einer Verkaufsflächenenerweiterung und Modernisierung geprüft werden sollte. Mit mittelfristiger Perspektive bietet sich die Achse zwischen dem S-Bahnhof Plänter-

wald und der Sophie-Brahe-Gemeinschaftsschule als Entwicklungsareal an. Bei der Entwicklung eines neuen Wohnquartiers sollten in der straßenseitigen Erdgeschosszone entsprechende Ladenflächen eingeplant werden.

Diese Zusammenfassung kann die wesentlichen Inhalte und Ergebnisse des strategischen Standortkonzeptes nur stark verkürzt wiedergeben. Viele wichtige Aspekte und Erkenntnisse konnten in der Zusammenfassung nicht erwähnt werden. Für eine umfassende Information empfehlen wir daher, stets das jeweilige Kapitel zu lesen.

Inhalt

1 Ausgangssituation, Auftrag und Ziele	9	4.4.4 Platz vor der Mörike-Apotheke	52
2 Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs Baumschulenstraße ...	10	4.4.5 Breite Seitenstraßen der Baumschulenstraße (Kieffholz- oder Frauenlobstraße)	54
2.1 Ausgangslage: Das Ortsteilzentrum Baumschulenweg	10	4.4.6 Parkplätze in der Mitte der Köpenicker Landstraße.....	56
2.2 Die Bestandssituation im Ortsteilzentrum Baumschulenweg.....	13	4.4.7 Platz vor dem Netto-Markt im Plänterwald	58
2.3 Lagedifferenzierung	19	4.4.8 S-Bahnhof Plänterwald.....	60
2.4 Potenzialanalyse Einzelhandel	21	4.4.9 Platz vor der USE (Eichbuschallee)	62
2.4.1 Ermittlung des Einzugsgebietes.....	21	4.5 Ergebnisse der Telefoninterviews und Gespräche vor Ort	64
2.4.2 Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet.....	23	4.6 Abschließender Vergleich der Prüfstandort-Bewertung	67
2.4.3 Kaufkraftkennziffer im Einzugsgebiet.....	23	4.7 Empfehlungen zur Umsetzung: Nächste Schritte	70
2.4.4 Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	24	4.7.1 Einrichtung + Standanordnung.....	70
2.4.5 Ableitung eines rechnerischen Verkaufsflächenpotenzials für das Ortsteilzentrum Baumschulenweg.....	25	4.7.2 Ziele und Benefits des Marktes	71
2.4.6 Empfehlungen für Neuansiedlungen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg	27	4.7.3 Grundausrichtung des Wochenmarktes	72
2.5 Potenziale der ärztlichen Versorgung im LZQ-Fördergebiet.....	31	4.7.4 Organisation + Betrieb.....	73
3 Ansätze für die Profilierung der Gewerbetreibenden im Geschäftsbereich Baumschulenstraße.....	34	4.7.5 Öffentlichkeitsarbeit + Marketing	74
3.1 Gesamtgesellschaftliche Megatrends als Orientierungshilfe.....	34	5 Aufenthaltsqualität und Möglichkeiten für Lieferverkehre	75
3.2 Einfluss der Megatrends auf die Geschäftsstraßen von morgen....	36	5.1 Ausgangssituation: Verkehr und Aufenthaltsqualität in der Baumschulenstraße	75
3.3 Schlussfolgerungen für den Geschäftsbereich Baumschulenstraße.....	40	5.2 Möglichkeiten zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität	78
4 Etablierung eines Wochenmarktes	42	5.3 Möglichkeiten zur Optimierung von Lieferverkehren.....	82
4.1 Ausgangslage und Vorgehen zur Auswahl der Prüfstandorte	42	6 Stärkung der Nahversorgung im Fördergebiet.....	86
4.2 Übersicht der Prüfstandorte.....	43	6.1 Ausgangssituation: Bestandsanalyse und -bewertung	86
4.3 Bewertungskriterien und -verfahren.....	44	6.2 Empfehlungen für die Nahversorgung in Baumschulenweg	89
4.4 Beschreibung und Bewertung der Prüfstandorte	45	6.3 Exkurs: Empfehlungen für die Nahversorgung in Späthsfelde.....	90
4.4.1 Platz vor der VHS / Kirchplatz.....	45	6.4 Empfehlungen zur Stärkung der Nahversorgung im Ortsteil Plänterwald	91
4.4.2 Platz hinter der VHS / an der Musikschule.....	48	7 Anhang	94
4.4.3 Platz zwischen Edeka und RumBa.....	50	7.1 Glossar.....	94
		7.2 Abbildungen.....	96

Abbildungen

Abb. 1: Idealtypische Ausstattungsqualitäten der unterschiedlichen Zentrumstypen in Berlin gemäß StEP Zentren 2030.....	11	Abb. 20: Kriterien der Ortsbegehung zum Thema Wochenmarkt.....	42
Abb. 2: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsteilzentrum Baumschulenweg.....	12	Abb. 21: Übersicht der Prüfstandorte für einen Wochenmarkt in Baumschulenweg und Plänterwald.....	43
Abb. 3: Ortsteilzentrum Baumschulenweg und benachbarte zentrale Versorgungsbereiche in der Übersicht.....	12	Abb. 22: Ansichten des Prüfstandorts 1.....	46
Abb. 4: Einzelhandelsbetriebe – nach Größenklassen – im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und Umfeld.....	16	Abb. 23: Als Grünanlagen ausgewiesene Bereiche vor und hinter der VHS...46	
Abb. 5: Ergänzende zentrenprägende Nutzungen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und Umfeld.....	17	Abb. 24: Übersicht des Prüfstandorts 1 (Platz vor der VHS / Kirchplatz).....	47
Abb. 6: Ladenleerstände im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und Umfeld.....	18	Abb. 25: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 1.....	47
Abb. 7: Lagedifferenzierung des Ortsteilzentrums Baumschulenweg.....	20	Abb. 26: Ansichten des Prüfstandorts 2.....	48
Abb. 8: Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums Baumschulenweg.....	22	Abb. 27: Übersicht des Prüfstandorts 2 (Platz hinter der VHS).....	49
Abb. 9: Bevölkerungszahl und -entwicklung im Einzugsgebiet.....	23	Abb. 28: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 2.....	49
Abb. 10: Nachfragepotenzial der Wohnbevölkerung im Einzugsgebiet.....	24	Abb. 29: Ansichten des Prüfstandorts 3.....	50
Abb. 11: Nachfragevolumen, bindbare Nachfrage und rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial im Einzugsgebiet.....	26	Abb. 30: Übersicht des Prüfstandorts 3 (zwischen Edeka und RumBa).....	51
Abb. 12: Rechnerische Bedarfsabschätzung zur ärztlichen Versorgung im Fördergebiet.....	32	Abb. 31: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 3.....	51
Abb. 13: Die 12 Megatrends.....	34	Abb. 32: Ansicht des Prüfstandorts 4.....	52
Abb. 14: „Was zeichnet in Ihren Augen eine attraktive Innenstadt aus?“.....	36	Abb. 33: Übersicht des Prüfstandorts 4 (Platz an der Mörike-Apotheke).....	53
Abb. 15: Bedeutung von Einkaufsmöglichkeiten als Besuchsmotiv.....	36	Abb. 34: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 4.....	53
Abb. 16: „Hat sich Ihr Besuchsverhalten durch die Corona-Pandemie verändert?“.....	37	Abb. 35: Ansichten des Prüfstandorts 5.....	54
Abb. 17: Attraktivitätsfaktoren der Innenstadt von morgen (Top-Nennungen).....	38	Abb. 36: Übersicht des Prüfstandorts 5 (Seitenstraßen).....	55
Abb. 18: „Haben Sie im vergangenen Jahr auch online eingekauft“.....	39	Abb. 37: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 5.....	55
Abb. 19: „Nutzen Sie im lokalen Einzelhandel vor Ort folgende digitale Angebote?“.....	39	Abb. 38: Ansicht des Prüfstandorts 6.....	56
		Abb. 39: Übersicht des Prüfstandorts 6 (Köpenicker Landstraße).....	57
		Abb. 40: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 6.....	57
		Abb. 41: Ansichten des Prüfstandorts 7.....	58
		Abb. 42: Übersicht des Prüfstandorts 7 (Netto Plänterwald).....	59
		Abb. 43: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 7.....	59
		Abb. 44: Ansicht des Prüfstandorts 8.....	60
		Abb. 45: Übersicht des Prüfstandorts 8 (S-Bahnhof Plänterwald).....	61
		Abb. 46: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 8.....	61

Abb. 47: Ansichten des Prüfstandorts 9.....	62
Abb. 48: Übersicht des Prüfstandorts (USE Eichbuschallee)	63
Abb. 49: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 9.....	63
Abb. 50: Zitate aus den Expert:innen-Interviews	65
Abb. 51: Zitate aus den Passant:innen-Interviews.....	66
Abb. 52: Vergleich der Prüfstandorte nach verschiedenen Kriterien	69
Abb. 53: Ziele der Einführung eines Wochenmarktes.....	71
Abb. 54: Verkehrsstärken der Kraftfahrzeuge (gesamt) in der Baumschulenstraße und den angrenzenden Straßen	76
Abb. 55: Verkehrsstärken der Lastkraftwagen (> 3,5 t zulässiges Gesamtgewicht, ohne Busse) in der Baumschulenstraße und den angrenzenden Straßen.....	77
Abb. 56: Anteil der wöchentlichen Gesamtausgaben nach Verkehrsmittel am Studienbeispiel Hermannstraße und Kottbusser Damm.....	79
Abb. 57: Tatsächliche Verkehrsmittelnutzung der Besucher:innen der Einkaufsstraßen (Hermannstraße und Kottbusser Damm) im Vergleich zu den Wahrnehmungen der Händler:innen	79
Abb. 58: Kfz-Verkehr auf der Baumschulenstraße.....	80
Abb. 59: In der RAS 06 empfohlener Querschnitt für eine typische Entwurfssituation „Hauptgeschäftsstraße“ bei 24 m Breite	80
Abb. 60: Vergleich des erfassten Wirtschaftsverkehrs am Beispiel von drei Zählungen in Hamburg, Frankfurt und Stuttgart	84
Abb. 61: Vergleich der erfassten Fahrzeuge der KEP-Dienste bei drei Zählungen in Hamburg, Frankfurt und Stuttgart	84
Abb. 62: Fußläufige Erreichbarkeiten der Lebensmittelmärkte im LZQ- Fördergebiet.....	87
Abb. 63: Einzelhandel und zentrenprägende Nutzungen im Planungsraum Plänterwald Ost.....	93
Abb. 64: Idealtypische Ausstattungsqualitäten der unterschiedlichen Zentrumstypen in Berlin gemäß StEP Zentren 2030 (zu Kap. 2.1)....	96
Abb. 65: Übersicht der Prüfstandorte für einen Wochenmarkt in Baumschulenweg und Plänterwald (zu Kap. 4.2).....	98

1 Ausgangssituation, Auftrag und Ziele

Im Jahr 2019 hat der Berliner Senat in Abstimmung mit dem Bezirksamt Treptow-Köpenick die Einrichtung eines neuen Fördergebietes „Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße“ im Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“ (LZQ) beschlossen. Übergeordnetes Ziel ist es, die derzeitigen Versorgungsdefizite in den Ortsteilen Baumschulenweg und Plänterwald abzubauen und eine zeitgemäße und funktionierende Infrastruktur für lebenswerte Kieze zu schaffen. Im Vordergrund steht hierbei die Stabilisierung des zentralen Versorgungsbereiches „Ortsteilzentrum Baumschulenweg“ und die Entwicklung eines lebenswerten Ortsteils Plänterwald mit einer fußläufig erreichbaren Nahversorgung der Bevölkerung.

Als Grundlage für weitere Maßnahmen wurde ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) für das LZQ-Fördergebiet erstellt¹, das im September 2021 beschlossen wurde. Als eine der ersten Maßnahmen aus dem ISEK wurde bereits ein Geschäftsstraßenmanagement (GSM) für die Baumschulenstraße beauftragt².

Als weitere Schlüsselmaßnahme – und als einzige Maßnahme im Handlungsfeld 1 „Lokale Wirtschaft“ – ist das „Strategische Standortkonzept für die Geschäftsstraße Baumschulenstraße/Ortsteilzentrum Baumschulenweg“ benannt, das laut ISEK eine „Analyse der Bestandssituation, Erarbeitung von Handlungsempfehlungen zur Entwicklung und Profilierung der Geschäftsstraße, einschließlich einer Prüfung der Etablierung regelmäßiger Veranstaltungen / Märkte“ umfassen soll. Dem Konzept kommt laut ISEK eine „maßgebliche Rolle in der Gebietsentwicklung zu“, da „weitere Maßnahmen anderer Handlungsfelder [...] direkte oder indirekte Auswirkungen auf die künftige Entwicklung der lokalen Wirtschaft“ haben.

Im Dezember 2022 wurde die cima mit der Erarbeitung dieses Strategischen Standortkonzeptes beauftragt. Das Konzept besteht aus fünf Bausteinen, deren Untersuchungsinhalte und -ergebnisse in dem vorliegenden Abschlussbericht zusammengefasst sind:

- **Baustein 1:** Analyse & Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs Baumschulenstraße (vgl. Kap. 2)
- **Baustein 2:** Profilierung der Anbieter im Geschäftsbereich Baumschulenstraße (vgl. Kap. 3)
- **Baustein 3:** Etablierung eines Wochenmarktes und saisonale Veranstaltungen (vgl. Kap. 4)
- **Baustein 4:** Aufenthaltsqualität und Möglichkeiten für (Liefer-)Verkehre (vgl. Kap. 5)
- **Baustein 5:** Analyse und Empfehlungen für die Stärkung der Nahversorgung und die Schaffung eines Zentrumsbereichs im Ortsteil Plänterwald (vgl. Kap. 6)

Das strategische Standortkonzept zielt darauf ab, den Akteur:innen im Bezirk konkrete Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung der Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen im Fördergebiet an die Hand zu geben. So erhält beispielsweise das Geschäftsstraßenmanagement Hinweise für die Ansprache potenzieller Betreiber:innen zur Neuebelegung von Leerständen und zur Verbesserung des Branchenmix. Und das Bezirksamt erhält Hinweise beispielsweise zur Aufwertung des öffentlichen Raums oder zur Berücksichtigung der Belange von lokalen Gewerbetreibenden und Bewohner:innen bei der nachfolgenden Erarbeitung einer Verkehrsuntersuchung für die Baumschulenstraße.

¹ Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) für das Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße im Bezirk Treptow-Köpenick, Planergemeinschaft für Stadt und Raum eG, Berlin, August 2021

² Das Geschäftsstraßenmanagement wird seit November 2021 von der LOKATION:S Gesellschaft für Standortentwicklung mbH aufgebaut und umgesetzt; nähere Informationen: <https://lebendige-baume.de/geschaeftsstrassenmanagement/>

2 Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs Baumschulenstraße

2.1 Ausgangslage: Das Ortsteilzentrum Baumschulenweg

Der Geschäftsbereich Baumschulenstraße wurde im Zentren- und Einzelhandelskonzept (ZEHK) 2016 für den Bezirk Treptow-Köpenick³ als zentraler Versorgungsbereich der Kategorie Ortsteilzentrum räumlich abgegrenzt.

Zentrale Versorgungsbereiche sind die „Zentren unterschiedlicher Stufen, denen eine nicht nur unbedeutende Versorgungsfunktion für einen bestimmten Einzugsbereich zukommt“ (AV Zentren und Einzelhandel⁴, Abschnitt 2.2). Als zentrale Versorgungsbereiche gelten in der hierarchischen Zentrenstruktur Berlins

- Zentrumsbereichskerne,
- Hauptzentren,
- Stadtteilzentren,
- Ortsteilzentren sowie
- Nahversorgungszentren.

Das Ortsteilzentrum Baumschulenstraße ist demnach ein zentraler Versorgungsbereich der zweitniedrigsten Hierarchiestufe. Anders als bspw. das Hauptzentrum Bahnhofstraße (Köpenick), das auf die Versorgung eines bezirksweiten Einzugsbereichs ausgelegt sein soll, ist die Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums Baumschulenweg überwiegend auf die (Nah-) Versorgung des eigenen Ortsteils sowie des benachbarten Ortsteils Plänterwald ausgerichtet (vgl. Kap. 6).

Das Ortsteilzentrum erstreckt sich bandartig entlang der Baumschulenstraße auf rd. 800 m Länge, von der Köpenicker Landstraße (B 96a) im Nordosten bis an die Kreuzung Frauenlobstraße im Südwesten. Neben der straßenbegleitenden Bebauung entlang der Baumschulenstraße umfasst es auch die Kreuzungsbereiche der jeweils einmündenden Seitenstraßen. An der Kieffholzstraße ist die Abgrenzung in südwestlicher Richtung bis zum dortigen Lidl-Markt ausgeweitet (vgl. Abb. 2).

³ Perspektiven der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung im Berliner Bezirk Treptow-Köpenick – Zentren- und Einzelhandelskonzept 2016, Dr. Lademann & Partner GmbH / Spath+Nagel 2016

⁴ Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel), Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen, Bekanntmachung vom 20. Dezember 2019

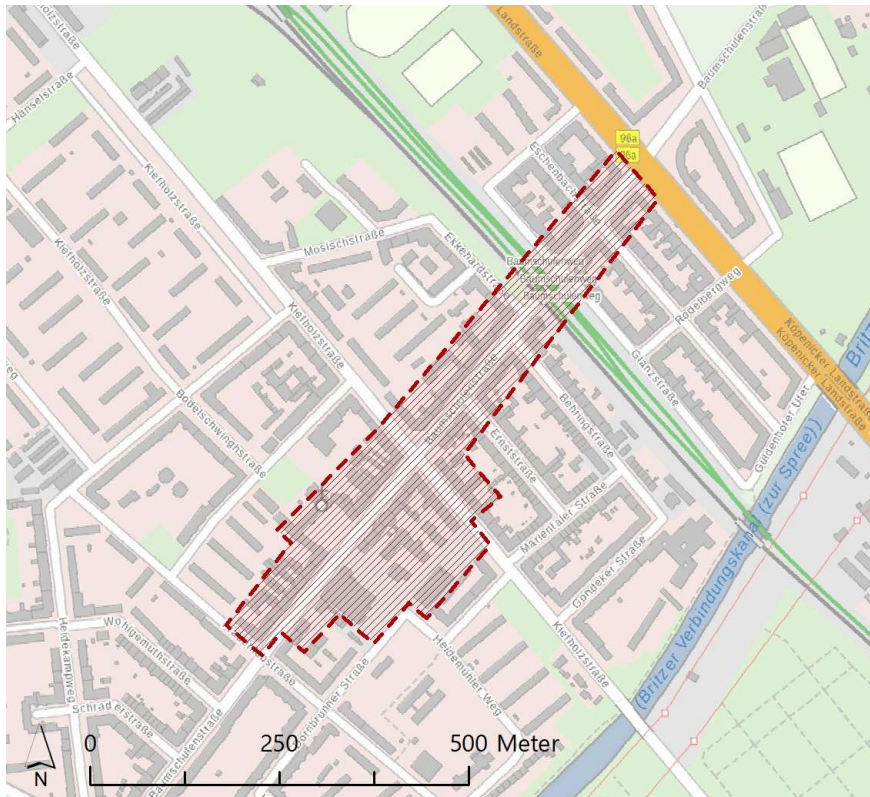
Abb. 1: Idealtypische Ausstattungsgütern der unterschiedlichen Zentrumstypen in Berlin gemäß StEP Zentren 2030

03 Zentrumstypen						03 Zentrumstypen (Fortsetzung)					
	Zentrumsbereichskern	Hauptzentrum	Stadtteilzentrum	Ortsteilzentrum	Nahversorgungs-zentrum						
Versorgungsfunktion	Berlin und Region, international	Bezirk und angrenzende Bereiche	Bezirk oder Stadtteil	Wohnsiedlungsbereich/Ortsteil	Wohnsiedlungsbereich/Quartier						
Öffentliche Einrichtungen	Regierungseinrichtungen, Behörden, Wirtschaftsverbände, Hochschulen, Bildungseinrichtungen	Bezirksrathaus, Wirtschaftsverbände, Bildungseinrichtungen	Bezirksrathaus, Krankenhaus, Bildungseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen						
Kulturelles Angebot	Theater, Konzertsäle, Kongresszentren, Museen, Bibliotheken	Kleinkunsthäuser, Bibliothek, Theater, Konzertsaal, Museen	Kleinkunsthäuser, Veranstaltungsräume, Bibliothek, Museum	kaum vorhanden	kaum vorhanden						
Dienstleistungsangebot	repräsentative Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	mehrere Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	Grundausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen und einzelhandelsnahen Dienstleistungen	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen						
Gastronomie	viele Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurant, ergänzendes Angebot	ergänzendes Angebot						
Branchenmix Einzelhandel	vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix	vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix	zentrenrelevanter Branchenmix	überwiegend Nahversorgung	nur Nahversorgung						
Anteil Nahrungs- und Genussmittel	unter 15 %	unter 20 %	20 bis 30 %	30 bis 60 %	60 bis 90 %						
Anteil Bekleidung	über 40 %	30 bis 40 %	20 bis 30 %	unter 30 %	unter 20 %						
Anteil Filialunternehmen	hoch	hoch									
Luxusgüterangebot	hoch	vorhanden									
Vertriebsformen im Einzelhandel	alle Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	alle Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>eventuell:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte						
Angebotsqualität	differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen	differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen	niedriges und mittleres Angebotsniveau	überwiegend niedriges und mittleres Angebotsniveau, geringe Sortimentstiefe, Sortimentlücken	deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentlücken						
Städtebauliche Situation	konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtbild, Identifikationspunkte, Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder										
Aufenthaltsqualität	großzügige, gut gestaltete Plazier- und Platzbereiche mit hoher Anziehungskraft, hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gut gestaltete Straßenräume und Platzbereiche mit hoher Anziehungskraft, hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche, durchschnittliche Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche, durchschnittliche Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche						
Einbindung ins Straßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Lage an bedeutenden Hauptverkehrsstraßen oder doch über solche gut erreichbar	Lage teils abseits der Hauptverkehrsstraßen, aber an Erschließungsachsen der Wohngebiete	gut erreichbar über Wohnsammelstraßen						
Öffentliche Verkehrsmittel	überregionaler Bahnanschluss, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn	regionaler Bahnanschluss, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Buslinien	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Buslinien	teils alternativ Anschluss S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn oder Buslinien	teils nur mit dem Bus erreichbar, teils Anschluss an S-Bahn, U-Bahn oder Straßenbahn						
Orientierungswert Verkaufsfächenausstattung	über 100.000 m ²	50.000 bis 100.000 m ²	10.000 bis 50.000 m ²	5.000 bis 10.000 m ²	bis 5.000 m ²						

Quelle: SenStadtWohn Berlin

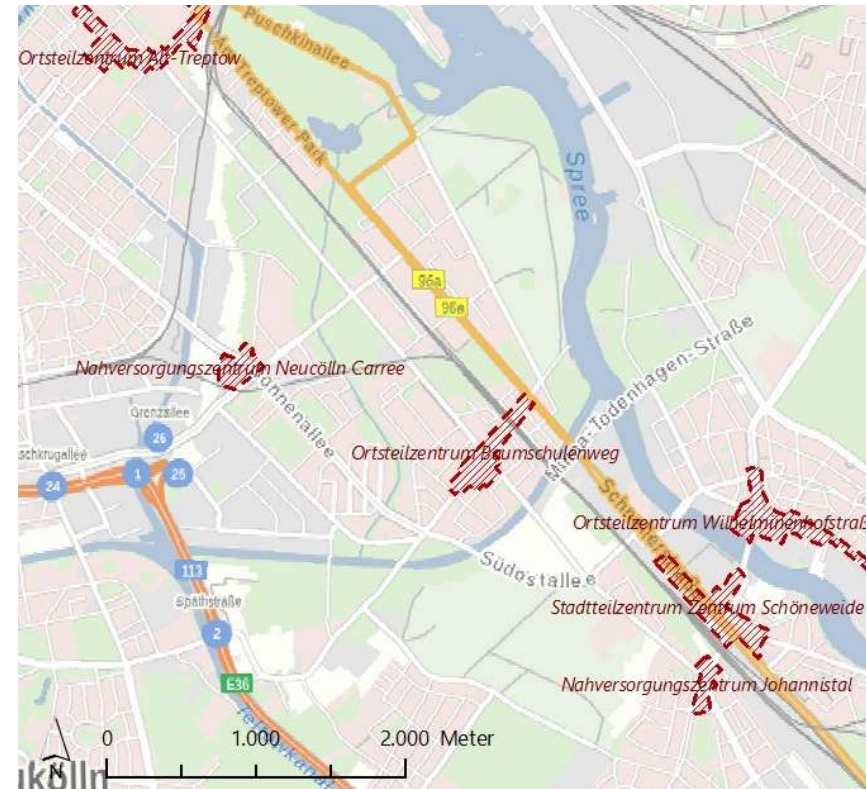
Quelle: Stadtentwicklungsplan Zentren 2030, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (Hrsg.) 2019 ; eigene Bearbeitung
Eine vergrößerte Abbildung der Tabelle befindet sich im Anhang auf S. 96

Abb. 2: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsteilzentrum Baumschulenweg



Kartenbasis: © Geoportal Berlin, dl-de/by-2-0
 Bearbeitung: cima 2023
 Zentraler Versorgungsbereich gem. ZEHK Treptow-Köpenick 2016

Abb. 3: Ortsteilzentrum Baumschulenweg und benachbarte zentrale Versorgungsbereiche in der Übersicht



Kartenbasis: © Geoportal Berlin, dl-de/by-2-0
 Bearbeitung: cima 2023
 Zentrale Versorgungsbereiche gem. ZEHK Treptow-Köpenick 2016 und ZEHK Neukölln 2016

2.2 Die Bestandssituation im Ortsteilzentrum Baumschulenweg

In dem als zentraler Versorgungsbereich abgegrenzten Ortsteilzentrum Baumschulenweg sind aktuell (Stand März 2023) 53 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Diese haben eine Verkaufsfläche von rd. 4.795 m² und generieren einen Umsatz von rd. 27,9 Mio. € (brutto, p.a.).

Der Angebotschwerpunkt liegt auf **nahversorgungsrelevanten Sortimenten**⁵, auf welche 31 Betriebe und rd. 3.805 m² Verkaufsfläche entfallen. Dazu gehören:

- Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel:
 - 7 Bäckereien/ Backshops
 - 5 Spätshops
 - 2 Obst- und Gemüseläden
 - 1 Spezialitätengeschäft (Weltladen)
 - 1 Geschäft für E-Zigaretten und Liquids
 - 1 Reformhaus
 - 1 Supermarkt (Edeka)
 - 1 Lebensmitteldiscounter (Lidl)
- Kernsortiment Arzneimittel, medizinische/orthopädische Artikel:
 - 3 Apotheken
 - 2 Sanitätswaren-/Orthopädietechnik-Geschäfte
- Kernsortiment Drogerie- und Parfümeriewaren:
 - 2 Drogeriemärkte (dm, Rossmann)
 - 1 Spezialgeschäft für Reinigungsmittel
- Kernsortimente Bücher, Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften
 - 2 Kioske
 - 1 Buchladen
 - 1 Post-Shop mit Schreibwarenangebot

Die übrigen 23 Betriebe bzw. rd. 1.030 m² Verkaufsfläche entfallen auf **zentrenrelevante Sortimente**⁶. Diese Betriebe sind:

- 5 Blumenläden
- 4 Handy-Shops
- 3 Bekleidungsgeschäfte
- 3 Geschäfte für Haushaltswaren und Geschenkartikel
- 2 Fachgeschäfte für Hörakustik
- 1 Fachgeschäft für Heimtextilien
- 1 Schuhgeschäft
- 1 Fotofachgeschäft
- 1 Fachgeschäft für Augenoptik
- 1 Uhren- und Schmuckgeschäft
- 1 Fahrradladen

Betriebe mit **nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind im Ortsteilzentrum Baumschulenweg nicht ansässig.

Neben dem Einzelhandel sind für die Versorgungsfunktion und Attraktivität von zentralen Versorgungsbereichen auch **ergänzende zentrenprägende Nutzungen** von hoher Bedeutung. In den **Erdgeschosslagen** (Ladenzone) des Ortsteilzentrums Baumschulenstraße finden sich die folgenden Nutzungen, die – mehr oder weniger – zur Frequenz und Attraktivität des Standorts beitragen:

- Dienstleistungseinrichtungen:
 - 9 Frisiersalons/ Barber Shops
 - 4 Nagelstudios
 - 3 Änderungsschneidereien
 - 3 Kreditinstitute (Bank/Sparkasse)
 - 2 Kosmetiksalons

⁵ entspricht den zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung gemäß Nr. 1.1 des Anhangs I der AV Zentren und Einzelhandel

⁶ entspricht den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Nr. 1.2 des Anhangs I der AV Zentren und Einzelhandel

- 1 Reisebüro
- 1 Thai-Massagesalon
- 1 Raumausstattungsgeschäft
- 1 Textilreinigung
- 1 Bestattungsunternehmen
- 1 Post-Shop
- 1 Fotostudio
- 1 Schädlingsbekämpfungsunternehmen
- 1 Zeitarbeitsagentur
- Gastronomie
 - 2 Restaurants (vietnamesisch, indisch)
 - 7 Bistros & Imbisse (Pizzeria, Asia-Bistro, Asia-Schnellimbiss, 4 Döner-Imbisse)
 - 9 Kneipen
 - 2 Sportsbars
 - 2 Cafés
 - 1 Eisdielen
- Soziale Einrichtungen
 - 2 Beratungsstellen der Miet- und Wohnungslosenhilfe
 - 1 Pflegedienst
 - 1 Jugend- und Familienzentrum
 - 2 Kitas
- Bildungseinrichtungen
 - Volkshochschule
 - 2 Fahrschulen
 - berufliches Weiterbildungszentrum

Hinzu kommen in den Erdgeschosslagen auch einige gewerbliche Nutzungen ohne nennenswerten Publikumsverkehr (z.B. Handwerksbetriebe, Marketing-Unternehmen). Vereinzelt sind auch medizinische Versorgungseinrichtungen (z.B. Arztpraxen, Physiotherapie) in Erdgeschosslagen ansässig; diese sind aber überwiegend in den Obergeschossen zu finden. Auf die medizinische Versorgung wird im Kap. 2.5 näher eingegangen.

Darüber hinaus gibt es im Ortsteilzentrum Baumschulenstraße auch einige **leerstehende Ladenlokale**. Zum Stand Juni 2023 wurden innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs neun Ladenleerstände erfasst. Teilweise waren in diesen Ladenlokalen zuvor Einzelhandelsgeschäfte ansässig (z.B. Kindermode, Schreibwaren, Augenoptik), teilweise aber auch andere Nutzungen (z.B. Bank, Tattoo-Studio).

Gemessen an dem Besatz von insgesamt 54 Einzelhandelsgeschäften und vielfältigen zentrenprägenden Nutzungen ist die Anzahl von neun Ladenleerständen als üblich zu betrachten und kann auf „normale“ Fluktuation zurückgeführt werden. Tatsächlich ist bei einem Teil der Ladenleerstände im Ortsteilzentrum Baumschulenweg erkennbar, dass diese nur vorübergehend sind, weil etwa Bau- oder Renovierungstätigkeiten stattfinden, die auf eine baldige Nachnutzung hindeuten. Ein kleiner Teil der Leerstände besteht aber bereits seit längerer Zeit, teilweise befinden sich die Ladenlokale auch in einem offenkundig nicht mehr vermietbaren Zustand und es sind keine Bautätigkeiten zu erkennen. Bei einigen dieser Ladenlokale sind auch keine Kontaktdaten angegeben und die Objekte werden nicht auf Vermietungsportalen angeboten, was ein Hinweis auf „spekulative Leerstände“ sein kann; das bedeutet, dass Eigentümer:innen aus spekulativen Gründen bewusst auf eine Neuvermietung verzichten.

Über die genannten neun Ladenleerstände hinaus gibt es einige weitere ehemalige Ladenlokale, die zwar nicht leer stehen, aber offenkundig untergenutzt sind (Nutzung z.B. als Lagerraum) und die daher nicht mehr zur Belebung des Zentrums beitragen können. Blickdichte und unbelebte Schaufenster sind in diesem Sinne kontraproduktiv und sollten bei zukünftigen Neuvermietungen möglichst vermieden werden.

Zentrumsergänzende Nutzungen im näheren Umfeld des Ortsteilzentrums Baumschulenweg

Wie der Abb. 4 zu entnehmen ist, beschränkt sich der Einzelhandelsbesatz entlang der Baumschulenstraße und in den angrenzenden Nebenstraßen fast ausschließlich auf das als zentraler Versorgungsbereich „Ortsteilzentrum Baumschulenweg“ abgegrenzte Gebiet. Außerhalb dieser Abgrenzung sind nur vereinzelte, kleine Einzelhandelsgeschäfte vorhanden. Somit erscheint die im ZEHK 2016 getroffene Abgrenzung weiterhin sinnvoll und zutreffend zu sein.

Die Abb. 5 zeigt aber darüber hinaus, dass in Bezug auf ergänzende Versorgungseinrichtungen die umliegenden Nebenstraßen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs durchaus eine wichtige Rolle spielen. So befinden sich im näheren Umfeld des Ortsteilzentrums beispielsweise mehrere Schulen, Kitas, Pflegeheime und Tagespflegeeinrichtungen, die einerseits für die entsprechende Versorgung der Wohngebiete mit Bildungs- und Pflegeplätzen sicherstellen, andererseits aufgrund der räumlichen Nähe aber auch Kunden- und Umsatzpotenziale für das Ortsteilzentrum Baumschulenweg bedeuten. Auch zahlreiche medizinische Versorgungseinrichtungen sowie Dienstleistungsbetriebe sind im Umfeld des Ortsteilzentrums vorhanden. Hierbei zeigt sich, dass sich die Nutzungen vor allem aus den jeweiligen Gebäudestrukturen ergeben: In Straßen mit gründerzeitlicher Blockrandstruktur (z.B. Köpenicker Landstraße, Ekkehardstraße, Behringstraße, Ernststraße) sind vor allem kleinere Dienstleistungsbetriebe ansässig sowie medizinische Versorgungseinrichtungen, die nicht auf Erdgeschosslagen angewiesen sind und ihre Praxisräume auch in den großzügigen Wohnungen der Gründerzeitgebäude unterbringen konnten.

Gastronomische Einrichtungen sind vor allem dort zu finden, wo der öffentliche Raum vor den Gebäuden entsprechenden Platz für Außensitzbereiche bietet (z.B. Kiefholzstraße, Westseite der südlichen Baumschulenstraße) oder wo zusätzlich begrünte Vorgärten und eine geringe Verkehrsbelastung für eine hohe Aufenthaltsqualität der Außensitzbereiche sorgen (Behringstraße).

Darüber hinaus gibt es selbstverständlich auch Straßen, die (fast) ausschließlich durch Wohnnutzungen geprägt sind. Dazu gehören vor allem Quartiere, die schon ursprünglich als reine Wohnquartiere konzipiert waren, wie bspw. die sog. Reichsbahnsiedlung an der südöstlichen Baumschulenstraße, Frauenlobstraße und Dornbrunner Straße oder die Wohnsiedlung am Heidekampgraben (Heidekampweg, Hänselstraße, südliche Kiefholzstraße).

Abb. 4: Einzelhandelsbetriebe – nach Größenklassen – im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und Umfeld

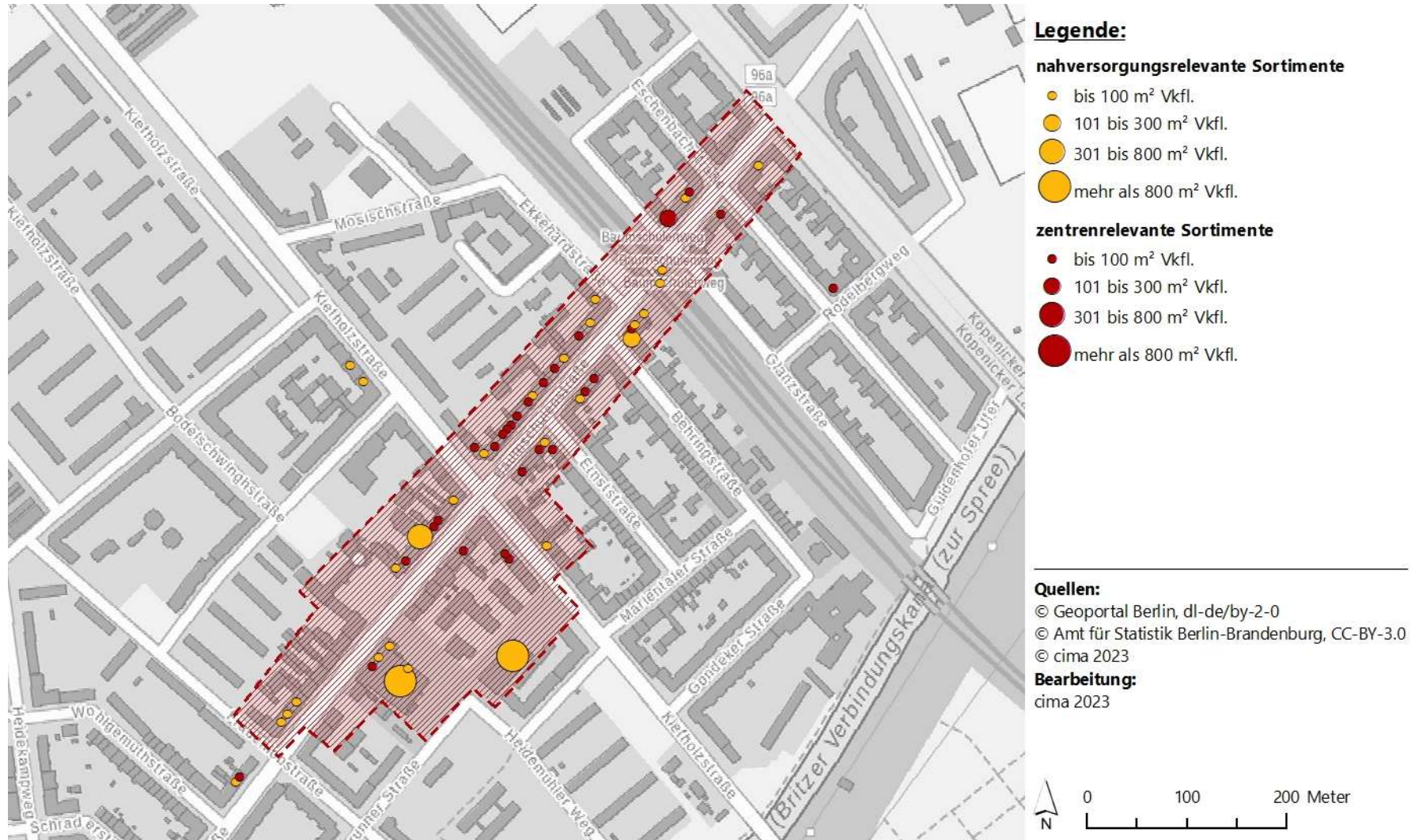
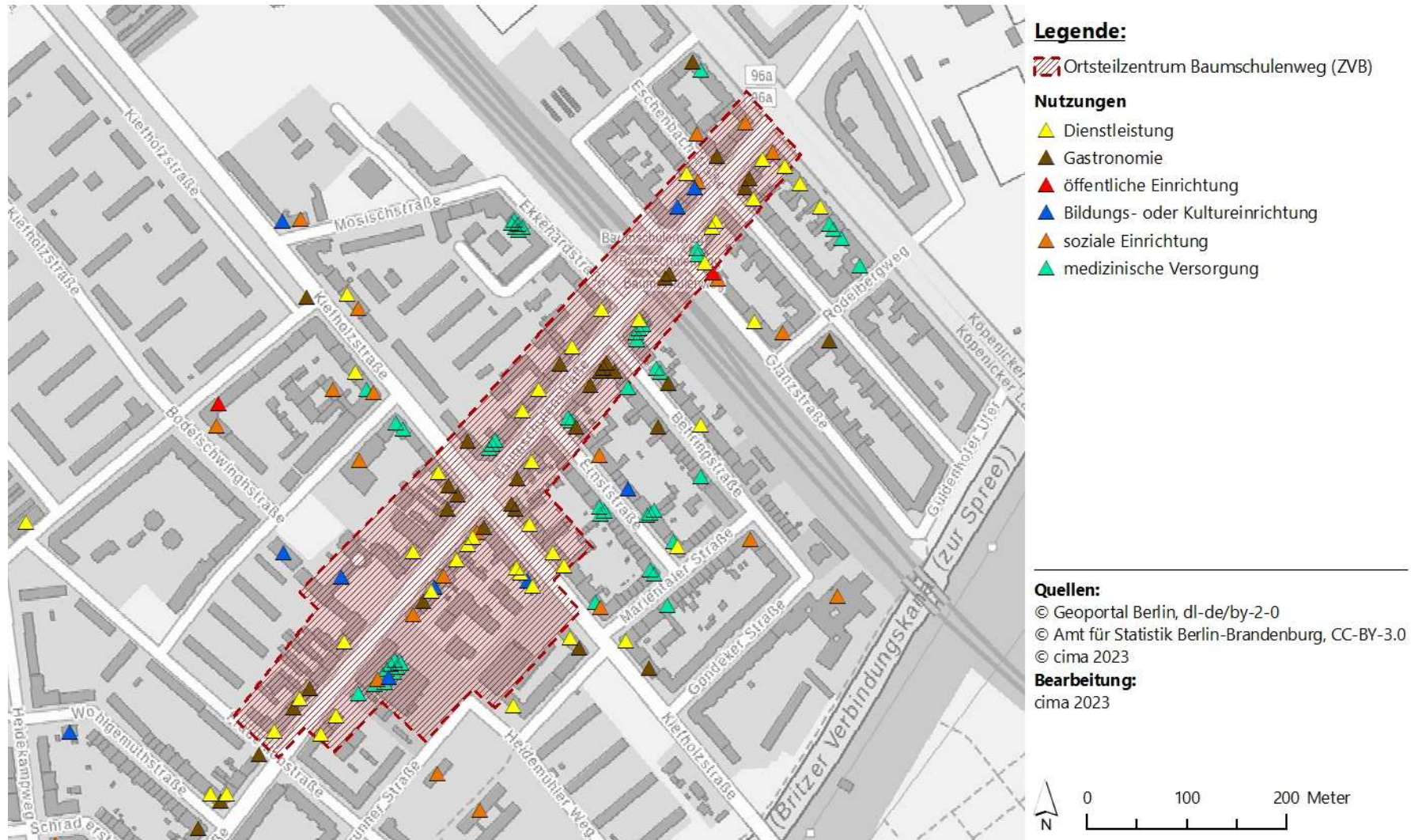


Abb. 5: Ergänzende zentrenprägende Nutzungen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und Umfeld



Hinweis: Dargestellt sind zentrenprägende Nutzungen sowohl in Erdgeschosslage als auch in Obergeschossen und Souterrains.

Abb. 6: Ladenleerstände im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und Umfeld



2.3 Lagedifferenzierung

Die unterschiedlichen Lagequalitäten werden vor allem mit Blick auf die Abb. 4 deutlich:

Der flächenmäßige Einzelhandelsschwerpunkt befindet sich im **südlichen Abschnitt des Ortsteilzentrums**, zwischen Kieffholz- und Frauenlobstraße. Hier sind mit Edeka (rd. 1.200 m² Vkfl.), Lidl (rd. 900 m² Vkfl.) und dm (rd. 600 m² Vkfl.) die drei größten Einzelhandelsbetriebe des zentralen Versorgungsbereichs ansässig. Diese fungieren – neben dem weiter nördlich gelegenen Rossmann Drogeriemarkt – als Magnetbetriebe des Ortsteilzentrums, da Lebensmittel- und Drogeriemärkte eine hohe Kundenfrequenz generieren, von der auch kleinere Läden und andere Nutzungen profitieren können. Auch die Volkshochschule sowie das „Ärztelhaus Baumschulenweg“ sind in diesem Abschnitt des Ortsteilzentrums ansässig und sorgen zusätzlich für Publikumsverkehr.

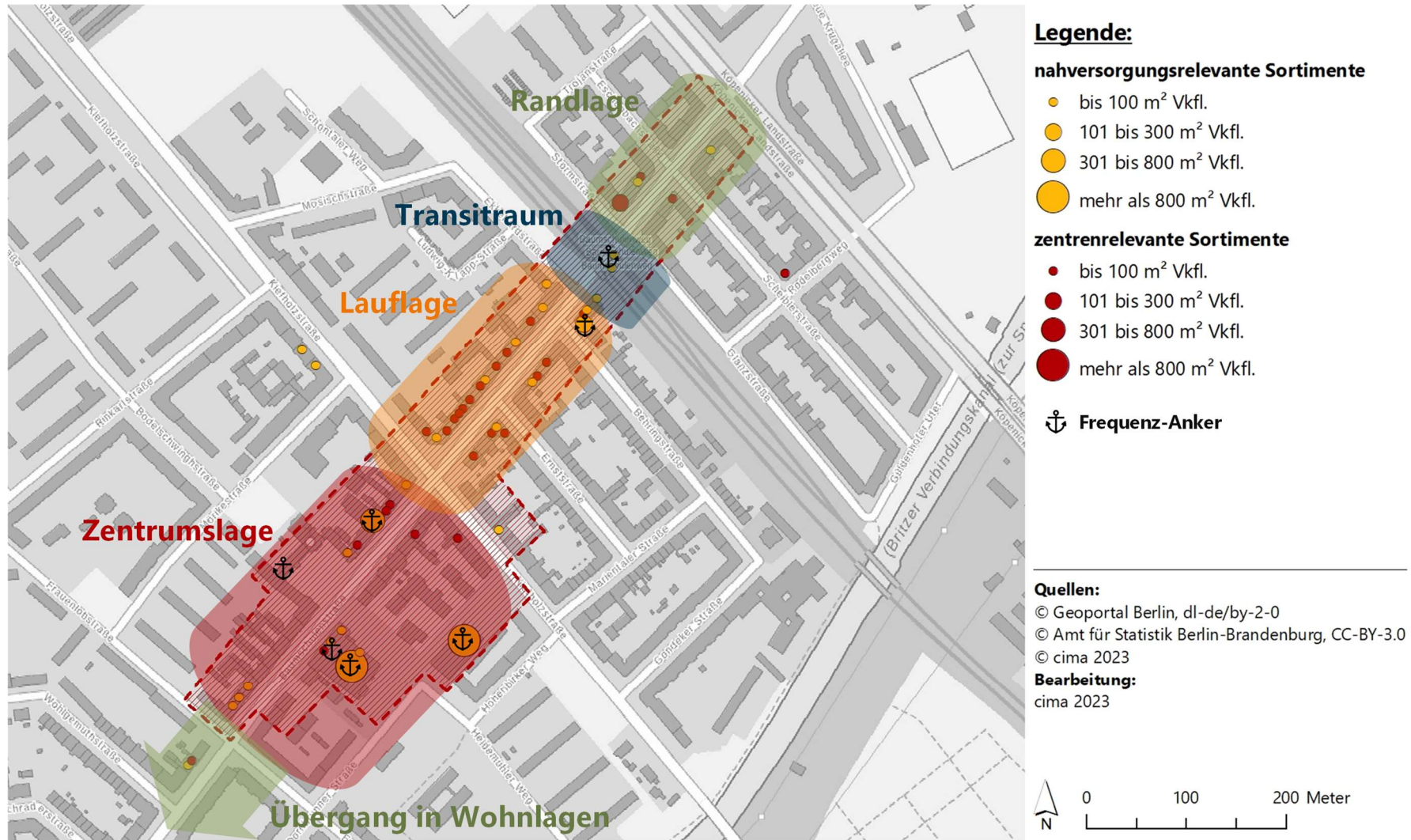
Im **mittleren Abschnitt des Ortsteilzentrums**, zwischen Kieffholzstraße und S-Bahnhof, sind hingegen ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ansässig, die – mit Ausnahme des Rossmann Drogeriemarktes (rd. 290 m² Vkfl.) – alle weniger als 100 m² Verkaufsfläche aufweisen. Es handelt sich hier um eine Auflage zwischen dem S-Bahnhof und dem südlichen Abschnitt des Ortsteilzentrums (siehe oben). Diese Lage profitiert also von den Passantenfrequenzen, welche maßgeblich durch die Ankernutzungen im Süden generiert werden.

Der **nördliche Abschnitt des Ortsteilzentrums**, zwischen S-Bahnhof und Köpenicker Landstraße, weist nur vereinzelte Einzelhandelsnutzungen auf. Durch die klare räumliche Zäsur ist hier nur sehr begrenzt ein Zusammenhang mit den südlich des S-Bahnhofs vorhandenen Nutzungen erkennbar. Teilweise sind die Nutzungen hier auf das Bahnhofsumfeld bezogen (mit z.B. Imbiss, Backshop) und teilweise ist hier bereits ein allmählicher Übergang in die Wohngebiete wahrnehmbar (mit z.B. auf das Wohnumfeld bezogenen Restaurants). Dieser Abschnitt ist daher eher als Randlage des Ortsteilzentrums zu verstehen.

Zwischen dem nördlichen und mittleren Abschnitt des Ortsteilzentrums ist zudem die **S-Bahnunterführung** als eigener Abschnitt zu klassifizieren. Entsprechend seiner Funktion als Zugang zu den S-Bahnsteigen fungiert dieser Abschnitt als **Transitraum** ohne jegliche Aufenthaltsqualität. Während in der südlichen Unterführung immerhin einige Nutzungen vorhanden sind (Bäckerei, Zeitschriftenkiosk, Asia-Imbiss, Döner-Imbiss), sind auf der nördlichen Seite keinerlei Nutzungen vorhanden. Dies führt, zusammen mit der relativ niedrigen Deckenhöhe und der künstlichen Beleuchtung dazu, dass die S-Bahnunterführung von einem Teil der Bewohnerschaft als Angstraum empfunden wird.

In den an das Ortsteilzentrum angrenzenden Nebenstraßen sind, mit Ausnahme einzelner kleinteiliger Geschäfte, keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden. Hier dominieren Wohnnutzungen, insbesondere in den gründerzeitlich geprägten Straßen sind in den Erdgeschosslagen aber auch gewerbliche Nutzungen (Dienstleistungen, Büros, Gastronomie usw.) zu finden. Die Baumschulenstraße bietet aufgrund der hohen Verkehrsbelastung derzeit nur eine geringe Aufenthaltsqualität (vgl. Kap. 5.1). Das Ziel, eine wesentliche Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Baumschulenstraße zu erreichen, wird sich voraussichtlich erst längerfristig durch einen zukünftigen Umbau der Straße umsetzen lassen (vgl. Kap. 5.2). Hingegen bieten einige Nebenstraßen mit geringem Verkehrsaufkommen und grünen Vorgärten bereits heute potenziell Raum für Gastronomie mit Außen-sitzbereichen (z.B. Behringstraße, Ernststraße, Scheiblerstraße, Eschenbachstraße). Für Einzelhandelsnutzungen sind diese Bereiche aber kaum geeignet, da zum einen die erforderliche Passantenfrequenz fehlt und zum anderen Einzelhandelsnutzungen gezielt auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Baumschulenstraße gelenkt werden sollen.

Abb. 7: Lagedifferenzierung des Ortsteilzentrums Baumschulenweg



2.4 Potenzialanalyse Einzelhandel

2.4.1 Ermittlung des Einzugsgebietes

Der Ortsteil Baumschulenweg zeichnet sich durch eine besonders gute verkehrliche Erreichbarkeit aus. Im nördlichen Bereich des Ortsteils verläuft die B 96a (Köpenicker Landstraße) als übergeordnete Straßenverbindung⁷, im südlichen Bereich die Sonnenallee. Zwischen diesen beiden Straßen verläuft die Baumschulenstraße ebenfalls als übergeordnete Straßenverbindung. Sie ist die zentrale Verkehrsader des Ortsteils. Außerdem befindet sich im Ortsteil der S-Bahnhof Baumschulenweg, der von zahlreichen Bushaltestellen im Ortsteil ergänzt wird.

Auf der anderen Seite schränken diese Verkehrswege die Erreichbarkeit aber auch ein: Die vielbefahrende Köpenicker Landstraße hat eine Barrierewirkung für die Erreichbarkeit des Ortsteilzentrums Baumschulenweg aus den nördlich gelegenen Wohngebieten. Die S-Bahntrassen im Norden und Nordosten des Ortsteils haben ebenfalls eine Barrierewirkung. Nach Südosten und Süden bildet der Britzer Verbindungskanal eine natürliche Barriere, nach Westen der Südliche Heidekampgraben.

Das **Einzugsgebiet** eines Einzelhandelsstandortes – hier des Ortsteilzentrums Baumschulenweg – beschreibt die Bereiche, in welchen die Konsument:innen in maßgeblichem Umfang (Kaufkraftbindung mindestens rd. 10 %) auf diesen Standort orientiert sind. Der Grad ihrer Fokussierung hängt vor allem vom Wettbewerbsumfeld, der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Standortattraktivität im Vergleich zu den Wettbewerbsstandorten ab. Neben der Wirkung natürlicher und baulicher Barrieren (Grünzüge, Gewässer, Verkehrswege usw.) beeinflusst also vor allem die Nähe und Erreichbarkeit der Wettbewerbsstandorte die Grenzen des Einzugsgebietes.

Schließlich wird das Einzugsgebiet an statistische Grenzen angepasst, auf deren Ebene beispielsweise Bevölkerungsdaten verfügbar sind. Im vorliegenden Fall sind das die lebensweltlich orientierten Räume (LOR-Planungsräume) als kleinste statistische Einheit in Berlin.

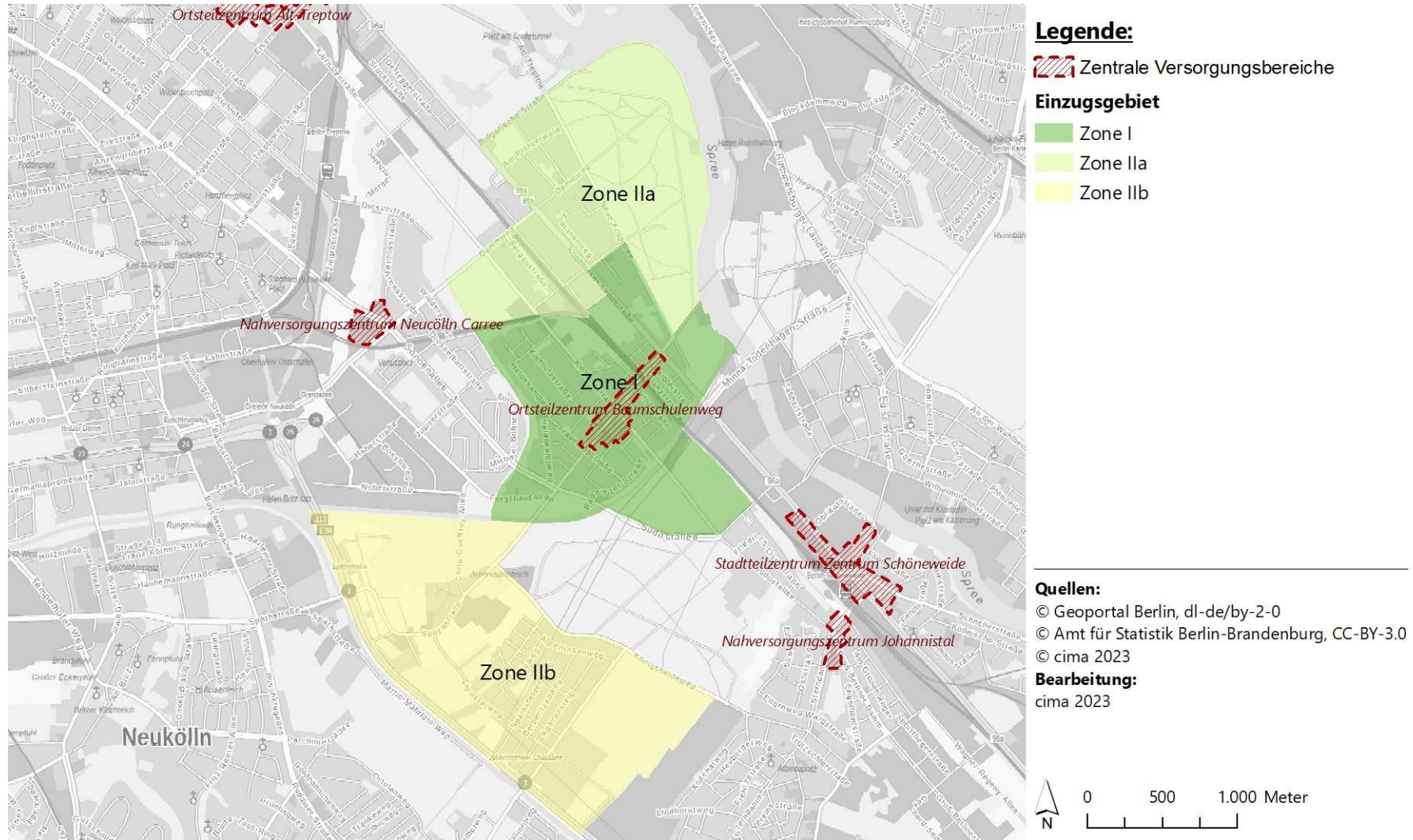
Demzufolge sind die Planungsräume „Baumschulenweg Ost“ und „Baumschulenweg West“ der **Zone I** des Einzugsgebietes zuzuordnen. In diesen Bereichen erreicht also das Ortsteilzentrum Baumschulenweg die höchste Kaufkraftbindung. Insbesondere die Einkäufe des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Arzneimittel, Zeitungen/Zeitschriften) werden von den Bewohner:innen dieser Planungsräume im Ortsteilzentrum Baumschulenweg erledigt.

Als **Zone IIa** des Einzugsgebietes wird der nördlich angrenzende Planungsraum „Plänterwald Ost“ definiert. Die Bewohner:innen dieses Raums haben ebenfalls eine relativ hohe Kaufkraftorientierung auf das Ortsteilzentrum Baumschulenweg, da es der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist. Ein größerer Teil der Kaufkraft fließt aber auch zu verkaufsflächenstärkeren und damit sogkräftigeren Standorten wie beispielsweise dem Stadtteilzentrum Schöneweide, dem Ortsteilzentrum Alt-Treptow oder dem Nahversorgungszentrum Neucölln Carree.

Die **Zone IIb** des Einzugsgebietes ist der südlich an Baumschulenweg angrenzende Planungsraum „Späthsfelde“. Die Bewohner:innen dieses Raums sind ebenfalls relativ stark auf das Ortsteilzentrum Baumschulenweg fokussiert. Bedeutende Kaufkraftanteile fließen aber auch zu vergleichbar gut erreichbaren Wettbewerbsstandorten wie dem Stadtteilzentrum Schöneweide und Nahversorgungszentrum Johannisthal sowie Standorten im benachbarten Bezirk Neukölln (bspw. Gropius-Passagen).

⁷ Quelle: Übergeordnetes Straßennetz – Bestand 2023, SenUMVK 2023

Abb. 8: Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums Baumschulenweg



2.4.2 Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet

Im definierten Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums Baumschulenweg leben aktuell (Stand 31.12.2022) 26.338 Menschen:

Abb. 9: Bevölkerungszahl und -entwicklung im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Bevölkerung am 31.12.2012	Bevölkerung am 31.12.2022	Entwicklung
Zone I (Baumschulenweg)	14.481	16.127	+11,4 %
Zone IIa (Plänterwald Ost)	6.670	7.048	+5,7 %
Zone IIb (Späthsfelde)	2.891	3.163	+9,4 %
gesamt	24.042	26.338	+9,5 %

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2023

Bearbeitung: cima 2023

Im Zehn-Jahres-Vergleich ist die Bevölkerungszahl im definierten Einzugsgebiet um rd. 9,5 % gestiegen. Damit verlief die Bevölkerungsentwicklung im Einzugsgebiet etwas weniger dynamisch als im berlinweiten Durchschnitt, wo im Zehn-Jahres-Vergleich ein Wachstum um rd. 11,0 % zu verzeichnen war, und deutlich weniger dynamisch als im Durchschnitt des Bezirks Treptow-Köpenick, der im selben Zeitraum ein Bevölkerungswachstum um rd. 18,6 % verzeichnete.

Kleinräumige Prognosedaten liegen für die LOR-Planungsräume nicht vor. Basierend auf Daten des Wohnbauflächen-Informationssystems zu in der Realisierung befindlichen oder kurzfristig aktivierbaren Wohnbauflächen kann allerdings davon ausgegangen werden, dass die Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet bis zum Jahresende 2026 um mindestens 1.900 Personen steigen wird⁸.

⁸ Eigene Berechnungen auf Grundlage von Daten des Wohnbauflächen-Informationssystems (WoFIS), SenSW, Bezirk Treptow-Köpenick, 01/2023 sowie StEP Wohnen 2030, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen, 12/2019

2.4.3 Kaufkraftkennziffer im Einzugsgebiet

Die Berechnung des Nachfragepotenzials für den Einzelhandel im Ortsteilzentrum Baumschulenweg erfolgt auf Basis der aktuellen Bevölkerungszahlen und der ortsspezifischen Kaufkraftkennziffer. Die Kaufkraftkennziffer dient dazu, die bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabesätze im Einzelhandel an das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet anzupassen.

Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern liegen in der kleinsten räumlichen Einheit auf Ebene der Postleitzahlengebiete vor. Das definierte Einzugsgebiet liegt ganz überwiegend im Bereich der Postleitzahl 12437. Dort liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer bei 92,0 und somit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0) sowie unter dem berlinweiten Durchschnitt von 97,3⁹.

Zum Vergleich: Berlinweit weisen die Postleitzahlengebiete 13465 (Frohnau), 14109 (Wannsee), 14129 (Nikolassee), 14193 (Grunewald) und 14195 (Dahlem) die höchsten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern mit jeweils über 120 auf. Die niedrigsten Kaufkraftkennziffern haben die Postleitzahlengebiete 12045, 12049, 12055, 12059 (alle Nord-Neukölln) und 13359 (Soldiner Kiez) mit jeweils rd. 82. Im Bezirk Treptow-Köpenick haben auch die Postleitzahlengebiete 12459 (Oberschöneweide: 91,4) und 12435 (Alt-Treptow/Treptower Park Süd: 91,7) eine ähnlich niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer wie Baumschulenweg.

Somit verfügt die Bevölkerung im Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums Baumschulenweg bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 92,0 im regionalen Vergleich über ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Dies ist aber nicht als problematisch oder besorgniserregend zu betrachten. Es weist lediglich darauf hin, dass Einzelhandelsangebote im Ortsteilzentrum eher nicht auf Zielgruppen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft ausgerichtet werden sollten.

⁹ Quelle: © Michael Bauer Research GmbH 2023 basierend auf © Statistisches Bundesamt

2.4.4 Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Für die Berechnung des Nachfragepotenzials wird ein statistischer Ausgabesatz pro Kopf im stationären Einzelhandel von 5.803 €¹⁰ für das Jahr 2022 zugrunde gelegt. Mit Hilfe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (siehe Kap. 2.4.3) wird dieser an das Niveau im Einzugsgebiet angepasst. Für die Wohnbevölkerung im Einzugsgebiet ergibt sich somit ein durchschnittlicher Ausgabesatz im stationären Einzelhandel von rd. 5.339 € pro Person und Jahr. Bezogen auf eine Bevölkerungszahl von 26.338 Personen (vgl. Kap. 2.4.2) errechnet sich daraus ein jährliches Nachfragepotenzial in Höhe von rd. 140,6 Mio. €. Davon entfallen rd. 79,3 Mio. € auf nahversorgungsrelevante Sortimente, rd. 42,0 Mio. € auf zentrenrelevante Sortimente und rd. 19,3 Mio. € auf nicht-zentrenrelevante Sortimente. Wie sich dieses gesamte Nachfragevolumen auf die verschiedenen Sortimentsbereiche aufteilt, kann der nebenstehenden Abb. 10 entnommen werden.

Abb. 10: Nachfragepotenzial der Wohnbevölkerung im Einzugsgebiet

cima Warengruppe	Nachfragevolumen in Mio. €			
	Zone I	Zone IIa	Zone IIb	Einzugsgebiet gesamt
Nahversorgungsrelevante Sortimente	48,5	21,2	9,5	79,3
Nahrungs- und Genussmittel	37,3	16,3	7,3	60,9
Arzneimittel, freiverk. (Apotheken)	0,9	0,4	0,2	1,4
Drogerie- und Parfümeriewaren	6,6	2,9	1,3	10,8
Sanitätswaren	1,8	0,8	0,4	3,0
Bücher	0,7	0,3	0,1	1,1
Schreibwaren	0,7	0,3	0,1	1,1
Zeitungen, Zeitschriften	0,6	0,3	0,1	1,0
Zentrenrelevante Sortimente	25,7	11,2	5,0	42,0
Bekleidung, Wäsche	5,6	2,4	1,1	9,1
Schuhe, Lederwaren	2,1	0,9	0,4	3,4
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	6,9	3,0	1,4	11,3
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltwaren	1,5	0,6	0,3	2,4
Heimtextilien	1,0	0,4	0,2	1,6
Antiquitäten, Kunstgegenstände	0,2	0,1	0,0	0,4
Musikinstrumente, Sammelhobbies	0,3	0,1	0,1	0,5
Uhren, Schmuck	1,1	0,5	0,2	1,8
Optik, Hörgeräteakustik	1,0	0,4	0,2	1,7
Spielwaren	0,7	0,3	0,1	1,1
Zooartikel	1,0	0,4	0,2	1,6
Fahrräder und Zubehör	1,6	0,7	0,3	2,7
Sportartikel	2,0	0,9	0,4	3,2
Schnittblumen, Floristik	0,7	0,3	0,1	1,1
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	11,8	5,2	2,3	19,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf	7,0	3,0	1,4	11,4
Möbel	4,9	2,1	1,0	8,0
Einzelhandel insgesamt	86,1	37,6	16,9	140,6

Quelle: cima 2023 auf Grundlage von Statistisches Bundesamt (Destatis) 2022

Bearbeitung: cima 2023

¹⁰ Quelle: Berechnungen der cima 2023 auf Grundlage von Daten des Statistischen Bundesamtes (Destatis) 2022

2.4.5 Ableitung eines rechnerischen Verkaufsflächenpotenzials für das Ortsteilzentrum Baumschulenweg

Das Nachfragevolumen der Wohnbevölkerung im Einzugsgebiet (vgl. Kap. 2.4.4) kann und soll nicht zu 100 % im Ortsteilzentrum Baumschulenweg gebunden werden. Selbstverständlich werden die Bewohner:innen des Einzugsgebietes weiterhin auch andere Einzelhandelsstandorte zum Einkauf aufsuchen. Daher werden für jedes Sortiment Annahmen getroffen, welcher Anteil der jeweiligen Nachfrage im Ortsteilzentrum Baumschulenweg gebunden werden könnte, wenn dort die entsprechenden attraktiven Angebotsstrukturen vorhanden wären.

Diese Kaufkraftbindungsquoten fallen je nach Sortiment und je nach Zone des Einzugsgebiets unterschiedlich aus. Sie werden u.a. dadurch beeinflusst, wie stark die Wettbewerbssituation im Umfeld im Vergleich zur möglichen Angebotsstruktur im Ortsteilzentrum Baumschulenweg ist und wie hoch die Bereitschaft der Verbraucher:innen ist, für das jeweilige Sortiment längere Wege in Kauf zu nehmen.

Die Kaufkraftbindungsquoten sind gutachterliche Erfahrungswerte, die unter anderem auf Datenanalysen einer Vielzahl realisierter Einzelhandelsprojekte und Untersuchungen sowie auf Veröffentlichungen der Fachliteratur und Rechtsprechung beruhen.

Mit Hilfe der Kaufkraftbindungsquoten lässt sich also rechnerisch ableiten, welcher Anteil der gesamten Nachfrage theoretisch vor Ort gebunden werden könnte. Für dieses bindbare Nachfragevolumen lässt sich schließlich mit Hilfe von branchenüblichen und regionstypischen Flächenproduktivitäten, d.h. typischen Umsatzleistungen je Quadratmeter Verkaufsfläche umrechnen, welche Verkaufsflächengröße im Ortsteilzentrum Baumschulenweg allein aus der bindbaren Nachfrage rechnerisch tragfähig wäre.

Hierzu ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass diese Werte allein keine Aussage darüber zulassen, welche Verkaufsflächen auch tatsächlich im Ortsteilzentrum Baumschulenweg realisiert werden könnten. Denn neben der rechnerischen Tragfähigkeit hängt eine Realisierbarkeit von vielen weiteren Faktoren ab. Limitierend ist im vorliegenden Fall vor allem die Flächenverfügbarkeit. Die rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenpotenziale

könnten also nur dann umgesetzt werden, wenn dafür zunächst in größerem Umfang Bestandsgebäude abgerissen werden würden – was natürlich eine unrealistische Annahme ist. Auch Grundstückskaufpreise bzw. das Mietniveau für Ladenlokale sowie die Standortanforderungen potenzieller Betreiber:innen schränken die Realisierbarkeit ein.

Im Kap. 2.4.6 wird daher aufgezeigt, welche Flächen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg tatsächlich realistisch und konzeptionell sinnvoll sind.

Abb. 11: Nachfragevolumen, bindbare Nachfrage und rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial im Einzugsgebiet

cima Warengruppe	Nachfragevolumen in Mio. €			Kaufkraftbindung in %			Bindbare Nachfrage in Mio. €				Umsatz im Einzugs- gebiet in Mio. €	offene Nachfrage in Mio. €	Ø Flächen- leistung in €/m ²	Verkaufsflächen- potenzial in m ²
	Zone I	Zone IIa	Zone IIb	Zone I	Zone IIa	Zone IIb	Zone I	Zone IIa	Zone IIb	gesamt				
Nahversorgungsrelevante Sortimente	48,5	21,2	9,5				40,6 - 45,6	13,6 - 15,8	5,7 - 6,6	59,9 - 68,1	32,6	27,7 - 35,7		5.210 - 8.940
Nahrungs- und Genussmittel	37,3	16,3	7,3	85 - 95	65 - 75	60 - 70	31,7 - 35,4	10,6 - 12,2	4,4 - 5,1	46,7 - 52,8	23,1	23,5 - 29,6	3.800 - 5.000	4.710 - 7.800
Arzneimittel, freiverk. (Apotheken)	0,9	0,4	0,2	80 - 90	60 - 70	60 - 70	0,7 - 0,8	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	1,0 - 1,2	1,4	0,0 - 0,0	5.000 - 7.000	0 - 0
Drogerie- und Parfümeriewaren	6,6	2,9	1,3	80 - 90	60 - 70	55 - 65	5,3 - 5,9	1,7 - 2,0	0,7 - 0,8	7,7 - 8,8	6,4	1,4 - 2,4	5.000 - 7.000	190 - 490
Sanitätswaren	1,8	0,8	0,4	85 - 95	65 - 75	60 - 70	1,6 - 1,7	0,5 - 0,6	0,2 - 0,3	2,3 - 2,6	0,8	1,5 - 1,8	8.000 - 12.000	120 - 220
Bücher	0,7	0,3	0,1	60 - 80	50 - 75	50 - 70	0,4 - 0,5	0,1 - 0,2	0,1 - 0,1	0,6 - 0,9	0,2	0,5 - 0,7	10.000 - 15.000	30 - 70
Schreibwaren	0,7	0,3	0,1	70 - 90	65 - 85	60 - 80	0,5 - 0,6	0,2 - 0,2	0,1 - 0,1	0,7 - 0,9	0,0	0,7 - 0,9	3.000 - 5.000	140 - 300
Zeitungen, Zeitschriften	0,6	0,3	0,1	85 - 95	80 - 90	75 - 85	0,5 - 0,6	0,2 - 0,2	0,1 - 0,1	0,8 - 0,9	0,7	0,1 - 0,2	4.500 - 6.000	20 - 60
Zentrenrelevante Sortimente	25,7	11,2	5,0				7,7 - 10,8	3,2 - 4,5	1,4 - 2,0	12,2 - 17,4	5,5	7,0 - 12,0		1.620 - 4.180
Bekleidung, Wäsche	5,6	2,4	1,1	25 - 35	25 - 35	25 - 35	1,4 - 2,0	0,6 - 0,9	0,3 - 0,4	2,3 - 3,2	0,6	1,7 - 2,6	3.800 - 6.000	290 - 700
Schuhe, Lederwaren	2,1	0,9	0,4	25 - 35	25 - 35	25 - 35	0,5 - 0,7	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,8 - 1,2	0,1	0,7 - 1,1	3.800 - 6.000	120 - 280
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	6,9	3,0	1,4	20 - 30	20 - 30	20 - 30	1,4 - 2,1	0,6 - 0,9	0,3 - 0,4	2,3 - 3,4	0,9	1,4 - 2,5	3.500 - 5.000	270 - 710
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	1,5	0,6	0,3	30 - 40	30 - 40	25 - 35	0,4 - 0,6	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,7 - 0,9	0,4	0,3 - 0,5	1.500 - 2.500	110 - 340
Heimtextilien	1,0	0,4	0,2	40 - 60	40 - 60	30 - 50	0,4 - 0,6	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,6 - 1,0	0,3	0,3 - 0,7	2.000 - 3.000	120 - 340
Antiquitäten, Kunstgegenstände	0,2	0,1	0,0	10 - 30	10 - 25	10 - 25	0,0 - 0,1	0,0 - 0,0	0,0 - 0,0	0,0 - 0,1	0,1	0,0 - 0,0	1.000 - 3.000	0 - 40
Musikinstrumente, Sammelhobbies	0,3	0,1	0,1	30 - 50	30 - 50	30 - 50	0,1 - 0,1	0,0 - 0,1	0,0 - 0,0	0,1 - 0,2	0,0	0,1 - 0,2	4.000 - 6.000	20 - 60
Uhren, Schmuck	1,1	0,5	0,2	20 - 30	20 - 30	20 - 30	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,0 - 0,1	0,4 - 0,5	0,4	0,0 - 0,2	8.000 - 12.000	0 - 20
Optik, Hörgeräteakustik	1,0	0,4	0,2	70 - 80	60 - 70	60 - 70	0,7 - 0,8	0,3 - 0,3	0,1 - 0,1	1,1 - 1,3	1,1	0,0 - 0,2	6.000 - 10.000	0 - 30
Spielwaren	0,7	0,3	0,1	50 - 70	45 - 65	40 - 60	0,3 - 0,5	0,1 - 0,2	0,1 - 0,1	0,5 - 0,8	0,0	0,5 - 0,8	2.000 - 3.000	180 - 380
Zooartikel	1,0	0,4	0,2	60 - 80	50 - 70	45 - 65	0,6 - 0,8	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,9 - 1,2	0,2	0,7 - 1,0	1.500 - 2.500	280 - 690
Fahrräder und Zubehör	1,6	0,7	0,3	30 - 45	30 - 40	30 - 40	0,5 - 0,7	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,8 - 1,1	0,3	0,5 - 0,8	3.500 - 4.500	110 - 240
Sportartikel	2,0	0,9	0,4	25 - 45	20 - 40	20 - 40	0,5 - 0,9	0,2 - 0,3	0,1 - 0,2	0,7 - 1,4	0,0	0,7 - 1,4	4.000 - 6.000	120 - 350
Schnittblumen, Floristik	0,7	0,3	0,1	80 - 90	75 - 85	70 - 80	0,6 - 0,6	0,2 - 0,3	0,1 - 0,1	0,9 - 1,0	1,1	0,0 - 0,0	3.500 - 5.000	0 - 0
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	11,8	5,2	2,3				2,1 - 3,3	0,9 - 1,4	0,4 - 0,6	3,5 - 5,4	2,6	0,9 - 2,8		560 - 2.980
Baumarktartikel, Gartenbedarf	7,0	3,0	1,4	20 - 30	20 - 30	20 - 30	1,4 - 2,1	0,6 - 0,9	0,3 - 0,4	2,3 - 3,4	2,1	0,2 - 1,3	1.200 - 2.000	80 - 1.080
Möbel	4,9	2,1	1,0	15 - 25	15 - 25	15 - 25	0,7 - 1,2	0,3 - 0,5	0,1 - 0,2	1,2 - 2,0	0,5	0,7 - 1,5	800 - 1.500	480 - 1.900
Einzelhandel insgesamt	86,1	37,6	16,9				50,4 - 59,8	17,7 - 21,8	7,4 - 9,3	75,6 - 90,8	40,7	35,6 - 50,5		7.390 - 16.100

Quelle: cima 2023

Hinweis: Zum Verständnis der abgebildeten Berechnungen sind die einführenden Erläuterungen auf S. 25 zu lesen.

Die ermittelten Potenziale beziehen sich auf die Nachfrage der aktuellen Wohnbevölkerung ohne Berücksichtigung zukünftig ggf. entstehender neuer Wohnquartiere.

2.4.6 Empfehlungen für Neuansiedlungen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg

Wie oben beschrieben (vgl. S. 25) lassen die rechnerisch ermittelten, theoretisch tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale allein keine Aussage darüber zu, welche Verkaufsflächen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg auch tatsächlich realisierbar und zudem konzeptionell sinnvoll sind.

Die **Flächenverfügbarkeit** im Ortsteilzentrum ist sehr begrenzt. Freiflächen für größere Neuansiedlungen sind nicht vorhanden oder wären nur mit großem Aufwand bzw. umfangreichen Eingriffen in den Gebäudebestand aktivierbar. Und die vorhandenen Ladenlokale in den Bestandsgebäuden sind überwiegend kleinteilig strukturiert (meist weniger als 100 m² Verkaufsfläche). Dies schließt bestimmte Betriebstypen von vornherein aus. Ein Möbelhaus ist an der der Baumschulenstraße ebenso unrealistisch wie ein Baumarkt. Und selbst fachmarktorientierte Angebote mit Flächenbedarfen von 400 m² und mehr (z.B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt) sind somit kaum realisierbar.

Aus **konzeptioneller Sicht** sind zunächst die Zielvorstellungen des StEP Zentren 2030 zur idealtypischen Ausstattung von Ortsteilzentren (vgl. Abb. 1) zu beachten. Demzufolge soll der Branchenmix im Einzelhandel überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet sein, da sich die Nahversorgungsfunktion auf den Ortsteil beziehen soll, bzw. vorliegend auf die Planungsräume Baumschulenweg, Plänterwald Ost und Späthsfelde (vgl. Kap. 2.4.1). Diese Zielstellung wird bestätigt durch die handelsanalytische Einschätzung und Bewertung der cima: Das Ortsteilzentrum Baumschulenweg konzentriert sich überwiegend auf die ortsteilbezogene Nahversorgung. Es generiert kaum Kaufkraftzuflüsse aus weiter entfernt liegenden Ortsteilen und hat nahezu keine touristische Bedeutung. Daher ist es sinnvoll, auch das Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich schwerpunktmäßig auf Sortimente für die Nahversorgung zu konzentrieren, die durch sinnvolle und passende Angebote mit zentrenrelevanten Sortimenten ergänzt werden. Großformatige Fachmärkte sind auch aus

dieser Perspektive nicht sinnvoll; derartige Betriebstypen sind geeigneter für höherrangige Zentren (z.B. Stadtteilzentrum Schöneweide, Hauptzentrum Bahnhofstraße).

Demzufolge sind die folgenden Einzelhandelsnutzungen konzeptionell sinnvoll für Angebotsergänzungen bzw. Neuansiedlungen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
 - Lebensmittelmärkte (Super-/Verbrauchermärkte, Lebensmitteldiscounter)¹¹
 - Ladenhandwerk (Bäckerei, Fleischerei)
 - Spezialitätengeschäfte (z.B. Kaffee-/Teeladen, Süßwarengeschäft, Weinhandlung, Feinkostladen, ...)
 - Spätshops, Kioske und Tabakwarenläden
- Sanitätshaus
- Schreibwarenläden

Zentrenrelevante Sortimente

- Bekleidungsgeschäfte (Damen-, Herren-, Baby- und Kinderbekleidung)
- Schuhgeschäft
- Geschäfte für Wohnaccessoires und Deko-/Geschenkartikel
- Spielwarenläden
- Fahrradläden

¹¹ Zur Realisierbarkeit von Lebensmittelmärkten wird auf die vertiefende Betrachtung im Kapitel 6.1 verwiesen.

Erläuterungen zu den einzelnen Sortimenten:

- Im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** besteht grundsätzlich Bedarf für umfangreiche Angebotsergänzungen. Wünschenswert sind hier vor allem Lebensmittelmärkte (Supermärkte und Lebensmitteldiscounter zur wohnortnahen Grundversorgung; vgl. Kap. 6). Umfangreichere Entwicklungen sind jedoch nicht absehbar, da innerhalb des Ortsteilzentrums sowie in der näheren Umgebung keine größeren Potenzialflächen verfügbar sind. Für die Stärkung und Attraktivitätssteigerung des Ortsteilzentrums Baumschulenweg sind darüber hinaus aber auch kleinteilige Lebensmittelangebote wünschenswert und sinnvoll. Neben Ladenhandwerk (Bäckereien, Fleischereien) können das vor allem Spezialitätengeschäfte sein, wie sie üblicherweise in Zentrumslagen erwartet werden (z.B. Kaffee/Tee, Süßwaren, Wein/Spirituosen, Feinkost, etc.). Auch kleinere Bioläden gehören hierzu. Für größere Biomärkte bestehen derzeit allerdings kaum Ansiedlungschancen, da das vergleichsweise niedrige Kaufkraftniveau in Baumschulenweg und Plänterwald keine attraktiven Rahmenbedingungen für Biomärkte bietet. Außerdem benötigen zeitgemäße Biomärkte ebenfalls rd. 600 bis 800 m² Verkaufsfläche, die im Ortsteilzentrum Baumschulenweg derzeit nicht zur Verfügung stehen¹².
- Im Sortiment **Arzneimittel** bestehen rechnerisch keine offenen Potenziale. Mit drei Apotheken im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und einer weiteren Apotheke im Plänterwald ist insgesamt eine sehr gute Versorgungssituation gegeben, sodass kein Bedarf für weitere Apotheken besteht.
- Im Sortiment **Drogerie- und Parfümeriewaren** sind mit dm und Rossmann die beiden marktführenden Unternehmen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg ansässig. Die verbleibenden rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale (ca. 190 bis 490 m²) würden als Drogeriewaren-Randsortimente bei etwaigen Lebensmittelmarkt-Entwicklungen (siehe oben) ausgeschöpft werden.
- Im Sortiment **Sanitätswaren** gibt es im Ortsteilzentrum Baumschulenweg zwei Betriebe mit dem Schwerpunkt Orthopädietechnik bzw. Orthopädie-Schuhtechnik. Ein „klassisches“ Sanitätshaus mit einem Sanitätswaren-Vollsortiment und ergänzenden Hilfsmitteln fehlt hingegen. Die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale von 120 bis 220 m² wären ausreichend für ein bis zwei solcher Sanitätshäuser, zumal mit Blick auf den anhaltenden demografischen Wandel von einem weiteren Nachfrageanstieg ausgegangen werden kann.
- Die ermittelten Potenziale im Sortiment **Bücher** (rd. 30-70 m²) sind nicht ausreichend für ein zeitgemäße Buchhandlung. Wünschenswert wäre stattdessen eine Verkaufsflächenerweiterung der bereits im Ortsteilzentrum ansässigen Buchhandlung, um eine ansprechendere und zeitgemäße Warenpräsentation zu ermöglichen und somit einen langfristigen Erhalt dieses individuellen Buchladens für die Baumschulenstraße zu sichern.
- Im Sortiment **Schreibwaren** besteht ein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial von 140 bis 300 m², was zwei bis drei zeitgemäßen Schreibwarenläden entspricht. Bisher beschränkt sich das Schreibwaren-Angebot auf ein kleines Sortiment im Post-Shop sowie Randsortimente bspw. in den Drogeriemärkten oder im Euro-Shop. Da sich im Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums aber unter anderem mehrere Schulen und Bildungseinrichtungen befinden, sehen wir eine hohe Nachfrage und entsprechende Potenziale für die Nahversorgung. Neben eigenständigen Schreibwarenfachgeschäften ist auch ein kombinierter Schreibwaren- und Buchladen (s.o.) oder ein Schreib- und Spielwarenladen (s.u.) denkbar.
- In der Warengruppe **Bekleidung/Wäsche** sind mehrere (Fach-)Geschäfte und Boutiquen denkbar. Ein größerer Bekleidungsfachmarkt

¹² Detaillierte Erläuterungen und Empfehlungen für den Lebensmitteleinzelhandel in Baumschulenweg enthalten die Kapitel 6.1 und 6.2.

(Kik/ Takko/ NKD o.ä.) passt hingegen weniger zum Zentrumstyp des Ortsteilzentrums (siehe Abb. 1); zudem wären die erforderlichen Flächen nicht verfügbar.

- Dies gilt übertragen auch für die Warengruppe **Schuhe/Lederwaren**, in dem rechnerisch Potenzial für ein zusätzliches Fachgeschäft im Ortsteilzentrum besteht. Mit dem vorhandenen Schuhgeschäft verfügt der Standort bereits über eine gute Versorgungsfunktion und Attraktivität. Ein zusätzliches Schuhgeschäft könnte die Angebotsvielfalt vergrößern, sollte bei Ansiedlungsbemühungen aber nicht mit Priorität verfolgt werden.
- Die Warengruppe **Elektroartikel, Unterhaltungselektronik** ist im Ortsteilzentrum Baumschulenweg mit drei Mobilfunk-Shops, einem Geschäft für Laptop- und Smartphone-Zubehör sowie einem Fotofachgeschäft vertreten. Außerhalb des Ortsteilzentrums ist ein weiteres PC- und Notebookgeschäft ansässig. Für einen großflächigen Elektronik-Fachmarkt reichen weder die rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenpotenziale, noch wäre ein solcher dem Zentrumstyp Ortsteilzentrum angemessen. Kaufkraftabflüsse in Richtung der höherrangigen Zentren (Stadtteilzentrum Schöneweide, Hauptzentrum Bahnhofstraße) sind daher gewollt und hinnehmbar.
- In der Warengruppe **Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren** ist das Angebot im Ortsteilzentrum beschränkt auf zwei discountorientierte Haushaltswaren- und Geschenkartikelgeschäfte (Euroshop, 1000 kleine Dinge) sowie Randsortimente in den Lebensmittel- und Drogeriemärkten. Für ein klassisches, markenorientiertes Haushaltswarenfachgeschäft werden keine Potenziale gesehen, solche Betriebe sind i.d.R. nur an Standorten mit großem Einzugsgebiet und überdurchschnittlicher Kaufkraft tragfähig. Eine Angebotsarrondierung wäre aber im Bereich Wohnaccessoires/Dekoartikel denkbar.
- Im Sortiment **Heimtextilien** ist die Ansiedlung entsprechender Fachgeschäfte oder Fachmärkte nicht realistisch. Ein Großteil der Heimtextilien wird als Randsortiment in Möbelmärkten sowie in Warenhäusern oder Baumärkten vertrieben. Für das Ortsteilzentrum Baumschulenweg

sind Heimtextilien eher als Randsortiment in Bekleidungs- oder Wohnaccessoires-Geschäften realistisch oder als Nebenerwerb von Raumausstattungs-geschäften (so wie es bereits bei zwei Raumausstattungs-geschäften im Einzugsgebiet der Fall ist).

- In den Warengruppen **Uhren, Schmuck** und **Optik, Hörgeräteakustik** sind die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale bereits weitgehend ausgeschöpft. Das Angebot eines Uhren- und Schmuckgeschäftes ist der Versorgungsfunktion eines Ortsteilzentrums angemessen, mit einem Optik- und zwei Hörakustik-Geschäften ist ebenfalls eine gute Versorgungssituation gegeben. Weitere Angebotsergänzungen sollten daher nicht mit Priorität verfolgt werden.
- Im Sortiment **Spielwaren** bestehen rein rechnerisch Potenziale für ein bis zwei Fachgeschäfte. Auch wenn ein Großteil der Spielwaren mittlerweile online eingekauft wird und stationär große Fachmärkte dominieren, zeigen viele Beispiele berlin- und bundesweit, dass Spielwarenfachgeschäfte mit ausgesuchtem Sortiment und individueller Gestaltung sich großer Beliebtheit erfreuen. Denkbar sind außerdem Kombinationen von Spielwaren mit Schreibwaren und/oder Büchern (s.o.).
- Das Sortiment **Zooartikel** wird heute überwiegend in großformatigen Zoofachmärkten angeboten. Für das Ortsteilzentrum Baumschulenweg sind daher allenfalls kleinere Spezialgeschäfte mit einer Spartenausrichtung (z.B. Terraristik, Aquaristik) vorstellbar, sollten aber seitens des Ansiedlungsmanagements nicht aktiv verfolgt werden, da solche Spezialangebote primär in den höherstufigen Zentren angeboten werden sollten.
- Die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale im Sortiment **Fahrräder und Zubehör** reichen theoretisch für ein zusätzliches Fahrradfachgeschäft im Ortsteilzentrum. Neben einer Neuansiedlung kommt hier aber vor allem eine Vergrößerung des bereits ansässigen Fahrradladens in Frage, um diesem eine weniger beengte und damit kundenfreundlichere Warenpräsentation zu ermöglichen.

- Im Sortiment **Schnittblumen/Floristik** sind bereits sieben Betriebe im Einzugsgebiet ansässig, davon fünf innerhalb des Ortsteilzentrums. Somit bestehen rein rechnerisch keine weiteren Verkaufsflächenpotenziale. Allerdings bietet ein Großteil der Blumenläden ein einfaches Sortiment mit Schnittblumen und fertig gebundenen Sträußen, sodass in qualitativer Hinsicht ein individuelleres Floristik-Fachgeschäft mit hohem Service- und Beratungsschwerpunkt wünschenswert wäre.
- In den Warengruppen **Baummarktartikel, Gartenbedarf** und **Möbel** dominieren großflächige Vertriebsformen (Bau- und Gartenmärkte, Möbelhäuser und -fachmärkte). Diese passen aufgrund des großen Flächenbedarfs eher in dezentrale Lagen und erscheinen für das Ortsteilzentrum kaum passend (zumal die erforderlichen Flächen dort nicht verfügbar sind).
- Ebenso sind Geschäfte für **Antiquitäten und Kunstgegenstände** üblicherweise auf einen großen Einzugsbereich angewiesen, um ausreichend potenzielle Kundschaft zu generieren. Für ein Ortsteilzentrum, das auf eine ortsteilbezogene Versorgung fokussiert sein soll, erscheinen solche Betriebe daher wenig passend. Die Kaufkraft im Einzugsgebiet ist zu gering, um eine rechnerische Tragfähigkeit sicherzustellen.
- Auch in der Warengruppe **Musikinstrumente, Sammelhobbies** ergibt sich rechnerisch keine Tragfähigkeit für entsprechende Fachgeschäfte. Ein Großteil der Ausgaben ist bereits in den Online-Handel abgewandert, sodass die Nachfrage im stationären Einzelhandel nur noch gering ist. Musikgeschäfte sowie Geschäfte für Sammelhobbies (Münzen, Briefmarken), sind daher auf sehr große Einzugsbereiche angewiesen.

Ergänzende Hinweise für das Ansiedlungsmanagement:

Die Erdgeschosszonen sind wesentlich für die Wahrnehmbarkeit und die Lebendigkeit eines Zentrums verantwortlich. Ziel des Ansiedlungsmanagements muss es daher sein, in den Ladenlokalen entlang der Baumschulenstraße möglichst durchgängig ansprechende Nutzungen anzusiedeln, die zur Frequenz und Attraktivität des Ortsteilzentrums beitragen. Läden und Einrichtungen des täglichen und wöchentlichen Bedarfs (nahversorgungsrelevante Sortimente), sind dafür besonders gut geeignet, da sie eine vergleichsweise hohe Kundenfrequenz generieren und somit für eine Belebung der Einkaufsstraße sorgen, von der wiederum andere Läden mit geringerer Kundenfrequenz profitieren können.

2.5 Potenziale der ärztlichen Versorgung im LZQ-Fördergebiet

Zu einer guten Nahversorgung gehört auch die Versorgung mit Ärzt:innen und ergänzenden medizinischen Dienstleistungen. Medizinische Einrichtungen generieren ebenfalls Kundenfrequenz, von denen der benachbarte Einzelhandel direkt (Apotheken, Sanitätshäuser, Hörakustik- und Augenoptik-Geschäfte) oder indirekt profitieren kann.

Dabei sind medizinische Versorgungseinrichtungen nicht auf Erdgeschosslagen angewiesen, sie müssen somit nicht zwangsläufig eine Flächenkonkurrenz zu Einzelhandel, kundennahen Dienstleistungen und Gastronomie darstellen. Gleichwohl sind in der Baumschulenstraße sowie den Nebenstraßen mehrere Praxen in Erdgeschosslage vorhanden. Dies sollte bei zukünftigen Ansiedlungen in der Baumschulenstraße nach Möglichkeit vermieden werden, da Praxisräume in der Regel über nicht einsehbare (beklebte oder verhangene) Schaufensterflächen verfügen, die somit kontraproduktiv für das beabsichtigte lebendige Erscheinungsbild der Einkaufsstraße sind. In den Nebenstraßen können Praxen aber auch in Erdgeschosslagen sinnvoll sein, um leerstehende oder untergenutzte Ladenlokale sinnvoll nachzubesetzen. Außerdem sind in den Neben- bzw. Wohnstraßen die Obergeschosse zumeist den Wohnnutzungen vorbehalten.

In einigen Expert:innengesprächen wurde angemerkt, dass im Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße eine zu geringe Versorgung mit Ärzt:innen empfunden wird. Die cima-Untersuchung belegt diese Annahme objektiv: Im Rahmen der Ortsbegehungen wurden auch die medizinischen Versorgungseinrichtungen im Fördergebiet, also in den Planungsräumen Baumschulenweg Ost und West sowie Plänterwald Ost erfasst. Die Anzahl der Ärzt:innen der unterschiedlichen

Fachrichtungen wurden dann mit der Basis-Verhältniszahlen der Bedarfsplanungs-Richtlinien des Gemeinsamen Bundesausschusses¹³ abgeglichen. Auf diese Weise wurde überschlägig ermittelt, in welchen Fachrichtungen eine Über- oder Unterversorgung im Fördergebiet festzustellen ist.

Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den ermittelten Zahlen nur um einen groben Richtwert handelt. Denn zum einen können bei der Bestandserfassung Unschärfen aufgetreten sein, da Praxen nur dann erfasst werden konnten, wenn diese auch durch ein Schild von außen als solche erkennbar waren. Zum anderen lässt sich anhand der Schilder nicht ablesen, ob die jeweiligen Ärztinnen in Vollzeit oder ggf. nur in Teilzeit praktizieren. Und schließlich wurden in der Berechnung nur die Basis-Verhältniszahlen zugrunde gelegt; geschlechts- und altersspezifische Anpassungsfaktoren (§ 9 Bedarfsplanungs-Richtlinie) wurden nicht berücksichtigt.

Der ermittelte Richtwert stellt insofern nicht den exakten Bedarf bzw. die exakte Über- oder Unterversorgung in der ärztlichen Versorgung dar, er soll lediglich überschlägig abbilden, ob im Fördergebiet ein Bedarf an zusätzlichen Praxisräumen zur Ansiedlung weiterer Ärzt:innen besteht.

Gemessen an den Basis-Verhältniszahlen besteht im Fördergebiet ein rechnerischer Fehlbedarf von mindestens 21 Ärzt:innen, nämlich

- 8 Hausärzt:innen
- 2 Augenärzt:innen
- 1 Dermatolog:in
- 7 Zahnärzt:innen
- 2 Gynäkolog:innen
- 1 HNO-Ärzt:in

(vgl. Abb. 12)

¹³ Richtlinie des Gemeinsamen Bundesausschusses über die Bedarfsplanung sowie die Maßstäbe zur Feststellung von Überversorgung und Unterversorgung in der vertragsärztlichen Versorgung (Bedarfsplanungs-Richtlinie) in der Neufassung vom 20. Dezember 2012, zuletzt geändert am 16. März 2023, in Kraft getreten am 3. Juni 2023 sowie

Richtlinie des Gemeinsamen Bundesausschusses über die Bedarfsplanung in der vertragszahnärztlichen Versorgung (Bedarfsplanungs-Richtlinie Zahnärzte) in der Fassung vom 14. August 2007, zuletzt geändert am 20. Dezember 2018, in Kraft getreten am 20. März 2019

Abb. 12: Rechnerische Bedarfsabschätzung zur ärztlichen Versorgung im Fördergebiet

Fachrichtung		Basis- Verhältniszahl (Ew. je Ärzt:in)	rechnerischer Bedarf	Bestand im Fördergebiet*	Unter-/Über- versorgung
Hausärztliche Versorgung		1.671	13,9	6	-7,9
Fachärztliche Versorgung	Augenheilkunde	13.399	1,7	-	-1,7
	Chirurgie/Orthopädie	9.202	2,5	2	-0,5
	Gynäkologie*	3.733	3,2	1	-2,2
	Dermatologie	21.703	1,1	-	-1,1
	HNO-Heilkunde	17.675	1,3	-	-1,3
	Neurologie	13.745	1,7	3	1,3
	Psychotherapie	3.079	7,5	9	1,5
	Urologie	28.476	0,8	1	0,2
	Kinder- und Jugendmedizin	2.044	1,4	1	-0,4
Spezialisierte Fachärztliche Versorgung	Anästhesie	46.917	0,5	-	-0,5
	Radiologie	49.095	0,5	-	-0,5
	internistische Fachmedizin	15.055	1,5	1	-0,5
	Kinder- und Jugendpsychoth. (U 18) [†]	15.218	1,5	5	3,5
Gesonderte Fachärztliche Versorgung	Humangenetik	551.258	0,0	-	-0,0
	Labormedizin	92.728	0,2	-	-0,2
	Neurochirurgie	146.552	0,2	-	-0,2
	Nuklearmedizin	107.698	0,2	-	-0,2
	Pathologie	109.918	0,2	-	-0,2
	Physikalische und Reha-Medizin	155.038	0,1	1	0,9
	Strahlentherapie	157.796	0,1	-	-0,1
	Transfusionsmedizin	1.202.229	0,0	-	-0,0
Zahnärztliche Versorgung	Zahnmedizin	1.280	18,1	11	-7,1
	Kieferorthopädie (U 18)*	4.000	0,7	1	0,3

Quellen: Bedarfsplanungs-Richtlinie vom 03.06.2023 und Bedarfsplanungs-Richtlinie Zahnärzte 20.03.2019 des Gemeinsamen Bundesausschusses; eigene Berechnungen

*: Bestand im Mai 2023; die im August 2023 angekündigte Schließung des MVZ Plänterwald (je 1 × Allgemeinmedizin, Neurologie, Psychotherapie) ist hier noch nicht berücksichtigt.
Die Verhältniszahl für Kinder- und Jugendmedizin, Kinder- und Jugendpsychotherapie sowie Kieferorthopädie bezieht sich auf die minderjährige Bevölkerung. Die Verhältniszahl für Gynäkologie bezieht sich auf die weibliche Bevölkerung.

Wie an den Verhältniszahlen zu erkennen ist, sind die Fachrichtungen der spezialisierten und gesonderten fachärztlichen Versorgung überwiegend auf große Patient:innen-Einzugsbereiche bzw. auf eine überörtliche Versorgung ausgelegt. Solche Fachrichtungen werden daher eher in höherstufigen Zentren oder im Umfeld von Krankenhäusern zu finden sein. Die hausärztliche, zahnärztliche und einfache fachärztliche Versorgung sind hingegen eher als Grundversorgung zu verstehen. Sie sollten möglichst wohnortnah vorhanden sein, damit Patient:innen keine weiten Wege auf sich nehmen müssen. Solche Praxen sind daher der Versorgungsfunktion eines Ortsteilzentrums angemessen.

Dabei wirken insbesondere zwei Einflussfaktoren limitierend bei der Ansiedlung von Arztpraxen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg: Zum einen besteht für die Ärzt:innen innerhalb des Zulassungsbezirks Berlin eine Niederlassungsfreiheit. Daraus resultiert, dass viele Ärzt:innen beispielsweise Standorte in der Nähe von Kliniken oder in Ortsteilen mit hohem Anteil privatversicherter Patient:innen bevorzugen. Und zum anderen gibt es im Fördergebiet mutmaßlich zu wenige Mietobjekte, die sich als Praxisräume eignen.

Eine fachärztliche Einzelpraxis hat einen Flächenbedarf von mindestens rd. 150 m², je nach Fachrichtung steigt der Bedarf aufgrund zusätzlicher Labor- und Therapieräume auf rd. 180 m² bis 250 m² Mietfläche¹⁴. Außerdem sollten Mietflächen in den Obergeschossen nach Möglichkeit barrierefrei zugänglich sein, was viele Räumlichkeiten in Altbauten ohne Aufzug ausschließt.

Das „Ärztelhaus Baumschulenweg“ in der Baumschulenstraße 31 (über dem EDEKA-Markt) ist ein Beleg dafür, dass ein Angebot zeitgemäßer Mietflächen ein Pull-Faktor für die Ansiedlung von Ärzt:innen sein kann. In dem ca. 2007 errichteten Objekt wurden entsprechende Mietflächen berücksichtigt, sodass sich dort mehrere (Fach-) Arztpraxen und medizinische Versorgungseinrichtungen angesiedelt haben. Daher sollte

auch bei Neubau- und Nachverdichtungsprojekten im Fördergebiet stets geprüft werden, ob neben der Schaffung von Wohnraum in den Obergeschossen auch die Errichtung von Praxisflächen sinnvoll ist. Insbesondere bei Bauvorhaben im Ortsteilzentrum Baumschulenweg ist dies wünschenswert, damit der zentrale Versorgungsbereich von den positiven Synergieeffekten der medizinischen Versorgungseinrichtungen profitieren kann.

Auch sollte nach Möglichkeit sichergestellt werden, dass durch Neubau- und Revitalisierungsvorhaben keine Verdrängung medizinischer Versorgungseinrichtungen stattfindet. So wurde im August 2023 bekannt, dass das Medizinische Versorgungszentrum (MVZ) im Dammweg 106 zum Ende September 2023 schließen muss. Das MVZ soll voraussichtlich durch eine reine Wohnbebauung ersetzt werden. Dies ist ein Beispiel dafür, wie das Versorgungsangebot weiter verringert wird, während die Nachfrage (positive Bevölkerungsentwicklung) weiter steigt. Das Beispiel belegt damit einmal mehr, dass einerseits moderne Praxisflächen im Fördergebiet neu geschaffen werden müssen und andererseits bestehende Praxisflächen im Bestand gesichert werden müssen.

¹⁴ Quellen: cima 2023; Neufert, Ernst: Bauentwurfslehre. 42. Auflage, Wiesbaden, 2019; BKI Baukosteninformationszentrum (Hrsg.): BKI Baukosten Neubau – Statistische Kostenkennwerte für Gebäude. Stuttgart, 2022

3 Ansätze für die Profilierung der Gewerbetreibenden im Geschäftsbereich Baumschulenstraße

3.1 Gesamtgesellschaftliche Megatrends als Orientierungshilfe

Das Ortsteilzentrum Baumschulenweg steht innerhalb Berlins im Standortwettbewerb mit vielen anderen Geschäftsbereichen. Darüber hinaus ist auch der Onlinehandel ein leistungsstarker Wettbewerber des lokalen Einzelhandels. Und auch einige Dienstleistungsbranchen sowie die Gastronomie sind teilweise durch den Wettbewerb von Onlineangeboten betroffen.

Daher ist es von Bedeutung, dass sich die Gewerbetreibenden im Geschäftsbereich Baumschulenstraße von ihrem Wettbewerb abgrenzen. Sie benötigen ein klares Profil, das den potenziellen Kund:innen ein Leistungsversprechen vermittelt und den Mehrwert gegenüber dem Wettbewerb verdeutlicht.

Um sich zukunftsorientiert positionieren und an den Interessen der Kund:innen ausrichten zu können, ist es erforderlich, gesamtgesellschaftliche Trends zu kennen, aufzugreifen und auf den eigenen Betrieb zu übertragen. Als Grundlage eignen sich hierzu die zwölf Megatrends des Zukunftsinstituts:

Megatrends sind dadurch gekennzeichnet,

- dass sie eine Dauer von mindestens mehreren Jahrzehnten haben,
- dass sich ihre Auswirkungen in allen gesellschaftlichen Bereichen zeigen, also in der Ökonomie, im Konsum, im Wertewandel, im Zusammenleben der Menschen, in den Medien, im politischen System etc.,
- dass die global in Erscheinung treten, auch wenn sie nicht überall gleichzeitig und gleich stark ausgeprägt sind, so lassen sie sich doch früher oder später überall auf der Welt beobachten,

- dass sie vielschichtige und mehrdimensionale Trends sind, die ihre Dynamik und ihren evolutionären Druck auch und gerade durch ihre Wechselwirkungen erzeugen. (Quelle: Zukunftsinstitut GmbH 2023)

Abb. 13: Die 12 Megatrends



Quelle: Zukunftsinstitut GmbH 2023

Entscheidend ist also, dass Megatrends nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft verändern, sondern ganze Gesellschaften umformen. Als Cluster von Trends kommen in ihnen verschiedene Wandlungsbewegungen zusammen: technologische, soziale und ökonomische. (nach: Zukunftsinstitut GmbH 2023)

Da es sich um gesamtgesellschaftliche Entwicklungen handelt, spielen grundsätzlich alle Megatrends eine Rolle für die Geschäfte im Ortsteilzentrum Baumschulenweg. Je nach Branche oder Zielgruppe können dabei einige Megatrends eine größere und andere eine geringere Bedeutung für das jeweilige Geschäft haben. Nachfolgend werden beispielhaft drei Megatrends herausgegriffen, die nach Ansicht der cima für alle Geschäfte und Branchen von essenzieller Bedeutung sind. Sie zu kennen und individuell auf das eigene Geschäft zu übertragen kann wesentlich zum langfristigen Erfolg jeder/s lokalen Gewerbetreibenden beitragen.

Megatrend Konnektivität

Digitale Technologien durchdringen sämtliche Lebensbereiche. Die Digitalisierung umfasst dabei nicht nur technologische, sondern insbesondere auch soziale und kulturelle Aspekte. Durch diesen Einfluss des technologischen Wandels entwickeln sich neue Kulturen, Lebensstile und Verhaltensmuster. Es entstehen neue Ökonomien, wie Sharing-Plattformen (Fahrzeuge, Gegenstände usw. teilen/leihen, anstatt diese zu besitzen) und Streaming-Dienste (die längst CD-Geschäfte, Videotheken usw. ersetzt haben). Das Internet ist zum führende Kommunikationsmedium geworden.

Für die Gewerbetreibenden ergibt sich daraus, dass sie nicht nur mit ihrem Laden vor Ort, sondern auch in der digitalen Welt sichtbar sein müssen. Das bedeutet keineswegs, dass jeder Laden eine eigene Website oder einen eigenen Online-Shop haben muss. Das Mindeste ist aber ein aktuelles google-Profil mit Öffnungszeiten, Informationen zu den Produkten/Dienstleistungen und Fotos des Ladens. Online-Kommunikationsmedien, insbesondere soziale Medien wie Instagram, können genutzt werden, um Kundenbeziehungen aufzubauen und laufend zu pflegen.

Megatrend Individualisierung

Hierbei geht es um die Selbstverwirklichung innerhalb einer einzigartig gestalteten Individualität. In Zukunft geht es weniger um das „solitäre Ich“ und zunehmend um das „Ich im Kontext von Beziehungen“, also um die Verortung des Individuums innerhalb neuer Gemeinschaften (durch das Zugehörigkeitsgefühl und die Abgrenzung von anderen Gemeinschaften prägt sich die Individualität). Das Individuum entdeckt sich als Teil einer kollaborativen Wir-Kultur neu. Es entstehen kleinräumige Communitys, die das Leben, das Miteinander, das Kreieren und die Ökonomie gestalten.

Für lokale Gewerbetreibende bedeutet das, dass man sich mit individuellen oder individualisierbaren Produkten profilieren und von der Masseware abheben kann. Ein Beispiel aus der Handelswelt ist das Bikini Berlin, das sich mit „kuratierten“ Produkten und Shops deutlich von der Masse konventioneller Shoppingcenter abgrenzt. Ein weiteres Beispiel ist der Online-Marktplatz Etsy, der ganz auf handgemachte und individuell gestaltete Produkte setzt und sich damit von anderen Onlineshopping-Plattformen abgrenzt.

Um diesen Trend aufzugreifen können kleinere Läden beispielsweise Möglichkeiten zur Individualisierung der Produkte anbieten oder kreative Angebote für die Kundschaft schaffen (Gestaltungs-Workshops, 3D-Druck, ...).

Megatrend Neo-Ökologie

Die Neo-Ökologie beschreibt den Megatrend, dass Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch, sozial) und Umweltbewusstsein sich zu gesellschaftlichen Bewegungen entwickelt haben.

Übersetzt auf die lokalen Gewerbetreibenden bedeutet das, dass vermehrt Produkte und Dienstleistungen nachgefragt werden, die fair sind (d.h. sozial und ökonomisch nachhaltig), ökologisch produziert und/oder die aus regionalen Wertschöpfungsketten stammen. Auch die Verwendung erneuerbarer Energien im eigenen Laden ist eine Möglichkeit, diesen Megatrend niedrigschwellig aufzugreifen. Sharing-Angebote (Nutzen statt Besitzen) zahlen ebenfalls auf den Megatrend Neo-Ökologie ein.

3.2 Einfluss der Megatrends auf die Geschäftsstraßen von morgen

Nachfolgend werden einige Ergebnisse aus der cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt dargestellt, einer bundesweit repräsentativen Befragung zu Themen der Stadtentwicklung (Innenstadt, Shopping, Nahversorgung, Wohnen), die nach 2007, 2009, 2016 und 2019 zuletzt im Jahr 2021 durchgeführt und um eine Sonderauswertung zum Thema Corona ergänzt wurde.

Im Meinungsbild der Befragten spiegeln sich die oben beschriebene Megatrends wider. In einem weiteren Schritt werden daher Schlussfolgerungen aus den Befragungsergebnissen gezogen und es wird anhand von Beispielen aufgezeigt, wie Unternehmen die Megatrends aufgreifen und auf ihre Geschäftsmodelle übertragen.

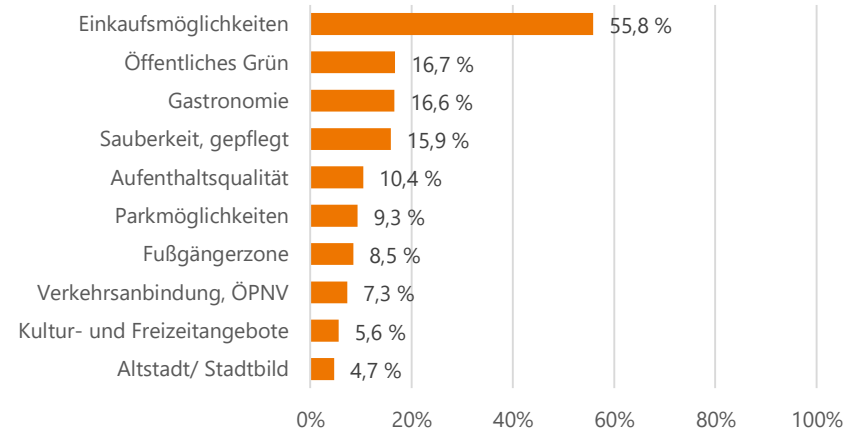
Attraktivitätsfaktoren von Innenstädten

Bei der Frage, was eine attraktive Innenstadt ausmacht, nannten 55,8 % der Befragten Einkaufsmöglichkeiten. Damit ist das Einkaufen unangefochten das Top-Motiv für den Besuch von Innenstädten. Daneben sind Grün im öffentlichen Raum, gastronomische Angebote, ein sauberes und gepflegtes Erscheinungsbild sowie eine hohe Aufenthaltsqualität wichtige Attraktivitätsfaktoren für Innenstädte und Geschäftsstraßen.

Zieht man zusätzlich die Befragungsergebnisse früherer Jahre hinzu, so zeigt sich, dass die Einkaufsmöglichkeiten aus Besuchsmotiv kontinuierlich an Bedeutung verlieren. Insbesondere bei den jüngeren Befragten (unter 30 Jahre) sinkt die Bedeutung der Einkaufsmöglichkeiten. Das bedeutet, dass andere Besuchsmotive an Bedeutung gewinnen.

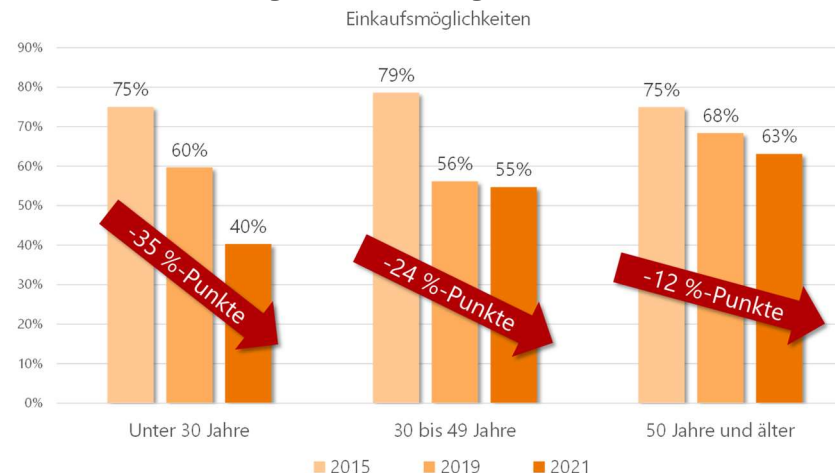
Zukünftig können sich Geschäftsstraßen daher nicht mehr allein auf ihren Einzelhandelsbesatz verlassen. Attraktive gastronomische Angebote, Kultur- und Freizeitangebote, aber auch ein ansprechend gestalteter öffentlicher Raum (Grün, Aufenthaltsqualität, Sauberkeit und Pflege) werden zunehmend wichtiger.

Abb. 14: „Was zeichnet in Ihren Augen eine attraktive Innenstadt aus?“



Quelle: cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022

Abb. 15: Bedeutung von Einkaufsmöglichkeiten als Besuchsmotiv



Quelle: cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022

Einfluss der Corona-Pandemie auf das Besuchsverhalten

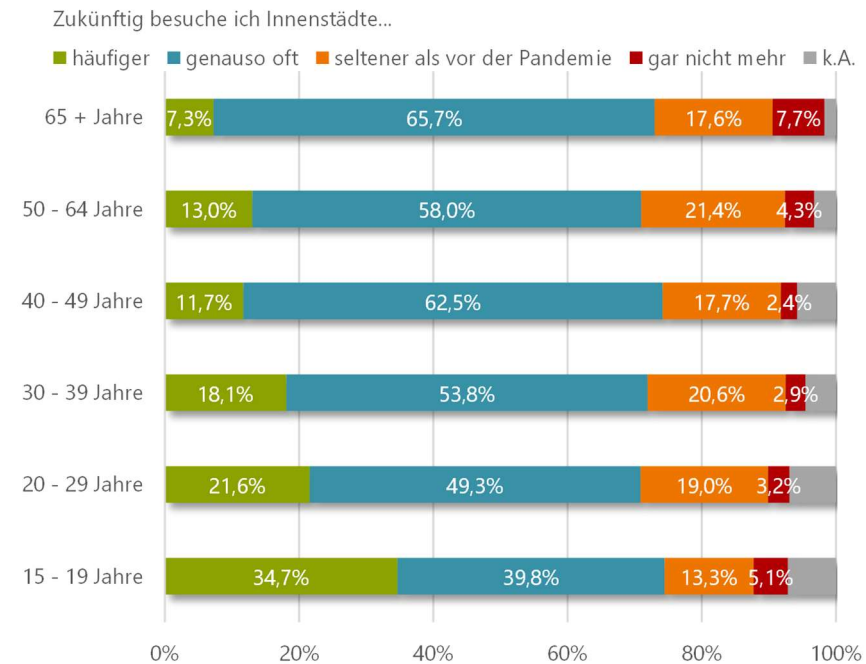
Die Befragung im Jahr 2021 stand unter dem Einfluss der Corona-Pandemie. Zu dem damaligen Zeitpunkt gab mehr als die Hälfte der Befragten an, dass sie die Innenstädte aktuell seltener besuchen als vor der Pandemie.

Mit Blick in die Zukunft gaben aber 57,6 % der Befragten an, dass sie zukünftig die Innenstädte genauso oft besuchen wollen wie vor der Pandemie und 14,7 % wollten die Innenstädte sogar häufiger besuchen als vor der Pandemie.

Nach Altersklassen differenziert zeigen die Befragungsergebnisse, dass insbesondere die Jüngeren (15-19 Jahre, 20-29 Jahre) die Innenstädte nach der Corona-Pandemie häufiger besuchen wollten als vor der Pandemie.

Hierin zeigt sich, dass die Online-Affinität keinesfalls zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Geschäftsstraßen führt. Gründe hierfür sind vermutlich das Bedürfnis nach Orten der Begegnung und gemeinsamer Erlebnisse sowie unter Umständen auch ein stärkeres Bewusstsein für die Bedeutung der lokalen Geschäfte, die man in der Konsequenz gezielt unterstützen möchte.

Abb. 16: „Hat sich Ihr Besuchsverhalten durch die Corona-Pandemie verändert?“

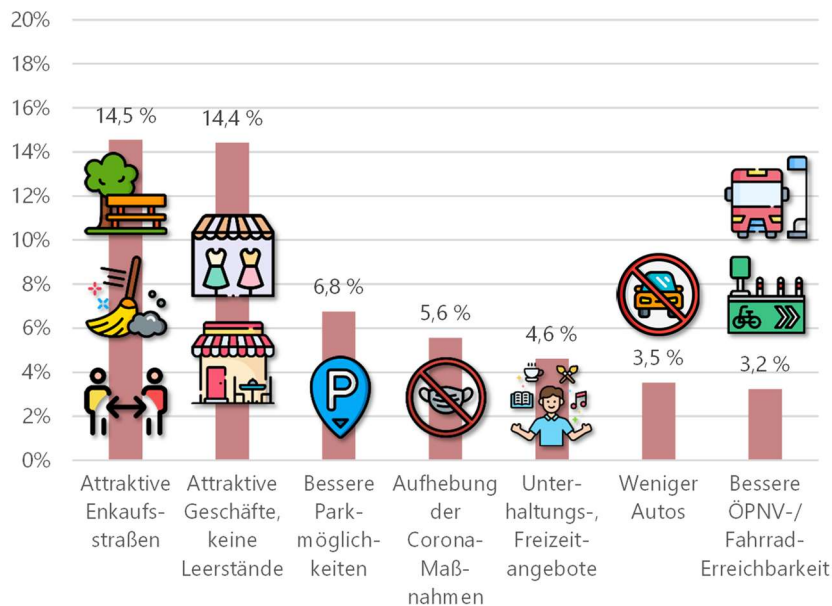


Quelle: cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022

Besuchsgründe für die Innenstadt von morgen

Die Befragungsergebnisse zeigen also, dass die Menschen durchaus bereit sind, in die Innenstädte und Geschäftsstraßen zurückzukehren. Sie haben jedoch auch klare Erwartungen: Bei der Frage, was sich in den Innenstädten verändern muss, damit die Befragten diese häufiger aufsuchen, waren attraktive Einkaufsstraßen (14,5 %) – hierzu gehören Stadtgrün und Aufenthaltsmöglichkeiten, Sauberkeit und die Möglichkeit des Corona-konformen Abstandhaltens – sowie attraktive Geschäfte und keine Leerstände (14,4 %) die Top-Nennungen. Daneben sind auch Unterhaltungs- und Freizeitangebote (4,6%) von Bedeutung. Besseren Parkmöglichkeiten einerseits (6,8 %) steht eine bessere ÖPNV- und Fahrrad-Erreichbarkeit (3,2 %) auf der anderen Seite gegenüber.

Abb. 17: Attraktivitätsfaktoren der Innenstadt von morgen (Top-Nennungen)



Quelle: cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022

Die Innenstadt als Dritter Ort

Die Befragungsergebnisse belegen also: Die Menschen haben durchaus ein Bedürfnis, auch zukünftig Innenstädte und Geschäftsstraßen aufzusuchen. Sie haben jedoch andere Erwartungen. In Zeiten von Amazon & Co. ist niemand mehr darauf angewiesen, eine Innenstadt aufzusuchen, um einen bestimmten Bedarf (etwa ein neues T-Shirt oder ein neues Küchengerät) zu decken. Die reine Bedarfsdeckung kann der Onlinehandel häufig bequemer erfüllen, da er eine schnelle Produktsuche, einen umfassenden Produktvergleich und oftmals auch günstigere Preise bieten kann.

In Innenstädten geht es daher zukünftig um **Bedürfnisbefriedigung statt Bedarfsdeckung**. In der Innenstadt möchte man nicht mehr gezielt den Bedarf nach einem bestimmten Produkt decken, stattdessen möchte man sich treiben lassen, man sucht nach Inspiration und Authentizität. Neben dem Konsum geht es vor allem um Freizeitgestaltung, etwa andere Menschen zu treffen, gemeinsam einen Kaffee zu trinken oder Unterhalts- und Kulturangebote wahrzunehmen. Die Innenstadt wird also zukünftig zum **Dritten Ort** (Third Place), einem Ort außerhalb von Wohnung und Arbeitsplatz, an dem man seine Freizeit aktiv gestaltet.

Daher sollten Innenstädte und Geschäftsstraßen zukünftig darauf ausgerichtet sein, sich als attraktiver Dritter Ort zu präsentieren. Sie müssen als „Wohnzimmer in der Öffentlichkeit“ verstanden und dementsprechend gestaltet werden. Dies setzt also eine hohe Aufenthaltsqualität voraus, mit begrünten Bereichen, Sitzgelegenheiten, Orten der Begegnung und der Entspannung.

Der Wunsch nach Freizeit, Erlebnis und Erholung in der Innenstadt lässt sich auch auf die Geschäftswelt übertragen. Ein häufiges Beispiel hierfür sind Mixed-Use-Konzepte, also die Kombination mehrerer Angebote unter einem Dach. Ein typisches Beispiel hierfür ist die Kombination von Handel und Gastronomie. So hat der Flagship-Store des Schuhhandelsunternehmens Görtz ein Café integriert – auf diese Weise werden auch Menschen in den Laden gelockt, die eigentlich keine Schuhe kaufen wollen. Fahrrad- und Outdoor-Geschäfte bieten neben emotionsweckender Ladengestaltung auch vielfältige Testmöglichkeiten vor Ort, die sie vom

Onlinehandel abheben. Das Sportbekleidungsunternehmen Lululemon bietet Yogakurse im Laden an und lockt auf diese Weise nicht nur die Zielgruppe direkt ins Geschäft, sondern stellt über das Erlebnis auch noch eine emotionale Verbindung zur Marke her. Und der P&C Conscious Fashion Store greift gleich mehrere Megatrends auf, indem er unter anderem Reparaturen, Änderungen und Upcycling anbietet (Neo-Ökologie) sowie das individuelle Bedrucken und Besticken der Kleidungsstücke (Individualität).

Die Bedeutung von stationärer Präsenz im Zusammenhang mit Erlebnis und Inspiration belegt auch das Beispiel des Spirituosenherstellers O'Donnell: Die Produkte wurden anfangs nur online vertrieben, hier war aber die Aufmerksamkeit für die Produkte nur gering. Daher entschied sich das Unternehmen, mit Pop-Up-Stores sowie bei Events wie Streetfood- und Weihnachtsmärkten oder Tattoo-Conventions auch offline präsent zu sein, um mit der Marke in direkten Kontakt zur Zielgruppe zu treten.

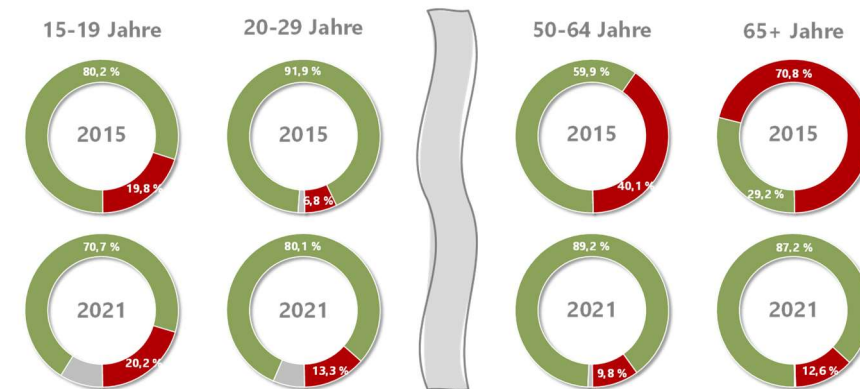
Bedeutung digitaler Angebote für den stationären Handel

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass mittlerweile alle Altersgruppen mit dem Onlinehandel vertraut sind. Während im Jahr 2015 nur 29,2 % der Menschen im Alter 65+ Jahre online eingekauft hatten, waren es 2021 bereits 87,2 %. Das bedeutet, dass zukünftig alle Altersgruppen erwarten, bestimmte Informationen und Dienstleistungen online zu finden.

Die Frage nach der Nutzung unterschiedlicher digitaler Angebote (Mobile Payment, Click & Collect, Verfügbarkeits-Check) zeigt, dass insbesondere der Verfügbarkeits-Check ein beliebtes Instrument ist. 45,2 % der Befragten gaben an, den Verfügbarkeits-Check bereits zu nutzen, weitere 18,7 % wollen ihn zukünftig nutzen. Auch hier wird also ein Bekenntnis zum lokalen Einzelhandel sichtbar: Die Menschen sind bereit, den Laden aufzusuchen, wenn sie wissen, dass sie das gesuchte Produkt dort finden können. Daraus folgt, dass lokale Gewerbetreibende sich die digitalen Hilfen zunutze machen müssen. Nicht jede technologische Lösung ist für jedes Geschäft sinnvoll oder zielführend. Für die Gewerbetreibenden muss es vor allem darum gehen, sich technische Kenntnisse anzueignen, um digitale Lösungen individuell bewerten und sinnhaft einsetzen zu können.

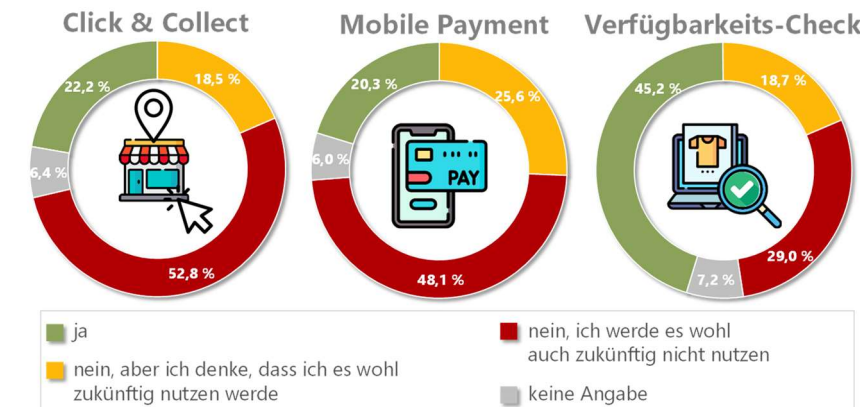
Dabei sollte immer vom Kundennutzen aus gedacht werden (durch die „Kundenbrille“ schauen), bestehende Prozesse müssen immer wieder auf den Prüfstand gestellt werden, um die Angebote permanent weiterzuentwickeln und auf sich verändernde Anforderungen zu reagieren.

Abb. 18: „Haben Sie im vergangenen Jahr auch online eingekauft?“



Quelle: cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022

Abb. 19: „Nutzen Sie im lokalen Einzelhandel vor Ort folgende digitale Angebote?“



Quelle: cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022

3.3 Schlussfolgerungen für den Geschäftsbereich Baumschulenstraße

Aus den oben beschriebenen (Mega-) Trends, die sich im Verhalten und den Anforderungen der Kund:innen widerspiegeln, lassen sich konkrete Handlungsmöglichkeiten ableiten, um den Geschäftsbereich Baumschulenstraße zukunftsfähig zu positionieren.

Wichtig ist dabei, dass jede:r einzelne Gewerbetreibende für das eigene Geschäft geeignete Maßnahmen ergreift. Einen nachhaltigen Erfolg für den Standort Baumschulenstraße werden die Maßnahmen aber nur haben können, wenn sie untereinander abgestimmt sind. Das bedeutet, dass alle örtlichen Akteur:innen sich miteinander abstimmen und gemeinsam an einem Strang ziehen müssen: Gewerbetreibende, Geschäftsstraßenmanagement und Bezirksverwaltung.

Zu den individuellen betrieblichen Maßnahmen gehört, dass jede:r Geschäftsinhaber:in sich mit den (Mega-) Trends auseinandersetzen und hinterfragen sollte, wie diese auf das eigene Geschäft übertragen werden können. Wichtig ist es, dabei immer von außen, also aus der Perspektive der Kundschaft auf das eigene Geschäft zu schauen:

- Wie kann ich mein Sortiment/ meine Dienstleistungen optimal an die Bedürfnisse meiner Kundschaft anpassen?
- Kann ich zusätzliche Angebote (z.B. Serviceleistungen, Veranstaltungen/ Workshops, ...) schaffen, mit denen ich die Kundschaft in meinen Laden locken und/oder die Kundenbindung erhöhen kann?
- Wie kann ich meinen Online-Auftritt so gestalten, dass ich dadurch die Besuchsfrequenz in meinem Geschäft erhöhe und ggf. neue Zielgruppen hinzugewinne?
- Ist die Außengestaltung meines Ladens so, dass Kund:innen sich „eingeladen“ fühlen und gern in das Geschäft kommen? Und ist die Innengestaltung so, dass sie sich wohlfühlen, lange bleiben und wiederkommen wollen?
- ...

In Bezug auf die Gestaltung der Produktpalette bzw. der Dienstleistungen lassen sich keine allgemeinen Aussagen treffen. Dies hängt immer vom individuellen Geschäftsmodell des jeweiligen Einzelhandels-, Dienstleistungs- oder Gastronomiebetriebs ab. Auch die zusätzlichen Angebote müssen natürlich individuell auf das Geschäft abgestimmt sein. So sind für einen Buchladen beispielsweise Lesungen oder Literaturabende naheliegend, aber auch Bilderbuchkino-Nachmittage wären eine Möglichkeit, um junge Familien als Zielgruppe zu erreichen. Cafés könnten etwa Spiele- oder Quizabende durchführen oder sich – in Kooperation mit dem Buchladen – als Veranstaltungsort für die Lesungen anbieten. Wichtig ist also, dass die jeweiligen Angebote zum Geschäft und der Zielgruppe passen.

Auch Online-Auftritte dürfen natürlich individuell gestaltet sein und sollen den Charakter des Geschäfts authentisch kommunizieren. Wichtig ist aber – und das gilt für alle Geschäfte und Branchen gleichermaßen – dass überhaupt ein Online-Auftritt vorhanden ist, dass dieser aktuell ist und laufend gepflegt wird und dass bestimmte Informationen vorhanden sind. Als Standard ist für alle Geschäfte ein Google Unternehmensprofil zu sehen, da Google mit einem Marktanteil von rd. 95 % aller Suchen die dominierende Suchmaschine ist. Das Unternehmensprofil sollte mindestens Adress- und Kontaktdaten (einschließlich Links zu den Social Media-Accounts und ggf. zur Website), aktuelle Öffnungszeiten sowie Fotos des Geschäfts und der Produkte enthalten. Wichtig ist außerdem, die Google-Bewertungen im Blick zu haben, um bspw. zügig auf Kritik reagieren zu können. Durch das Google-Unternehmensprofil wird die Online-Sichtbarkeit des Ladens gewährleistet, sodass interessierte Kund:innen die Produkte/Angebote online finden und das Geschäft aufsuchen können. Eine eigene Website, die mit deutlich höheren Kosten und höherem Pflegeaufwand verbunden wäre, ist nicht für jedes Geschäft sinnvoll und erforderlich.

Aber nicht nur die einzelnen Geschäfte sollen online sichtbar sein, sondern auch die Geschäftsstraße als Ganzes. Denn nur so kann sie als gemeinsame

Destination, als „Dritter Ort“ und als das Zentrum von Baumschulenweg wahrgenommen werden. Zukünftig soll es daher einen gemeinsamen Online-Auftritt auf der Internetpräsenz des Lebendigen Zentrums geben. Hier sollen die einzelnen Geschäfte mit ansprechenden Fotos und den wichtigsten Informationen präsentiert werden. Auf diese Weise wird die gesamte Angebotsvielfalt des Ortsteilzentrums kommuniziert, was Alteingesessene wie neue Bewohner:innen dazu bringen kann, neue Läden zu entdecken und zukünftig mehr Erledigungen vor Ort, in „ihrem“ Kiez zu tätigen.

Die beschriebenen Handlungsmöglichkeiten – von Angebotsoptimierung über Online-Auftritt bis Ladengestaltung – müssen die Gewerbetreibenden nicht allein umsetzen. Für viele Themen gibt es externe Beratungs- und Fortbildungsangebote, etwa bei der IHK, der Digitalagentur Berlin, den Branchenverbänden (Handelsverband Berlin-Brandenburg, Dehoga, ...) oder Berlin Partner. Hier könnte das Geschäftsstraßenmanagement zukünftig die Rolle übernehmen, die vorhandenen Beratungsangebote aufzuzeigen und dorthin zu vermitteln.

Sofern es nicht um einzelbetriebliche Beratungen geht, kann das Geschäftsstraßenmanagement auch selbst Beratungs- und Informationsangebote bereitstellen. So könnten bspw. im Rahmen des regelmäßigen Gewerbetreffs Informationsabende zum Thema „Erstellung und Pflege eines Google Unternehmensprofils“ oder „Unternehmenspräsentation und Kundenkommunikation auf Instagram“ veranstaltet werden, entweder vom Geschäftsstraßenmanagement selbst oder mit externen Expert:innen.

Eine hohe Bedeutung hat außerdem der gemeinsame Erfahrungsaustausch zwischen den Gewerbetreibenden untereinander: „Was kann ich von meinen Nachbarn lernen? Welche positiven Erfahrungen und Tipps kann ich meinen Nachbarn geben?“. Auch ein solcher Erfahrungsaustausch könnte im Rahmen des Gewerbetreffs oder bspw. bei einem gemeinsamen „Gewerbetreibenden-Frühstück“ stattfinden.

Mit dem Erscheinen des derzeit in Erarbeitung befindlichen Gestaltungsleitfadens für den Geschäftsbereich Baumschulenstraße wird zukünftig auch die Gestaltung des Außenauftritts eine noch höhere Bedeutung bekommen. Schließlich sind attraktive Außenbereiche eine Grundvoraussetzung dafür, dass das Ortsteilzentrum eine hohe Aufenthaltsqualität erreichen kann. Das Geschäftsstraßenmanagement kann auch hierzu im Rahmen der Gewerbetreffs allgemeine Hilfestellung zur Umsetzung des Gestaltungshandbuchs anbieten sowie einzelbetriebliche Beratungen vermitteln.

Auch bei der Umsetzung der Maßnahmen sind die Gewerbetreibenden nicht auf sich allein gestellt: Ein Teil der Maßnahmen könnte aus dem Gebietsfonds finanziert werden. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Fördermöglichkeiten, zu denen ebenfalls das Geschäftsstraßenmanagement sowie die IHK und Berlin Partner beraten können.

4 Etablierung eines Wochenmarktes

4.1 Ausgangslage und Vorgehen zur Auswahl der Prüfstandorte

Ausgangslage und Anlass

Im Rahmen der Erarbeitung des ISEK für das Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße wurden vielfach Bedarfe für einen Wochenmarkt im Ortsteilzentrum Baumschulenweg sowie für den Ortsteil Plänterwald benannt. Auch die cima ist der Auffassung, dass ein Wochenmarkt nicht nur einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung liefert, sondern auch ein wesentlicher Attraktivitätsfaktor eines funktionierenden Zentrums sein kann. Ein Marktplatz als fester Veranstaltungsort für Feste und saisonale Veranstaltungen kann außerdem der Mittelpunkt des öffentlichen Lebens in einem Quartier sein und damit wesentlich zur Identifikation der Wohnbevölkerung mit „ihrem“ Kiez und zur Wohnzufriedenheit beitragen.

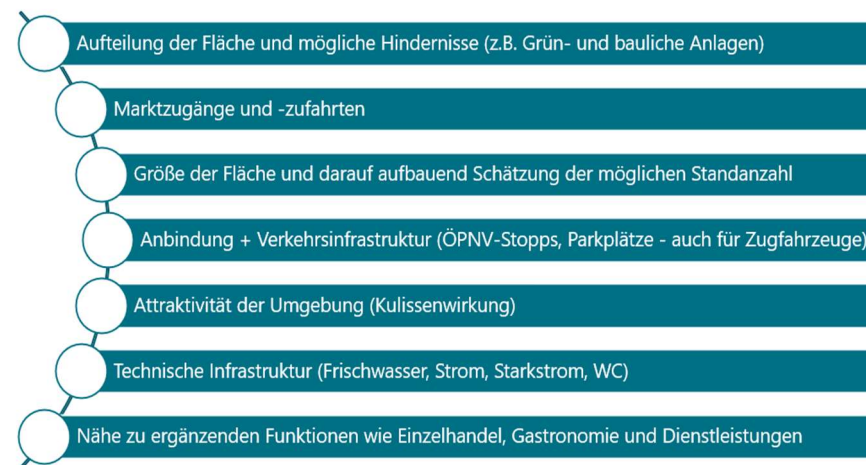
Auswahl der Prüfstandorte: Vorgehen und Bewertungskriterien

Um einen möglichen Veranstaltungsort für einen Wochenmarkt im **Ortsteilzentrum Baumschulenweg sowie im Ortsteil Plänterwald** zu identifizieren, wurden im Rahmen einer Ortsbegehung gemeinsam mit dem Geschäftsstraßenmanagement **potenziell geeignete Flächen** erfasst, skizziert und fotografisch festgehalten. Für die Entscheidung, welche Flächen für eine nachfolgende detailliertere Prüfung und Bewertung ausgewählt werden, wurden zunächst die nebenstehenden Kriterien herangezogen (vgl. Abb. 20). Diese beruhen auf Erfahrungen der cima mit Wochenmarkt-Planungen – sie spiegeln die wesentlichen Standortvoraussetzungen für Veranstaltungsorte von Wochenmärkten wider.

Nicht alle der bei der Ortsbegehung identifizierten und ausgewählten Prüfstandorte erfüllen alle der aufgelisteten Kriterien, jedoch erschienen alle Standorte als geeignet für eine eingehendere Prüfung und Bewertung.

Bei der Standortbegehung wurden bereits vor Ort wichtige Hinweise zu möglichen Einschränkungen oder besonderen Prüfbedarfen dokumentiert.

Abb. 20: Kriterien der Ortsbegehung zum Thema Wochenmarkt



Grafik: cima 2023

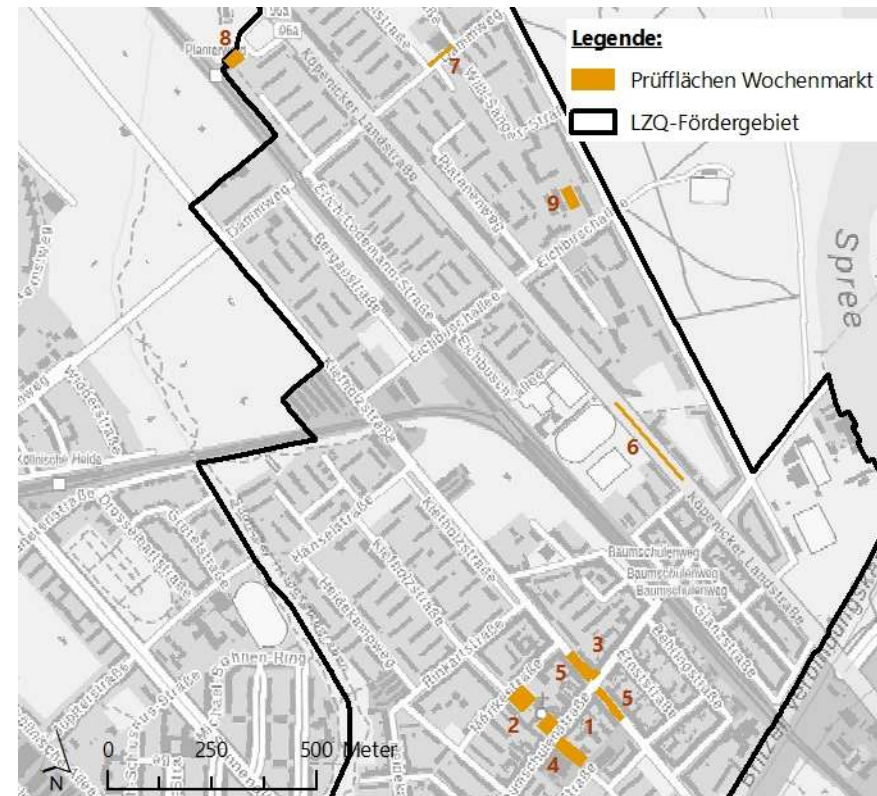
Die neun identifizierten Prüfstandorte sind der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen. Sie wurden in den nächsten Schritten hinsichtlich ihrer jeweiligen Vor- und Nachteile der Standorteignung bewertet (siehe Kap. 4.4).

4.2 Übersicht der Prüfstandorte

Die cima hat im Rahmen der Ortsbegehungen mehrere Flächen identifiziert, die dem Augenschein nach für eine nähere Bewertung in Betracht zu ziehen waren. Bei der Vorauswahl im Rahmen der Ortsbegehung im Bereich des Ortsteilzentrums Baumschulenweg sowie im Ortsteil Plänterwald konnten die folgenden Prüfstandorte identifiziert werden:

1. **Platz vor der Volkshochschule / Kirchplatz**
(zwischen Baumschulenstraße 79 und 83)
2. **Platz hinter der Volkshochschule**
(Rückseite Baumschulenstraße 81- 83)
3. **Platz zwischen Edeka und Familienzentrum RumBa**
(zwischen Baumschulenstraße 28 und 29-33)
4. **Platz vor der Mörike-Apotheke**
(nördlich Kreuzung Baumschulenstraße/ Kieffholzstraße)
5. **Breite Seitenstraßen von der Baumschulenstraße abzweigend**
(Kieffholz- oder Frauenlobstraße)
6. **Parkplätze auf dem Mittelstreifen der Köpenicker Landstraße**
(ungefähr auf Höhe der Köpenicker Landstraße 207 bis 233)
7. **Platz vor dem Netto-Markt im Ortsteil Plänterwald**
(Nordseite Dammweg zwischen Galilei- und Orionstraße)
8. **Platz vor dem S-Bahnhof Plänterwald**
(Köpenicker Landstraße 36)
9. **Platz vor der USE im Ortsteil Plänterwald**
(zwischen Eichbuschallee 4-6 und Neue Krugallee 112-116)

Abb. 21: Übersicht der Prüfstandorte für einen Wochenmarkt in Baumschulenweg und Plänterwald



Kartenbasis: © Geoportal Berlin, dl-de/by-2-0
 Bearbeitung: cima 2023
 Eine vergrößerte Darstellung der Karte befindet sich im Anhang auf S. 98

4.3 Bewertungskriterien und -verfahren

Für die Standorte, die im Rahmen der Vor-Ort-Betrachtung als grundsätzlich geeignet identifiziert wurden, erfolgten in einem nächsten Schritt telefonische Abstimmungen mit den zuständigen Fachämtern (u.a. Ordnungsamt, Straßen- und Grünflächenamt), um mögliche Hemmnisse, Stolpersteine sowie Lösungsansätze für die Realisierung einer Markt-Fläche zu erörtern.

Des Weiteren wurden Gespräche mit potenziellen Marktbetreiber:innen geführt, um deren generelles Interesse an einer Inbetriebnahme eines Marktstandes im Ortsteilzentrum Baumschulenweg sowie im Ortsteil Plänterwald zu erfragen und wertvolle Erfahrungen und Hinweise aus dem Wochenmarktbetrieb in das Konzept einzubeziehen.

Folgende Gesprächspartner:innen wurden interviewt:

- Markt-Veranstaltungen Ina Hölzel (u.a. Schloßplatz Köpenick)
- Gakenholz + Gellesch GmbH (u.a. Dörpfeldstraße)
- diemarktplaner (u.a. Neuköllner Wochenmärkte)
- Frau Jaffke (Bezirksamt Treptow-Köpenick, Straßen- und Grünflächenamt)
- Frau Roterberg-Alemu (Bezirksamt Treptow-Köpenick, Freiraumplanung)

Bei der Bewertung der Standorteignung spielen neben rechtlichen Rahmenbedingungen (z.B. Widmung der Fläche als öffentliche Straße oder geschützte Grünanlage) unter anderem auch infrastrukturelle Voraussetzungen eine wichtige Rolle. So ist bspw. zu prüfen, ob bereits Strom- und Wasseranschlüsse vorhanden sind, die mitgenutzt werden könnten oder ob die Anschlüsse erst neu geschaffen werden müssten. Auch müssen eventuell Parkmöglichkeiten für die Zugfahrzeuge der Marktbesucher:innen zur Verfügung stehen, wenn diese nicht auf dem Marktplatz selbst parken können/sollen. Diese Parkmöglichkeiten sollten bestenfalls nicht zu Lasten der anliegenden Wohnbevölkerung mit Stellplatzbedarf gehen, da dies zu Unmut führen und die Akzeptanz des neuen Wochenmarktes verringern könnte. Für einen Wochenmarkt dienlich ist auch das Vorhandensein öffentlicher Toiletten. Hierfür muss daher ebenfalls geprüft werden, ob im näheren Umfeld bereits öffentliche Toiletten vorhanden sind, die mitgenutzt werden könnten oder ob ggf. eine Toilettenanlage neu errichtet werden müsste.

4.4 Beschreibung und Bewertung der Prüfstandorte

4.4.1 Platz vor der VHS / Kirchplatz

Die Fläche vor der Volkshochschule (VHS) und vor der Kirche zum Vaterhaus ist die einzige größere platzartige Aufweitung an der Baumschulenstraße, die durch ihre bauliche Einrahmung bereits heute als Platz wahrnehmbar ist. Aufgrund der Gestaltung mit Beeten, Sitzgelegenheiten und einem Brunnen wird der Platz auch als Treffpunkt und Aufenthaltsort genutzt, die Brunnen-Skulptur „Wasserspeier-Trio“ kann als inoffizielles Wahrzeichen des Quartiers verstanden werden.

Somit drängt sich der **Platz vor der VHS / Kirchplatz (Prüfstandort 1)** als Prüfstandort für eine tiefergehende Untersuchung hinsichtlich seiner Eignung für einen Wochenmarkt auf. Er befindet sich – ebenso wie die Fläche hinter der VHS – im Eigentum des Landes Berlin, jedoch in unterschiedlichen Fachvermögen (Bildung/Schule; Grün). Das direkte Umfeld der Hochbeete bzw. Grünflächen (Flurstücke 296, 297, 298) liegt in der Zuständigkeit des Fachbereiches Grün. Zudem ist der Großteil des Platzes eine geschützte Grünanlage¹⁵, sodass ein Befahren mit Kraftfahrzeugen und das Abstellen von Verkaufshängern nicht gestattet ist (§ 6 Abs. 1 Nr. 5 Grünanlagen-gesetz). Da die Kirche Zum Vaterhaus und die VHS (ehem. Höhere Mädchenschule Baumschulenweg) außerdem eine denkmalgeschützte Gesamtanlage sind, spielt auch das Thema Denkmalschutz eine wichtige Rolle für die Nutzung dieses Platzes. Allerdings spricht gerade die Kulisse des Ensembles für die Eignung für einen attraktiven Wochenmarkt.

Bei der Ortsbegehung wurde die augenscheinliche Eignung des Platzes deutlich, bedingt u.a. durch seine äußerst zentrale Lage im Quartier direkt an der Baumschulenstraße. Hierdurch würde es für Kund:innen eines potenziellen Marktes möglich werden, andere Aktivitäten wie etwa den

Wocheneinkauf im Edeka-Markt oder den Besuch einer Facharztpraxis im gegenüberliegenden Ärztezentrum mit dem Besuch des Wochenmarktes zu kombinieren (Kopplungsaktivitäten). Auch eine gute Einsehbarkeit des Marktes von der Baumschulenstraße aus wäre gegeben, was spontane Besuche des Marktes begünstigt und so zur Gewinnung neuer Kund:innen führen kann. Das historische Gebäudeensemble stellt dabei eine attraktive Kulisse für das Marktgeschehen dar. Parkplätze sind beim gegenüberliegenden Edeka zwar ausreichend vorhanden, diese dürfen jedoch nur von Edeka-Kund:innen zeitlich begrenzt genutzt werden. Zudem wären Abstellmöglichkeiten für die Zugfahrzeuge der Beschicker:innen zu klären.

Auf der Negativseite ist die Beschaffenheit des Platzes mit einem Wasserspiel, vielen Pollern, Bänken und Grünflächen zu verbuchen, die eine Nutzbarkeit als beispielbare Marktfläche stark einschränkt. Maximal zehn bis zwölf Stände wären am Standort bei der aktuellen Gestaltung realisierbar. Verschiedene Pflasterungen wirken dabei als Barrieren für mobilitätseingeschränkte Personen. Die unmittelbare Nähe zu dem gegenüberliegenden Edeka-Markt ist aus Sicht der CIMA positiv zu bewerten. Hier ist weniger von einer Konkurrenzsituation aufgrund sich überschneidender Sortimente auszugehen als vielmehr von positiven Synergien durch die Kopplung von Einkäufen (Grundversorgung im Supermarkt, Ergänzung des Einkaufs mit Spezialitäten des Wochenmarktes).

In der VHS sind öffentlich zugängliche Sanitärräume vorhanden. Hier wäre zu klären, ob diese für den Wochenmarkt mitgenutzt werden könnten. Ebenso wäre zu klären, ob der Zugang zu einem barrierefreien Angebot besteht. Da der Bürgersteig vor der Platzfläche breit ist, könnte hier ggf.

¹⁵ Wohnungsnahe Grünanlage „Baumschulenstraße 79 Ba GA – Stadtplatz“, Quelle: Geoport Berlin / Grünanlagenbestand Berlin (einschließlich der öffentlichen Spielplätze), Datenstand 01.03.2023

die Marktfläche bei Bedarf erweitert werden. Derzeit wird durch das Bezirksamt Treptow-Köpenick für einen größeren Bereich des Ortsteilzentrums Baumschulenweg ein Freiraumkonzept erarbeitet (Fertigstellung Ende 2023 geplant). Die Plätze vor und hinter der VHS sind miteingeschlossen. Die Überlegung, auf dem Vorplatz einen Wochenmarkt zu etablieren, wird in die Erarbeitung des Freiraumkonzeptes einbezogen.

Abb. 22: Ansichten des Prüfstandorts 1



Fotos: cima 2023

Abb. 23: Als Grünanlagen ausgewiesene Bereiche vor und hinter der VHS



Quelle: Geoportal Berlin / Grünanlagenbestand Berlin (einschließlich der öffentlichen Spielplätze), Datenstand 01.03.2023

Abb. 24: Übersicht des Prüfstandorts 1 (Platz vor der VHS / Kirchplatz)



Abb. 25: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 1

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr zentrale Lage im Quartier ▪ Nähe zu Edeka (mit DHL-Packstation), Ärztezentrum, Baumschulen-Apotheke, VHS, Familienzentrum RumBa ▪ Parkplatz direkt gegenüber (bei Edeka), S-Bahnhof fußläufig erreichbar, Bushaltestellen in der Nähe ▪ gute Einsehbarkeit von der Baumschulenstraße (Spontankäufe) ▪ attraktive Kulisse durch VHS und Kirche 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr verbauter Platz (Wasserspiel, Poller, Grünflächen); ggf. zu klein ▪ verschiedene Pflasterungen, Barrieren durch Kopfsteinpflaster ▪ Sanierungsbedarf des Platzes ▪ ggf. Konkurrenz durch ein teilweise ähnliches Angebot im Edeka ▪ Edeka-Parkplatz nicht für Wochenmarkt-Besucher:innen nutzbar
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planungen für die Umgestaltung des Platzes ▪ Nutzbarkeit von Flächen im Fachvermögen Bildung/Schule/Kultur ▪ Ggf. Nutzung eines Teils des Bürgersteigs (Prüfung durch Straßenverkehrsbehörde im Genehmigungsverfahren) ▪ Stromanschlüsse, Verteilerkästen, Wasseranschlüsse ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge ▪ Nutzbarkeit der Toiletten in der VHS für Wochenmarkt-Kund:innen ▪ 	

4.4.2 Platz hinter der VHS / an der Musikschule

Im Gegensatz zu der Fläche vor der VHS (siehe Kap. 4.4.1) eignet sich der **Platz hinter der VHS (Prüfstandort 2)**, also auf der Rückseite hinter dem Durchgang zwischen VHS und Kirche, nur bedingt für einen Wochenmarkt. Zwar sind auch hier die zentrale Lage und Nähe zu Parkmöglichkeiten vorteilhaft für einen Markt (vgl. Abb. 27), jedoch soll die Fläche nach Auskunft des Bezirksamts Treptow-Köpenick zeitnah entsiegelt und bepflanzt werden, sodass der Untergrund für Marktstände eher instabil und damit ungeeignet wäre. Auch die Fläche selbst würden unter den Ständen und Fahrzeugen leiden. Des Weiteren ist der Bereich von der Baumschulenstraße schwer einsehbar (nur durch den Torbogen) und würde daher mindestens einer besonderen Kenntlichmachung (Schilder, Pfeile, Banner) bedürfen. Er liegt deutlich abseits der Einkaufsstraße, sodass ein Wochenmarkt an dieser Stelle voraussichtlich nur geringe Synergieeffekte für die Läden in der Baumschulenstraße hätte.

Wie bei dem Platz vor der VHS handelt es sich hier um eine geschützte Grünanlage¹⁶ (vgl. Abb. 23). Tatsächlich ist dieser Bereich aufgrund der ruhigen Rückseitenlage deutlich besser als Erholungsfläche geeignet als der Platz vor der VHS.

Abb. 26: Ansichten des Prüfstandorts 2



Fotos: cima 2023

¹⁶ Allgemeiner Spielplatz „Mörikestraße Hinter Baumschulenstraße Ba KSP – Generationsüberg. hinter VHS“, Quelle: Geoportal Berlin / Grünanlagenbestand Berlin (einschließlich der öffentlichen Spielplätze), Datenstand 01.03.2023

Abb. 27: Übersicht des Prüfstandorts 2 (Platz hinter der VHS)

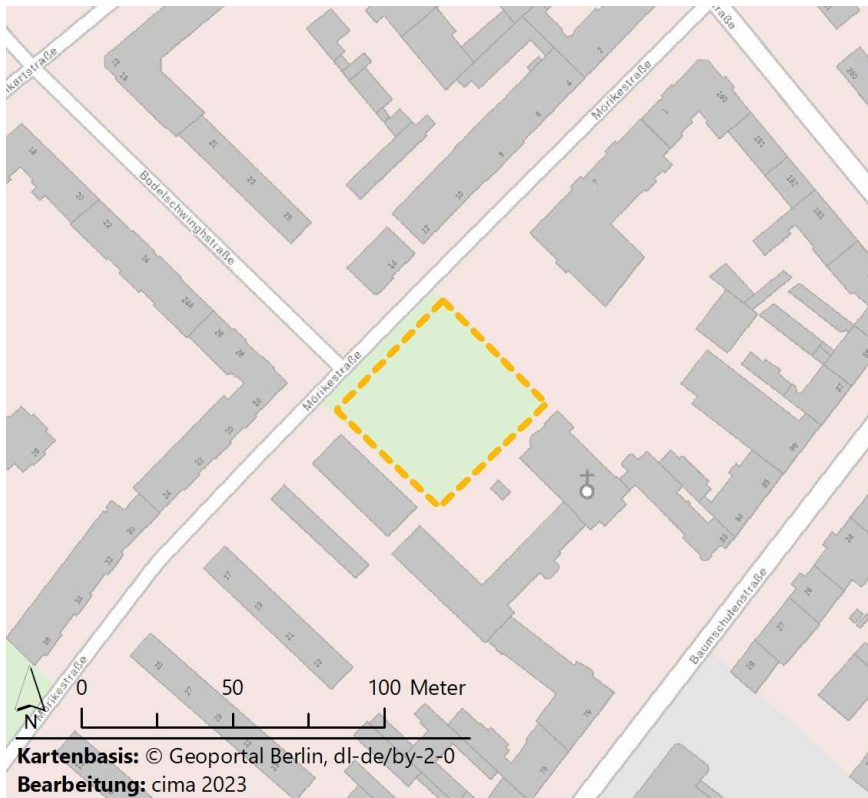


Abb. 28: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 2

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ nah an der Baumschulenstraße ▪ Nähe zu Edeka (mit DHL-Packstation), Ärztezentrum, Baumschulen-Apotheke, VHS, Familienzentrum RumBa ▪ Parkplatz direkt gegenüber (bei Edeka), S-Bahnhof fußläufig erreichbar, Bushaltestellen in der Nähe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soll entsiegelt und bepflanzt werden ⇨ Untergrund dann eher ungeeignet für Marktstände ▪ eher abgelegen / nicht bzw. schlecht einsehbar von Baumschulenstraße aus ▪ Edeka-Parkplatz nicht für Wochenmarkt-Besucher:innen nutzbar
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuelle Planungen / Umgestaltungsmaßnahmen für die Fläche ▪ Stromanschlüsse, Verteilerkästen ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge ▪ Nutzbarkeit der Toiletten in der VHS für Wochenmarkt-Kund:innen 	

4.4.3 Platz zwischen Edeka und RumBa

Auf der gegenüberliegenden Straßenseite der VHS befinden sich ein Edeka-Markt sowie das Familienzentrum RumBa. Zwischen diesen beiden Gebäuden befindet sich der Parkplatz des Edeka-Marktes, ein Gehweg, ein schmaler Grünstreifen sowie ein Vorplatz. Diese Flächen, der **(Park-)Platz zwischen Edeka und RumBa (Prüfstandort 3)** wurde ebenfalls einer genaueren Betrachtung unterzogen.

Wie der Prüfstandort 1 (vor der VHS / Edeka) überzeugt dieser Standort durch seine zentrale Lage und den großflächigen Parkplatz sowie Barrierefreiheit. Eine Nutzbarkeit setzt jedoch voraus, dass der Eigentümer der Fläche (TLG Immobilien AG) und die Edeka-Marktleitung dieser Nutzung ihrer Fläche zustimmen. Zudem müssten Strom- und Wasseranschlüsse sowie Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge gestellt werden.

Abb. 29: Ansichten des Prüfstandorts 3



Fotos: cima 2023

Abb. 30: Übersicht des Prüfstandorts 3 (zwischen Edeka und RumBa)



Abb. 31: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 3

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr zentrale Lage ▪ unmittelbare Nähe zu Edeka (mit DHL-Packstation), Ärztezentrum, Apotheke, VHS ▪ Parkplatz vorhanden, S-Bahnhof fußläufig erreichbar, Bushaltestellen in der Nähe ▪ gute Einsehbarkeit von der Baumschulenstraße und vom Edeka (Laufwege, Spontankäufe; Erweiterungskäufe zum Edeka-Sortiment) ▪ weitestgehend barrierefreier Platz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ggf. Konkurrenz durch ein teilweise ähnliches Angebot im Edeka-Markt ▪ zumindest temporäre Reduzierung der Stellplätze für den Edeka-Nahversorger (somit insb. samstags Nutzungskonkurrenz)
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abklärung mit Eigentümer der Fläche (TLG Immobilien AG) und Marktleitung Edeka ▪ Temporärer Verzicht auf Nutzung als Parkplatz möglich? ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge ▪ Strom- und Wasseranschlüsse ▪ Nutzbarkeit der Toiletten in der VHS für Wochenmarkt-Kund:innen (im Edeka keine Kund:innen-Toilette vorhanden) 	

4.4.4 Platz vor der Mörike-Apotheke

An der Nordseite der Kreuzung Baumschulenstraße / Kieffholzstraße befindet sich vor dem Eckgebäude der Mörike-Apotheke eine kleine platzartige Aufweitung des Gehwegbereichs. Auf dem **Platz vor der Mörike-Apotheke (Prüfstandort 4)** verkauft bereits regelmäßig ein Obst- und Gemüsestand seine Waren. Der Platz verfügt über eine attraktive Kulisse durch die umgebende Wohnbebauung, eine moderne öffentliche Toilette und die Nähe zur Apotheke, zum Café Pauline sowie zu weiteren Gewerbebetrieben entlang der Baumschulenstraße. Die Pflasterung ist barrierefrei, der S-Bahnhof Baumschulenweg in kurzer Distanz erreichbar und sogar ein Stromverteilerkasten wäre bereits vorhanden. Jedoch handelt es sich um eine sehr kleine Fläche, auf der nur drei bis vier Stände Platz fänden – ein Umfang, der für einen rentablen Betrieb eines Wochenmarkts nicht ausreicht. Des Weiteren wäre zu klären, wo Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge geschaffen werden könnten, wobei die Parksituation in der angrenzenden Kieffholzstraße auch ohne Wochenmarkt bereits angespannt scheint. Zudem ist die unmittelbare Fläche vor der Apotheke kein öffentlich gewidmetes Straßenland. Sie befindet sich im Privateigentum, was eine Umsetzung als Markt erschweren könnte.

Abb. 32: Ansicht des Prüfstandorts 4



Foto: cima 2023

Abb. 33: Übersicht des Prüfstandorts 4 (Platz an der Mörike-Apotheke)



Abb. 34: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 4

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr zentrale Lage ▪ Nähe zu Mörike-Apotheke, Café Pauline, Café Rose, Blumenwelt Berlin, Sparkasse, Reformhaus, Naturkosmetik sowie weiterem Einzelhandel und Dienstleistungen ▪ S-Bahnhof fußläufig erreichbar, Bushaltestelle unmittelbar angrenzend ▪ Lage direkt an der Baumschulenstraße (Laufwege/ Spontankäufe) ▪ direkt neben öffentlicher Toilette ▪ barrierefreier Platz ▪ Stromverteiler vorhanden ▪ attraktive Kulisse der Kieffholzstraße 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr kleine Fläche, nur wenige Stände (3-4) möglich ⇒ kein „richtiger“ Wochenmarkt, voraussichtlich nicht rentabel zu betreiben ▪ geringe Aufenthaltsqualität aufgrund der Verkehrsbelastung im Kreuzungsbereich
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzbarkeit privater Flächen ▪ Anzahl der möglichen Stromanschlüsse im Verteilerkasten ▪ Wasseranschluss ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge in der Kieffholzstraße freihaltbar für Wochenmarkt? 	

4.4.5 Breite Seitenstraßen der Baumschulenstraße (Kiefholz- oder Frauenlobstraße)

Kleinere Wochenmärkte sind grundsätzlich auch in breiteren **Seitenstraßen (Prüfstandort 5)** möglich, was vorliegend vor allem auf die Kiefholzstraße zutrifft, eingeschränkt auch auf die Frauenlobstraße. Die von der Baumschulenstraße abzweigenden Seitenstraßen überzeugen ebenfalls durch ihre zentrale Lage und Nähe zu ergänzenden Versorgungsangeboten sowie über eine attraktive Kulisse durch die Altbauten im Hintergrund und die Begrünung entlang der Straße. Allerdings wäre zur Erzielung einer ausreichend großen Marktfläche mit entsprechender Marktatmosphäre die Belegung von Parkplätzen notwendig, was häufig zu Unmut bei der umliegenden Wohnbevölkerung führt. Auch Abstellmöglichkeiten für Zugfahrzeuge müssten vorgehalten werden, was den Flächenbedarf weiter erhöht. Diese Umstände machen die Seitenstraßen zu einer eher ungeeigneten Variante für das Etablieren eines Wochenmarktes im Ortsteilzentrum Baumschulenweg.

Dies gilt gleichermaßen für die schmalere Seitenstraßen (z.B. Behringstraße, Ernststraße). Hier müssten aufgrund der geringen Breite der Gehwege nicht nur die Parkplätze belegt werden, sondern zusätzlich müsste auch die Fahrgasse genutzt werden, d.h. für einen Wochenmarkt müsste die betreffende Straße vollständig temporär gesperrt werden.

Abb. 35: Ansichten des Prüfstandorts 5



Fotos: cima 2023

Abb. 36: Übersicht des Prüfstandorts 5 (Seitenstraßen)



Abb. 37: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 5

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zentrale Lage an der Baumschulenstraße (gut einsehbar von der Baumschulenstraße aus) ▪ Nähe zu Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten in der Baumschulenstraße ▪ S-Bahnhof fußläufig erreichbar, Bushaltestelle unmittelbar angrenzend ▪ attraktive Kulissenwirkung durch Altbauten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belegung von Parkplätzen wäre notwendig (ggf. Erzeugung von Unmut bei den umliegenden Einwohner:innen, Anlieger:innen; u.U. Abschleppen von nicht rechtzeitig umgeparkten Fahrzeugen notwendig) ▪ wenig Fläche, Marktatmosphäre nur eingeschränkt möglich
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführbarkeit auf den Parkplätzen und ggf. Bürgersteig ▪ Verlegbarkeit der Parkplätze während der Marktzeiten ▪ Strom- und Wasseranschlüsse ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge 	

4.4.6 Parkplätze in der Mitte der Köpenicker Landstraße

Grundsätzlich kämen auch die **Parkplätze in der Mitte der Köpenicker Landstraße (Prüfstandort 6)** als Wochenmarkt-Standort in Frage. Der Vorteil des Standortes wäre die relativ gute Erreichbarkeit sowohl aus dem Ortsteil Baumschulenweg als auch aus dem Ortsteil Plänterwald.

Ein ähnliches Modell eines Wochenmarktes auf einem Mittelparkstreifen wird beispielsweise an der Hufeisensiedlung (Parchimer Allee, Britz) verfolgt. Die Parchimer Allee ist allerdings weniger stark befahren. Die Lage in der Mitte der stark befahrenen Köpenicker Landstraße bietet hingegen eine geringe Aufenthaltsqualität und kann teilweise sogar als gefährlich empfunden werden. Zudem ist die Entfernung zum zentralen Versorgungsbe- reich (Ortsteilzentrum Baumschulenweg) groß, sodass hier kaum Kopp- lungenaktivitäten stattfinden würden. Aus diesen Gründen kommt der Prüf- standort 6 nicht für einen Wochenmarkt infrage.

Abb. 38: Ansicht des Prüfstandorts 6



Foto: cima 2023

Abb. 39: Übersicht des Prüfstandorts 6 (Köpenicker Landstraße)

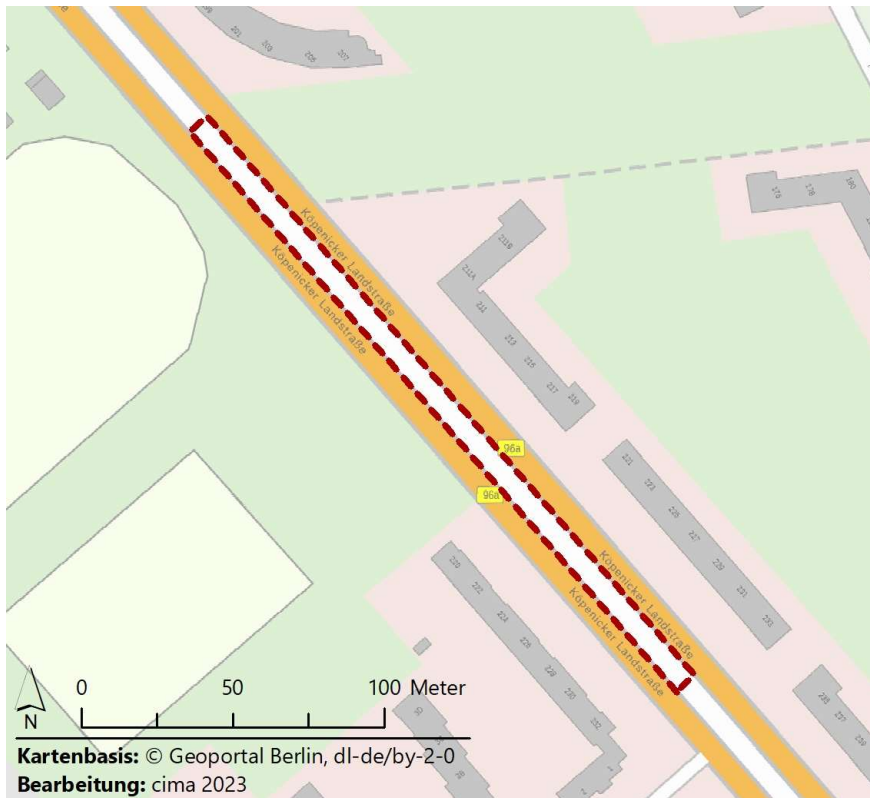


Abb. 40: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 6

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage zwischen den beiden Ortsteilen Baumschulenweg und Plänterwald ▪ ausreichend Platz für einen länglichen Wochenmarkt ▪ Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe ▪ S-Bahnhof fußläufig erreichbar, Bushaltestelle unmittelbar angrenzend 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ eher unattraktive Lage direkt an vielbefahrener Hauptverkehrsstraße (Lärm, Abgase; unattraktive Kulisse) ⇒ geringe Aufenthaltsqualität, kein Marktflair möglich ▪ „Abgeschnittenheit“ vom zentralen Versorgungsbereich in der Baumschulenstraße (geringe Kopplungsaktivitäten zu erwarten) ▪ gefährliche Querungssituation und Umgebung (z.B. für Familien mit Kindern)
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzbarkeit des Parkplatzes für einen Wochenmarkt ▪ Strom- und Wasseranschlüsse ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge 	

4.4.7 Platz vor dem Netto-Markt im Plänterwald

Ein möglicher Standort zentral im Ortsteil Plänterwald wäre der **Platz vor dem Netto-Markt im Plänterwald (Prüfstandort 7)**, an der Nordwestseite des Dammwegs zwischen Galilei- und Orionstraße. Hier wäre es Kund:innen möglich, ihren Einkauf im Netto-Markt mit einem Besuch des Wochenmarktes zu kombinieren und somit das Angebot des Lebensmitteldiscounters mit Frische-Produkten zu ergänzen. Dies wurde vielfach als Wunsch der Bewohnerschaft des Ortsteils geäußert.

Während die Fläche direkt vor dem Netto-Markt zu dem Objekt gehört, sich also in Privateigentum befindet, liegt der breite Gehweg davor im Fachvermögen des Straßen- und Grünflächenamtes. Die Fläche neben dem Netto-Markt (zwischen Netto und Galileistraße) ist außerdem Teil einer geschützten Grünanlage. Somit kommen vor allem die Gehwegflächen für eine Wochenmarkt-Nutzung in Frage. Bevor auch die Privatflächen vor dem Netto-Markt in die Planung einbezogen werden, wäre eine Durchführbarkeit mit dem Eigentümer bzw. der Netto-Filialleitung abzuklären.

Die Prüfflächen sind weitgehend barrierefrei, Parkplätze sind straßenbegleitend in begrenztem Umfang vorhanden. Durch die Nachbarschaft zum Netto-Markt, dem einzigen Lebensmittelmarkt im Planungsraum Plänterwald, bieten sich für die Bewohnerschaft gute Kopplungsmöglichkeiten. Aus Sicht der Wochenmarkthändler:innen ist der Standort allerdings vergleichsweise wenig attraktiv, da er über deutlich weniger Laufkundschaft verfügt als ein Standort an der Baumschulenstraße. Potenzielle Betreiber:innen haben daher nur geringes Interesse an diesem Standort.

Abb. 41: Ansichten des Prüfstandorts 7



Fotos: cima 2023

Abb. 42: Übersicht des Prüfstandorts 7 (Netto Plänterwald)

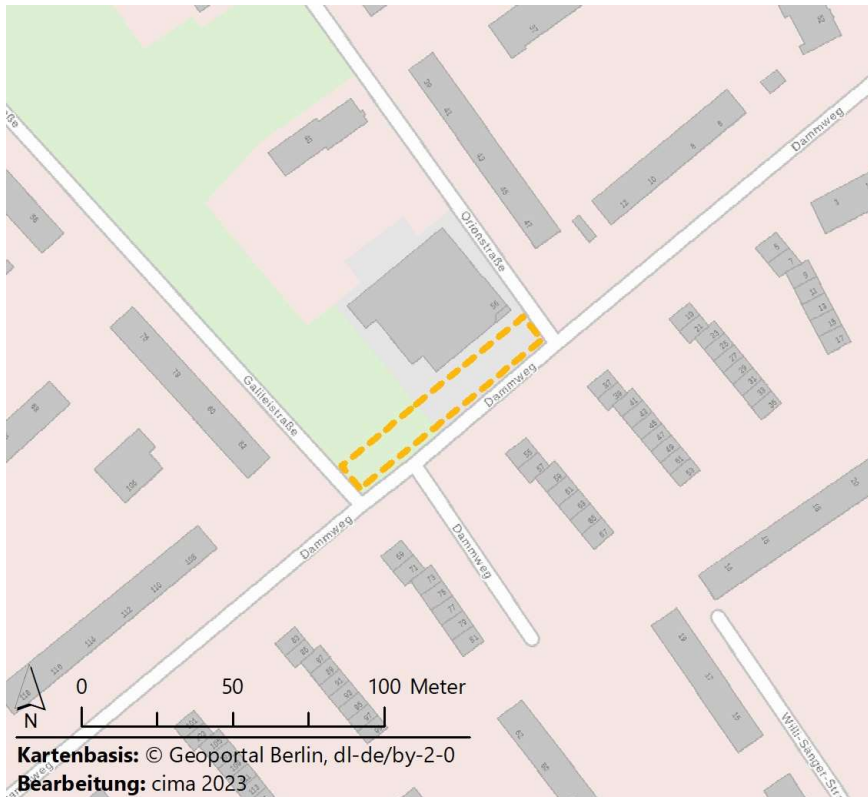


Abb. 43: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 7

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versorgungsangebot mitten im Wohngebiet ▪ unmittelbare Nähe zu Netto, Kita Raumschiff Orion, Ärztehaus (Kopplungskäufe möglich) ▪ Bushaltestelle in der Nähe ▪ ausreichend Parkplätze ▪ weitgehend barrierefreier Platz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unattraktive Kulisse durch Discounter im Hintergrund ▪ sehr kleine Fläche, Stellen nur weniger Stände möglich ⇒ kein richtiger Wochenmarkt, vrsl. nicht rentabel genug ▪ Standort mit geringer Laufkundschaft/ Kundenfrequenz
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abklärung mit Eigentümer und Marktleitung zur Nutzung der Fläche vor Netto ▪ Strom- und Wasseranschlüsse, öffentliche Toiletten ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge 	

4.4.8 S-Bahnhof Plänterwald

Der Bereich um die **S-Bahnstation Plänterwald (Prüfstandort 8)** bietet aufgrund seiner Größe grundsätzlich viel Platz für zahlreiche Stände. Er verfügt außerdem über eine ausgezeichnete ÖPNV-Anbindung, die Nähe zu einer „Next-Bike“-Sharing-Station sowie zahlreiche Radständer. Aufgrund unterschiedlicher Pflasterungen ist der Platz jedoch nicht barrierefrei. Weiterhin wird die Marktatmosphäre durch die Umgebung eingeschränkt. Zwar ist der Eingang zur S-Bahnstation nicht unattraktiv, die umliegenden Gebäude und in Teilen auch die Grünflächen sowie die ungeordnete Gestaltung des Platzbereichs schränken die Attraktivität des öffentlichen Raums ein. Graffitis und in die Jahre gekommene Gebäude wirken sich negativ auf die Kulissenwirkung des Platzes aus.

Siedlungsstrukturell befindet sich der S-Bahnhof Plänterwald in einer Randlage, was die fußläufige Erreichbarkeit aus dem Ortsteil erheblich einschränkt. Zudem sind in unmittelbarer Nähe keine ergänzenden Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistungen) vorhanden. Dies schmälert die Attraktivität des Platzes für potenzielle Beschicker:innen massiv.

Abb. 44: Ansicht des Prüfstandorts 8



Fotos: cima 2023

Abb. 45: Übersicht des Prüfstandorts 8 (S-Bahnhof Plänterwald)



Abb. 46: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 8

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ unmittelbare Lage an S-Bahn-Station (gute Erreichbarkeit und Spontankäufe) ▪ öffentliche Toilette auf dem Platz ▪ viele Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Bikesharing „next bike“ vor Ort 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Platz nicht barrierefrei ▪ unattraktive Kulisse durch in die Jahre gekommene Gebäude und Grünanlagen sowie Graffitis ▪ keine ergänzenden Nutzungen umliegend ▪ schlechte Erreichbarkeit aus dem Ortsteil aufgrund der Lage am Rand des Siedlungsbereichs
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rückbau von Fahrradständern (und Gebäuden) möglich, um mehr Fläche zu erhalten? ▪ Strom- und Wasseranschlüsse ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge 	

4.4.9 Platz vor der USE (Eichbuschallee)

Der **Platz vor der USE (Eichbuschallee; Prüfstandort 9)** wurde nicht im Rahmen der Ortsbegehung der cima identifiziert, sondern im Rahmen von weiteren Beteiligungsformaten während der Bearbeitungsphase (Quartiersrundgang mit Anwohnenden während des Tags der Städtebauförderung). Es handelt sich um eine betonierte Freifläche vor dem Gebäude der USE (USE Union Sozialer Einrichtungen gemeinnützige GmbH) in der Eichbuschallee 4-6. Nördlich grenzt die Grundstufe der Sophie-Brahe-Gemeinschaftsschule an den Standort an, östlich ein Wohnblock. Die USE ist außerdem die Pächterin der Fläche, es handelt sich demnach um eine private Fläche.

Von der Eichbuschallee aus ist der Platz kaum einsehbar und nur über eine relativ schmale Zufahrt zu erreichen. Somit verfügt der Platz auch kaum über Laufkundschaft (Spontankäufe), zudem befinden sich im Umfeld keine anderen Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Dienstleistungen). Eine besondere Kulisse kann der Platz nicht vorweisen, er bietet jedoch eine ruhige Atmosphäre in grüner Umgebung.

Im Jahr 2022 hat es zu diesem Standort bereits eine Abstimmung zwischen Vertreter:innen der Bewohnerschaft im Ortsteil Plänterwald, der Deutschen Marktgilde eG und der USE gegeben. Im Ergebnis wurde festgestellt, dass aufgrund der freizuhaltenden Feuerwehrezufahrt (USE, Grundschule) auf dem Platz nur ca. 5-8 Marktstände gestellt werden könnten, dass keine Strom- und Wasseranschlüsse und keine öffentlichen Toiletten vorhanden sind und dass das Interesse potenzieller Standbetreiber:innen aufgrund des abgelegenen Standortes nur gering ist.

Abb. 47: Ansichten des Prüfstandorts 9



Fotos: cima 2023

Abb. 48: Übersicht des Prüfstandorts (USE Eichbuschallee)



Abb. 49: Vor- und Nachteilsbetrachtung des Prüfstandorts 9

positiv	negativ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versorgungsangebot mitten im Wohngebiet ▪ Bushaltestelle in der Nähe ▪ Parkplätze in der Eichbuschallee vorhanden ▪ ruhige und grüne Lage ▪ barrierefreier Platz ▪ Markt auf Privatfläche wäre im Genehmigungsverfahren voraussichtlich leichter zu realisieren als im öffentlichen Raum 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keinerlei ergänzende Nutzungen (Einzelhandel/ Dienstleistungen) im Umfeld, ▪ Standort mit geringer Laufkundschaft/ Kundenfrequenz; versteckte Lage ▪ Stellen nur weniger Stände möglich ⇒ Wochenmarkt vrsl. nicht rentabel zu betreiben
zu klären:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strom- und Wasseranschlüsse, öffentliche Toiletten ▪ Bereitschaft der Flächenpächterin (USE) ▪ Parkmöglichkeiten für Zugfahrzeuge 	

4.5 Ergebnisse der Telefoninterviews und Gespräche vor Ort

Die Bewertungen der Prüfstandorte (vgl. Kap. 4.4), werden nachfolgend durch die Ergebnisse aus Gesprächen mit Expert:innen und Passant:innen ergänzt. Abschließend wird ein Vergleich der Prüfstandorte vorgenommen (siehe Kap. 4.6).

Telefoninterviews

Aus den Telefoninterviews mit Mitarbeiter:innen des Bezirksamtes sowie Marktbetreiber:innen gingen wertvolle ergänzende Erkenntnisse hervor. Abb. 50 zeigt zusammenfassend Zitate, die widerspiegeln, vor welchen Hürden Wochenmärkte im Ortsteilzentrum Baumschulenweg und im Ortsteil Plänterwald stehen können beziehungsweise welche Anforderungen an einen Marktstandort von Betreiber:innenseite bestehen.

Während insbesondere der Vertreter eines Unternehmens hohes Interesse an der Durchführung eines Wochenmarktes in der Baumschulenstraße signalisiert hat, waren andere Betreiber:innen eher verhalten und begründeten dies mit den aktuell eher schwierigen Rahmenbedingungen für einen Wochenmarkt. Dazu zählen etwa eine oftmals fehlende oder ungeklärte Unternehmensnachfolge, Personalmangel, die Konkurrenz durch Supermärkte im Bereich Frischeprodukte und der inflationsbedingte Rückgang der Zahlungsfähigkeit bei der Wochenmarktkundschaft. Zudem müsse ein Marktstandort für **mindestens zehn bis zwölf Stände** Fläche bieten, um lukrativ zu sein. Diese Anzahl rührt daher, dass nicht an jedem Markttag auch alle Beschicker:innen tatsächlich vor Ort sein können. Auch **ausreichend Parkplätze** und eine **laufende Betreuung durch den/die Marktmeister:in** müssten gegeben sein. Erst so könne eine Verbindlichkeit für die Beschicker:innen entstehen. Bei der Einführung eines neuen Marktes

sollten die Beschicker:innen zudem für mindestens ein halbes Jahr vertraglich daran gebunden werden, wöchentlich zu erscheinen, um eine Etablierung des Marktes zu gewährleisten. Weiterhin seien eine **zentrale Lage und unmittelbare Nähe zu ergänzenden Nutzungen** (Einzelhandel, Dienstleistungen, Post, Bank, medizinische Versorgung, Betreuungseinrichtungen, Kultur) von immenser Bedeutung, um eine Grundfrequenz zu schaffen und Spontankäufe durch Passant:innen zu erzielen.

Marktmanagement erfordere viel Erfahrung im Hinblick auf den Umgang mit Marktbeschicker:innen und könne nicht „nebenbei“ erledigt werden. Für eine ausreichende Bekanntmachung des Marktes sei ein **intensives Marketing** erforderlich (u.a. Plakate, Aktionen / Angebote, Postwurfsendungen, Artikel / Anzeigen im Bezirksblatt, Banner, regelmäßige Postings in den sozialen Medien, Flyer, Merchandise wie Wochenmarktbeutel oder Brotboxen, Landingpage für alle Werbemedien, z.B. auf der Seite des Bezirksamtes Treptow-Köpenick). Erfolgversprechend sei erfahrungsgemäß auch der **Erllass von Sondernutzungsgebühren im ersten Jahr**, um den Beschicker:innen die schwierige Anlaufphase zu erleichtern. Besonders wichtig für einen gelungenen Markt und eine ansprechende Marktatmosphäre sind die klassischen Marktsortimente wie Gemüse, Obst, Milchprodukte, Fleisch- und Wurstwaren, Backwaren oder auch Haushaltswaren, weniger jedoch Textilstände, die oftmals keine hochwertigen Artikel anbieten. Weiterhin sinnvoll seien Mittagsimbissangebote. Ein neuer Markt sollte über **ausreichend Stromanschlüsse** für alle Händler:innen sowie bestenfalls über **vereinzelte Wasseranschlüsse** verfügen. Abwasser und Abfälle entsorgen die Händler:innen in der Regel selbst.

Abb. 50: Zitate aus den Expert:innen-Interviews



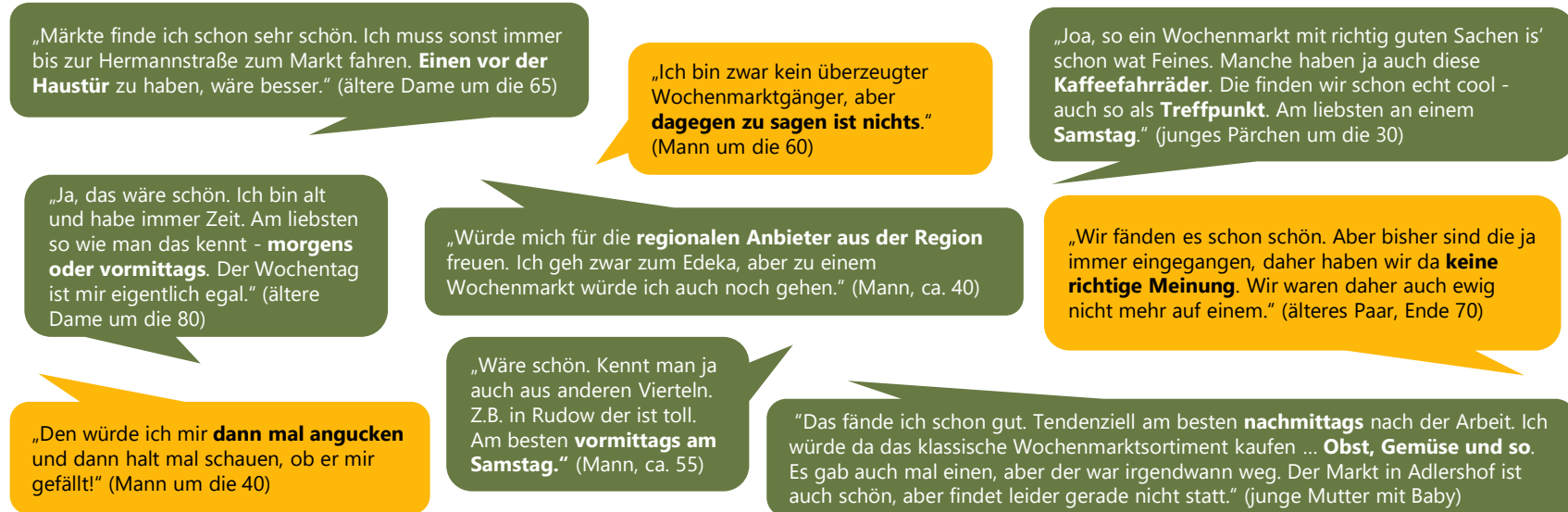
Zusammenstellung: cima 2023; blau = Hinweise; grün = pro Wochenmarkt in Baumschulenweg; rot = mögliche Hürden / Erschwernisse

Gespräche mit Passant:innen vor Ort

Neben den telefonischen Interviews sprach die cima auch vor Ort mit einigen Passant:innen im Bereich der Baumschulenstraße. Dabei wurde deutlich, dass die meisten Personen einen Wochenmarkt begrüßen und besuchen beziehungsweise zumindest testen würden. Einige besuchen bereits Wochenmärkte und würden sich freuen, (wieder) einen Wochenmarkt im eigenen Quartier vorzufinden – nicht nur als reines Versorgungsangebot, sondern auch als Treffpunkt. Als bevorzugter Zeitraum wurden vorwiegend klassische Marktzeiten genannt (morgens/vormittags), insbesondere der Samstag wurde als Wunschtage benannt.

Die stichprobenartig geführten Gespräche können eine umfassende Passant:innen- oder Online-Befragung nicht ersetzen, zeigen aber eine Tendenz auf. Eine Online-Befragung wurde Ende 2022 auf mein.berlin.de durchgeführt¹⁷. Auch hier wurde mehrfach der Wunsch nach einem Wochenmarkt in Baumschulenweg geäußert. Ein weiteres wichtiges Ergebnis war, dass 77 % der Befragten auf die Märkte im Bezirk durch Vorbeilaufen aufmerksam geworden waren und nur wenige durch Mundpropaganda oder Marketing. Dies spricht ebenfalls sehr für einen gut einsehbaren Markt in einer stark frequentierten Lage. Hinsichtlich der Zeit wurde hier ebenfalls der Samstag als bevorzugter Wochenmarkt-Tag genannt. Der Sortimentsschwerpunkt soll demzufolge im Frischesegment liegen, während Textilien, Schuhe, Lederwaren usw. eher negativ gesehen werden.

Abb. 51: Zitate aus den Passant:innen-Interviews



Zusammenstellung: cima 2023; grün = positiv gegenüber einem Wochenmarkt in Baumschulenweg; gelb = neutral

¹⁷ Evaluation der Wochenmärkte im Bezirk Treptow-Köpenick Befragungszeitraum 01.11. bis 15.12.2022; <https://mein.berlin.de/projekte/wochenmarkte-in-treptow-kopenick/>

4.6 Abschließender Vergleich der Prüfstandort-Bewertung

Die untersuchten Prüfstandorte für einen Wochenmarkt im Ortsteilzentrum Baumschulenweg sowie im Ortsteil Plänterwald bieten sehr unterschiedliche Voraussetzungen. Sie wurden hinsichtlich verschiedener Kriterien verglichen, die nach Einschätzung der cima für einen erfolgreichen Wochenmarkt grundlegend sind (vgl. Abb. 52). Dabei zeigt sich erneut deutlich, dass einige Standorte wenig geeignet sind, während andere die nötigen Voraussetzungen erfüllen können. In jedem Fall müssen folgende **Voraussetzungen** vorhanden sein bzw. geschaffen werden:

- Städtebaulicher Bezug: zentrale Lage und unmittelbare Nähe zu ergänzenden Nutzungen
- Größe: Stellfläche für mindestens für zehn bis zwölf Händler:innen
- Bereitstellung von Stromanschlüssen (in Höhe der Anzahl der Stände)
- Bereitstellung von Wasseranschlüssen (für einen Bruchteil der Stände; i.d.R. benötigen nur wenige Stände einen Wasseranschluss)
- Abklärung Sanitäranlagen: Wo können (öffentliche) Toiletten in fußläufiger Nähe genutzt werden?
- Barrierefreiheit: Der Marktplatz sollte möglichst barrierearm sein (z.B. ebene Pflasterung, kaum bis keine Hindernisse in den Laufwegen).
- Parkflächen für Zugfahrzeuge: Wo können diese in der Nähe zu den Marktzeiten „legal“ geparkt bzw. abgestellt werden?
- Betrieb und Betreuung: Wer kassiert die Standgebühren, sorgt für einen reibungslosen Ablauf, akquiriert die Händler:innen und verantwortet Marketing sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?

Der *städtebauliche Bezug* ist insbesondere bei den Standorten entlang der Baumschulenstraße gegeben, wohingegen untersuchte Standorte im Ortsteil Plänterwald eher als solitär ohne direkte Verbindung zu ergänzenden Nutzungen zu bewerten sind

Eine gute *Erreichbarkeit* ist an fast allen Standorten gegeben – mal mehr, mal weniger komfortabel.

Die Erzeugung eines atmosphärischen, attraktiven Wochenmarktes (*Ambiente*) ist ebenfalls eher im Bereich der Baumschulenstraße möglich, da die dort realisierbaren Standorte in der Regel auch mit einer attraktiven Umgebung einhergehen. Im Hinblick auf die *Barrierefreiheit*, *Beleuchtung*, *Bespielbarkeit* und *Infrastruktur vor Ort* (Strom, Wasser etc.) sind in den meisten Fällen noch Klärungen notwendig.

Final wurden drei geeignete Standorte identifiziert:

- **Platz vor der VHS / Kirchplatz (Prüfstandort 1)**
- Platz zwischen Edeka und RumBa (Prüfstandort 3)
- Platz vor der Mörike-Apotheke (Prüfstandort 4)

Bezüglich des Platzes zwischen Edeka und RumBa wurde zwar bereits von einem Betreiberunternehmen ein großes Interesse signalisiert, Gespräche mit der Edeka-Expansionsleitung haben jedoch ergeben, dass hier ein Wochenmarkt kritisch gesehen wird, da während der Marktzeiten nicht ausreichend Parkplätze für die Edeka-Kundschaft zur Verfügung stünden.

Bei dem Platz vor der Mörike-Apotheke ist die geringe Flächengröße ein sehr einschränkender Faktor und steht der Rentabilität eines dortigen Wochenmarktes massiv im Wege. Dieser Standort sollte daher als fester Wochenmarkt-Standort nicht weiterverfolgt werden. Unter Umständen kann er als Übergangslösung dienen, bis vor der VHS eine dauerhafte Marktfläche umgesetzt werden kann.

Die Empfehlung der cima lautet daher, den Platz vor der VHS / Kirchplatz in den Fokus zu nehmen, da dieser langfristig die besten Voraussetzungen für den Betrieb eines Wochenmarktes im Ortsteilzentrum Baumschulenweg bietet. Eine Nutzbarmachung als Wochenmarkt- und Veranstaltungsfläche sollte daher in den aktuellen Erstellungsprozess eines Freiraumkonzeptes durch das Bezirksamt Treptow-Köpenick einfließen und am Ende

ermöglicht werden. Der Platz vor der VHS / Kirchplatz ist die einzige wirklich als **Stadtplatz** wahrnehmbare Fläche entlang der Baumschulenstraße und bietet daher das Potenzial, sich als **Mittelpunkt und Zentrum des öffentlichen Lebens im Quartier** zu entwickeln. Nach Ansicht der cima sollte der Platz zukünftig den Raum bieten, nicht nur regelmäßige Wochenmärkte, sondern auch Floh- und Themenmärkte, einen kleinen Weihnachtsmarkt, Quartiersfeste usw. zu veranstalten. Der Platz würde damit zukünftig auch einen **Ort der Identifikation mit dem Quartier** darstellen und damit die Lebensqualität bzw. die Wohnzufriedenheit in Baumschulenweg erhöhen.

Für den Ortsteil Plänterwald konnte für keinen der Prüfstandorte eine ausreichende Eignung festgestellt werden. Es gibt hier kein gewachsenes Zentrum und daher auch keinen Standort, der viel Laufkundschaft und Kopplungskäufe erwarten lässt. Dies führt dazu, dass aus Betreiberperspektive an keinem der Standorte das wirtschaftliche Betreiben eines Wochenmarktes absehbar ist. Voraussichtlich wird sich daher weder ein Betreiberunternehmen noch Standbetreiber:innen für einen Wochenmarkt im Plänterwald finden lassen. Für den Fall, dass dennoch interessierte Standbetreiber:innen gefunden werden können, bietet sich der Platz vor dem Netto-Markt im Dammweg (Prüfstandort 7) als beste Option für einen kurzfristig umzusetzenden Wochenmarkt im Plänterwald an. Mit langfristiger Perspektive sollte das Thema Wochenmarkt bei neuen Wohnbauentwicklungen in dem Ortsteil berücksichtigt werden, etwa bei der Entwicklung der Kleingartenanlagen nordwestlich des S-Bahnhofs und der Straße Am Plänterwald zu einem Wohnquartier. Hier bietet sich die Chance, die Achse zwischen S-Bahnhof und Sophie-Brahe-Gemeinschaftsschule zu einer zentralen Quartiersstraße mit belebten Erdgeschosszonen zu entwickeln. In einem solchen Zusammenhang wäre dann zukünftig auch ein belebter Wochenmarkt für den Ortsteil Plänterwald vorstellbar.

Abb. 52: Vergleich der Prüfstandorte nach verschiedenen Kriterien

Kriterien		Erfüllung der Bedingung								
		Standort 1 Platz vor der VHS	Standort 2 Platz hinter der VHS	Standort 3 Platz zw. Edeka u. RumBa	Standort 4 Platz vor der Mörike- Apotheke	Standort 5 breite Seiten- straßen	Standort 6 Köpenicker Landstr.	Standort 7 vor Netto Plänterwald	Standort 8 S-Bhf. Plänterwald	Standort 9 USE (Eich- buschallee)
Städte- baulicher Bezug	Zentraler Standort									
	Nähe zu Kopplungsmöglichkeiten, Anbindung an Lauflagen (z.B. Einzelhandel, Gastronomie)									
	Frequenzgewinn für stationären Einzelhandel									
	Berücksichtigung städtebaulicher Gegebenheiten in Marktarchitektur, Einfügen in das Umfeld									
Markt- gestaltung und Ambiente	Städtebauliche Qualität des Standortes									
	Optische Abgrenzung des Marktes mit einladenden Eingangssituationen									
	Hohe Aufenthalts- und Verweilqualität									
	Attraktives Gesamterscheinungsbild mit Marktcharakter (lückenlose, kompakte Standaufstellung)									
	Barrierefreie Begehrbarkeit									
Bespielbar- keit	Beleuchtung									
	Flächengröße									
	Schaffung von Aufenthaltsbereichen und Aktionsflächen									
Erreichbar- keit	Flexible Größenanpassung des Marktes, Erweiterbarkeit der Marktfläche									
	Für Beschicker:innen (Anlieferung, Stellmöglichkeiten Lieferfahrzeuge)									
	Gute ÖPNV-Anbindung									
Infra- struktur	Nähe zu ausreichend Parkplätzen									
	Nähe zu Radstellplätzen, Anbindung an Radweg									
	Stromversorgung									
	Frischwasseranschluss									
Sicherheit und Brandschutz	Abwasseranschluss									
	Toilettenangebot									
	Umsetzung bestehender Sicherheitsbestimmungen möglich (ausreichend Fluchtwege, Standorte für Rettungsfahrzeuge, Bereitsstellungsparkplatz, Erstversorgungspunkte, Terrersperrungen)									
Bilanz	Durchfahrtsbreite für Rettungseinsätze mind. 3,50 m, Lichte Höhe mind. 3,50 m									
	voll erfüllt / überwiegend erfüllt	13	7	16	14	5	2	12	7	9
	bedingt erfüllt / Erschwernisse	1	6	2	3	5	7	4	4	6
	nicht erfüllt	0	0	0	3	2	9	3	7	4
	nicht sicher / zu klären	9	10	5	3	11	5	4	5	4

Grafik: cima 2023

4.7 Empfehlungen zur Umsetzung: Nächste Schritte

4.7.1 Einrichtung + Standanordnung

Nachfolgend werden weitere Hinweise formuliert, wie ein Wochenmarkt in der Baumschulenstraße gelingen kann. Die Empfehlungen und Hinweise orientieren sich an dem favorisierten Prüfstandort 1 (Platz vor der VHS / Kirchplatz; vgl. Kap. 4.6), können aber auch auf andere geeignete Standorte im Ortsteilzentrum Baumschulenweg oder im Ortsteil Plänterwald übertragen werden.

Bei der Einrichtung eines Wochenmarktes auf dem Platz vor der VHS / Kirchplatz sollte für die Stände eine möglichst große zusammenhängende Marktfläche mit idealerweise einem Rundlauf (z. B. um das Wasserspiel herum) geschaffen werden – so entsteht Raum für viele Marktbesucher:innen und eine adäquate Marktatmosphäre wird begünstigt. Der Platz muss dabei Raum für mindestens 10 bis 12 Stände bieten, d.h. ca. 180 m² reine Stellfläche¹⁸. Zudem müsste die Befahrbarkeit mit bis zu 7 Tonnen sichergestellt sein. Alternativ ist auch eine Beschränkung des zulässigen maximalen Fahrzeuggewichtes denkbar, z. B. von maximal 4,5 Tonnen. Besucher:innen mit größeren Fahrzeugen würden dann allerdings von dem Markt ausgeschlossen.

Des Weiteren sind Stromanschlüsse für alle Stände zu schaffen. Frischwasseranschlüsse benötigen nur wenige Stände; hier ist die Schaffung von etwa drei Anschlüssen ausreichend. Die Nutzbarkeit einer öffentlichen Toilette für die Besucher:innen des Wochenmarktes ist abzuklären und sollte gewährleistet werden. Hier wäre z.B. zu prüfen, ob die Toiletten der VHS mitbenutzt werden könnten.

Es bietet sich an, die Marktfläche – die durchaus auch für andere Veranstaltungen genutzt werden könnte – durch eine attraktive Begrünung einzurahmen und somit der für den Platz vorgesehenen Nutzung als Grünfläche weiterhin Rechnung zu tragen, gleichzeitig andere Nutzungen aber

nicht auszuschließen. Schließlich ist der Standort im Grünanlagenbestand Berlins als „Stadtplatz“ definiert (vgl. Kap. 4.4.1). Dieser Funktion sollte er zukünftig auch gerecht werden können.

Weiterhin sind hochwertige Sitz- und Verweilmöglichkeiten sowie Abfall-eimer und eine ausreichende Beleuchtung vorzusehen. Darüber hinaus sind (soweit möglich und erlaubt) auch direkt vor dem Gebäude der VHS sowie gegebenenfalls – bei Entfernung der Poller – auf den Bürgersteig ragend potenzielle Stellflächen vorhanden. Dabei müssen Laufwege in ausreichender Breite erhalten bleiben. Darüber hinaus gibt es breite Wege vom Bürgersteig der Baumschulenstraße hin zu den Eingängen des VHS-Gebäudes, auf denen in Teilen ebenfalls Stände gestellt werden könnten. In jedem Falle sind Flucht- und Rettungswege mit einer Breite von 3,5 Metern freizuhalten. Es sind Vorgespräche mit der VHS und der Kirchengemeinde als unmittelbare Anrainerinnen zu führen.

¹⁸ ausgehend von größter Wagengröße 6,3 m x 2,4 m; Referenzobjekte von Borco Höhns

4.7.2 Ziele und Benefits des Marktes

Die Einführung eines Wochenmarktes im Ortsteilzentrum Baumschulenweg kann mehrere zielgruppenspezifische Ziele verfolgen und verschiedenste positive Effekte für seine Umgebung erzielen (vgl. Abb. 53).

Funktion und Bedeutung für die Stadt:

- Steigerung der Standortmarke als Versorgungsstandort
- Unterstützung der Attraktivität und Positionierung des Ortsteilzentrums
- Weiterentwicklung des Kulinarik- und Genussangebotes
- Städtebaulicher Bezug zu attraktivem, historischem Stadtkern/ Ortszentrum
- Beitrag zur Belebung der Baumschulenstraße
- Verknüpfung und Zusammenarbeit von Markthändler:innen, Einzelhandel, Gastronomie und lokaler Wirtschaft zur Verbesserung der regionalen Wertschöpfung (Stärkung geschlossener Wirtschaftskreisläufe)
- Stärkung des Ortsteilzentrums im Gesamtkontext mit weiteren Maßnahmen ⇒ Wirkung über temporäre Veranstaltung hinaus

Funktion und Bedeutung für Bewohnerschaft + Gäst:innen:

- Schaffung eines Einkaufserlebnis für die Bewohnerschaft und Gäst:innen ⇒ Mix aus Einkaufen, Erlebnis, Information, Genuss
- Bereicherung des innerstädtischen Angebotes durch Besonderheiten
- Stärkung der lokalen Identität durch Teilhabe und Förderung des lokalen und regionalen Wir-Gefühls ⇒ schafft Akzeptanz für den Markt
- Markt im Ortsteilzentrum ist Treffpunkt für Bewohner:innen und Besucher:innen / Mittelpunkt des öffentlichen Lebens im Quartier

Funktion für Marktbesucher:innen und Erzeuger:innen:

- Plattform für regionale Erzeuger:innen und Akteur:innen („Kulinarisches Schaufenster der Region / Brandenburgs“)
- Förderung der Produktion, Verarbeitung und Vermarktung qualitativ hochwertiger Nahrungsmittel
- Impulse für Stärkung der Direktvermarktung
- Aufbau von Strukturen für weitere Direktvermarktungsaktivitäten
- Erhaltung der heimatnahen Produktionsstätten und Arbeitsplätze

Abb. 53: Ziele der Einführung eines Wochenmarktes



Grafik: cima 2023

4.7.3 Grundausrichtung des Wochenmarktes

Zielgruppen

- **Einheimische**, d.h. Menschen, die im Umfeld wohnen
 - insbesondere Menschen mittleren Alters (ca. 30-50 Jahre) mit oder ohne Kinder (legen Wert auf gesunde Ernährung sowie regional/nachhaltig/ ökologisch erzeugte Lebensmittel)
 - Ältere (ab ca. 50+ Jahre, legen Wert auf qualitativ hochwertige Erzeugnisse)
 - mit zunehmendem Generationswechsel auch (neu zuziehende) Menschen unter 30 Jahren

Angebotsschwerpunkte

- Klassisches Wochenmarkt-**Frischesortiment** zur Gewährleistung eines weiteren Versorgungsangebotes im Quartier; Fokus auf Verkauf von Nahrungs- und Genussmitteln – Schwerpunkt Direktvermarktung
- **Angebotsmix** aus: Obst und Gemüse aus regionaler Erzeugung, ergänzend internationales Angebot (Schwerpunkt sollte jedoch auf regionaler Ware liegen), Fisch (ggf. mit kleinem Imbissangebot), Wurst- und Räucherwaren (ebenfalls schwerpunktmäßig aus regionaler Erzeugung), Käse / Milchprodukte, Blumen / Floristik, Eier / Eierprodukte / Nudelspezialitäten, Kräuter und Gewürze, ggf. ergänzend hochwertige Haushaltswaren (z.B. Küchenutensilien aus Holz, Bürsten, Haushaltskeramik usw. aus einer regionalen Behindertenwerkstatt)
- **Saisonal** erweitertes Angebot, z.B. Erdbeer-, Honig-, Spargelstand
- Zum Konzept des Frischemarktes passen keine Stände mit Textilien, Schuhen, Taschen und Lederwaren usw.
- **Imbiss- und Mittagsangebote** bspw. für ältere Menschen (Suppen, Snacks, Nudelgerichte, Backwaren etc.)
- Bei Events / Aktionen ergänzend thematisch passendes Zusatzsortiment und Kunsthandwerk (Regionales, Originelles, Traditionelles und

Außergewöhnliches, Exklusives, Saisonales); hier gesondert auch passende regionale Händler:innen einladen

Öffnungszeiten

- Ein- bis zweimal pro Woche; davon bestmöglich ein Samstagvormittag, damit auch Berufstätige den Wochenmarkt aufsuchen können
- Zeitraum: ca. 8-14 Uhr, für den frühmorgendlichen Versorgungseinkauf und die Mittagszeit (Imbissgeschäft) abzudecken
- Zusätzlich alle ein bis zwei Monate ein gesondert beworbener Feierabend- / Themenmarkt für besondere Events und als Treffpunkt für die Einwohnerschaft; Terminkollision mit anderen Events in der engen Umgebung vermeiden oder aber für sinnvolle Kombination sorgen

Aktionen und Events

Diese Themenmärkte gehen über die Angebote der „normalen Markttag“ hinaus. Sie sollen sich zum Treffpunkt mit besonderer Aufenthaltsqualität entwickeln.

Mögliche Programmschwerpunkte:

- Kulinarik genießen
 - Verkaufsstände und Gastronomie-Angebote
 - Schaukochen, z.B. in Kooperation mit Gastronom:innen, Kochschulen (auch VHS) oder Kulturvereinen aus der Umgebung
 - Marktfrühstück mit „Langer Tafel“
 - Tastings, Verkostungen
 - Kombination aus kulinarischen Führungen
- Kultur erleben
 - Straßenmusik (ruhige, akustische Formate)
 - Straßenkunst, z.B. Bodengemälde (Motive Landwirtschaft, Nachhaltigkeit, Gebäude aus dem Quartier, Wasserspiel etc.)
- Nachhaltig konsumieren, lernen, sich austauschen:
 - DIY-Workshops für Naturkosmetik oder Reinigungsmittel

- Dialogforen und Vorträge
- Infostände von Verbänden und Initiativen
- Saatgut-Tauschbörse
- Wertschöpfungsketten initiieren, z.B. über Hofläden in der Region informieren, Hofladenkisten bewerben etc.
- Führungen / Workshops für Kitas und Schulklassen zum Thema gesunde Ernährung und Nachhaltigkeit

4.7.4 Organisation + Betrieb

Zur Betreuung der Händler:innen sollte ein:e Marktmeister:in vor Ort präsent sein und folgende Aufgaben übernehmen:

- Einhaltung von gesetzlichen Auflagen (Flucht- und Rettungswege, Parken, Barrierefreiheit, Einsatz von Kabelbrücken / -matten etc.)
- Koordinierung und Überwachung des Auf- und Abbaus, Kontrolle der ordnungsgemäßen Abfall- und Abwasserentsorgung sowie des Erscheinungsbildes der Marktstände (attraktive Stände unterstützen den Kauf der Ware)
- Organisieren von Aktionen vor Ort und des Marketings sowie von Serviceangeboten
- Kassieren des Standgeldes (Empfehlung / gängige Praxis bei anderen Wochenmärkten im Berlin: rd. 5 bis 8 € je laufendem Meter)
- Kontakt- und Ansprechperson für Händler:innen und Bevölkerung
- Akquisition und Auswahl der Markthändler:innen (Sortimentspflege)

Innerhalb des Bezirksamts Treptow-Köpenick ist das **Ordnungsamt** für Gewerbeangelegenheiten und Marktfestsetzungen zuständig. Daher ist mit dem Ordnungsamt zu klären, ob es diese Aufgabe selbst wahrnehmen kann oder ob eine öffentliche Ausschreibung des Marktbetriebes sinnvoll ist. Ein Betreiberunternehmen hatte bereits großes Interesse bekundet, im Bereich Baumschulenstraße einen Markt zu veranstalten. Ein **externes Unternehmen** kann die oben aufgeführten Aufgaben aus eigener Hand leisten und auf Erfahrungen aus dem Betrieb anderer Märkte zurückgreifen.

Das **Geschäftsstraßenmanagement** (GSM) hat sich im Prozess bereiterklärt, das Marketing für den Wochenmarkt zu unterstützen. Das GSM kann hierbei als wichtiger Multiplikator fungieren (z.B. Bekanntmachung des Wochenmarktes über eigene Veranstaltungen und Kommunikationskanäle). Wir empfehlen daher, dass sich Marktmanagement und Geschäftsstraßenmanagement regelmäßig austauschen (etwa quartalsweise) um gemeinsam neue Ideen für die Bespielung und Belebung des Wochenmarktes zu entwickeln (z.B. Marketingkampagne im Quartier, besondere Aktionen / Merchandise, Kombination mit anderen Events).

4.7.5 Öffentlichkeitsarbeit + Marketing

Um einen erfolgreichen Start und einen dauerhaften Erfolg des Wochenmarktes zu gewährleisten, sind verschiedene Maßnahmen zur Bewerbung des Wochenmarktes sinnvoll:

Zunächst ist die **Entwicklung einer Wort-Bild-Marke** ratsam, um einen Wiedererkennungswert für den Markt zu schaffen. Spätestens wenn von einem langfristigen Betrieb des Wochenmarktes auszugehen ist, zum Beispiel nach Umsetzung von Maßnahmen aus dem Freiraumkonzept, sollte ein Corporate Design erarbeitet werden. Die Marke muss stringent auf allen Kommunikationswegen für den Wochenmarkt angewendet werden.

Weiterhin kann ein **Händler:innenexposé** dazu beitragen, Marktbesucher:innen zu akquirieren. Das Exposé kann z.B. als Flyer gestaltet sein, den Standort des Wochenmarktes und das Quartier als solches beschreiben sowie die Kontaktdaten des Marktmanagements und die Kosten aufzeigen.

Zur Bewerbung des Marktes im öffentlichen Raum sind **Plakate** (DIN A1, DIN A3) zu empfehlen, die an hoch frequentierten Orten ausgehängt werden können, etwa bei den Lebensmittelmärkten, am S-Bahnhof, in Cafés, an Plakatwänden oder an Laternenpfeilern. Es könnten Illustrationen eines Standes oder einer belebten Marktfläche oder appetitliche Fotos eines typischen Marktsortimentes gezeigt werden. Abgebildet sein sollten auch die Marktzeiten, der Ort, gesonderte Termine für Themenmärkte sowie das Logo.

Weiterhin sinnvoll sind **Anzeigen und Artikel** in Blättern wie der Berliner Woche oder im Bezirksblatt in auffälliger Gestaltung mit der Wort-Bild-Marke und ansprechenden Fotos. Zu Aktionen und Themenmärkten sollte die Presse gezielt eingeladen werden.

Auch **Flyer** sind zu empfehlen und werden nach Auskunft des Geschäftsstraßenmanagements im Quartier auch gut angenommen. Sie sollten die Informationen enthalten, die auch auf der Website zu finden sind, und an stark frequentierten Orten ausgelegt werden (z.B. Lebensmittelmärkte, VHS, Apotheke).

Das Bezirksamt betreibt eigene **Social-Media-Kanäle**, die genutzt werden könnten, so unter anderem Facebook, Twitter und Instagram (@BaBerlinTK). Hier sollte über den Start des Wochenmarktes sowie besondere Termine informiert werden. Ebenso könnten hier Händler:innen vorgestellt werden. Eigene Kanäle nur für den Wochenmarkt sind nicht zu empfehlen, da sie einer regelmäßigen Pflege in Form neuen Contents und damit eines intensiven Personaleinsatzes bedürften. Insbesondere die ältere Zielgruppe wird auf diesem Kanal in der Regel ohnehin nicht erreicht.

Auf der Website des Betreiberunternehmens sollte eine eigene **Unterseite** zum Wochenmarkt in Baumschulenweg entstehen und gepflegt werden, die auch als Landingpage für Print- und Onlinekanäle (Links, QR-Codes) fungiert. Hier sollten Ort, Marktzeiten, Ansprechpersonen, Termine, Fotos des Marktgeschehens sowie Kurzvorstellung der Besucher:innen vermerkt sein. Zusätzlich sollte auf den Internetseiten des Bezirksamtes und des Geschäftsstraßenmanagements auf diese Website des Wochenmarktes verlinkt werden.

Zur direkten Kenntlichmachung der Marktfläche sind dauerhafte, hochwertig gestaltete **Beschilderungen** an den Markteingängen ratsam (mit Bildern, Wort-Bild-Marke, Öffnungszeiten). So wird auch an Nicht-Marktagen deutlich: Hier findet regelmäßig ein Wochenmarkt statt! Die Gestaltung und Positionierung der Schilder muss unter Berücksichtigung des Gestaltungsleitfadens sowie des Denkmalschutzes erfolgen.

Die **Eröffnung des Marktes** sollte einen feierlichen Rahmen erhalten, etwa indem sich umliegende Gewerbetreibende auf dem Markt vorstellen können (stärkt die Akzeptanz des Marktes). Eine Tombola oder ein Glücksraddrehen, Verkostungen sowie spielerische Aktionen für Kinder und Familien runden die Eröffnung ab.

5 Aufenthaltsqualität und Möglichkeiten für Lieferverkehre

5.1 Ausgangssituation: Verkehr und Aufenthaltsqualität in der Baumschulenstraße

Wie viele (Haupt-)Straßen in Berlin ist auch die Baumschulenstraße sehr stark durch motorisierten Individualverkehr belastet. Die durch das hohe Kfz-Aufkommen produzierten Emissionen (Lärm, Abgase) wirken sich nicht nur negativ auf die Wohnqualität und -gesundheit der Anwohnenden aus, sondern auch auf die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Zudem nimmt der fließende und ruhende Kfz-Verkehr in der Baumschulenstraße vergleichsweise viel Platz ein, sodass nur wenig Platz für Fuß- und Radwege verbleibt. Im Ergebnis bieten die schmalen Gehwege keine „Flanier-Qualität“ und keinen Raum für attraktive Außengastronomie. Dies ist unter anderem daran ablesbar, dass höherwertige Gastronomie mit größeren Außenbereichen überwiegend an den Eckgrundstücken und in den Nebenstraßen zu finden ist, wo einerseits mehr Platz für die Schankvorgärten vorhanden ist und andererseits die Lärmbelastung geringer ausfällt.

Als wichtige Verbindung zwischen der A 113 (Abfahrt Späthstraße) im Südwesten und der B 96a (Köpenicker Landstraße) im Nordosten wird die Baumschulenstraße nicht nur von zahlreichen Pkw genutzt, sondern auch von sehr vielen Lkw. Laut der Straßenverkehrszählung Berlin betrug die durchschnittliche werktägliche Verkehrsstärke (DTVw) im Jahr 2019 in der Baumschulenstraße rd. 18.400 Kfz je 24 Stunden (vgl. Abb. 54), davon rd. 960 Lkw (über 3,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht, ohne Busse; vgl. Abb. 55).

Die DTVw-Zählung gibt nur Durchschnittswerte über 24 Stunden an. Aufgrund ergänzender Quellen¹⁹ kann jedoch unterstellt werden, dass 75 %

des gesamten Kfz-Aufkommens und 75 % des Lkw-Verkehrs in der Zeit von 6 bis 18 Uhr stattfindet, also im Wesentlichen während der Hauptgeschäftszeiten der Läden in der Baumschulenstraße.

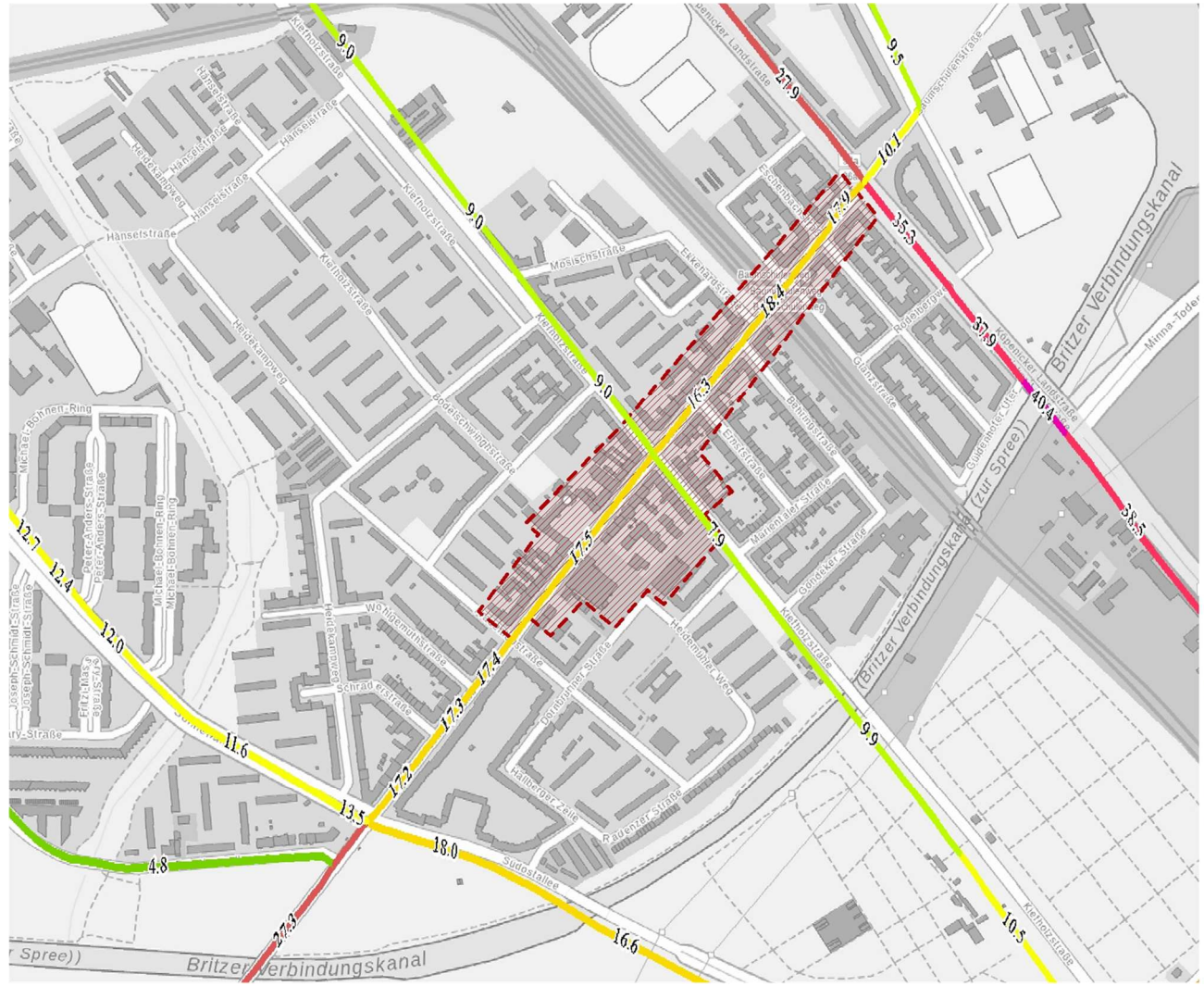
Somit ergibt sich für die Baumschulenstraße eine durchschnittliche Verkehrsstärke von **rd. 1.073 Kfz pro Stunde** in der Zeit von 6 bis 18 Uhr, davon **rd. 60 Lkw pro Stunde**.

Aufgrund der überdurchschnittlichen Fahrbahnbreite der Baumschulenstraße kann der Kfz-Verkehr mit relativ hoher Geschwindigkeit fließen, was insbesondere bei größeren und schwereren Lkw (ab 7,5 t) zu erheblichen Geräuscentwicklungen führt. Dieser Effekt wird noch dadurch verstärkt, dass sich Passant:innen aufgrund der relativ schmalen Fuß- und Radwege vergleichsweise nah an dem fließenden Verkehr befinden, was das Lärmempfinden und das subjektive Unsicherheitsempfinden noch verstärkt. Das führt zwangsläufig dazu, dass Menschen sich – ob bewusst oder unbewusst – nur ungern in der Baumschulenstraße aufhalten.

Diese Wahrnehmung wurde auch in Gesprächen mit ansässigen Gewerbetreibenden bestätigt: Sie merkten an, dass die Baumschulenstraße ein **„Durchfahrtsraum“**, es **„sehr laut“** sei und **„ruhige Ecken für Eisdielen und Cafés fehlen“** würden. Die Straße habe allgemein **„keine Aufenthaltsqualität“**, der **„Bummelfaktor fehlt“**.

¹⁹ Hinweise und Faktoren zur Umrechnung von Verkehrsmengen – Anforderungen an Datengrundlagen aufgrund unterschiedlicher Bezugsgrößen aus Richtlinien und Verordnungen, SenUMVK, April 2022

Abb. 54: Verkehrsstärken der Kraftfahrzeuge (gesamt) in der Baumschulenstraße und den angrenzenden Straßen



Verkehrsstärken DTW 2019 Kfz (Kraftfahrzeuge)

Kfz = Pkw+Lfw, Lkw>3,5t zul. GG, Bus, Krad
 Die Beschriftung in der Karte ist in 1.000 Kfz/24h angegeben
 z.B. entspricht 23.5 in der Beschriftung 23.500 Kfz/24h

Klasse	Wertebereich
1	≤ 3.000 Kfz/24h
2	3.001 - 6.000 Kfz/24h
3	6.001 - 10.000 Kfz/24h
4	10.001 - 15.000 Kfz/24h
5	15.001 - 20.000 Kfz/24h
6	20.001 - 25.000 Kfz/24h
7	25.001 - 30.000 Kfz/24h
8	30.001 - 40.000 Kfz/24h
9	40.001 - 50.000 Kfz/24h
10	50.001 - 60.000 Kfz/24h
11	60.001 - 80.000 Kfz/24h
12	> 80.000 Kfz/24h

Quellen:
 © Geoportal Berlin, dl-de/by-2-0
 © Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, CC-BY-3.0
 © cima 2023
Bearbeitung:
 cima 2023

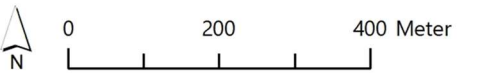
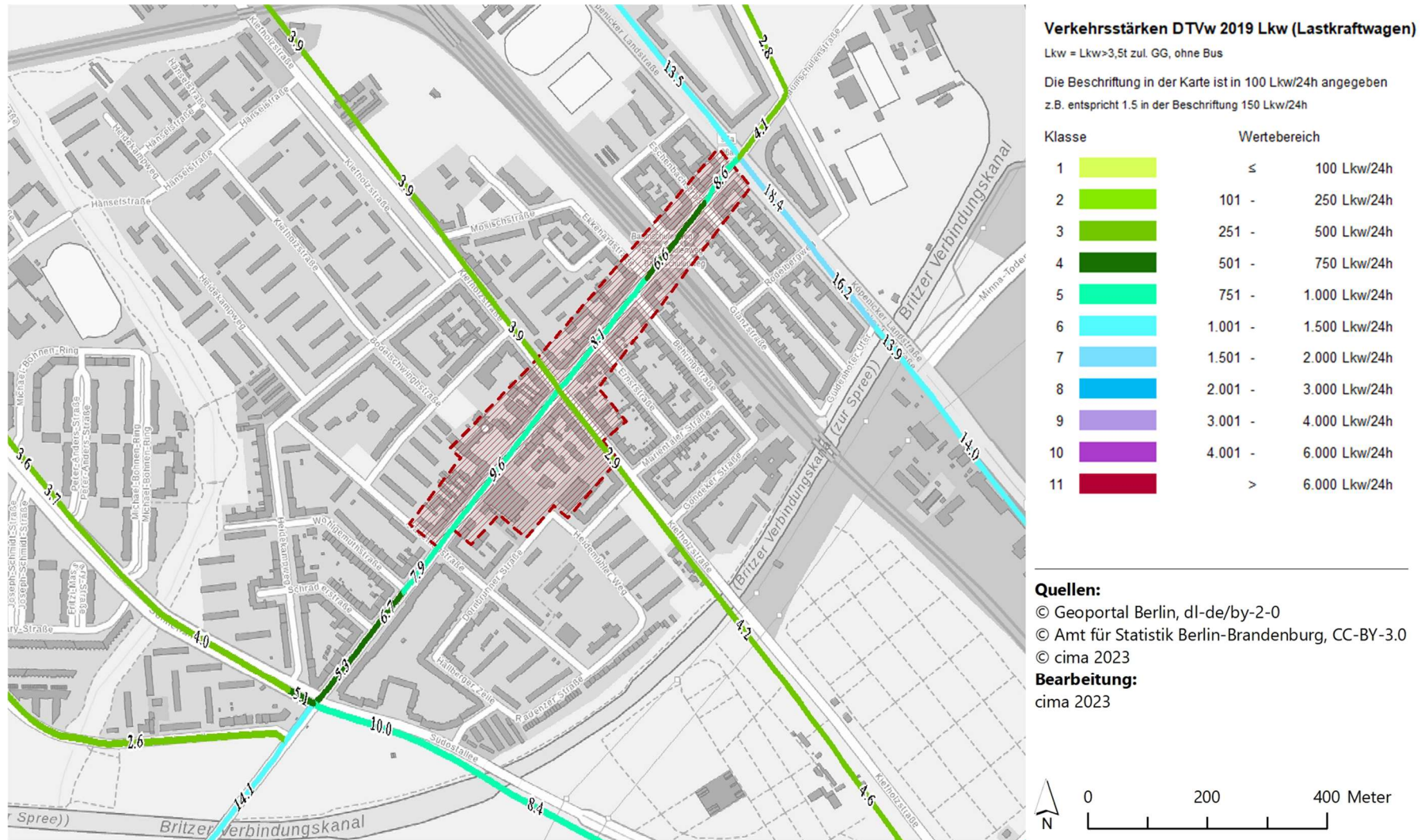


Abb. 55: Verkehrsstärken der Lastkraftwagen (> 3,5 t zulässiges Gesamtgewicht, ohne Busse) in der Baumschulenstraße und den angrenzenden Straßen



5.2 Möglichkeiten zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität

Aufgrund der Verbindungsfunktion zwischen Autobahn und Bundesstraße wird der Verkehr auf der Baumschulenstraße vermutlich nur in begrenztem Umfang reduziert werden können. Umfassende bauliche Veränderungen, die zu einer Verlagerung des Durchgangsverkehrs führen würden, dürften nur schwer umsetzbar sein. Gleichwohl ist es ein erklärtes Ziel des Berliner Senats, mit der Festlegung der Städtebauförderkulisse eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Baumschulenstraße auch durch verkehrliche und bauliche Maßnahmen zu erreichen²⁰.

Im Rahmen des Förderprogramms „Lebendige Zentren und Quartiere Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße“ wurde im September 2023 eine Verkehrsuntersuchung für die Baumschulenstraße und die angrenzenden Bereiche beauftragt, welche in den Jahren 2023 und 2024 erarbeitet wird²¹. Die Untersuchung soll unter anderem als investitionsvorbereitende Maßnahme für einen zukünftigen Umbau der Baumschulenstraße dienen. Die Erkenntnisse und Hinweise aus dem vorliegenden strategischen Standortkonzept sollen in die Bearbeitung der Verkehrsuntersuchung für die Baumschulenstraße einfließen, sodass die Belange von Gewerbetreibenden, Bewohner:innen und Kund:innen bereits frühzeitig in dem Prozess berücksichtigt werden können.

Wie oben beschrieben wirkt sich das hohe Kfz-Aufkommen deutlich negativ auf die Aufenthaltsqualität im Ortsteilzentrum und damit auf die Umsatzpotenziale der ansässigen Gewerbetreibenden aus. Während einige Gewerbetreibende den Kfz-Verkehr und die dadurch induzierte Lärmbelastung als Negativfaktor benannt haben, äußerten andere Gewerbetreibende Befürchtungen, eine Verkehrsberuhigung könne Pkw-Kund:innen abschrecken und dadurch zu Umsatzeinbußen führen.

Nach Einschätzung der CIMA handelt es sich bei dem Kfz-Verkehr in der Baumschulenstraße ganz überwiegend nicht um Zielverkehre (also Menschen, die gezielt für Einkäufe und andere Erledigungen in die Baumschulenstraße fahren), sondern um Durchgangsverkehre, von denen die ansässigen Gewerbetreibenden nicht profitieren. Nur vereinzelt halten Autofahrer:innen an, um in der Baumschulenstraße Einkäufe und andere Erledigungen zu tätigen. Diese „Mitnahmeeffekte“ sind jedoch nur sehr gering, da mit Ausnahme der beiden Lebensmittelmärkte (Edeka und Lidl) kein Geschäft über eigene Stellplätze verfügt und die Anzahl öffentlicher Stellplätze entlang der Straße sehr begrenzt und zumeist stark ausgelastet ist. Vertreter der beiden in der Baumschulenstraße ansässigen Drogeriemärkte bestätigten in Experteninterviews, dass die Bedeutung der Pkw-Erreichbarkeit für die Standorte in der Baumschulenstraße nur gering ist, da es sich um typische „Laufstandorte“ handelt, die auf eine Versorgung des fußläufigen Umfelds ausgerichtet sind.

Somit dürfte eine **Verbesserung der Voraussetzungen für den Fuß- und Radverkehr zu einer besseren Umsatzleistung in Einzelhandel und Gastronomie** führen. Der derzeitige Fokus der Straßenraumgestaltung auf den Kfz-(Durchgangs-)Verkehr ist nach Einschätzung der CIMA eher kontraproduktiv für die Standortattraktivität und damit auch für die Umsatzpotenziale der ansässigen Gewerbetreibenden.

Wissenschaftliche Studien aus Deutschland und dem Ausland bestätigen, dass Kfz-Kund:innen zwar pro Einkauf mehr Geld ausgeben als Kund:innen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder dem Fahrrad kommen. Dafür besuchen Fahrradfahrende und vor allem zu Fuß gehende Kund:innen den örtlichen Einzelhandel deutlich häufiger. So ergab eine Untersuchung in der Hermannstraße und am Kottbusser Damm, dass Kfz-

²⁰ vgl. ISEK für das Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße im Bezirk Treptow-Köpenick 2021, Planergemeinschaft für Stadt und Raum eG, Berlin, S. 90

²¹ vgl. ISEK a.a.O., S. 165

Nutzende zwar durchschnittlich 23,45 € pro Besuch ausgeben, aber nur durchschnittlich 2,80 mal pro Woche den lokalen Einzelhandel aufsuchen. Im Vergleich dazu geben zu Fuß Gehende zwar nur durchschnittlich 11,63 € pro Besuch aus, dafür besuchen sie den lokalen Einzelhandel deutlich häufiger, nämlich durchschnittlich 4,97 mal pro Woche. Somit geben zu Fuß Gehende pro Woche mit rd. 57,82 € fast genauso viel aus wie Kfz-Nutzende mit rd. 65,60 € (vgl. Abb. 56)²².

Abb. 56: Anteil der wöchentlichen Gesamtausgaben nach Verkehrsmittel am Studienbeispiel Hermannstraße und Kottbusser Damm

	Anteil Verkehrsmittel	Durchschnittliche Besuche pro Woche	Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch	Berechnete durchschnittliche Ausgaben pro Woche*	Berechnete Gesamtausgaben pro Woche nach Verkehrsmittel	Anteil wöchentliche Gesamtausgaben nach Verkehrsmittel
Kfz	6,6 %	2,80	23,45 €	65,60 €	8.659 €	8,7 %
ÖPNV	26,1 %	2,86	10,87 €	31,11 €	16.426 €	16,5 %
zu Fuß	52,1 %	4,97	11,63 €	57,82 €	60.652 €	61,0 %
Fahrrad	14,6 %	3,78	11,98 €	45,35 €	13.379 €	13,5 %
Sonstiges	0,6 %	3,35	8,33 €	27,95 €	335 €	0,3 %

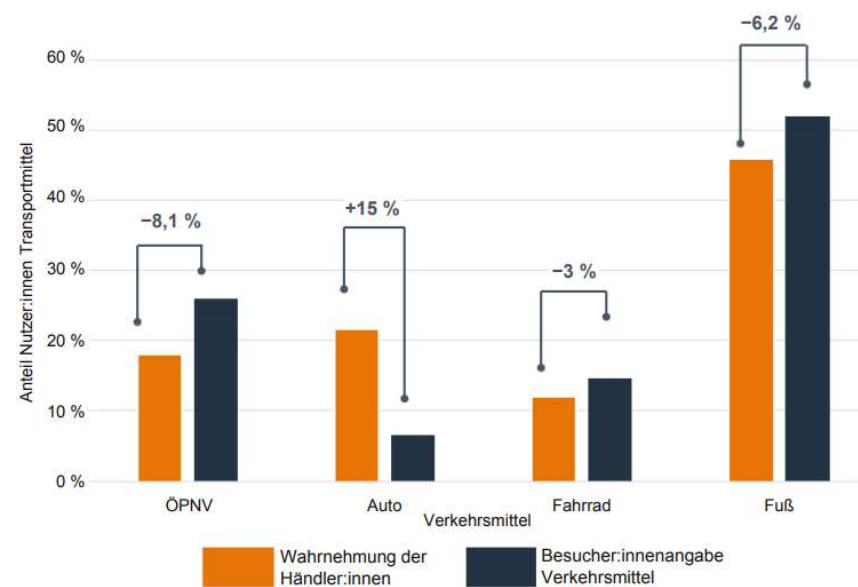
*: basierend auf der Besuchsfrequenz

Quelle: Einkauf und Verkehr [...], v. Schneidmesser, IASS 2022

²² vgl.: Einkauf und Verkehr – tatsächliche Verkehrsmittelwahl der Besucher:innen von Einkaufsstraßen im Vergleich zu Einschätzungen von Einzelhändler:innen, Dirk von Schneidmesser, Institut für Transformative Nachhaltigkeitsforschung (IASS), Potsdam, 2022

Dieser Effekt wird noch dadurch verstärkt, dass die Einzelhändler:innen die Bedeutung des Kfz als Verkehrsmittel für ihre Kund:innen deutlich überschätzen. In der Untersuchung gaben die Händler:innen die Einschätzung ab, dass 21,6 % ihrer Kundschaft mit dem Kfz kommen. In der Realität lag dieser Anteil jedoch nur bei 6,6 %, während die tatsächlichen Anteile von ÖPNV, Fahrrad und Fußverkehr höher lagen als von den Händler:innen geschätzt (vgl. Abb. 57).

Abb. 57: Tatsächliche Verkehrsmittelnutzung der Besucher:innen der Einkaufsstraßen (Hermannstraße und Kottbusser Damm) im Vergleich zu den Wahrnehmungen der Händler:innen



Quelle: Einkauf und Verkehr [...], v. Schneidmesser, IASS 2022

Legt man nun zugrunde, dass insgesamt deutlich weniger Kund:innen mit dem Kfz kommen, als zu Fuß, mit dem Rad oder mit dem ÖPNV, so relativiert sich der hohe Ausgabesatz zusätzlich: In dem Studienbeispiel (vgl. Abb. 56, vorletzte Spalte) gaben zu Fuß Gehende siebenmal so viel im örtlichen Einzelhandel aus wie Kfz-Nutzende.

Die gesamte Breite des Straßenquerschnitts (von Hauswand zu Hauswand) beträgt in der Baumschulenstraße rd. 24 m. Davon nehmen die Fahrbahnen etwa die Hälfte ein (rd. 12 m). Hinzu kommen auf jeder Straßenseite Parkstreifen von ca. 2 m Breite, ein rd. 1 m breiter Radweg sowie ein rd. 3 m breiter Gehweg.

Somit steht dem Kfz-Verkehr je Fahrtrichtung eine rd. 6 m breite **Fahrbahn** zur Verfügung, dies ist deutlich breiter als erforderlich. Lkw und Busse dürfen maximal 2,55 m breit sein (§ 32 Abs. 1 Nr. 1 StVZO). Daher sind gemäß den Richtlinien für die Anlage von Stadtstraßen (RASt 06)²³ 6,5 m Breite für eine Straße mit einer Fahrspur je Richtung ausreichend (vgl. Abb. 59).

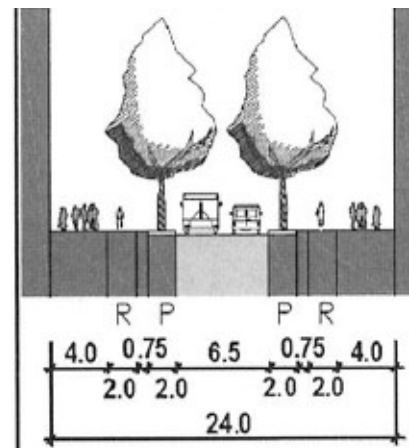
Abb. 58: Kfz-Verkehr auf der Baumschulenstraße



Fotos: cima 2023

Die obigen Fotos belegen, dass die derzeitige Breite der Baumschulenstraße dazu verleitet, in zweiter Reihe zu halten bzw. zu parken und dass selbst größere Lkw mit relativ hoher Geschwindigkeit „freie Fahrt“ haben. Eine Reduzierung der Fahrbahnbreite könnte daher dazu beitragen, die Durchfahrtgeschwindigkeit und somit auch die Lärmentwicklung zu reduzieren. Das Hereinrücken der Fahrbahnen in die Straßenmitte führt zusätzlich dazu, dass der Geräuschpegel an den Außenseiten (also vor den Geschäften) geringer ist. Für die Lieferverkehre müssten dann Alternativen zum Halten in zweiter Reihe geschaffen werden (siehe hierzu Kap. 5.3).

Abb. 59: In der RAS 06 empfohlener Querschnitt für eine typische Entwurfssituation „Hauptgeschäftsstraße“ bei 24 m Breite



Quelle: RAS 06, Variante 8.4

Zwischen Fahrbahn und Radweg kann – wie bisher auch, ein ca. 2 m breiter **Parkstreifen** erhalten bleiben. Neben dem Parken für Bewohner:innen und Kund:innen können auf diesem Streifen auch dauerhafte oder temporäre Lieferzonen (vgl. Kap. 5.3) sowie Abstellanlagen für Fahrräder eingerichtet werden. In den größeren Kreuzungsbereichen (z.B. Kieffholzstraße) könnte, wo erforderlich, anstelle der Parkstreifen der Raum für zusätzliche Abbiegestreifen genutzt werden.

²³ erarbeitet vom Arbeitsausschuss „Stadtstraßen“ in der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV), Ausgabe 2006

Nach dem Radverkehrsplan des Landes Berlin (RVP) sollen **Radwege** des Basis-Standards mindestens 2,0 m breit sein. Das Regelmaß beträgt 2,3 m, hinzu kommt noch ein Sicherheitsraum von 0,75 m zum Parkstreifen bzw. zur Fahrbahn²⁴. Die erforderliche Breite von 2,75 bis 3,05 m wäre in der Baumschulenstraße dank des relativ großen Straßenquerschnitts gut zu realisieren. Aus Sicht der cima ist ein Ausbau der Radwege in der Baumschulenstraße dringend geboten. Denn einerseits muss die Erreichbarkeit der Geschäftsstraße für Radfahrende verbessert werden. Derzeit ist das Radverkehrsaufkommen in der Baumschulenstraße relativ gering. Es ist zu vermuten, dass viele Radfahrende die Baumschulenstraße aufgrund des schlechten Zustands und der geringen Breite der Radwege meiden. Den ansässigen Gewerbetreibenden bleiben dadurch wichtige Umsatzpotenziale vorenthalten. Und andererseits sind ausreichend breite, gut ausgebaute Radwege eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass auch Lieferverkehre (vgl. 5.3) auf Lastenfahräder verlagert werden können. Zudem bilden breite Radwege eine zusätzliche Trennung zwischen Kfz-Verkehr und Gehwegen, was das Lärm- und Sicherheitsempfinden für Passant:innen und Außengastronomie verbessert.

Somit verbleiben je Straßenseite noch rd. 4 m (statt bislang 3 m) für die **Gehwege**. Dies ermöglicht ein angenehmeres Flanieren und ein besseres Begegnen bspw. mit Kinderwagen, Rollstühlen und Rollatoren. Zudem kann der gewonnene Platz vor gastronomischen Betrieben für Außensitzplätze genutzt werden, vor Einzelhandelsgeschäften für qualitätsvolle Warenauslagen²⁵.

Nach Überzeugung der cima ist eine Beruhigung des Kfz-Verkehrs essenziell für die Erhöhung der Aufenthaltsqualität. Ohne den Verkehrslärm und die Dominanz von Pkw und Lkw im Straßenbild zu reduzieren wird es nicht gelingen, eine wesentlich bessere Aufenthaltsqualität in der Baumschulenstraße zu erreichen.

²⁴ vgl. Radverkehrsplan des Landes Berlin 2021, Kap. 3.3.2.1

²⁵ Die hier getroffenen Annahmen zur Neuaufteilung des Straßenraums sind nur grundsätzliche Überlegungen dazu, wie aus Perspektive des vorliegenden Standortkonzeptes die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Baumschulenstraße erhöht werden könnte.

Momentan sind Schankvorgärten in der Baumschulenstraße nicht nur unattraktiv aufgrund der hohen Lärmbelastung, sie sind auch kaum zu realisieren, weil der Platz auf den Gehwegen dafür zu gering ist. Solange nicht durch bauliche Maßnahmen eine Umverteilung des Straßenraums zugunsten der Gehwege erfolgt, werden die Schankvorgärten weiterhin auf die Nebenstraßen orientiert bleiben. Auch für die Einzelhandels- und Dienstleistungsgeschäfte werden im Bestand kaum Verbesserungen möglich sein. Eine bessere Schaufenstergestaltung oder eine hochwertigere Gestaltung der Außenbereiche können nur dann Erfolg bringen, wenn der „Bummelfaktor“ erhöht wird, wenn also ein entspanntes und entschleunigtes Flanieren entlang der Baumschulenstraße ermöglicht wird.

Bis zur baulichen Umgestaltung der Baumschulenstraße sollte geprüft werden, ob als **Übergangsmaßnahme** eine Verlegung des Radwegs auf die Straße (Markierung eines Radfahrstreifens) möglich ist, sodass der bisherige Radweg als Fußweg mitgenutzt werden kann.

Flankierend sollten die Gewerbetreibenden bei der ansprechenden Gestaltung ihrer Außenbereiche unterstützt werden. Hierzu gibt der derzeit in Erarbeitung befindliche Gestaltungsleitfaden für Sondernutzungen wertvolle Hinweise. Der Gebietsfonds kann die Gewerbetreibenden bei der Umsetzung solcher Umgestaltungsvorhaben finanziell unterstützen. Darüber hinaus ist die Anschaffung gemeinsamer Gestaltungselemente denkbar, wie etwa einheitlicher Blumenkübel. Dadurch könnte neben der optischen Aufwertung auch die Identifikation mit der Baumschulenstraße und das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken.

Für die zukünftige Umbauphase der Baumschulenstraße ist zudem unbedingt rechtzeitig ein Baustellenmarketing zu initiieren, um die negativen Einflüsse während der Bauphase für die Gewerbetreibenden so gering wie möglich zu halten.

Die detaillierten Untersuchungen zur zukünftigen Aufteilung des Verkehrsraums sind explizit Teil der verkehrlichen Untersuchung. Dabei sind weitere Prüfkriterien und Vorgaben zu beachten, die vorliegend nicht geprüft werden konnten.

5.3 Möglichkeiten zur Optimierung von Lieferverkehren

Zum Thema Lieferverkehre wurden – neben umfassenden Literaturliteraturauswertungen – mehrere Fachinterviews mit Vertreter:innen der KEP²⁶- und Lieferlogistik-Branche geführt:

- BdKEP – Bundesverband der Kurier-Express-Post-Dienste e.V.
- BEHALA – Berliner Hafen- und Lagerhausgesellschaft mbH (u.a. KoMoDo - Kooperative Nutzung von Mikro-Depots durch die Kurier-, Express-, Paket-Branche für den nachhaltigen Einsatz von Lastenrädern in Berlin)
- MYFLEXBOX Germany GmbH

Auch die Vertreter:innen des filialisierten Einzelhandels (Edeka, Lidl, dm, Rossmann) wurden zur Anliefersituation der Filialen im Ortsteilzentrum Baumschulenweg befragt.

Hier ist zunächst festzuhalten, dass bei den Lieferverkehren zwischen der Belieferung von Gewerbebetrieben (z.B. Einzelhandel, Gastronomie) und Privathaushalten (vor allem Paketlieferungen) unterschieden werden muss. Beide Lieferarten haben grundsätzlich unterschiedliche Anforderungen und produzieren unterschiedliche Verkehre, weshalb jeweils unterschiedliche Lösungsansätze zur Optimierung der Liefersituation gefunden werden müssen.

Gewerblicher Lieferverkehr

Der gewerbliche Lieferverkehr betrifft in der Baumschulenstraße vor allem die Lieferung von Waren für Einzelhandel und Gastronomie. Aber beispielsweise auch die Belieferung von Baustellen mit Baumaterialien ist zum gewerblichen Lieferverkehr zu zählen.

Da Baustellen nur temporäre Einrichtungen sind, müssen hier keine dauerhaften Lieferlösungen eingerichtet werden. Die Lieferlogistik ist jeweils als Teil der Baustellenlogistik zu planen und muss grundsätzlich auf dem

Baustellengrundstück erfolgen. Für die Geschäftsstraße ist dabei von Bedeutung, dass die Baustelleneinrichtungen und Materiallagerstellen möglichst wenig den Fußverkehr, also die Flaniermöglichkeiten beschränken.

Der Einzelhandel im Ortsteilzentrum Baumschulenstraße ist überwiegend kleinteilig strukturiert (vgl. Kap. 2.2) und hat dementsprechend nur einen vergleichsweise geringen Warenumsatz. So hat bspw. ein Handyshop, ein Schmuckgeschäft oder ein Schuhladen vergleichsweise kleine Artikel des längerfristigen Bedarfs. Zum „Auffüllen“ des Warenbestands reichen daher in der Regel wenige Paketsendungen pro Woche, die i.d.R. nur mit Transportern (< 3,5 t) geliefert werden. Auch für kleinere gastronomische Betriebe (Cafés, Bistros, Imbisse) erfolgt i.d.R. die Anlieferung mit Transportern, teilweise kommen auch kleine Lkw (7,5/12-Tonner) zum Einsatz, bspw. bei Belieferung von einem Großmarkt. Betriebe mit vergleichsweise größerer Verkaufsfläche und einem höheren Warenumsatz sind die beiden Drogeriemärkte in der Baumschulenstraße (dm, Rossmann). Sie werden ebenfalls von der Straße aus beliefert, und zwar mit größeren Lkw (18-Tonner) jeweils ca. 2-3 mal pro Woche.

Im Gegensatz dazu verfügen die beiden größten Einzelhandelsbetriebe im Ortsteilzentrum, die Lebensmittelmärkte Edeka und Lidl, jeweils über eigene Lieferbereiche mit Laderampen. Diese befinden sich jeweils auf den eigenen Grundstücken, sodass hier keine Konflikte mit dem Verkehr in der Baumschulenstraße entstehen können. Aufgrund ihres hohen Warenumsatzes generieren die Lebensmittelmärkte vergleichsweise viel Lieferverkehr. So erhält der Edeka-Markt ca. 8 Anlieferungen pro Tag (Frischesortiment, Trockensortiment, Streckenbelieferungen, Pakete, Bäckereiwaren, Fleischereiwaren etc.).

Somit ist bei den Lebensmittelmärkten keine Optimierung der Anliefersituation erforderlich. In den übrigen Bereichen des Ortsteilzentrums

müssen aber Lösungen geschaffen werden, die eine möglichst reibungslose und störungsfreie Belieferung der Geschäfte ermöglichen.

Wenn zukünftig die Fahrbahnbreite der Baumschulenstraße reduziert wird (vgl. Kap. 5.2), wird ein Halten der Lieferfahrzeuge in zweiter Reihe nicht mehr möglich sein, ohne den Durchgangsverkehr erheblich zu behindern. Aus diesem Grund sollten auf dem Parkstreifen zukünftig **Lieferzonen** eingerichtet werden, die dem Lieferverkehr vorbehalten sind.

Für die Akzeptanz der Lieferzonen ist es wichtig, dass diese möglichst nah am zu beliefernden Geschäft liegen und dass von dort aus ein problemloses Rollen der Transporthilfen (z.B. Hubwagen, Rollbehälter) möglich ist. Das bedeutet z.B., dass Lieferzonen nicht über Querstraßen hinweg geplant werden sollten, da das Überqueren der Einmündungsbereiche und Kantsteine zu beschwerlich und zeitaufwändig ist. Somit wäre in den Randlagen eine Lieferzone je Abschnitt zwischen zwei Querstraßen (also z.B. zwischen Storm- und Eschenbachstraße sowie zwischen Eschenbach- und Köpenicker Landstraße) anzuraten. Jede Lieferzone sollte dabei eine Länge von ca. 10 Metern aufweisen, damit auch ein langer Transporter (bis rd. 7,5 m) bequem ein- und ausparken kann. Dies entspricht der Länge von zwei Pkw-Parkplätzen.

In den zentraleren Abschnitten (Zentrumslage und Auflage; vgl. Abb. 7) sollte eine Lieferzone für ungefähr drei bis vier Häuser berücksichtigt werden, damit die Wege zwischen Lieferzone und Geschäft nicht zu lang werden. Je nach Dichte des Geschäftsbesatzes bzw. Lieferaufkommen sind hier zum Teil kurze Lieferzonen von ca. 10 Metern Länge ausreichend (s.o.). In einigen Bereichen sind aber auch längere Lieferzonen von mindestens 15 Metern erforderlich, insbesondere um das Halten von 18-Tonnern vor den Drogeriemärkten zu ermöglichen, oder aber um zwei Transportern gleichzeitig ein Halten in der jeweiligen Lieferzone zu ermöglichen.

Um die Konflikte mit der Bewohnerschaft so gering wie möglich zu halten, kann ein Großteil als **temporäre Lieferzonen** ausgewiesen werden. Dadurch wird in den Abend- und Nachtstunden die Nutzung der Lieferzonen als normale Bewohnerparkplätze ermöglicht, während tagsüber,

also während der üblichen Zeiten der Lieferverkehre, ein Halteverbot gilt, von welchem nur der Lieferverkehr ausgenommen ist.

Solche zeitlich beschränkten Lieferzonen wurden in Berlin mittlerweile mehrfach umgesetzt (bspw. Hermannstraße). Ob und wo solche Lieferzonen in der Baumschulenstraße eingerichtet werden können, muss im Rahmen der Verkehrsuntersuchung geprüft werden. Im Rahmen der Verkehrsuntersuchung für die Baumschulenstraße sind allerdings auch andere verkehrliche Belange zu berücksichtigen, die in der Abwägung aller Belange unter Umständen höher gewichtet werden. Die hier getroffenen Empfehlungen stellen im Gegensatz dazu nur die Belange des Lieferverkehrs und der Gewerbetreibenden aus Perspektive des Standortkonzeptes dar.

Damit die Lieferzonen auch tatsächlich für die Lieferverkehre zur Verfügung stehen, ist eine Verkehrsüberwachung und -sanktionierung unumgänglich – egal ob bei temporären oder dauerhaften Lieferzonen. Das bedeutet, dass engmaschig überprüft werden muss, dass die Lieferzonen nicht zum unberechtigten Parken genutzt werden. Ohne einen hohen **Kontrolldruck** ist absehbar, dass die Lieferzonen missbräuchlich genutzt werden, sodass die Lieferfahrzeuge dann wieder auf das Halten in zweiter Reihe ausweichen müssten.

Ergänzend sind zwar auch technische Lösungen möglich, um eine Fremdnutzung zu verhindern, etwa durch elektronisch gesteuerte Poller. Hier gilt aber: Je mehr technische Hürden bestehen, umso geringer ist die Nutzungsbereitschaft der Lieferfahrer:innen. Das mag sich zukünftig ändern, wenn sich neue technologische Standards durchsetzen, aus heutiger Perspektive gibt es aber noch keine wirkungsvolle Alternative zu regelmäßigen Kontrollen durch das Ordnungsamt.

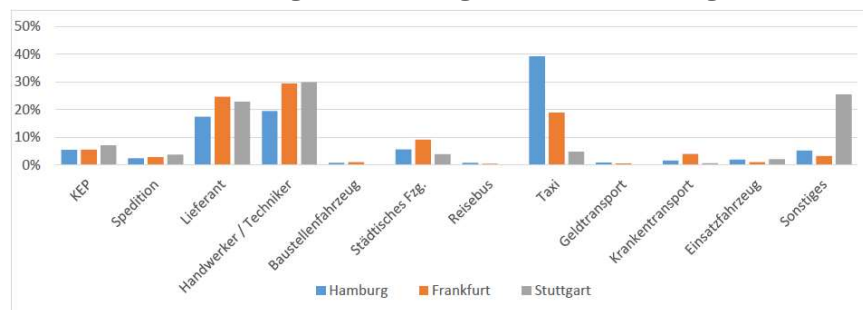
Lieferverkehr auf der „letzten Meile“ für Privathaushalte

Wie oben beschrieben, unterscheiden sich die Lieferverkehre für Privathaushalte – im Wesentlichen also Paketlieferungen – von der Belieferung von Gewerbebetrieben.

Um zu verstehen, welche Wirkung Maßnahmen zur Optimierung der Lieferung auf der „letzten Meile“ überhaupt für die Aufenthaltsqualität in der

Baumschulenstraße erreichen können, ist zunächst die Bedeutung solcher Lieferverkehre innerhalb des gesamten Verkehrsaufkommens zu betrachten. Denn die Paketdienste sind durch ihr Branding (Werbeaufdrucke) im Stadtbild gut sichtbar, weshalb sie einigen Interviewpartnern zufolge überproportional wahrgenommen und als Problem empfunden werden. Tatsächlich hat ein Paketlieferfahrzeug im Schnitt rd. 15 Stopps pro Stunde, es steht also bei jedem Stopp durchschnittlich nur rd. 4 Minuten. Für das Problem des Haltens in zweiter Reihe ist das einzelne Paketlieferfahrzeug daher eher ein geringeres Problem. In der Summe aller Paketdienste können aber auch kurze Stopps in zweiter Reihe zu erheblichen Verkehrsbeeinträchtigungen führen. Hinsichtlich der Verkehrsmenge und des Verkehrslärms sind die Paketdienste jedenfalls ein nicht unerheblicher Teil des Gesamtproblems.

Abb. 60: Vergleich des erfassten Wirtschaftsverkehrs am Beispiel von drei Zählungen in Hamburg, Frankfurt und Stuttgart



Quelle: Abschlussbericht ZUKUNFT.DE, Frankfurt University of Applied Sciences 2021

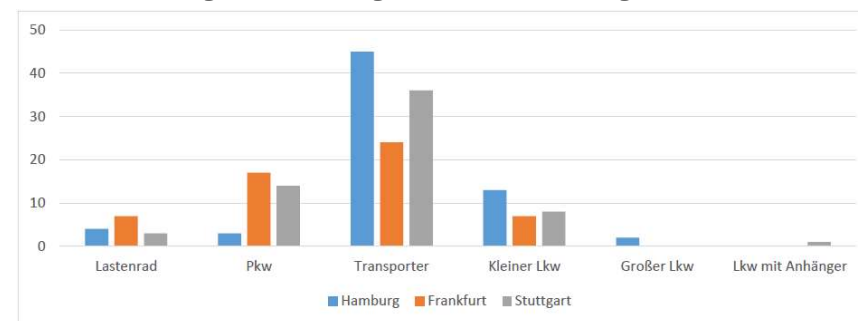
Eine Untersuchung in Hamburg, Stuttgart und Frankfurt hat ergeben, dass der KEP-Anteil am Gesamtverkehr bei nur rd. 1 % liegt und damit sehr gering ausfällt²⁷. Selbst wenn man den Radverkehr aus dem

²⁷ Quelle: ZUKUNFT.DE – Zustellverkehre kundenorientiert, nachhaltig, flexibel und transparent. Durch Emissionsfreiheit, Abschlussbericht, Frankfurt University of Applied Sciences, Research Lab for Urban Transport, Februar 2021

Gesamtverkehr herausrechnet, bleibt ein KEP-Anteil am gesamten KFZ-Verkehr von nicht mehr als 2 %.

Lösungsansätze für den KEP-Verkehr zielen daher nicht primär auf eine Reduzierung des Kfz-Aufkommens ab. In erster Linie geht es darum, das Halten in zweiter Reihe zu vermeiden sowie die nicht unerheblichen Beeinträchtigungen durch Lärm und Abgasemissionen zu reduzieren, die durch das häufige Anfahren und Stoppen der KEP-Fahrzeuge entstehen.

Abb. 61: Vergleich der erfassten Fahrzeuge der KEP-Dienste bei drei Zählungen in Hamburg, Frankfurt und Stuttgart



Quelle: Abschlussbericht ZUKUNFT.DE, Frankfurt University of Applied Sciences 2021

Laut der zitierten Studie dominieren bei den KEP-Diensten Transporter (vgl. Abb. 61) sowie andere Kfz mit Verbrennungsmotor. Ein Umstieg auf CO₂-neutral betriebene Transporter (Elektro- oder Wasserstoffantrieb) würde zwar am Problem des Haltens in zweiter Reihe nichts ändern, aber zumindest die Abgas- und Geräusentwicklung minimieren, sodass bereits diese Maßnahmen – wenn auch nur in sehr begrenztem Umfang – zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität beitragen könnte.

Die Steuerungsmöglichkeiten des Bezirks sind hierbei allerdings sehr gering. Sowohl Restriktionen (z.B. Einfahrtsbeschränkungen für Fahrzeuge

mit Verbrennungsmotor) als auch Anreize durch finanzielle Förderung emissionsarmer Fahrzeuge liegen nicht in der Hand des Bezirksamts.

Das Bezirksamt sollte sich daher darauf konzentrieren, günstige Rahmenbedingungen für alternative Lieferlösungen zu schaffen: Dazu gehört in erster Linie der zukunftsfähige Ausbau der Radwegeinfrastruktur (vgl. Kap. 5.2), um einen Anreiz für **den Umstieg von Transportern auf E-Lastenräder** zu geben. E-Lastenräder sind nicht nur geräuscharm und emissionsfrei unterwegs, sie entlasten auch die Straßen und die Lieferzonen, da die Fahrräder auf – ausreichend breiten – Gehwegen halten können, ohne den Fußverkehr wesentlich zu behindern²⁸.

Um Zustellversuche bei den einzelnen Privathaushalten zu reduzieren – und damit auch die Haltedauer der Lieferfahrzeuge – haben sich mittlerweile **Paketboxen** etabliert. Die marktführenden Versandunternehmen DHL und Amazon sind bereits mit eigenen Paketboxen im Fördergebiet präsent. Zukünftig muss genauer untersucht werden, an welchen Standorten und in welchem Umfang ergänzende Paketboxen sinnvoll und wünschenswert sind, um möglichst viele Haushalte zu erreichen. Ebenso muss untersucht werden, in welchen Bereichen die Paketshops in Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen die Funktion der Paketboxen ersetzen. Keinesfalls sollen die Paketboxen eine Konkurrenz zu den Paketshops darstellen, da diese zur Kundenfrequenz der Läden und über Kopplungskäufe oftmals zu deren Existenz beitragen.

Damit die Pakete mit dem E-Lastenrad zur Paketbox, dem Paketshop oder direkt zum Privathaushalt gelangen können, sind sog. **Mikrodepots** notwendig, in denen die Paketsendungen für die letzte Meile auf das Lastenrad (oder den Transporter) verladen werden. Für die Organisation solcher Mikrodepots hat sich momentan noch keine endgültige, optimale Lösung herausgestellt. Fest steht nur, dass die gemeinsame Nutzung eines Mikrodepots durch verschiedene KEP-Dienstleistungsunternehmen nicht funktioniert. Jedes Unternehmen hat seine eigenen, eng durchgetakteten

Prozesse mit sehr geringen Deckungsbeiträgen, sodass „jeder Handgriff mehr“ zu viel ist. Aus diesem Grund wird auch eine gemeinsame Auslieferung von Paketen unterschiedlicher KEP-Unternehmen mit einem gemeinsamen Lastenrad als „white label“-Lösung nach einhelliger Meinung der interviewten Experten nicht funktionieren.

Somit benötigt jedes KEP-Unternehmen sein eigenes Mikrodepot. Diese können sich zwar ein Grundstück teilen (wie am Beispiel von KoMoDo untersucht), benötigen aber jeweils getrennte Lagerräume und Prozesse. Im Rahmen der Versuchsprojekte hat sich außerdem gezeigt, dass Mikrodepots nicht als einmalige „Sonderlösung“ eingerichtet werden, sie müssen in die normalen Logistikafläufe des jeweiligen Unternehmens eingebunden sein. Das wird in der Regel nur funktionieren, wenn das Unternehmen mehrere Mikrodepots in einer Region betreibt, die gebündelt aus dem Versandlager beliefert werden können. Hier gilt im Großraum Berlin momentan das Unternehmen DHL als Vorreiter, da es verschiedene Mikrodepots aus dem Paketzentrum in Börnicke beliefert. Neben Lkw kommt dabei in einem Pilotprojekt auch ein solarbetriebenes Boot bis zum Westhafen zum Einsatz. Zukünftig ist ein Ausbau der Belieferung auf dem Wasser geplant, bei dem Rundverkehr über Spree und Teltowkanal könnte sich auch ein Standort im Umfeld des Fördergebiets anbieten.

Das Beispiel des Solarboots und der Versuche mit Mikrodepots zeigt, dass bei der „letzten Meile“ für Privathaushalte viele Versuche und Pilotprojekte liefern und auch in den kommenden Jahren laufen werden. Daher kann auch für die Optimierung der letzten Meile im Fördergebiet keine abschließende Empfehlung abgegeben werden. Einige Lieferkonzepte werden sich als unpraktikabel herausstellen, während neue Ansätze auftauchen werden und erforscht werden müssen. Das Bezirksamt sollte sich daher nach Möglichkeit für die Teilnahme an Forschungs- und Pilotprojekten bewerben, um passende Lösungen für die Ortsteile Baumschulenweg und Plänterwald untersuchen zu können.

²⁸ vgl. hierzu bspw.: Analyse und Empfehlungen für einen liefergerechten Umbau von Straßen – Entwicklung von Empfehlungen für Lieferzonen am Beispiel der Grunewaldstraße/Berliner Straße sowie allgemeingültige Leitsätze in Berlin, IHK Berlin (Hrsg.), Januar 2022

6 Stärkung der Nahversorgung im Fördergebiet

6.1 Ausgangssituation: Bestandsanalyse und -bewertung

Unter Nahversorgung wird die wohnortnahe, d. h. fußläufig erreichbare Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Einrichtungen des täglichen Bedarfs verstanden. Im Zusammenhang mit Einzelhandel betrifft Nahversorgung also die Versorgung mit Sortimenten des periodischen (= nahversorgungsrelevanten) Bedarfs, vor allem mit Nahrungs- und Genussmitteln. Im Zentrum der Betrachtung steht daher nachfolgend die Versorgung des Fördergebiets mit Lebensmittelmärkten. Diese bieten neben einem umfassenden Sortiment an Nahrungs- und Genussmittel auch weitere nahversorgungsrelevante Produkte als Randsortiment an, darunter Drogeriewaren (Körperpflegeprodukte, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel), sowie Zeitungen und Zeitschriften.

Gegenwärtig stellt sich die **Nahversorgungssituation** in den beiden Teilen des Fördergebiets sehr unterschiedlich dar: In den Planungsräumen **Baumschulenweg Ost und West** sind insgesamt drei Lebensmittelmärkte ansässig, nämlich neben den Edeka Supermarkt und dem Lidl Lebensmitteldiscounter im Ortsteilzentrum zusätzlich eine Netto Markendiscout-Filiale in der Hänselstraße. Ergänzt werden die Lebensmittelmärkte im Planungsraum um mehrere Bäckereien und Spätshops, ein Reformhaus, drei Obst- und Gemüseläden, zwei Drogeriemärkte, drei Apotheken, eine Buchhandlung und zwei Kioske. Damit ist für die rd. 15.800 Ew. in den Planungsräumen Baumschulenweg Ost und West ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhanden, wenngleich die Verkaufsflächenausstattung pro Kopf gemessen an der Bevölkerungszahl unterdurchschnittlich ist.

Im Planungsraum **Plänterwald Ost** ist als Lebensmittelnahversorger eine zentral gelegene Netto Markendiscout-Filiale am Dammweg ansässig, in deren Vorkassenbereich sich außerdem eine Bäckerei-Filiale befindet. Mit NETTO dansk befindet sich ein weiterer Lebensmittelnahversorger an der Eichbuschallee, in randlicher Lage an der Grenze zu Baumschulenweg. Darüber hinaus sind eine Apotheke, ein Getränkemarkt und ein Tankstellenshop im Plänterwald Ost ansässig. Für die mehr als 7.000 Ew. des Planungsraums ist damit in quantitativer Hinsicht eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Nahversorgungseinzelhandel gegeben, in räumlicher Hinsicht ist aber eine fußläufige Erreichbarkeit für alle Siedlungsbereiche des Planungsraums gegeben (vgl. Abb. 62).

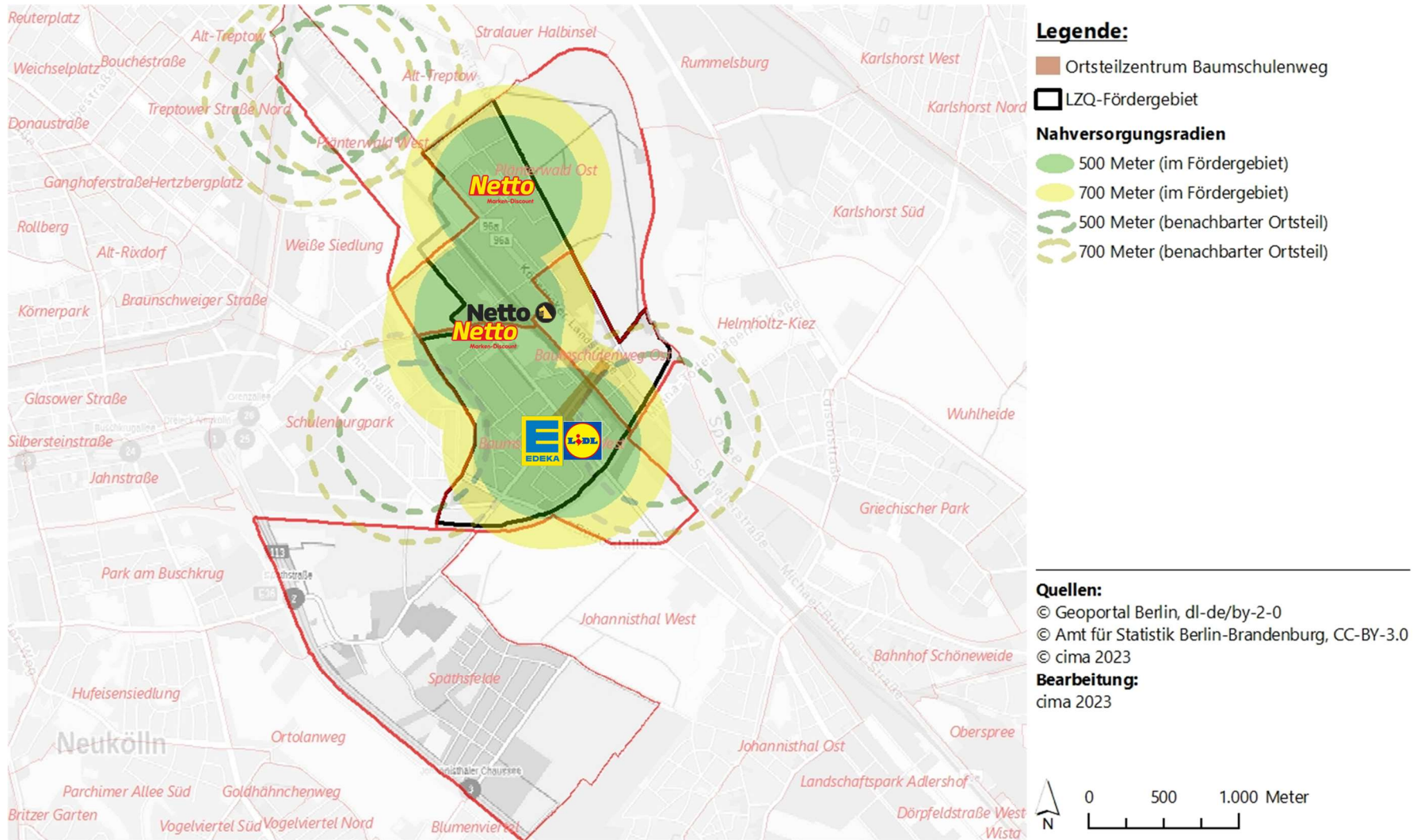
Als Maß für die **fußläufige Erreichbarkeit** von Lebensmittelmärkten definiert die cima in Anlehnung an die Rechtsprechung eine Entfernung von maximal 10 Minuten Gehzeit. Untersuchungen haben ergeben, dass Entfernungen von mehr als 10 Minuten Gehzeit zum Lebensmittelmarkt nur von einem geringen Anteil der Bevölkerung zu Fuß zurückgelegt werden. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

Mit Rücksicht auf den hohen Anteil älterer Menschen im Bezirk wird die 10-Minuten-Gehstrecke in Treptow-Köpenick auf einen schematischen Radius von 500 m-Luftlinie übertragen. Dies kann in der Realität Gehstrecken von bis zu 600 m bedeuten²⁹. Ergänzend wird als erweiterter fußläufiger Einzugsbereich eine 700 m-Luftlinie dargestellt, was in der Realität einer Gehstrecke von rd. 800 bis 1.000 m entspricht³⁰.

²⁹ gemäß Richtlinien für Lichtsignalanlagen – Lichtzeichenanlagen für den Straßenverkehr (RiLSA), FGSV, Ausgabe 2015: Ampel-Gehphase für mobilitätseingeschränkte Personen: 1,0 Meter pro Sekunde (= 600 m Gehstrecke in 10 Min.)

³⁰ entspricht dem Maß der fußläufigen Erreichbarkeit gemäß Rechtsprechung (vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 28.09.2015 – 1 MN 144/15)

Abb. 62: Fußläufige Erreichbarkeiten der Lebensmittelmärkte im LZQ-Fördergebiet



Räumlich betrachtet ist im LZQ-Fördergebiet eine nahezu flächendeckende Nahversorgung gegeben (vgl. Abb. 62). Das bedeutet, dass aus fast allen Siedlungsbereichen des Fördergebiets mindestens ein Lebensmittelmarkt fußläufig – in maximal 500 m Luftlinie – erreicht werden kann. Lediglich die Siedlungsbereiche in Baumschulenweg Ost nordöstlich der Eschenbach- bzw. Scheiblerstraße und Köpenicker liegen mehr als 500 m Luftlinie entfernt, sie können aber innerhalb von 700 m Luftlinie einen Lebensmittelmarkt erreichen. Gleiches gilt für den Siedlungsbereich des Fördergebiets, der südlich der Sonnenallee liegt.

Somit lässt sich aus der Betrachtung der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsstandorte kein Ergänzungsbedarf ablesen, da es keine nennenswerten Lücken im Nahversorgungsnetz gibt.

Rein **quantitativ** besteht im Fördergebiet eine Verkaufsflächendichte im Lebensmitteleinzelhandel von:

- PLR Baumschulenweg Ost + West: rd. 0,19 m²/Ew.
- PLR Plänterwald Ost: rd. 0,27 m²/Ew.

Zum Vergleich kann als Orientierungswert der berlinweite Durchschnitt herangezogen werden: Dieser liegt bei rd. 0,35 m²/Ew. im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (Nahrungsmittel/Getränke/Tabakwaren)³¹. Die Verkaufsflächenausstattung im Fördergebiet liegt also unter dem Berliner Durchschnittswert. Das liegt daran, dass die Bevölkerungszahl in den vergangenen Jahren in den betreffenden Planungsräumen signifikant gestiegen ist, die Ausstattung mit Lebensmittelmärkten aber nicht im gleichen Maß mitgewachsen ist. Sie ist im Gegenteil sogar gesunken, da bspw. am Standort eines früheren Netto-Marktes an der Eichbuschallee 9 mittlerweile ein Wohnhaus ohne Einzelhandelsfunktion errichtet wurde.

Die sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität³² bestätigt die Befunde der Verkaufsflächendichte: Im Planungsraum Plänterwald Ost liegt die Einzelhandelszentralität im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel bei 40 %, per Saldo fließen hier rd. 9,7 Mio. € lokaler Kaufkraft aus dem

Planungsraum ab. Rein rechnerisch würde dieses Potenzial für ein bis zwei zusätzliche Lebensmittelmärkte reichen. In den Planungsräumen Baumschulenweg Ost und West liegt die Einzelhandelszentralität im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel bei 49 %, die saldierten Kaufkraftabflüsse betragen rd. 22,2 Mio. €.

Auch **qualitativ** betrachtet ist die Nahversorgungssituation verbesserungsbedürftig. Im Planungsraum Plänterwald Ost existieren zwei Lebensmitteldiscounter (Netto Marken-Discount, NETTO dansk), aber kein Lebensmittelvollsortimenter. Das ist von Bedeutung, weil Lebensmittelvollsortimenter auf vergleichbarer Fläche ein deutlich breiteres Sortiment (bspw. dauerhaft auch Haushaltswaren und Schreibwaren) und eine größere Sortimentstiefe (Vielfalt der Auswahl innerhalb eines Sortiments, z.B. Marmeladen vieler verschiedener Geschmacksrichtungen und jeweils als Eigenmarke, Markenprodukt, Bio-Marke usw.) anbieten als Lebensmitteldiscounter. Ein durchschnittlicher Lebensmitteldiscounter bietet rd. 2.000 Artikel an, während ein durchschnittlicher Supermarkt rd. 11.000 Artikel anbietet. Nichtsdestotrotz bieten auch Lebensmitteldiscounter ein vollumfängliches Sortiment an Lebensmitteln und ergänzenden Produkten (Drogeriewaren, Tiernahrung, Zeitschriften usw.) für den täglichen Bedarf.

In den Planungsräumen Baumschulenweg Ost und West sind ein Lebensmittelvollsortimenter (Edeka) und zwei Lebensmitteldiscounter (Lidl, Netto Marken-Discount) ansässig, sodass hier ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen Discount und Vollsortiment besteht. Gleichwohl ist der Edeka-Markt als einziger Lebensmittelvollsortimenter des Fördergebiets deutlich unterdimensioniert, sodass er die örtliche Nachfrage bei weitem nicht binden kann und im Ergebnis ein Großteil der Kaufkraft zu Wettbewerbsstandorten (bspw. Kaufland und E center im Stadtteilzentrum Schöne-weide) abfließt.

³¹ Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, Stand 2021

³² Zur Erläuterung des Begriffs Einzelhandelszentralität siehe Glossar im Anhang (Kap. 7.1)

6.2 Empfehlungen für die Nahversorgung in Baumschulenweg

Aus der Bestandsanalyse geht hervor, dass für die Lebensmittelversorgung im Planungsraum Baumschulenweg (Ost + West) vor allem in quantitativer Hinsicht erheblicher Nachholbedarf besteht. Selbstverständlich sind Kaufkraftabflüsse auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in moderatem Umfang gewollt – davon leben die höherrangigen Zentren wie bspw. das Stadtteilzentrum Schöneweide. Dennoch sollte ein Ortsteilzentrum in der Lage sein, den überwiegenden Bedarf des eigenen Ortsteils im nahversorgungsrelevanten Bedarf zu decken.

In Baumschulenweg bestehen somit rechnerische Potenziale für mehrere tausend Quadratmeter Lebensmittel-Verkaufsfläche. Allerdings fehlt es an geeigneten Flächen für entsprechende Neuansiedlungen. Denn Neuansiedlungen sollten nach Möglichkeit innerhalb oder wenigstens im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem Ortsteilzentrum Baumschulenweg erfolgen. Neuansiedlungen abseits des zentralen Versorgungsbereichs sind, wie oben beschrieben, nicht erforderlich, da es keine signifikanten Lücken im Nahversorgungsnetz gibt. Solche Neuansiedlungen würden daher dazu führen, Kundenfrequenzen aus dem Ortsteilzentrum umzulenken, was kontraproduktiv für die beabsichtigte Stärkung des Zentrums wäre.

Auch wenn es aufgrund der überwiegend geschlossenen und dichten Bauweise entlang der Baumschulenstraße schwierig erscheint: Zukünftig müssen neue Potenzialflächen identifiziert werden, um Nachverdichtungen zu ermöglichen. Da kaum geeignete Freiflächen zur Verfügung stehen, ist dabei auch die Möglichkeit einer „Stapelung“ von Nutzungen zu prüfen, bspw. die Verlagerung ebenerdiger Kundenparkplätze unter bzw. über die Verkaufsfläche und das Ersetzen eingeschossiger Gebäude durch mehrgeschossige Bauten. Dies gilt nicht nur für Neuansiedlungen, sondern insbesondere auch für die Erweiterung und Modernisierung bereits ansässiger Bestandsobjekte: Um den in Baumschulenweg ansässigen Lebensmittelmärkten die Erweiterung auf zukunftsfähige Verkaufsflächengrößen zu

ermöglichen, sollten Möglichkeiten wie die Überbauung eines Teils der Parkplatzzflächen geprüft werden. Insbesondere, wenn Bestandsobjekte abgerissen und durch Neubauten ersetzt werden sollen, ist auf die erwähnte Nutzungsstapelung hinzuwirken, d.h. auf mehrgeschossige Gebäude mit Wohnnutzungen oder ggf. Büro- und Praxisräumen in den Obergeschossen.

Die Etablierung eines Wochenmarktes in Baumschulenweg (vgl. Kap. 3) würde zwar die Nahversorgungssituation in qualitativer Hinsicht deutlich verbessern. In quantitativer Hinsicht kann dies aber den Zusatzbedarf an Lebensmittelverkaufsflächen nicht ersetzen.

6.3 Exkurs: Empfehlungen für die Nahversorgung in Späthsfelde

Der Planungsraum Späthsfelde ist nicht Bestandteil des LZQ-Fördergebiets und wurde daher in der vorliegenden Untersuchung nicht detailliert betrachtet. Da Späthsfelde aber zum Ortsteil Baumschulenweg gehört und die Bewohner:innen des Planungsraums relativ stark auf das Ortsteilzentrum Baumschulenweg als Versorgungsstandort fokussiert sind (vgl. Kap. 2.4.1: Einzugsgebiet Zone IIb), gehen wir nachfolgend kurz auf die Situation und die Perspektiven der Nahversorgung in Späthsfelde ein.

Der Siedlungsbereich von Späthsfelde ist durch eine lockere Einfamilienhaus-Bebauung geprägt und unterscheidet sich damit deutlich von den Planungsräumen Baumschulenweg Ost und West. Neben dem Einfamilienhausgebiet sind weite Teile von Späthsfelde außerdem durch Kleingartenanlagen geprägt sowie durch die weitläufige Anlage der namensgebenden Späth'schen Baumschule. Aufgrund der geringen Siedlungsdichte ist auch die Bevölkerungszahl mit rd. 3.100 Ew. in Späthsfelde vergleichsweise gering.

Abgesehen von einer Bäckerei mit Kiosk-Sortiment an der Johannisthaler Chaussee und einem Hofladen auf dem Gelände der Baumschule ist in Späthsfelde keinerlei Nahversorgungseinzelhandel vorhanden. Die örtliche Wohnbevölkerung ist also zwangsläufig darauf angewiesen, sich in benachbarten Planungsräumen/Ortsteilen zu versorgen. Ein bedeutender Teil der Lebensmittel-Kaufkraft der Späthsfelder Bevölkerung fließt in das Ortsteilzentrum Baumschulenweg, da dieser Standort aus Späthsfelde vergleichsweise gut zu erreichen ist und es in Späthsfelde ein gewisses Zugehörigkeitsgefühl zu Baumschulenweg gibt. Da aber, wie oben beschrieben, die Lebensmittelmärkte im Ortsteilzentrum Baumschulenweg in Relation zur örtlichen Nachfrage unterdimensioniert und dementsprechend stark ausgelastet sind, weicht die Späthsfelder Bevölkerung zunehmend auch auf andere Nahversorgungsstandorte aus, etwa nach Johannisthal oder Neukölln (Buckow, Britz).

Für die wohnortnahe Versorgung der Späthsfelder Bevölkerung wäre daher aus Sicht der CIMA die Ansiedlung eines eigenen Lebensmittelnahversorgers wünschenswert. Gemessen an der örtlichen Nachfrage der rd. 3.100 Ew. wäre ein Lebensmitteldiscounter wirtschaftlich tragfähig. Allerdings steht für eine solche Ansiedlung derzeit keine Fläche zur Verfügung. Längerfristig wird für Späthsfelde die Entwicklung eines neuen Wohn- und Gewerbequartiers untersucht werden, wodurch die Bevölkerungszahl um mehrere Tausend Einwohner:innen steigen würde. Spätestens bei der Planung und Entwicklung dieses neuen Quartiers muss die Nahversorgung mitgedacht und geplant werden, da die Lebensmittelmärkte im Ortsteil Baumschulenweg diesen Nachfragezuwachs voraussichtlich nicht bewältigen könnten. Ob und wann diese Entwicklung realisiert werden würde, ist allerdings derzeit noch nicht absehbar, da die Realisierbarkeit von der Schaffung einer tragfähigen Verkehrslösung insgesamt abhängig ist.

Über die Errichtung eines Lebensmittelmarktes zur wohnortnahen Versorgung hinaus sollen allerdings in Späthsfelde keine Nahversorgungseinrichtungen angesiedelt werden. Denn über den täglichen Grundbedarf hinaus soll die Späthsfelder Bevölkerung auch weiterhin auf das Ortsteilzentrum Baumschulenweg fokussiert bleiben (bspw. Drogeriewaren, Arzneimittel, Sanitätswaren, Bücher/Zeitschriften).

6.4 Empfehlungen zur Stärkung der Nahversorgung im Ortsteil Plänterwald

Obgleich im Planungsraum Plänterwald Ost die Bewohner:innen fast aller Siedlungsbereiche mindestens einen Lebensmittelmarkt fußläufig erreichen können, wird die Nahversorgungssituation vor Ort als unzureichend empfunden. Das liegt unter anderem daran, dass der zentral gelegene Netto-Markt am Dammweg gemessen an der örtlichen Nachfrage eine zu geringe Verkaufsflächengröße hat. In der Folge schafft es das Personal oft nicht, die Waren zeitnah wiederzubefüllen, sodass Kund:innen von leeren Regalen und fehlenden Artikeln berichten. Mit rd. 800 m² Verkaufsfläche ist die Filialgröße zwar noch marktüblich für Bestandsobjekte, neuere Netto-Filialen weisen aber rd. 1.050 bis 1.100 m² Verkaufsfläche auf, was eine kundenfreundlichere Warenpräsentation, größere Produktmengen in den Regalen und leichtere Betriebsabläufe (mehr Platz zum Rangieren mit Hubwagen etc.) ermöglicht. Daher ist es sinnvoll, der Netto-Filiale eine Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung zu ermöglichen. Es sollte geprüft werden, ob die Grünflächen im rückwärtigen (südwestlichen) Bereich des Netto-Marktes für eine solche Expansion genutzt werden könnten.

Die NETTO dansk-Filiale am südwestlichen Ende der Eichbuschallee wird von der Bewohnerschaft des Plänterwalds zumeist nicht als zu dem Planungsraum zugehörig empfunden. Dies dürfte daran liegen, dass sich die Filiale auf der südwestlichen Seite der S-Bahntrasse befindet und somit abseits des Bevölkerungsschwerpunkts. Gleichwohl ist der Standort aus dem südlichen Teil des Planungsraums (südlich des Kreuzungsbereichs Dammweg/Köpenicker Landstraße; vgl. Abb. 62) fußläufig zu erreichen und nimmt hier eine wichtige Nahversorgungsfunktion wahr. Mit nur rd. 600 m² hat der NETTO-Markt allerdings eine unterdurchschnittliche Verkaufsfläche, was zusätzlich zur geringen Attraktivität aus Kundensicht beiträgt. Nennenswerte Verkaufsflächenerweiterungen dürften aufgrund der angrenzenden Bebauung (S-Bahndamm, Studierendendorf) nur schwer zu realisieren sein.

Somit ist ersichtlich, dass für den Planungsraum Plänterwald Ost eine Verbesserung der Nahversorgungssituation angestrebt werden muss. Gegenstand der vorliegenden Untersuchung war daher auch die Frage, ob und wo im Plänterwald ein eigenes Quartierszentrum als „neue Mitte“ für den Planungsraum geschaffen werden könnte. Die CIMA hat daher im Plänterwald ebenfalls alle für die wohnortnahe Versorgung relevanten und potenziell zentrenprägenden Nutzungen kartiert (siehe Abb. 63). Demzufolge ist eine Konzentration mehrerer Nutzungen in dem Bereich zwischen Galilei- und Orionstraße zu finden. Dort sind neben dem beschriebenen Netto-Markt mit Bäckerei-Filiale (Dammweg) auch eine Apotheke, ein Asia-Imbiss, ein kleines medizinisches Versorgungszentrum mit drei Praxen (Allgemeinmedizin, Neurologie, Psychotherapie), eine Kita, ein Kosmetikstudio, ein Cateringunternehmen sowie eine Förder Einrichtung für Menschen mit Behinderung vorhanden. Den nördlichen Abschluss des Bereichs bildet das Gelände der Sophie-Brahe-Gemeinschaftsschule an der Nordseite der Straße Am Plänterwald.

Der Bereich zwischen Galilei- und Orionstraße ist geprägt durch eine Grünanlage. Grundsätzlich ist der Erhalt wohnortnaher Grün- und Erholungsräume von hoher Bedeutung, beim Planungsraum Plänterwald Ost handelt es sich allerdings um ein überdurchschnittlich stark durchgrüntes Quartier, das zudem kurze Wege in hochwertige Grünräume (Plänterwald und Treptower Park) aufweist. Aus Sicht der CIMA wäre daher eine Nachverdichtung auf den Grünflächen zwischen Galilei- und Orionstraße zugunsten einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung im Quartier vertretbar. Allerdings bestehen bereits fortgeschrittene Planungen, die auf einem Teil dieser Flächen die Errichtung von reinen Wohngebäuden vorsehen. Für die verbleibenden Freiflächen sieht das Freiraumkonzept für den Plänterwald die Entwicklung als „Grüne Anger“ (nachbarschaftlicher, grüner Treffpunkt) vor sowie die Aufwertung der ökologischen Qualität und Biodiversität.

Das Areal zwischen Galilei- und Orionstraße kommt daher nicht für die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums mit vielfältigen Läden und anderen Versorgungseinrichtungen in den Erdgeschosszonen in Frage. Zumindest für den ortsansässigen Netto-Markt sollte aber geprüft werden, wie die oben erwähnte bauliche Erweiterung im Einklang mit dem Freiraumkonzept realisierbar wäre. Aus Sicht des Standortkonzeptes ist der langfristige Erhalt des Netto-Marktes als Nahversorgungseinrichtung für den Plänterwald das primäre Ziel.

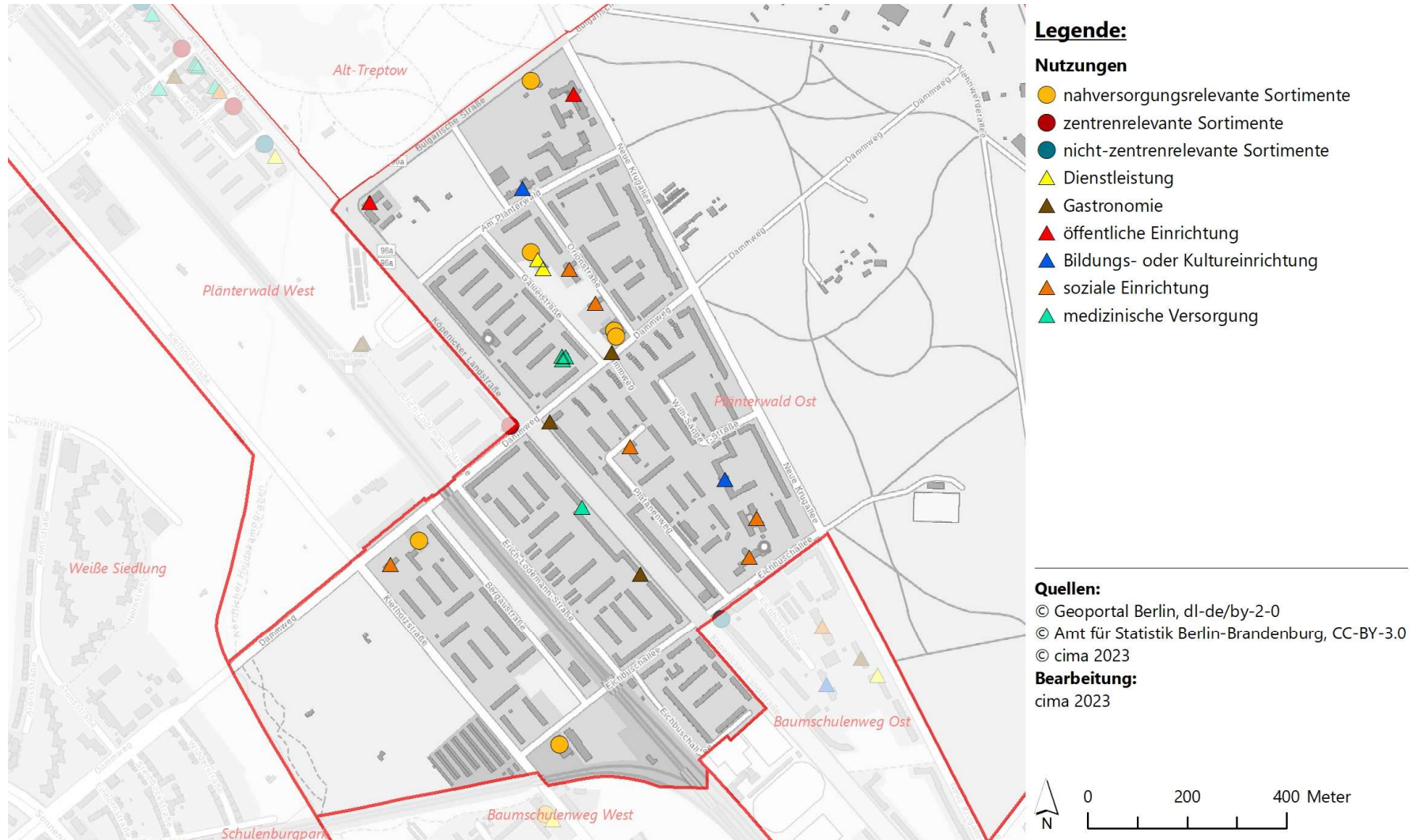
Somit ist festzustellen, dass es im Plänterwald Ost keine kurzfristig aktivierbaren Flächenpotenziale für die Entwicklung eines Quartierszentrums bzw. einer neuen Mitte gibt. Sanierungs- und Nachverdichtungsprojekte in dem Gebiet werden aktuell nach den Maßgaben des § 34 Abs. 3 BauGB („unbeplanter Innenbereich“) genehmigt. Die Wohnungsbauunternehmen setzen dabei zumeist auf reine Wohngebäude, wie das Beispiel des Wohnhauses am Standort des früheren Netto-Marktes an der Eichbuschallee 9 zeigt.

Zukünftig müssen daher die Mittel der Bauleitplanung genutzt werden, um bei Bauvorhaben an geeigneter Stelle Nahversorgungseinrichtungen in den Erdgeschosszonen vorzuschreiben. Ohne entsprechende Vorgaben im Bebauungsplan wird vermutlich auch mittel- bis langfristig die Nahversorgungssituation im Plänterwald nicht zu verbessern sein.

Als Entwicklungsareal mit mittelfristiger Perspektive bietet sich die Achse zwischen dem S-Bahnhof Plänterwald und der Sophie-Brahe-Gemeinschaftsschule an. Die Kleingartenanlagen nordwestlich des S-Bahnhofs und der Straße Am Plänterwald sind im Flächennutzungsplan bereits als Wohnbauflächen dargestellt, zukünftig ist hier die Entwicklung eines neuen Wohnquartiers vorgesehen. Bei dieser Entwicklung wäre also darauf zu achten, die zur Straße hin ausgerichteten Erdgeschosse als Ladenzone auszugestalten, damit sich Einzelhandel und ergänzende Versorgungseinrichtungen ansiedeln können, die dann zu einer belebten Achse zwischen dem S-Bahnhof und dem Eingang zum Plänterwald führen würden. Wenn sich mit dieser mittel-bis langfristigen Perspektive eine neue Mitte für das Quartier Plänterwald entwickelt, erhöht dies auch die

Chancen, dass sich in diesem Bereich ein Wochenmarkt etablieren ließe (vgl. Kap. 4.6).

Abb. 63: Einzelhandel und zentrenprägende Nutzungen im Planungsraum Plänterwald Ost



7 Anhang

7.1 Glossar

Aperiodischer Bedarf sind in Abgrenzung zum \uparrow periodischen Bedarf alle Sortimente mit mittel- und langfristigem Beschaffungsrhythmus. Hierunter fallen alle \uparrow zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Brutto-Grundfläche (BGF) ist die Fläche, die von allen Bauteilen eines Gebäudes (Außenmaße einschließlich Wänden und Putz) bedeckt wird.

Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Einzugsgebiet eines Einzelhandelsbetriebs ist das Gebiet, dessen Bevölkerung eine regelmäßige und ausgeprägte Einkaufsorientierung auf den Einzelhandelsbetrieb als Einkaufsort hat.

Flächenproduktivität ist der \uparrow Umsatz (brutto, pro Jahr) je Quadratmeter Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs. Die Flächenproduktivitäten orientieren sich an jährlichen Veröffentlichungen und Geschäftsberichten und werden von der cima anhand von Erfahrungswerten aus Betriebsvergleichen und einzelbetrieblichen Beratungen an die jeweilige örtliche/regionale Situation angepasst.

Kaufkraftbindungsquote gibt an, welcher Anteil (in Prozent) des gesamten \uparrow Nachfragepotenzials der Bevölkerung eines Ortes innerhalb des Einzelhandels dieses Ortes gebunden werden können. Eine Kaufkraftbindungsquote von 70 % drückt also aus, dass 70 % der Kaufkraft (Nachfrage) der Bevölkerung im örtlichen Einzelhandel ausgegeben werden und 30 % der Kaufkraft an Wettbewerbsstandorte außerhalb des Ortes abfließen.

Kaufkraftkennziffer, einzelhandelsrelevante, ist ein Indexwert, mit dessen Hilfe die der bundesdurchschnittliche \uparrow Pro-Kopf-Ausgabesatz im Einzelhandel an das örtliche Kaufkraftniveau einer Stadt/Gemeinde oder eines Postleitzahlenbereichs angepasst wird. Liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer über dem Bundesdurchschnitt (=100), bedeutet dies, dass auch der durchschnittliche \uparrow Pro-Kopf-Ausgabesatz im Einzelhandel jeder Person dieses Ortes über dem Bundesdurchschnitt liegt. Kaufkraftkennziffern unter 100 bedeuten einen unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabesatz.

Nachfragepotenzial/-volumen ist das rechnerische Produkt aus dem mithilfe der \uparrow Kaufkraftkennziffer an das örtliche Kaufkraftniveau angepassten \uparrow Pro-Kopf-Ausgabesatz im Einzelhandel multipliziert mit der Bevölkerungszahl des jeweiligen Ortes.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind diejenigen Sortimente, die für die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen und wöchentlichen Bedarfs (Nahversorgung) von Bedeutung sind. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind in der Sortimentsliste Berlin

(Anhang I der Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin – AV Zentren und Einzelhandel) aufgelistet.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind diejenigen Sortimente, sie sich aufgrund ihrer Größe und niedrigen Umsatzkennziffern häufig nicht für die Ansiedlung innerhalb zentraler Versorgungsbereiche eignen, da von ihnen gegenüber Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in geringerem Maße städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente sind in der Sortimentsliste Berlin (Anhang I der AV Zentren und Einzelhandel) aufgelistet.

Periodischer Bedarf sind alle Sortimente des täglichen und wöchentlichen Bedarfs. Der periodische Bedarf ist somit gleichzusetzen mit den nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Potenzialreserve dient der Berücksichtigung von Kaufkraft (Kundschaft), die nicht aus dem jeweiligen Einzugsgebiet stammt. Hierunter fällt beispielsweise die Kaufkraft von Personen, die zwar nicht im Einzugsgebiet wohnen, aber hierhin zu ihrem Arbeits-/Ausbildungsort einpendeln. Aber auch touristische Kaufkraft fällt unter die Potenzialreserve.

Pro-Kopf-Ausgabesatz im Einzelhandel ist ein statistischer Wert, der angibt, welchen Betrag (in Euro) jede Bundesbürger:in im Durchschnitt pro Jahr im stationären Einzelhandel ausgibt (Brutto-Wert). Für das Jahr 2022 liegt der Pro-Kopf-Ausgabesatz im Einzelhandel über alle Sortimente bei 5.803 €. Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer wird der bundesdurchschnittliche Wert an das Niveau des jeweiligen Ortes angepasst.

Sortimentsbreite ist die Vielfalt der angebotenen Sortimente innerhalb eines Einzelhandelsgeschäfts (z.B. Lebensmittel, Drogerieartikel, Zeitschriften, Schreibwaren, Tiernahrung etc. innerhalb eines Supermarkts).

Sortimentstiefe ist die Vielfalt der Auswahl innerhalb eines Sortiments (z.B. Marmeladen vieler verschiedener Geschmacksrichtungen und jeweils als Eigenmarke, Markenprodukt, Bio-Marke usw.).

Umsatz wird in Mio. € (brutto, pro Jahr) angegeben. Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebs wird errechnet aus der Flächenproduktivität, multipliziert mit der Verkaufsfläche. Flächenproduktivitäten orientieren sich an jährlichen Veröffentlichungen und Geschäftsberichten und werden von der cima anhand von Erfahrungswerten aus Betriebsvergleichen und einzelbetrieblichen Beratungen an die jeweilige örtliche/regionale Situation angepasst.

Verkaufsfläche ist die Fläche eines Einzelhandelsbetriebs, die für die Kundschaft begehbar oder einsehbar ist und dazu dient, Verkaufsabschlüsse zu fördern. Personal- und Lagerräume gehören somit nicht zur Verkaufsfläche. Eine detaillierte Definition des Verkaufsflächenbegriffs enthält Nr. 4 des Anhangs III. der AV Zentren und Einzelhandel.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich laut AV Einzelhandel 2014 insbesondere dadurch aus, dass „sie viele Besucher anziehen, einen geringen Flächenanspruch im Verhältnis zur Wertschöpfung haben, häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und überwiegend ohne Pkw transportiert werden können“. Zentrenrelevant sind alle Sortimente, die i.d.R. eine zentrenprägende Funktion erfüllen und daher vorwiegend in den städtischen Zentren (Zentrumsbereichskern, Hauptzentrum, Stadtteilzentrum, Ortsteilzentrum) angeboten werden sollen. Die zentrenrelevanten Sortimente sind in der Sortimentsliste Berlin (Anhang I der AV Einzelhandel 2014) aufgelistet.

7.2 Abbildungen

Abb. 64: Idealtypische Ausstattungsqualitäten der unterschiedlichen Zentrumstypen in Berlin gemäß StEP Zentren 2030 (zu Kap. 2.1)

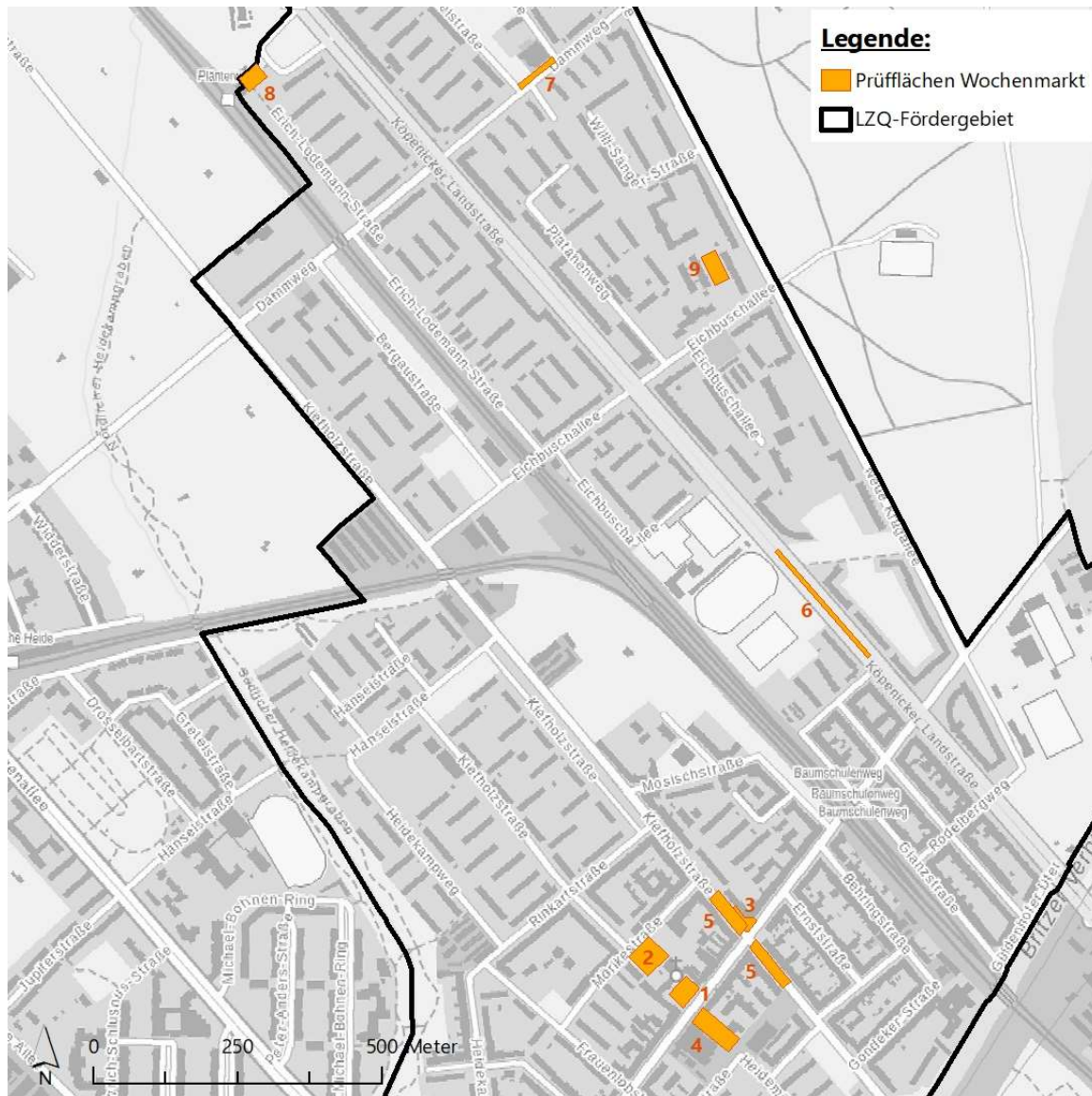
03 Zentrumstypen					
	Zentrumsbereichskern	Hauptzentrum	Stadtteilzentrum	Ortsteilzentrum	Nahversorgungszentrum
Versorgungsfunktion	Berlin und Region, international	Bezirk und angrenzende Bereiche	Bezirk oder Stadtteil	Wohnsiedlungsbereich/Ortsteil	Wohnsiedlungsbereich/Quartier
Öffentliche Einrichtungen	Regierungseinrichtungen, Behörden, Wirtschaftsverbände, Hochschulen, Bildungseinrichtungen	Bezirksrathaus, Wirtschaftsverbände, Bildungseinrichtungen	Bezirksrathaus, Krankenhaus, Bildungseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen
Kulturelles Angebot	Theater, Konzertsäle, Kongresszentren, Museen, Bibliotheken	Kleinkunsthöfen, Bibliothek, Theater, Konzertsaal, Museum	Kleinkunsthöfen, Veranstaltungsräume, Bibliothek, Museum	kaum vorhanden	kaum vorhanden
Dienstleistungsangebot	repräsentative Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelnahe Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelnahe Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	mehrere Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelnahe Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	Grundausrüstung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen und einzelhandelnahe Dienstleistungen	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, ergänzendes Angebot an einzelhandelnahe Dienstleistungen
Gastronomie	viele Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurant, ergänzendes Angebot	ergänzendes Angebot
Branchenmix Einzelhandel	vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix	vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix	zentrenrelevanter Branchenmix	überwiegend Nahversorgung	nur Nahversorgung
Anteil Nahrungs- und Genussmittel	unter 15 %	unter 20 %	20 bis 30 %	30 bis 60 %	60 bis 90 %
Anteil Bekleidung	über 40 %	30 bis 40 %	20 bis 30 %	unter 30 %	unter 20 %
Anteil Filialunternehmen	hoch	hoch			
Luxusgüterangebot	hoch	vorhanden			
Vertriebsformen im Einzelhandel	alle Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	alle Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>eventuell:</i> Einkaufszentren, Einkaufspassagen, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte

Fortsetzung nächste Seite

03 Zentrumstypen (Fortsetzung)					
Angebotsqualität	differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen	differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen	niedriges und mittleres Angebotsniveau	überwiegend niedriges und mittleres Angebotsniveau, geringe Sortimentstiefe, Sortimentislücken	deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentislücken
Städtebauliche Situation	konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente, Identifikationspunkte, Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder				
Aufenthaltsqualität	großzügige, gut gestaltete Flanier- und Platzbereiche mit hoher Anziehungskraft, hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gut gestaltete Straßenräume und Platzbereiche mit hoher Anziehungskraft, hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche, durchschnittliche bis hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche, durchschnittliche Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche
Einbindung ins Straßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Lage an bedeutenden Hauptverkehrsstraßen oder doch über solche gut erreichbar	Lage teils abseits der Hauptverkehrsstraßen, aber an Erschließungsachsen der Wohngebiete	gut erreichbar über Wohnsammelstraßen
Öffentliche Verkehrsmittel	überregionaler Bahnanschluss, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn	regionaler Bahnanschluss, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Buslinien	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Buslinien	teils alternativ Anschluss S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn oder Buslinien	teils nur mit dem Bus erreichbar, teils Anschluss an S-Bahn, U-Bahn oder Straßenbahn
Orientierungswert Verkaufsflächenausstattung	über 100.000 m ²	50.000 bis 100.000 m ²	10.000 bis 50.000 m ²	5.000 bis 10.000 m ²	bis 5.000 m ²
Quelle: SenStadtWohn Berlin					

Quelle: Stadtentwicklungsplan Zentren 2030, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (Hrsg.) 2019

Abb. 65: Übersicht der Prüfstandorte für einen Wochenmarkt in Baumschulenweg und Plänterwald (zu Kap. 4.2)



Kartenbasis: © Geoportail Berlin, dl-de/by-2-0
 Bearbeitung: cima 2023

- 1 **Platz vor der Volkshochschule / Kirchplatz** (zwischen Baumschulenstraße 79 und 83)
- 2 **Platz hinter der Volkshochschule** (Rückseite Baumschulenstraße 81- 83)
- 3 **Platz zwischen Edeka und Familienzentrum RumBa** (zw. Baumschulenstraße 28 und 29-33)
- 4 **Platz vor der Mörike-Apotheke** (nördlich Kreuzung Baumschulenstraße/ Kieffholzstraße)
- 5 **Breite Seitenstraßen von der Baumschulenstraße abzweigend** (Kieffholz- o. Frauenlobstr.)
- 6 **Parkplätze auf dem Mittelstreifen der Köpenicker Landstraße** (ungefähr auf Höhe der Köpenicker Landstraße 207 bis 233)
- 7 **Platz vor dem Netto-Markt im Ortsteil Plänterwald** (Nordseite Dammweg zwischen Galilei- und Orionstraße)
- 8 **Platz vor dem S-Bahnhof Plänterwald** (Köpenicker Landstraße 36)
- 9 **Platz vor der USE im Ortsteil Plänterwald** (zw. Eichbuschallee 4-6 u. Neue Krugallee 112-116)