

Einzelhandelsstruktur und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

**Einzelhandelsstruktur und
Verkaufsflächen in der
Hauptstadtregion
Berlin-Brandenburg 2021/2022**

Gebietsstand 31.12.2022

Impressum

Herausgeber

Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg
Henning-von-Tresckow-Straße 2 – 8
14467 Potsdam

Bearbeitung

Landesamt für Bauen und Verkehr
Dezernat Raumbewachung und Stadtmonitoring
Tel.: 03342 4266 3105
Fax: 03342 4266 7617
E-Mail: hans-juergen.volkerding@lbv.brandenburg.de

Datenbasis

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin 2015, CIMA 2016, Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Kartenbasis

GeoBasis-DE/ BKG 2022, GeoBasis-DE/ LGB 2022, AfS Berlin-Brandenburg 2021

Bezugsmöglichkeit als Download

Potsdam, Dezember 2023

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	i
1 Zielsetzung, Methodik und Datenbasis der Einzelhandelserhebungen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	1
2 Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächenbestand in Nutzung	4
3 Agglomerationsformen des Einzelhandels	11
4 Versorgungsdichte im Einzelhandel	15
5 Sortimentsstruktur und Fristigkeit des Sortiments	20
6 Einzelhandelsbesatz nach städtebaulichen Standortkategorien	29
7 Leerstand im Einzelhandel	32
8 Einzelhandelskaufkraft, -umsatz und -zentralität	37
9 Fazit und Schlussfolgerungen	43
Karten- und Tabellenanhang	



Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Kurzfassung

- Der Bericht zielt darauf ab, den Einzelhandelsbestand in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg kleinräumig differenziert darzustellen und Entwicklungstrends zu beleuchten.
- Als Datenbasis stehen aus den Jahren 2015/2016 und 2021/2022 Vollerhebungen der Ladenlokale, Verkaufsflächen und Sortimente zur Verfügung.
- In der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg existieren 32.700 Einzelhandelsbetriebe mit einer genutzten Verkaufsfläche von rund 8,6 Mio. m².
- Nur gut 6 % aller Betriebe entfallen auf großflächige Ladenlokale ab 800 m², die aber mehr als drei Fünftel des genutzten Verkaufsflächenbestandes ausmachen.
- Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg ist mit einer Abnahme von 10 % gegenüber den Jahren 2015/2016 stark rückläufig. Die Verkaufsfläche ging dagegen nur um 2 % zurück, da Geschäftsaufgaben vorwiegend im Lebensmittelhandwerk und im kleinflächigen Facheinzelhandel stattfanden.
- Der deutliche Überbesatz und Rückgang der Verkaufsfläche betrifft am stärksten den Weiteren Metropolitanraum, auch weil hier die demografische Entwicklung ungünstiger und die Kaufkraft geringer ausfällt als im Land Berlin und dem Berliner Umland.
- Ein Sechstel der Verkaufsfläche befindet sich in Einkaufszentren. Hier zeigt sich zumindest im Land Berlin die Tendenz zur Marktsättigung und Umstrukturierung. Dagegen stellt sich das Segment der Fachmarkttagglomerationen stabil (Land Brandenburg) bis deutlich wachsend (Land Berlin) dar.
- Das Land Brandenburg hat mit 1,66 m² Verkaufsfläche je EW im Vergleich zum Land Berlin (1,16 m²) eine deutlich höhere Versorgungsdichte im Einzelhandel. Überdurchschnittlich hohe Versorgungsdichten sind im Land Berlin charakteristisch für die Innere Stadt, die Bezirke Mitte, Tempelhof-Schöneberg und Charlottenburg-Wilmersdorf, im Land Brandenburg für die Zentralen Orte.
- Die Versorgungsdichte in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg geht zurück, was im Land Berlin und dem Berliner Umland primär auf dem starken Bevölkerungswachstum beruht, im Weiteren Metropolitanraum auf Betriebsaufgaben.
- Die Verkaufsflächenentwicklung verlief in den Branchen uneinheitlich. Nahversorgungsrelevante Sortimente, darunter Lebensmittel und Drogeriewaren, expandierten, auch begünstigt durch die Folgen der Pandemie.
- Konsumzurückhaltung, Nachfrageverschiebungen und der Onlinehandel führten dagegen bei den meisten sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere im Bekleidungssegment und der Unterhaltungselektronik, zu einer deutlichen Ausdünnung des stationären Einzelhandels.
- Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie Möbeln und Baumarktartikeln war die Verkaufsflächenentwicklung in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg gegenläufig: Die im Land Berlin relativ geringe Verkaufsfläche erhöhte sich bei diesen Warengruppen erheblich, nahm im Land Brandenburg hingegen überproportional ab.
- Im Land Berlin ist die genutzte Verkaufsfläche in Zentrenlagen deutlich gesunken, was zu Lasten der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente ging und die Attraktivität der Zentren als Einkaufs- und Begegnungsort schwächt, zumal die Anzahl der Betriebe in städtebaulich nicht integrierten Lagen anstieg.
- Gegenüber dem Land Berlin haben die Zentren im Land Brandenburg als Standorte des Einzelhandels eine schwächere Marktstellung und erlitten ebenfalls deutliche Rückgänge bei der genutzten Verkaufsfläche.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

- Das Leerstandsniveau ist in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg beträchtlich und umfasst mehr als ein Fünftel aller Ladenlokale. Hierunter leiden neben Stadt- und Ortszentren insbesondere städtebaulich integrierte Lagen abseits der Zentren. Gemessen am Verkaufsflächenbestand ist die Leerstandsquote mit 9 % erheblich geringer, da Leerstände vorwiegend Kleinflächen betreffen.
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg unterdurchschnittlich und weist ein zentral-peripheres Gefälle auf. Die Bevölkerung verausgabte im Jahr 2021 im Einzelhandel etwa 40 Mrd. € (einschließlich Online- und Versandhandel), darunter nur rund 34 Mrd. € im stationären Einzelhandel.
- Dem stationären Einzelhandel im Land Berlin gelingt es, deutliche Kaufkraftzuflüsse aus anderen Regionen zu generieren. Im Vergleich der einwohnerstärksten Städte Deutschlands liegt die Einzelhandelszentralität in Berlin aber nur an sechster Stelle.
- Im Land Brandenburg ist die Kaufkraftbindung durch den stationären Handel eher niedrig. Zwischen den Ämtern und amtsfreien Gemeinden im Land Brandenburg variiert die Einzelhandelszentralität sehr stark. Hohe Werte als Anker im Raum erzielen primär Zentrale Orte im Weiteren Metropolenraum, daneben Gemeinden mit großen Einzelhandelsagglomerationen im Berliner Umland.
- Der stationäre Handel sollte seine Stärken bewahren (Stichworte Kundenbindung, Beratungskompetenz und unmittelbare Warenverfügbarkeit). Daneben ist eine Erhöhung der Vertriebskanäle (Multichannel-Handel) und der online getätigten Umsätze eine notwendige Voraussetzung für weite Teile des stationären Einzelhandels.
- Für eine aktive kommunale und landesplanerische Steuerung der verringerten, aber durchaus noch zu erwartenden Ansiedlungsbegehren und Erweiterungsabsichten des großflächigen Einzelhandels gibt es einen erhöhten Bedarf, damit die Zentralen Versorgungsbereiche gesichert und zukunftsfähig ausgerichtet werden können.
- Die verbliebenen Einzelhandelsbetriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sollten stärker in Innenstädten und Zentrenlagen konzentriert werden, u. a. dadurch, dass zentrenrelevante Randsortimente außerhalb dieser Bereiche durch die etablierten landes- und stadtplanerischen Instrumente noch stärker im Sinne der übergeordneten Vorgaben gehandhabt werden.
- Erforderlich ist auch ein stärker abgestimmtes und konzeptionelles Handeln der Planungsebenen Kommune, Region und Land. Kommunale oder regionale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte liefern hierfür einen wichtigen Beitrag und sollten bei Bedarf auch in kürzeren Zeitabständen aktualisiert werden.
- Der hohen Zahl an Leerständen im Einzelhandel sollte durch ein aktives Leerstandsmanagement begegnet werden. Nutzungsergänzungen und Umnutzungen sind nicht länger nur für einen Teil der kleinen Ladenlokale erforderlich, sondern vielfach auch für Einkaufszentren.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

1 Zielsetzung, Methodik und Datenbasis der Einzelhandelserhebungen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

Der Einzelhandel ist von hoher ökonomischer Relevanz. So entfällt in Deutschland im Jahr 2022 rund ein Drittel der Konsumausgaben privater Haushalte auf den Einzelhandel (ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe, Apotheken), der seinerseits einen Anteil von mehr als 16 % am Bruttoinlandsprodukt hat und mehr als drei Millionen Beschäftigte aufweist.¹ Gleichzeitig erfüllt der Einzelhandel wegen seiner Versorgungsfunktion mit Gütern verschiedener Bedarfe Grundbedürfnisse der Bevölkerung. Er ist aber wegen des Wandels im Einkaufsverhalten auch hinsichtlich seines Erlebnis- und Freizeitwertes von großer Bedeutung.

Handel war und ist zudem eine der wichtigsten Funktionen von (Innen)städten und Ortszentren, und der stationäre Einzelhandel übernimmt als Begegnungsort der Bevölkerung somit auch soziale Aufgaben. Vom Handel gehen wichtige Impulse für Investitionen in den Gebäudebestand aus, so dass gerade die Attraktivität und Funktionsfähigkeit von Zentren und zentralen Versorgungsbereichen maßgeblich vom stationären Handel und dessen stetiger Fortentwicklung beeinflusst wird.

Das geflügelte Wort „Handel ist Wandel“ unterstreicht die hohe Dynamik, die der stationäre Handel auf Anbieter- wie Konsumentenseite permanent ausgesetzt ist, die er aber auch selbst mitgestaltet. Zu nennen sind zum Teil langjährig zu beobachtende Trends wie die Steigerung der Marktanteile des Onlinehandels, die Verschärfung des Wettbewerbs, neue (großflächige) Betriebsformate, die zunehmende Filialisierung des Einzelhandels, der Rückgang des kleinbetrieblichen Fachhandels und der zunehmende Rückzug aus der Fläche. Hinzu traten seit dem Jahr 2020 einschneidende

Belastungen für den Einzelhandel in einem Umfeld von Pandemie, Lockdowns und Zugangsbeschränkungen, Lieferengpässen, Krieg in Europa, hoher Inflation und Kaufzurückhaltung der Kunden.

Trotz der wichtigen ökonomischen, sozialen und stadtstrukturellen Rolle des Einzelhandels erfasst die amtliche Handelsstatistik Einzelhandelsflächen nur stichprobenartig mittels Befragungen und erlaubt keine Aussagen über die räumliche Verteilung von Betrieben. Angaben sind lediglich auf Länderebene zu Umsatz- und Beschäftigtenzahlen möglich. Um diese Informationsdefizite zu beseitigen und die raumordnerische bzw. städtebauliche Steuerung von Ansiedlungsvorhaben für den großflächigen Einzelhandel zu erleichtern, wurden in den vergangenen Jahren mehrfach für das Land Berlin bezirkliche als auch gesamtstädtische Erhebungen des stationären Einzelhandels im öffentlichen Auftrag durchgeführt. Vergleichbare Einzelhandelserfassungen wurden seitens Ressorts der Landesregierung Brandenburg und von Wirtschaftspartnern für das gesamte Land Brandenburg in Auftrag gegeben (Details siehe nachfolgende Tabelle).

Die Auftraggeber der diversen Erhebungen verfolgten das Ziel, eine aktuelle, flächendeckende, **kleinräumig differenzierte und vergleichbare Datenbasis** zum Einzelhandelsbestand zu schaffen. Die detaillierten Informationen der Vollerhebungen dienen auf allen räumlichen Ebenen der Einschätzung der Einzelhandelsausstattung und -entwicklung und der sortimentspezifischen Versorgungssituation. Auf dieser Basis lassen sich zudem Ansiedlungsvorhaben fundierter bewerten und steuern. Für das Land Brandenburg wurde vom Auftragnehmer der jüngsten Einzelhandelserfassung auch ein Ergebnisbericht erstellt.² In einem Tabellenanhang sind hier Daten und Indikatoren zu Einzelhandelsbesatz, Versorgungsdichte und Ladenleerstand

¹ Angaben gemäß Handelsverband Deutschland e. V. (HDE) (2023): Zahlenspiegel 2023. Berlin.

² BBE Handelsberatung GmbH (2022): Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg 2022. Internetabruf am

24.10.2023 unter <https://gl.berlin-brandenburg.de/raumentwicklung/artikel.1258880.php>

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Einzelhandelserhebungen 2015/2016 und 2021/2022 in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (Datenbasis)

Bezeichnung	räumliche Ebene	Erhebungszeitraum	Auftraggeber	Auftragnehmer
Erhebung 2015/2016	Land Berlin	06/2014-01/2015	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt	Junker + Kruse Stadtforschung Planung
	Land Brandenburg	12/2015-07/2016	Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (GL), Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. (HBB), IHK Cottbus, IHK Potsdam, IHK Ostbrandenburg, Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung (ML), Ministerium für Wirtschaft und Energie (MWE), Ministerium für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft (MLUL)	Cima Beratung + Management GmbH
Erhebung 2021/2022	Land Berlin (ohne Bezirke Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf)	08/2020-06/2021	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen	Junker + Kruse Stadtforschung Planung mit Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH
	Bezirke Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf	11/2021-02/2022*	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen	
	Land Brandenburg	09/2021-04/2022	Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (GL), Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. (HBB), IHK Cottbus, IHK Potsdam, IHK Ostbrandenburg, Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung (ML), Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie (MWAE), Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz (MLUK)	BBE Handelsberatung GmbH

* Nacherhebungen bis 04/2022

nach administrativen Einheiten und Raumkategorien enthalten.³

Die Einzelhandelserhebungen beziehen nur den stationären Handel in Verkaufsräumen (ausgenommen Kfz-Handel und Handel mit Brennstoffen) ein, die Produkte überwiegend an Endverbraucher verkaufen. Zu diesem **Einzelhandel im engeren Sinne** gehört hier auch das Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Fleischereien) und Apotheken. Nicht einbezogen werden konnte dagegen der stetig an Bedeutung gewinnende Onlinehandel, da er nicht standortgebunden ist (siehe hierzu Kapitel 8). Auch die Vertriebskanäle des klassischen Versandhandels, mobile Anbieter und temporäre Einrichtungen (z. B. auf Wochenmärkten) waren nicht Gegenstand

der Erhebung. Die weitgehend kongruente methodische Vorgehensweise bei den Erfassungen in beiden Ländern orientierte sich eng an den Vorgaben und Definitionen der Handbücher zu Einzelhandelserhebungen.⁴

Gutachterlich wurden alle stationären Einzelhandelsbetriebe, aber auch leerstehende Ladenlokale vor Ort, soweit diese als Einzelhandelsflächen identifizierbar waren, erhoben und dabei die Verkaufsfläche erfasst. Für Betriebe und leerstehende Ladenlokale ab einer Verkaufsfläche von 300 m² erfolgte eine exakte Erhebung der Verkaufsfläche nach der Sortimentsstruktur. Bei kleineren Ladenlokalen wurde die Verkaufsfläche jeweils einer von zwei Größenkategorien zugeordnet, für

³ Es bestehen teilweise geringfügige Abweichungen gegenüber den Ergebnissen des Gutachtens der BBE Handelsberatung GmbH, u. a. da im vorliegenden Bericht in der Regel nur Fälle mit Angabe zur Verkaufsfläche ausgewertet wurden.

⁴ Hier sind auch Definitionen z. B. der Einzelhandelslagen und Betriebstypen enthalten. Vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (Hg.) (2013): Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin. Berlin. und Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft (Hg.) (2014): Handbuch Einzelhandelserhebungen im Land Brandenburg. Potsdam.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

die empirisch abgeleitete Durchschnittswerte der Verkaufsfläche vorlagen und lediglich das jeweilige Hauptsortiment erfasst.

Die **Ergebnisse** stellen eine **Momentaufnahme** zum Zeitpunkt der Erhebung dar. Es ist davon auszugehen, dass negative Effekte der Pandemie für den stationären Handel in Form von Rückgängen in der Verkaufsflächenausstattung und eines verschärften Strukturwandels sich in den vorliegenden Erhebungen deutlich niedergeschlagen haben. Dies dürfte für die Erhebung im Land Brandenburg und die Erfassungen in den Bezirken Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf noch stärker der Fall sein als bei der um knapp ein Jahr früher durchgeführten Erhebung in den anderen zehn Berliner Bezirken.

Im Rahmen dieses Berichts werden auch einige Vergleiche mit den in etwa sechs Jahre vor den aktuellen Erfassungen durchgeführten Erhebungen gezogen. Dies ist prinzipiell möglich, da die Erhebungsmethodik gegenüber 2015/2016 weitestgehend beibehalten wurde.⁵ Die **Zeitreihenfähigkeit** unterliegt bei einigen Themen aber auch Restriktionen. Zudem waren die Erhebungen in den Ländern Berlin und Brandenburg zeitlich nicht genau synchronisiert. Insgesamt sind Längsschnittvergleiche stärker für Trenddarstellungen verwendbar als für detaillierte Aussagen zur Entwicklung von Teilbeständen des stationären Einzelhandels.

Die Kartendarstellungen beziehen sich auf den administrativen Gebietsstand vom 31.12.2022. Analog zum Einzelhandelsgutachten der BBE Handelsberatung GmbH wird die von der Stadt Schwedt/Oder mitverwaltete Gemeinde Pinnow nicht gesondert ausgewiesen.

⁵ Die Ergebnisse der vorangegangenen Brandenburger Einzelhandelserhebung liegen auch als Kurzfassung vor: CIMA Beratung + Management GmbH (2017): Einzelhan-

del im Land Brandenburg – Bestandsanalyse 2016, Internetabruf am 24.10.2023 unter https://gl.berlin-brandenburg.de/service/publikationen/eh-erfassung_2016.pdf

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

2 Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächenbestand in Nutzung

In der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg sind im Erhebungszeitraum 2021/2022 knapp 33.000 Einzelhandelsbetriebe vorhanden, d. h. genutzte Ladenlokale, die auf sich eine Verkaufsfläche von knapp 8,6 Mio. m² vereinen.⁶ Fast drei Fünftel der Einzelhandelsbetriebe und rund die Hälfte der Verkaufsfläche in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg entfällt dabei auf das Land Berlin (siehe auch Tabelle im Anhang).

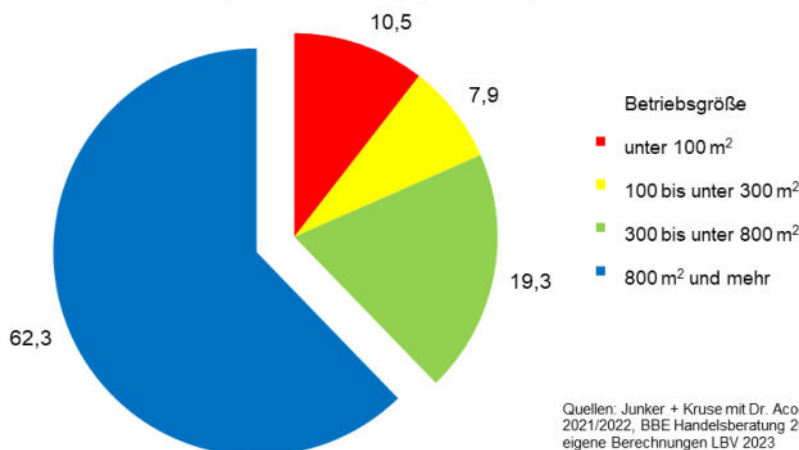
Die Einzelhandelslandschaft ist enorm vielgestaltig. Die **Betriebsgrößen** variieren zwischen deutlich unter 100 m² und bis zu 55.000 m² Verkaufsfläche. In beiden Ländern dominieren zahlenmäßig kleinflächige Betriebe. Dies trifft auf den Stadtstaat Berlin in noch weitaus stärkerem Maße zu als auf das Flächenland Brandenburg. Nur rund 6 % aller Betriebe in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg überschreiten die Schwelle zur Großflächigkeit und haben Verkaufsflächen ab 800 m².⁷

Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022*

	Land Berlin	Land Brandenburg	Hauptstadtregion
Ladenlokale in Nutzung	19.190	13.490	32.680
darunter Ladenlokale ab 800 m ² Verkaufsfläche	1.000	1.120	2.120
Anteil großflächiger Ladenlokale	5,2	8,3	6,5
genutzte Verkaufsfläche in m ²	4.364.000	4.222.000	8.586.000
darunter in Ladenlokalen ab 800 m ² Verkaufsfläche	2.665.000	2.680.000	5.345.000
Anteil Verkaufsfläche ab 800 m ²	61,1	63,5	62,3
EW*	3.770.000	2.539.000	6.309.000
Verkaufsfläche je EW in m ²	1,16	1,66	1,36

* Angaben gerundet; Einw ohner/-innen auf Basis Berliner Einw ohnerregister 12/2020 bzw. Fortschreibung Land Brandenburg 11/2021
 Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Verkaufsflächenanteile im Einzelhandel nach Betriebsgröße in der Hauptstadtregion 2021/2022



⁶ Hierbei wurden neben solitären Betrieben auch die in einer baulichen Einheit mit anderen Ladenlokalen befindlichen Einzelhandelsbetriebe in Einkaufszentren getrennt erfasst. Aufgeführt sind im Folgenden nur Einzelhandelsbetriebe mit Angabe zur Verkaufsfläche. Die Gesamtheit der erhobenen Ladenlokale ist jedoch nur geringfügig höher.

⁷ Die Kategorisierung von Einzelhandelsbetrieben als großflächig orientiert sich hier an dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG, 4 C 10.04 = BRS 69 Nr. 71). Im Folgenden beziehen sich die Angaben zum großflächigen Einzelhandel stets auf Einzelhandelsbetriebe ab 800 m² Verkaufsfläche, unabhängig davon, ob es sich um Solitäre oder Einzelhandelsbetriebe in Einkaufszentren handelt.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

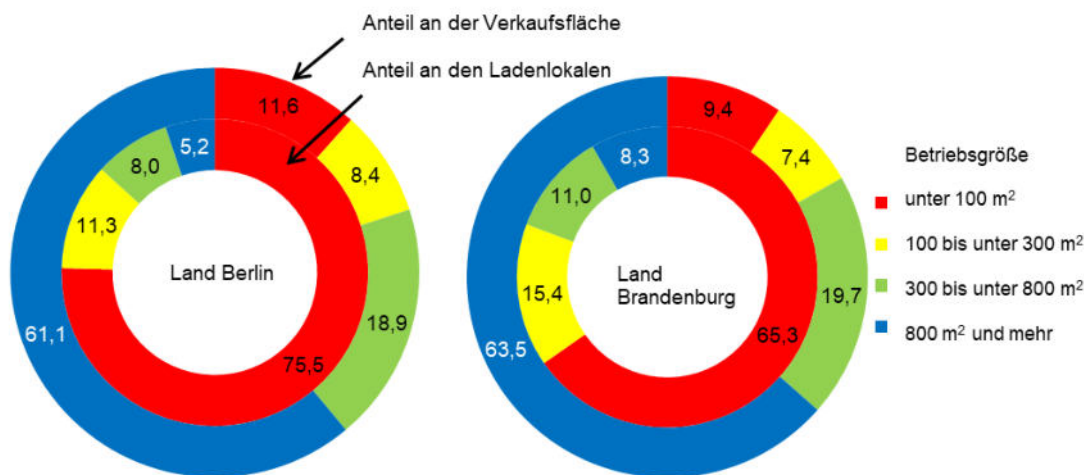
In der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg entfallen mehr als drei Fünftel der genutzten **Verkaufsfläche** auf die rund 2.100 großflächigen Betriebe, die damit, trotz ihrer relativ kleinen Anzahl, den Großteil des Verkaufsflächenbestandes ausmachen. Zudem haben großflächige Betriebe als Ankermieter auch eine hohe Bedeutung für die Kundenfrequenz und den Umsatz benachbarter kleinflächiger Betriebe. Die zahlenmäßig dominierenden sehr kleinen Betriebe mit bis unter 100 m² Verkaufsfläche umfassen hingegen nur knapp 11 % aller genutzten Verkaufsflächen, jedoch 71 % der Betriebe in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. Die Größenstruktur der Verkaufsflächenanteile unterscheidet sich zwischen den Ländern Berlin und Brandenburg nur geringfügig.

Innerhalb beider Länder existieren **raumstrukturelle Unterschiede hinsichtlich der Betriebsgrößenstruktur**. Im Land Berlin treten großflächige Betriebe, die vorrangig auf autokundenorientierte Standorte mit niedrigeren Grundstückspreisen ausgerichtet sind, in der Äußeren Stadt jenseits des S-Bahn-Rings verstärkt

auf, die dort 67 % der Verkaufsfläche ausmachen. In den gewachsenen Einkaufslagen und stärker verdichteten Stadtquartieren der Inneren Stadt beträgt der Anteil der großflächigen Verkaufsfläche hingegen durchschnittlich 52 %. Auf bezirklicher Ebene reicht die Spanne der Großflächen an der gesamten genutzten Verkaufsfläche von 48 % in Friedrichshain-Kreuzberg bis zu 75 % in Marzahn-Hellersdorf.

Im Land Brandenburg haben großflächige Betriebe im Berliner Umland einen Verkaufsflächenanteil von 68 %. Im Weiteren Metropolenraum umfasst diese Kategorie 60 % der Gesamtverkaufsfläche.⁸ Der Weitere Metropolenraum ist zudem durch überdurchschnittlich viele Betriebe mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche geprägt. Diese teilräumlichen Unterschiede verwundern nicht, da sich das Berliner Umland in den 1990er Jahren stärker auch zum Standort flächenextensiver Betriebe entwickelt hat, die in Teilen auch die Versorgung von Berliner Haushalten abdecken (insbesondere Bau- und Möbelmärkte, Gartencenter). Im Weiteren Metropolenraum mit seiner kleinteiligeren Siedlungsstruktur,

Betriebsgrößenstruktur und Verkaufsflächenanteile im Einzelhandel in der Hauptstadtregion 2021/2022



Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

⁸ Das Berliner Umland umfasst als Struktur- und Analyse- raum gemäß der Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) vom 29. April 2019 (GVBl. II Nr. 35) 51 mit dem Land Berlin hochgradig verflochtene Umlandgemeinden im Land Bran-

denburg. Der Weitere Metropolenraum umfasst die Brandenburger Landesteile außerhalb des Berliner Umlands und ist in weiten Teilen ländlich geprägt. Die Abgrenzung der Strukturräume ist in den Berichtskarten ersichtlich.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

geringeren Bevölkerungsdichte und der langjährig überwiegend negativen Bevölkerungsentwicklung stand vielfach kein ausreichendes Kundenpotenzial zur Verfügung, so dass die Flächenexpansion im Einzelhandel weniger dynamisch verlief.

Der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) lässt großflächige Einzelhandelseinrichtungen regelmäßig in Zentralen Orten zu (**Konzentrationsgebot**). Als Zentrale Orte sind in der Hauptstadtregion die Metropole Berlin und die vier Oberzentren Brandenburg an der Havel, Cottbus, Frankfurt (Oder) und Potsdam festgelegt sowie 45 Mittelzentren im Land Brandenburg.⁹ Das Kriterium des Konzentrationsgebotes erfüllen 70 % aller großflächigen Betriebe im Land Brandenburg, die auf sich 74 % der gesamten genutzten Verkaufsfläche vereinen.

Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Zentraler Orte ist zudem zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung gemäß LEP HR zulässig, wenn sie verkaufsflächenbezogen zu mindestens 75 % der Nahversorgung dienen, die Verkaufsfläche 1.500 m² nicht überschreitet und der Standort sich in einem zentralen Versorgungsbereich befindet.¹⁰

Die Kriterien für die Zulässigkeit großflächigen Einzelhandels in nicht Zentralen Orten erfüllt etwa die Hälfte der großflächigen Betriebe an diesen Standorten, was bis zu rund 15 % aller großflächigen Betriebe im Land Brandenburg entspricht.¹¹ Somit ist die Bestandssituation großflächiger Betriebe im Land Brandenburg weitgehend, d. h. in etwa 85 % der Fälle durch raumverträgliche und adäquat dimensionierte großflächige Standorte gekennzeichnet.

Räumliche Fehlallokationen treten aus heutiger Sicht zwar auf, sind jedoch vielfach unter früheren bauplanungs- und raumordnungsrechtlichen Voraussetzungen in den 1990er Jahren entstanden, also als Ansiedlungsvorhaben nicht der raumordnerischen Steuerung unterlagen und die weiterhin Bestandsschutz genießen.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass landesplanerische Festlegungen zwar die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels innergemeindlich vielfach an zentrale Versorgungsbereiche vorsehen (Integrationsgebot), deren Festlegung jedoch den Städten und Gemeinden obliegt. In der Vergangenheit wurden häufiger zentrale Versorgungsbereiche im Land Brandenburg eher in Randlagen abgegrenzt als in funktional zentralen Lagen wie Orts- und Nahversorgungszentren. Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe in randlichen Lagen sind in diesen Fällen möglich und können zu Lasten der Innenstädte und Ortskerne gehen.

Die in früheren Jahren zu beobachtende deutliche Expansion des stationären Einzelhandels und die zumindest gesamträumlich bestehende Überversorgung mit Einzelhandelsbetrieben, das sogenannte Overstoring, hat sich in den letzten Jahren nicht fortgesetzt. Vielmehr ist durch den Verdrängungswettbewerb die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Land Berlin wie auch den Teilräumen des Landes Brandenburg gegenüber den vorangegangenen Erhebungen in den Jahren 2015/2016 deutlich rückläufig.¹² Innerhalb der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg verringerte sich der Bestand an Einzelhandelsbetrieben um mehr als 3.600 (-10 %). Das Abschmelzen der genutzten Verkaufsfläche war hingegen prozentual weitaus geringer, da der Flächenrückgang in beiden Ländern überproportional zu Lasten kleinflächiger Betriebe mit weniger als

⁹ In neun Fällen handelt es sich dabei um Mittelzentren in Funktionsteilung, die aus jeweils zwei Kommunen bestehen. Alle Zentralen Orte sind in den Berichtskarten zur Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg durch Signatur und Beschriftung hervorgehoben.

¹⁰ Über diese Festlegungen hinaus sind, in den von der Regionalplanung festgelegten Grundfunktionalen Schwerpunkten, sogar großflächige Einzelhandelseinrichtungen bis zu 2.500 m² Verkaufsfläche zulässig.

¹¹ Das Kriterium der innergemeindlichen Standortlage des Betriebs in einem zentralen Versorgungsbereich (Integrationsgebot) wurde dabei mangels hinreichender Daten nicht überprüft.

¹² Vgl. Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (Hg.): Einzelhandelsstruktur und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2015/2016. Potsdam 2017.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

300 m² Verkaufsfläche ging. Hingegen nahm die Anzahl großflächiger Betriebe und deren Anteil an der Gesamtverkaufsfläche weiter zu.

Die Ausweitung der Verkaufsfläche in der Vergangenheit hat sich im Land Berlin im Untersuchungszeitraum in einen geringfügigen Rückgang der Verkaufsfläche um rund 1 % gewandelt (entspricht 57.000 m² Verkaufsfläche und mehr als 1.200 Betriebe).

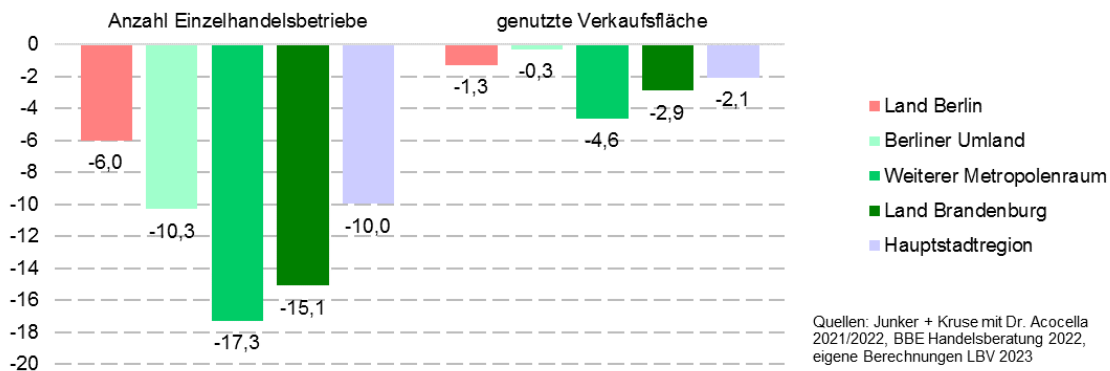
Auf bezirklicher Ebene bietet sich im Land Berlin ein uneinheitliches Bild. Die Verkaufsflächenentwicklung korreliert deutlich mit der Bevölkerungsentwicklung. Tendenziell sind deutliche Rückgänge der genutzten Verkaufsfläche verstärkt im Westteil der Stadt zu verzeichnen, während östliche Außenbezirke wie Marzahn-Hellersdorf und Treptow-Köpenick die stärksten Zuwächse haben. Es handelt sich dabei auch um Bezirke mit einer überdurchschnittlichen Bevölkerungszunahme im Untersuchungszeitraum.

Im Land Brandenburg nahm die genutzte Verkaufsfläche gegenüber den Jahren 2015/2016 um ca. 3 % ab (entspricht knapp 127.000 m² Verkaufsfläche und 2.400 Betrieben). Rückläufige Verkaufsflächen kennzeichnen dabei primär den Weiteren Metropolitanraum, nicht jedoch das Berliner Umland, was auch mit der ge-

genläufigen demografischen Entwicklung zusammenhängt. Anders als im Berliner Umland zeigt sich im Weiteren Metropolitanraum ein weitaus stärkerer prozentualer Rückgang der Verkaufsfläche in den Städten und Gemeinden ohne Zentralort-Status, bei denen es sich ganz überwiegend um einwohnerschwache Gemeinden im ländlich geprägten Raum handelt. Nur in wenigen Ämtern und amtsfreien Gemeinden treten signifikante Zuwächse der Verkaufsfläche um 10 % und mehr auf. Es handelt sich dabei um wenige berlinnahe Gemeinden im östlichen Berliner Umland sowie einzelne berlinferne Raumeinheiten mit einer zumeist weiterhin unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung je Einwohnerin und Einwohner (siehe auch Kapitel 4).

Auch deutschlandweit sind laut Angaben des Handelsverband Deutschland die Verkaufsflächen im Einzelhandel rückläufig, wobei dieser Trend auf der Bundesebene erst seit dem Jahr 2020 erkennbar ist und bislang vergleichsweise geringfügig ausfällt. So ist, anders als in den Ländern Berlin und Brandenburg, in Deutschland insgesamt der Verkaufsflächenbestand im Jahr 2021 noch rund 0,9 % höher als im Jahr 2015.¹³

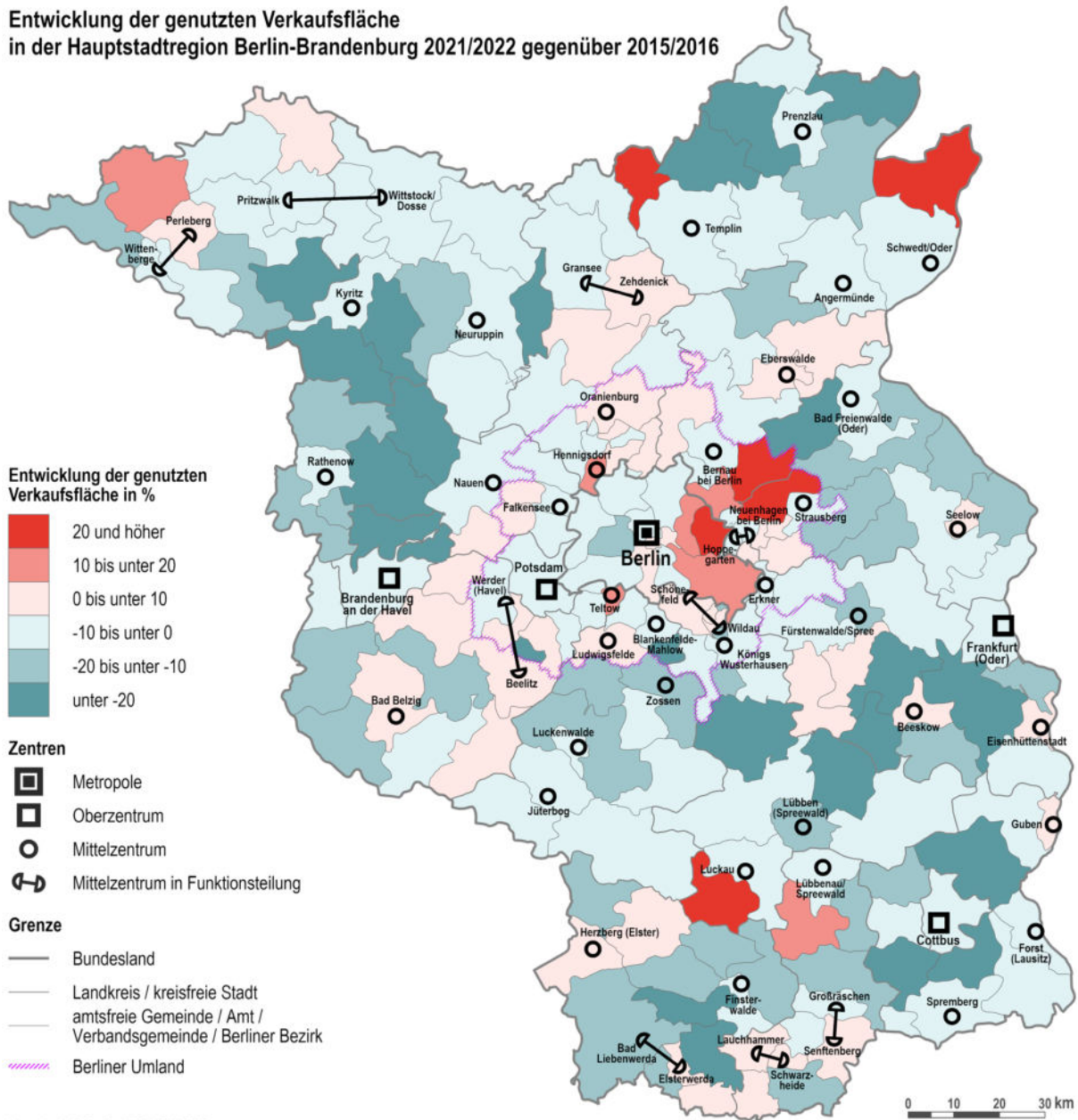
Prozentuale Entwicklung der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche in der Hauptstadtregion 2021/2022 gegenüber 2015/2016



¹³ Eigene Berechnungen gemäß Daten des Handelsverbands Deutschland e. V. (HDE) (2023): Zahlenspiegel 2023. Berlin.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Entwicklung der genutzten Verkaufsfläche
in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022 gegenüber 2015/2016



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Accocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Einzelhandelsbetriebe lassen sich institutionell entsprechend ihrer Branchenzugehörigkeit, der Bedienungsform, der Filialisierung, des Sortiments, des Preisniveaus und weiterer Merkmale kategorisieren. Alle Betriebe mit ähnlichen Merkmalskombinationen wurden im Rahmen der Einzelhandelserhebungen im Land Brandenburg als sogenannte **Betriebstypen des Einzelhandels** zusammengefasst.¹⁴

In den Jahren 2021/2022 entfällt gut die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe im Land Brandenburg auf den Facheinzelhandel, der sich tendenziell durch eine hohe Beratungsintensität, ein mittleres bis gehobenes Preisniveau und ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment auszeichnet. Zu diesen vielfach inhabergeführten Betrieben zählen u. a. Bekleidungsfachgeschäfte und Boutiquen, Schmuck-, Blumen- und Schreibwarengeschäfte, Apotheken und Optiker. Charakteristisch sind kleine Ladenlokale in zentralen und städtebaulich integrierten Lagen. Der Facheinzelhandel hat gegenüber der vorangegangenen Erhebung deutlich an Bedeutung verloren und ging um rund 1.500 Betriebe (18 %) zurück.

Die ebenfalls vorwiegend kleinflächigen Einzelhandelsbetriebe des Lebensmittelhandwerks wie Fleischereien und Bäckereien verkaufen ihre selbst hergestellten Produkte auf direktem Vertriebsweg und sind wichtig

für die Nahversorgung. Im Untersuchungszeitraum schieden per Saldo rund 460 dieser Betriebe aus dem Markt aus. Der prozentuale Rückgang von 21 % ist stärker als bei allen anderen Betriebstypen und ein Beleg für den weiter mit hoher Dynamik fortschreitenden Wandel im Lebensmitteleinzelhandel.

Lebensmitteldiscounter sind durch eine relativ einfache Ladenausstattung, eine platzsparende Präsentation der Waren und ein deutlich beschränktes und umschlagstarkes Artikelangebot gekennzeichnet, das ausschließlich in Selbstbedienung preisaggressiv angeboten wird. Anders als im Lebensmittelhandwerk ging die Zahl der Lebensmitteldiscounter im Land Brandenburg nur relativ geringfügig zurück (4 %) und deren Verkaufsfläche blieb in der landesweiten Betrachtung nahezu unverändert.

Bei anderen Betriebstypen des Lebensmittelhandels handelt es sich um eine Sammelkategorie, die sowohl die überwiegend großflächigen, zumeist filialisierten Lebensmittelsupermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser als auch vorwiegend kleinflächige Einzelhandelsgeschäfte für Lebensmittel umfasst. Bei diesem Betriebstyp zeigt sich in der Entwicklung ein uneinheitliches Bild, da die Anzahl dieser Einzelhandelsbetriebe deutlich zurückging (13 %), die Verkaufsfläche hingegen anstieg (3 %). Bei näherer Analyse wird klar, dass

Betriebstypen des Einzelhandels im Land Brandenburg 2021/2022 und Entwicklung gegenüber 2015/2016*

	Betriebe 2021/2022		Verkaufsfläche 2021/2022		prozentuale Entwicklung 2021/2022	
	Anzahl	Anteil	in m ²	Anteil	Betriebe	Verkaufsfläche
Lebensmittelhandwerk	1.750	13,0	80.000	1,9	-20,9	-19,6
Lebensmitteldiscounter	680	5,0	549.000	13,0	-3,9	0,4
andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels (einschl. Super- und Verbrauchermärkte)	760	5,6	628.000	14,9	-13,3	2,8
Tankstellenshop/ Kiosk/ Landhandel	860	6,4	46.000	1,1	-0,3	-0,4
Facheinzelhandel	6.950	51,5	548.000	13,0	-18,1	-11,3
Waren-/ Kaufhaus	40	0,3	80.000	1,9	-5,3	-1,3
Fachmarkt	1.900	14,1	2.233.000	52,9	-10,1	-2,7
sonst. Einzelhandelsbetrieb	560	4,2	58.000	1,4	-6,3	13,1
gesamt	13.490	100,0	4.222.000	100,0	-15,1	-2,9

* Angaben gerundet

Quellen: BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

¹⁴ Für das Land Berlin liegt nur teilweise eine Zuordnung der Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstypen vor, so dass

sich die Ergebnisdarstellung auf das Land Brandenburg beschränkt.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

der Strukturwandel auch bei dieser Betriebsform zu Lasten kleinerer Lebensmittelgeschäfte geht, während der großflächige filialisierte Lebensmittelhandel sowohl zahlenmäßig als auch hinsichtlich der Verkaufsfläche noch expandierte.

Die Betriebsform Fachmärkte umfasst eine heterogene Gruppe von Betrieben, die in erster Linie Sortimente aus dem Non-Food-Bereich mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Es handelt sich um ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z. B. Sport, Garten, Baumarktartikel) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel für ein bestimmtes Kundensegment). Das Format der Fachmärkte nimmt im Land Brandenburg mehr als die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche im Land Brandenburg ein. Die Zahl dieser Art von Einzelhandelsbetrieben nahm gegenüber 2015/2016 zwar um 10 % ab; die Verringerung beschränkte sich aber fast nur auf kleinere Ladenformate mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche, so dass der Verkaufsflächenrückgang bei diesem Betriebstyp insgesamt nur moderat (3 %) ausfällt. Die anderen, bisher nicht genannten Betriebstypen spielen sowohl zahlenmäßig als auch für die Versorgung der Bevölkerung nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

3 Agglomerationsformen des Einzelhandels

Der Großteil des stationären Einzelhandels ist nicht in Einzellagen lokalisiert, sondern in Form von räumlichen Agglomerationen. Einheitlich geplante Einzelhandelsagglomerationen, die ein zentrales Management aufweisen, wurden im Rahmen der Erhebungen als **Einkaufszentren** kategorisiert. Kennzeichnend sind eine Mischung aus zumeist großflächigen Magnetbetrieben, weiteren Fachgeschäften sowie gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsbetrieben. Im Land Berlin befindet sich gut ein Sechstel der genutzten Verkaufsfläche in Einkaufszentren. Im Ostteil der Stadt ist dieses Handelsformat durch den geringen historisch gewachsenen Bestand und die starke Flächenausweitung nach 1990 überproportional verbreitet. Der Verkaufsflächenanteil der Einkaufszentren variiert nach Berliner Bezirken ganz erheblich in einer Spanne von 28 % im Bezirk Lichtenberg bis zu lediglich 8 % in Tempelhof-Schöneberg.

Allein 27 Shopping Center im Land Berlin verfügen jeweils über mehr als 10.000 m² vermietete Verkaufsfläche. Es handelt sich zumeist um in zentralen Lagen errichtete Einkaufszentren, die auf sich rund 70 % der gesamten genutzten Verkaufsfläche in Centern vereinen. Daneben existieren zahlreiche kleinere Shopping Center bis hin zu größeren Einkaufspassagen, die teilweise stark auf die Nahversorgung in Stadtteillagen orientiert sind und einen deutlich kleineren Einzugsbereich haben.

Insgesamt zeigen sich starke Tendenzen der Marktsättigung in diesem Handelssegment. Neueröffnung von Centern liegen bereits mehrere Jahre zurück, Neuplanungen existieren nur sehr vereinzelt. Zahlreiche Einkaufszentren wie die Wilmersdorfer Arcaden und das Marktplatz-Center Helle Mitte wurden umgebaut und umstrukturiert, was der Aufenthaltsqualität älterer Center und der zunehmenden Erlebnisorientierung der Kunden dienlich ist, aber häufig auch mit dem Rückbau an Verkaufsfläche verbunden ist. Weitere Revitalisierungen befinden sich in der Durchführungs- oder Planungsphase. Ersatzlose Abrisse bilden jedoch bislang die Ausnahme.

Nachgefragt wird zunehmend eine Mischnutzung, die Nutzungsarten wie Freizeit/Entertainment, Gastronomie, medizinische Dienstleister mit Einzelhandel kombiniert, um eine hohe Besucherfrequenz und eine Auslastung der Flächen zu generieren. Die größere Nutzungsvielfalt statt reiner Einzelhandelsflächen kann die Shopping Center zudem auch resilienter gegen (weitere) Umsatzeinbußen im Einzelhandel machen.

Als Folge der sinkenden Nachfrage nach Einzelhandelsflächen und der zunehmenden Mixed-Use-Konzepte ist die genutzte Verkaufsfläche in Berliner Einkaufszentren um rund 15 % gegenüber der früheren Erhebung gesunken. Der Rückgang der Einzelhandelsbetriebe fiel mit 18 % noch etwas stärker aus. Dies stellt jedoch nur eine Momentaufnahme dar, weil Umbaumaßnahmen in der Erhebungsphase auch zu einem nur vorübergehenden Rückgang der Verkaufsfläche führen können.

Agglomerationsformen des Einzelhandels in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022*

	Betriebe 2021/2022		genutzte Verkaufsfläche 2021/2022	
	Anzahl	Anteil an allen Betrieben	in m ²	Anteil an der gesamten Verkaufsfläche
Land Berlin				
Einkaufszentrum	2.260	11,8	755.000	17,3
Fachmarkttagglomeration**	110	0,6	618.000	14,2
Land Brandenburg				
Einkaufszentrum/FOC***	1.210	9,7	647.000	15,3
Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration	1.090	8,1	1.070.000	25,3

* Angaben gerundet

** gemäß Stadtentwicklungsplan Zentren 2030

*** FOC= Hersteller-Direktverkaufszentrum

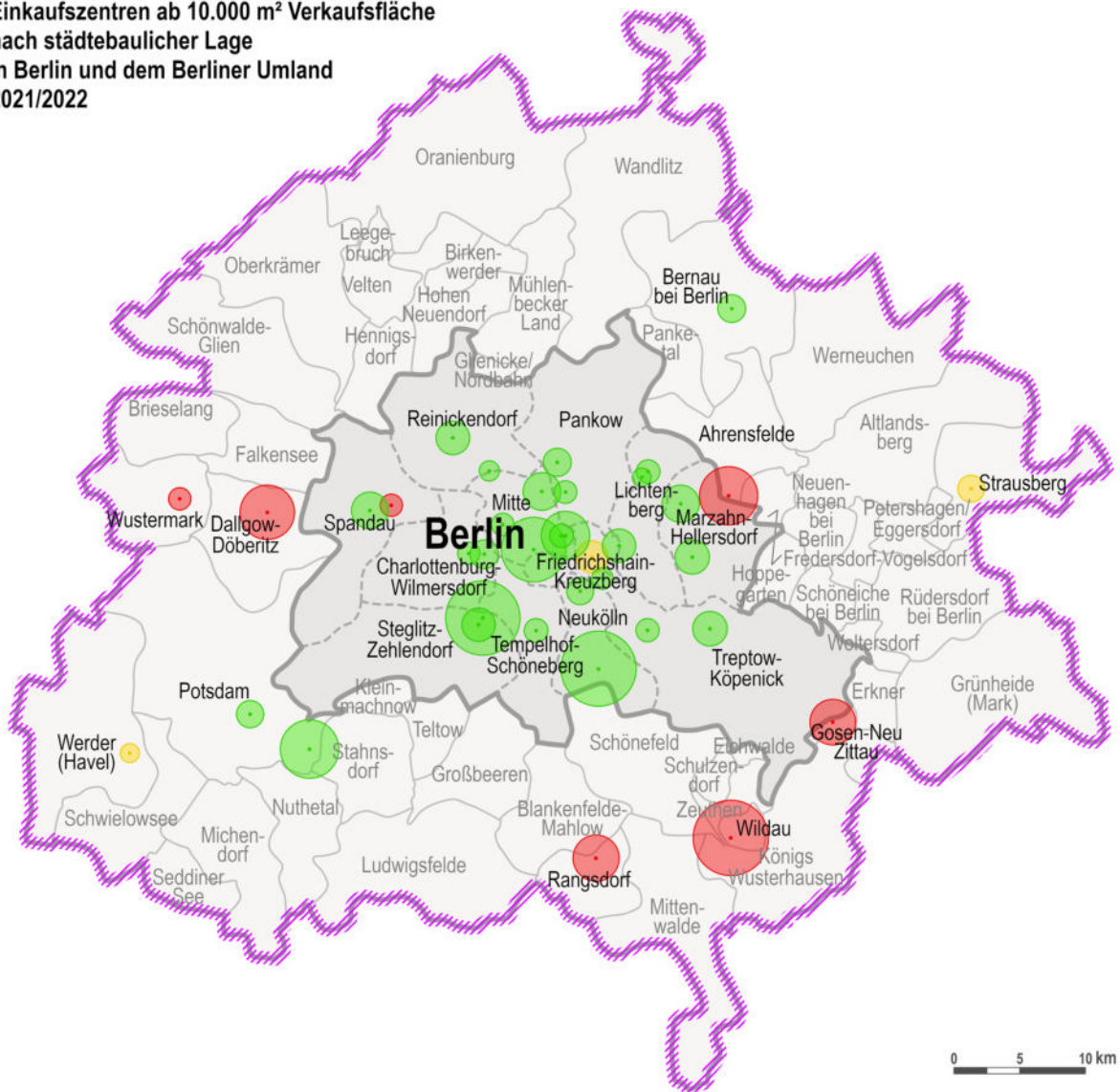
Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Im Land Brandenburg verfügen Einkaufs- und Direktverkaufszentren über rund ein Siebtel der Gesamtverkaufsfläche in Nutzung. 17 der 21 Center mit mehr als 10.000 m² Verkaufsfläche sind in den Brandenburger Oberzentren oder im Berliner Umland angesiedelt, da

sie auf ein großes Kundenpotenzial in ihrem Einzugsbereich angewiesen sind. Ansonsten sind Einkaufszentren dieser Größe nur in wenigen, meist einwohnerstärkeren Mittelzentren wie Neuruppin und Schwedt/Oder errichtet worden.

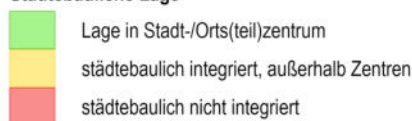
Einkaufszentren ab 10.000 m² Verkaufsfläche nach städtebaulicher Lage in Berlin und dem Berliner Umland 2021/2022



Verkaufsfläche in m²



Städtebauliche Lage



Grenze



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Accoella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Die 21 großen Center machen allein gut 80 % der genutzten Verkaufsfläche in Brandenburger Shopping Centern aus. Einzelne Center an der Berliner Stadtkante, die bereits in der ersten Hälfte der 1990er Jahre errichtet wurden, übernehmen auch Versorgungsfunktionen für angrenzende Berliner Wohngebiete, so etwa der Kaufpark Eiche in Ahrensfelde und der Müggelpark in Gosen-Neu Zittau. Im Gegensatz zum Land Berlin befindet sich im Land Brandenburg mehr als die Hälfte der großen Einkaufszentren in städtebaulich nicht integrierten Einzellagen.

Im Vergleich zur Vorgängererhebung ist im Land Brandenburg die genutzte Verkaufsfläche in Shopping Centern rechnerisch noch angestiegen. Dieses Ergebnis sollte jedoch nicht überinterpretiert werden, da die Einstufung von Einzelhandelslagen als Einkaufszentren oder Fachmarkttagglomeration in den verschiedenen Erhebungen in einigen Fällen voneinander abweicht und zunehmend schwierig wird. Hierzu trägt auch die Aufwertung und Weiterentwicklung von Fachmarkttagglomerationen bei, etwa wenn die für Einkaufszentren typischen Merkmale wie eine überdachte gemeinsame Mall nachträglich bei einem Fachmarktzentrum errichtet wird. Methodisch zu berücksichtigen ist ferner, dass bundesweit keine abschließende Definition des Begriffs „Einkaufszentrum“ existiert, sondern jeweils eine Beurteilung im Einzelfall anhand vieler verschiedener Kriterien vorzunehmen ist. Der Vergleich der genutzten Verkaufsfläche von Shopping Centern, die in beiden Brandenburger Erhebungen als solche eingestuft wurden, ergibt gegenüber der Erhebung 2015/2016 eine auf Landesebene fast gleichbleibende Verkaufsfläche in Einkaufszentren.

Als Sonderform des Einkaufszentrums existiert zudem am westlichen Berliner Ring in der Gemeinde Wustermark ein Designer Outlet Center, das langjährig einzige **Hersteller-Direktverkaufszentrum** (FOC) in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. Dieses bereits

im Jahr 2000 eröffnete FOC hat einen weiten Kundeneinzugsbereich, der auch auf die Metropole Berlin und das Oberzentrum Potsdam abzielt. Erst im Jahr 2017 wurde ein weiteres, aber sehr viel kleineres Hersteller-Direktverkaufszentrum in der Stadt Schwarzhöhe (Landkreis Oberspreewald-Lausitz) eröffnet. Die Ansiedlung von FOC mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5.000 m² ist gemäß des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) nur in der Metropole Berlin und den vier Oberzentren im Land Brandenburg und nicht in Mittelzentren möglich, damit raumverträgliche Handelsstrukturen gewährleistet bleiben.

Neben den Einkaufszentren bilden auch **Agglomerationen von Fach- und Verbrauchermärkten** ein bedeutendes Segment im Einzelhandel.¹⁵ Charakteristisch in diesen Agglomerationen ist das im Vergleich zu Einkaufszentren noch dominanter Auftreten großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten und ein sehr geringer Flächenanteil von Gastronomie und sonstigen Dienstleistern.

Eine Vergleichbarkeit der Kategorie Fach- und Verbrauchermarkttagglomerationen ist zwischen den Erhebungen in den Ländern Berlin und Brandenburg nur eingeschränkt möglich, da für das Land Berlin, anders als für das Flächenland Brandenburg, eine zweigliedrige Struktur der Fachmarkt-Ansiedlungsbereiche besteht und hier nur Fachmarkttagglomerationen außerhalb der ausgewiesenen städtischen Zentren in städtebaulich nicht integrierten Lagen als solche eingestuft wurden. Auf die 18 gesamtstädtisch relevanten Standorte von Fachmarkttagglomerationen im Land Berlin entfällt allein rund 14 % der gesamten Verkaufsfläche. Hierzu rechnen gemäß Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 ausgewiesene Standorte mit in der Regel mindestens 15.000 m² Gesamtverkaufsfläche, an denen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten gebündelt werden soll. Typisch sind insbesondere großformatige Bau- und Möbelmärkte, die in der Regel

¹⁵ Es handelt sich dabei definitionsgemäß um mindestens zwei Fachmärkte, die in engem räumlichen Zusammenhang stehen (z. B. gemeinsamer Parkplatz, Zufahrt) und fußläufig voneinander entfernt sind.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

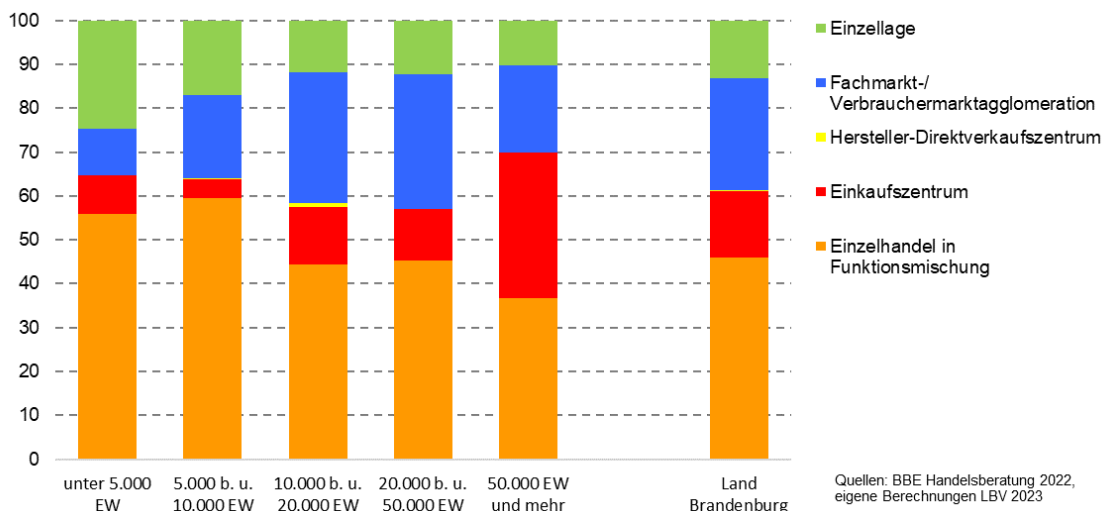
nur außerhalb der Zentrenlagen realisierbar sind. An diesen Standorten ist insgesamt gegenüber der vorangegangenen Erhebung 2015/2016 ein starker Flächenzuwachs von rund einem Fünftel zu konstatieren. Hervorzuheben sind insbesondere weitere Ansiedlungen in den Fachmarkttagglomerationen Landsberger Allee (Bezirk Lichtenberg) und Schnellerstraße (Treptow-Köpenick) sowie die Eröffnung von Möbel- und Baumärkten am Standort Pilgramer Straße (Marzahn-Hellersdorf) im Jahr 2017. Hinzu kommen flächenmäßig kleinere Verbundstandorte mit niedrigerer Hierachiestufe außerhalb dieser Kulisse, vorwiegend in übergeordneten und bezirklichen Fachmarktstandorten.

Fach- und Verbrauchermarkttagglomerationen haben für den Einzelhandel im Land Brandenburg nach wie vor eine hohe Bedeutung, da sie 25 % der genutzten Verkaufsfläche ausmachen. Dies trifft noch verstärkt auf die Gruppe der Klein- und Mittelstädte mit zwischen 10.000 bis unter 50.000 Einwohnerinnen und Einwohnern (EW) zu, die im Vergleich zu den größeren Städten in der Regel einen wesentlich geringeren Verkaufsflächenbesatz in Einkaufszentren haben. Im Kontrast zum Land Berlin treten im Land Brandenburg infolge des meist geringeren Kundenpotenzials tendenziell deutlich kleinere Fachmarkttagglomerationen auf, die auch mehr Betriebe unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit aufweisen.

Anders als die zuvor genannten, vielfach gezielt angelegten Agglomerationen, ist der **Einzelhandel in Funktionsmischung** in stark frequentierten Lagen zumeist „organisch“ gewachsen. Diese vorwiegend als Geschäftsstraßen und Ladenzeilen bestehende Agglomerationsform bildet eine städtebaulich-räumliche oder funktional erkennbare Einheit. Sie ist durch einen oft sehr viel höheren Anteil an kleineren Einzelhandelsbetrieben, einen geringeren Filialisierungsgrad und einen höheren Besatz an Dienstleistern und anderen Funktionen wie innerstädtisches Wohnen gekennzeichnet.

Für die Einzelhandelserhebungen im Land Brandenburg liegt eine durchgängige Zuordnung der Einzelhandelsbetriebe nach dem sogenannten Lagedetail vor. Danach ist 46 % der genutzten Verkaufsfläche und sogar 67 % der Betriebe in Funktionsmischung lokalisiert. Gegenüber der Erhebung 2015/2016 ging der Bestand der genutzten Verkaufsflächen in Funktionsmischung allerdings um 5,0 % zurück und somit deutlich stärker als die Gesamtverkaufsfläche im Land Brandenburg (-2,9 %). Bezogen auf die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in Funktionsmischung fiel der Rückgang mit knapp 17 % ebenfalls noch höher aus bei allen Betrieben (-15 %). Die Verminderung ging in erster Linie zu Lasten des Lebensmittelhandwerks und des Facheinzelhandels, deren Bestand um rund ein Fünftel schrumpfte.

Verkaufsflächenanteile nach Lagedetail und Gemeindegrößenklasse im Land Brandenburg 2021/2022



Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

4 Versorgungsdichte im Einzelhandel

Die **Versorgungsdichte**, d. h. die in Nutzung befindliche Verkaufsfläche je Einwohnerin und Einwohner, liegt in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg in den Jahren 2021/2022 bei durchschnittlich 1,36 m². Die Verkaufsflächenausstattung unterscheidet sich allerdings zwischen den Ländern Berlin und Brandenburg erheblich. In der Metropole Berlin mit ihrem sehr hohen Kundenpotenzial entfällt rechnerisch „nur“ 1,16 m² Verkaufsfläche je EW, im deutlich dünner besiedelten Land Brandenburg hingegen 1,66 m² je EW.¹⁶ Zu berücksichtigen ist jedoch, dass in absoluten Zahlen die genutzte Verkaufsfläche im Land Berlin dennoch höher ausfällt als die des gesamten Landes Brandenburg.

Innerhalb des Landes Berlin bestehen auf der Bezirksebene deutliche Unterschiede in der Verkaufsflächenausstattung. Die höchste Versorgungsdichte erzielt der Bezirk Mitte, u. a. mit dem Zentrumsbereich Alexanderplatz, Friedrichstraße, Potsdamer Platz/Leipziger Platz. Auf Platz zwei folgt der Bezirk Tempelhof-Schöneberg, der auch Teile der City West und des Hauptzentrums Schloßstraße umfasst. Bereits auf Platz drei der Versorgungsdichte ist der Außenbezirk Marzahn-Hellersdorf mit seinen vielen Stadt- und Ortsteilzentren und den flächenträchtigen Fachmarkttagglomerationen. Leicht überdurchschnittlich ist die Versorgungsdichte auch im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf mit der City West. Über die niedrigste Versorgungsdichte verfügt hingegen der auch in seiner Ausdehnung kleinste und mit Abstand am dichtesten besiedelte Berliner Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg.

Bei einer kleinräumigen Betrachtung innerhalb der Bezirke zeigt sich auf Ebene der 58 Berliner Prognosereäume ein sehr differenziertes Bild mit einer Spannweite in der Versorgungsdichte zwischen 0,31 m² Verkaufsfläche je EW im Prognoseraum Lichtenberg Süd

(Bezirksregionen Rummelsburger Bucht und Karlshorst) und 2,71 m² Verkaufsfläche je EW im Prognoseraum Zentrum des Bezirks Mitte (u. a. Bezirksregionen Alexanderplatz und Regierungsviertel).¹⁷ Hohe Versorgungsdichten können dabei durch unterschiedliche Faktoren resultieren, so durch die innerstädtische Lage in einem höherrangigen Zentrum, eine erhebliche Flächenausstattung mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten in zumeist großflächigen Fachmärkten und/oder einer vergleichsweise geringen Bevölkerungszahl des jeweiligen Prognoseraums.

Versorgungsdichte im Einzelhandel in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

	Verkaufsfläche in m ² je EW
Berliner Bezirk	
Mitte	1,53
Friedrichshain-Kreuzberg	0,86
Pankow	0,99
Charlottenburg-Wilmersdorf	1,25
Spandau	1,21
Steglitz-Zehlendorf	1,04
Tempelhof-Schöneberg	1,44
Neukölln	1,01
Treptow-Köpenick	1,22
Marzahn-Hellersdorf	1,40
Lichtenberg	0,95
Reinickendorf	0,89
Land Berlin	1,16
Berliner Umland	1,67
Weiterer Metropolenraum	1,66
Land Brandenburg	1,66
Hauptstadtregion	1,36

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

¹⁶ Die Angaben zur Versorgungsdichte im Land Berlin beziehen sich auf die Einwohnerzahl gemäß Einwohnerregister, u. a. da nur in dieser Statistik kleinräumige Angaben vorliegen. Bei Verwendung der niedrigeren Einwohnerzahl gemäß amtlicher Bevölkerungsfortschreibung läge die Versorgungsdichte bei 1,19 m² Verkaufsfläche je EW.

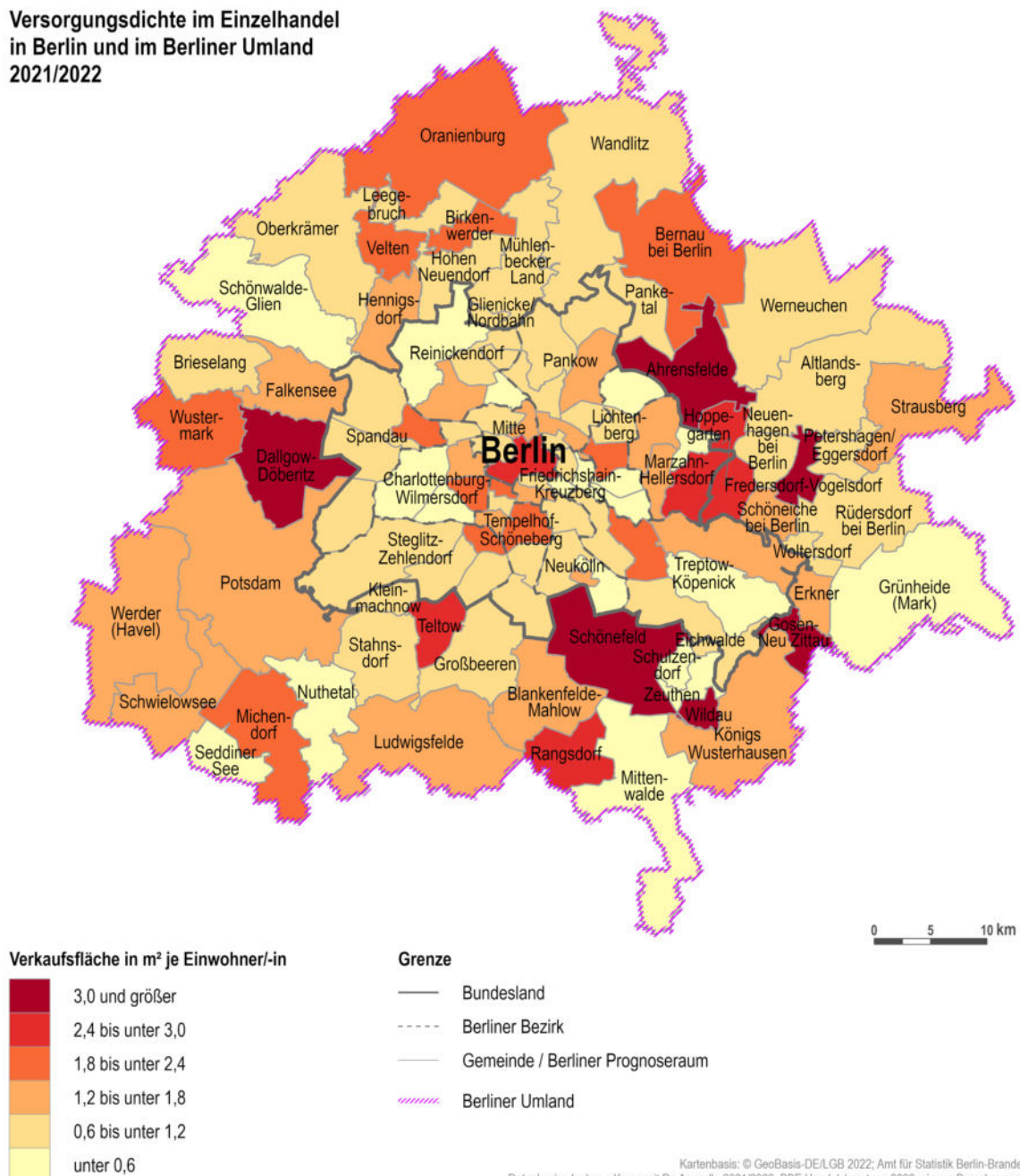
¹⁷ Die Prognosereäume stellen die oberste Hierarchieebene der lebensweltlich orientierten Räume (LOR 2021) dar, die die lebensweltliche Homogenität von Gebieten abbilden sollen und für Beobachtungs-, Planungs- und Prognosezwecke der Fachverwaltungen herangezogen werden.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Im Vergleich zur Einzelhandelserfassung 2015/2016 nahm die Versorgungsdichte im Einzelhandel im Land Berlin von 1,24 m² auf 1,16 m² Verkaufsfläche je EW (entspricht rund 7 %) ab. Dies ist aber im Wesentlichen auf den erheblichen Bevölkerungsanstieg zurückzuführen, da der Rückgang der genutzten Verkaufsfläche nur 1,3 % betrug. Auf bezirklicher Ebene besteht ein uneinheitlicher Trend bei der Entwicklung der Versorgungsdichte.

Deutliche Rückgänge in der Versorgungsdichte hatten insbesondere die Bezirke Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf, was in erster Linie auf den Rückgang an genutzter Verkaufsfläche beruht. Zum kleineren Teil für den rechnerisch überdurchschnittlichen Rückgang der Verkaufsfläche in diesen beiden Bezirken zudem ursächlich, dass hier Daten der jüngsten Flächenerhebungen eingeflossen sind, die etwa ein Jahr später als in den anderen Berliner Bezirken gewonnen wurden.

Versorgungsdichte im Einzelhandel in Berlin und im Berliner Umland 2021/2022



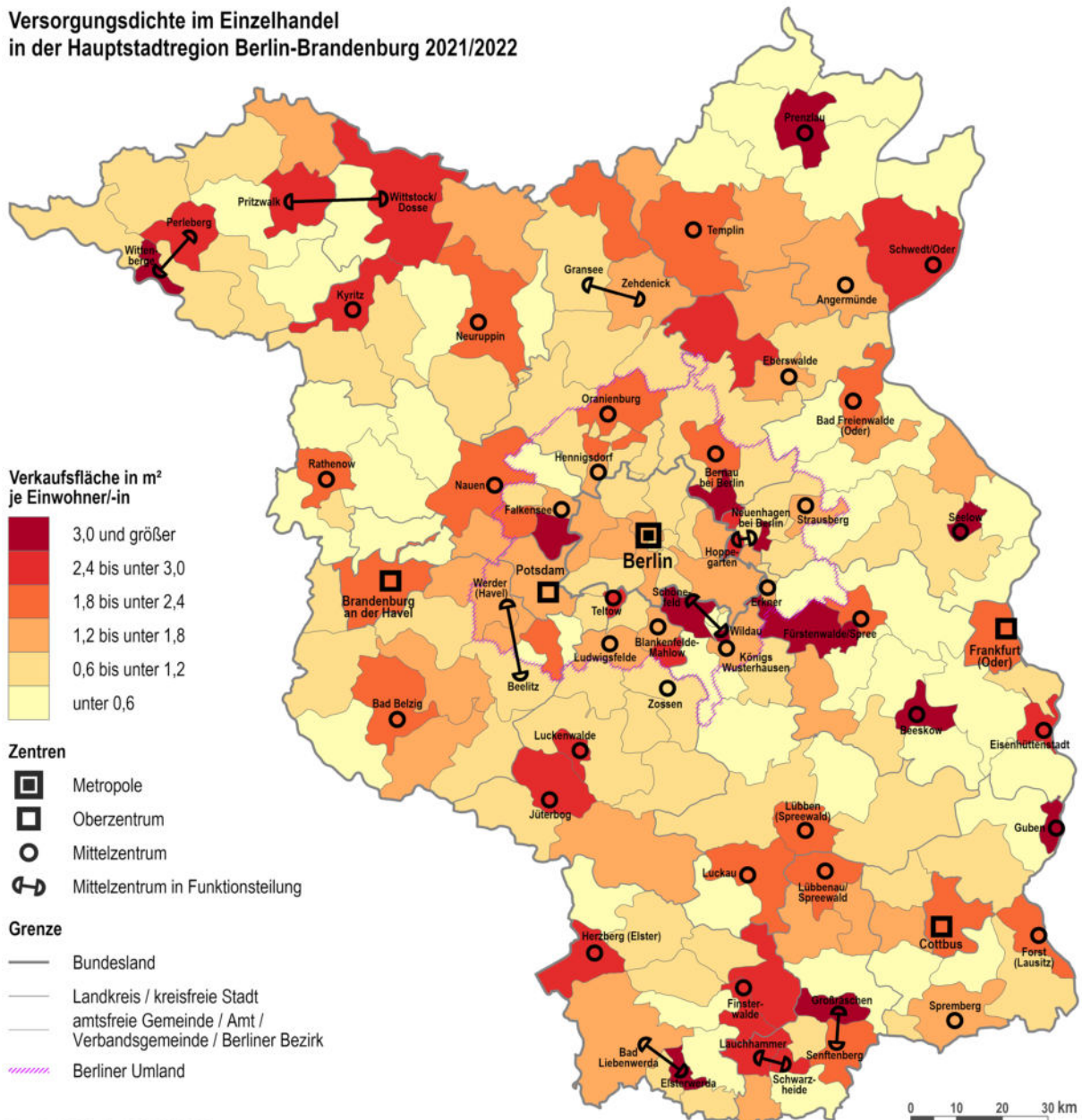
Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Dadurch werden die im Zeitverlauf gestiegenen Betriebsaufgaben im stationären Einzelhandel in Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf sichtbarer als bei den anderen Bezirken.

Zu einer Erhöhung der Versorgungsdichte kam es aufgrund von Ausweitungen der Verkaufsfläche hingegen in einigen östlichen Bezirken, insbesondere Marzahn-Hellersdorf und Treptow-Köpenick.

Im Vergleich zur Einzelhandelserfassung 2015/2016 nahm die Versorgungsdichte im Einzelhandel im Land Brandenburg von 1,75 auf 1,66 m² Verkaufsfläche je EW (entspricht rund 5 %) ab. Die quantitative Ausstattung Brandenburgs ist weiterhin als hoch einzustufen. Dies gilt sowohl bei einer Differenzierung nach Strukturräumen als auch für die meisten kreisfreien Städte und Landkreise. Im Berliner Umland ist die Versorgungsdichte gegenwärtig nahezu gleich hoch wie im erheblich dünner besiedelten Weiteren Metropolitanraum.

Versorgungsdichte im Einzelhandel in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Der Rückgang der Versorgungsdichte gegenüber den Jahren 2015/2016 beruht im Berliner Umland, ähnlich wie im Land Berlin, fast ausschließlich auf dem Bevölkerungswachstum, während die Abnahme der Verkaufsfläche nur sehr gering ausfiel. Im Weiteren Metropolitanraum ist die gesunkene Versorgungsdichte allein auf den deutlichen Rückgang an genutzter Verkaufsfläche zurückzuführen, zumal sich die Einwohnerzahl in diesem Strukturraum geringfügig verringerte.

Die Versorgungsdichte ist in den **Zentralen Orten** Brandenburgs mit durchschnittlich 2,09 m² Verkaufsfläche je EW fast doppelt so hoch wie in den nicht Zentralen Orten (1,09 m² Verkaufsfläche je EW). Im Berliner Umland fällt die tendenziell höhere Verkaufsflächenausstattung der Zentralen Orte weniger eindeutig aus als im Weiteren Metropolitanraum. Hierzu trägt bei, dass in einigen an das Land Berlin angrenzenden Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion (z. B. Ahrensfelde, Dallgow-Döberitz, Rangsdorf) bereits bis Mitte der 1990er Jahre große Einkaufszentren an autoaffinen Standorten errichtet wurden und dass Potsdam als Oberzentrum und Landeshauptstadt eine relativ niedrige Versorgungsdichte aufweist, da es hier in Teilen zu einer Mitversorgung durch das Land Berlin kommt. Im Weiteren Metropolitanraum treten die Zentralen Orte zu meist durch eine erheblich überdurchschnittliche Versorgungsdichte hervor. Dies trifft insbesondere auf kleinere Zentrale Orte wie Seelow und Beeskow zu, aber auch auf größere Zentrale Orte in sehr ländlich strukturierten Räumen wie Prenzlau in der Uckermark und Rathenow im Havelland.

Im Vorfeld der aktuellen Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg wurden zu Analyse Zwecken 49 **Verflechtungsbereiche** abgegrenzt, die sich jeweils aus einem Zentralen Ort und Gemeinden in deren Verflechtungsbereich zusammensetzen.¹⁸ Es zeigt sich, dass die Zentralen Orte ihren jeweiligen Verflechtungsbereich in der Versorgungsdichte in den meisten Fällen

deutlich übertreffen, worin sich der Bedeutungsüberschuss der Zentralen Orte und die raumordnerische Steuerung des großflächigen Einzelhandels auf die Ober- und Mittelzentren widerspiegelt. Die Analyse macht insgesamt deutlich, dass die Zentralen Orte in aller Regel eine erhebliche Versorgungsfunktion für die Gemeinden im Verflechtungsbereich aufweisen. Den Spitzenwert erzielt dabei das Mittelzentrum Schönefeld-Wildau (5,80 m² Verkaufsfläche je EW) mit einer großen Fachmarkttagglomeration und einem großen Einkaufszentrum. Signifikant niedrigere Versorgungsdichten in Zentralen Orten als in ihren Gemeinden im Verflechtungsbereich treten dagegen nur in drei Fällen auf (Verflechtungsbereiche Neuenhagen bei Berlin-Hoppegarten, Blankenfelde-Mahlow und Falkensee) und beruhen primär auf in den 1990er Jahren entstandenen Einkaufszentren außerhalb der Zentralen Orte.

Kleinräumig, d. h. auf Ebene der amtsfreien Gemeinden, Ämter und der Verbandsgemeinde Liebenwerda, besteht im Land Brandenburg eine sehr große Spannweite in der Versorgungsdichte. Ein hoher Einzelhandelsbesatz tritt lokal vor allem in den einwohnerstärkeren amtsfreien Gemeinden ab 10.000 EW auf, bei denen es sich vielfach um Mittelzentren handelt.

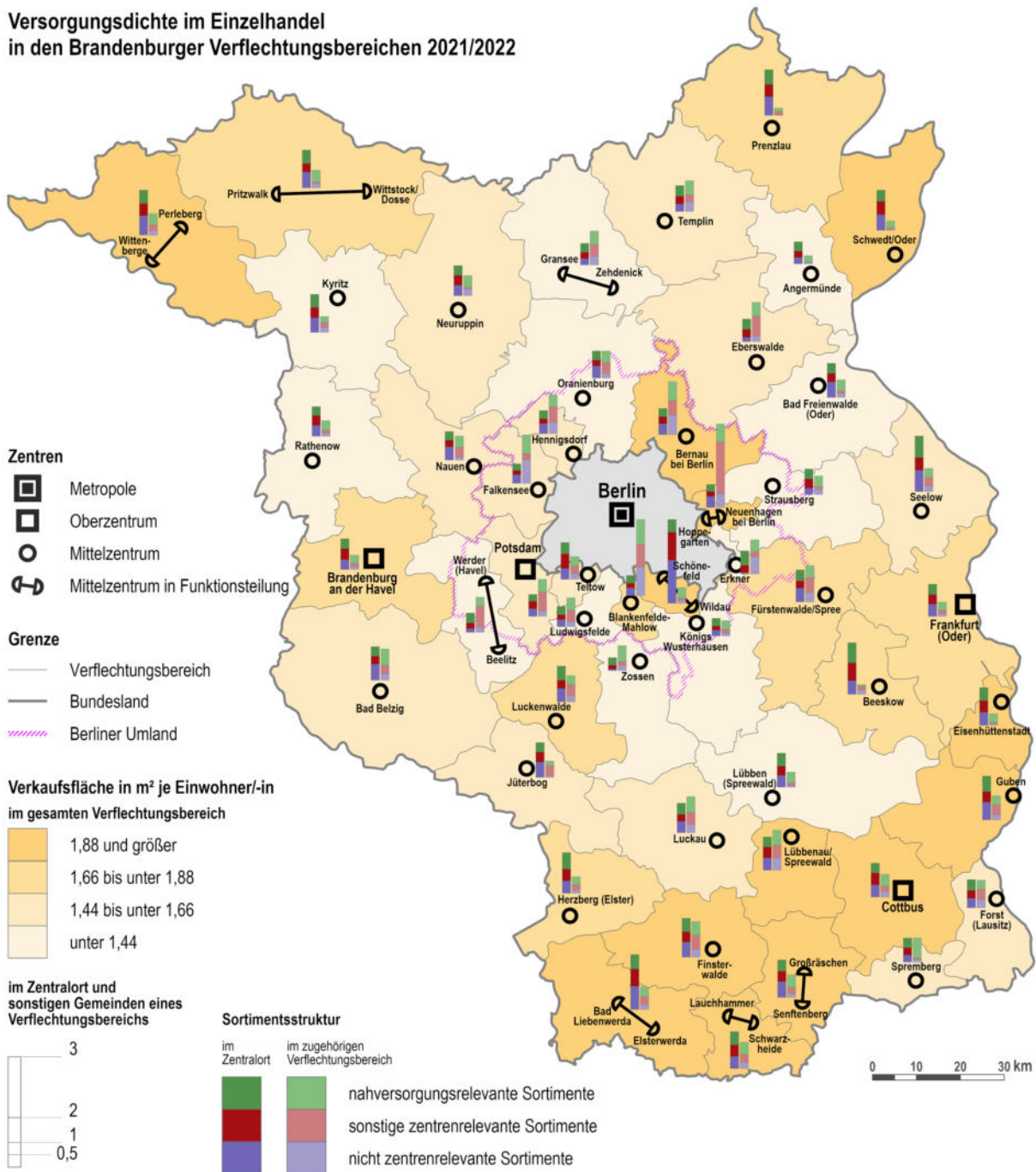
Bei einer noch kleinräumigen Differenzierung zeigt sich, dass 15 % aller 413 Brandenburger Gemeinden über gar keine stationären Einzelhandelsbetriebe verfügen. Diese ausnahmslos im Weiteren Metropolitanraum gelegenen amtsangehörigen Gemeinden mit in der Regel weniger als 1.000 EW vereinen auf sich allerdings auch nur knapp 2 % der Bevölkerung Brandenburgs und haben offenbar nicht das notwendige Nachfragepotenzial, um Einzelhandel wirtschaftlich betreiben zu können.

meinden zu anderen Mittelzentren. Bei neun dieser Verflechtungsbereiche bilden jeweils zwei Gemeinden ein Mittelzentrum in Funktionsteilung. Die Zentralen Orte sind aus ihren Verflechtungsbereichen im Individualverkehr zumeist in maximal 45 Minuten erreichbar.

¹⁸ Die Abgrenzung der Verflechtungsbereiche erfolgte in Abstimmung mit der Gemeinsamen Landesplanungsabteilung in Anlehnung an die Kulisse der vormaligen Mittelbereiche, berücksichtigt zudem Neufestlegungen von Zentralen Orten im LEP HR, administrative Änderungen und im Zeitverlauf eingetretene Umorientierungen einzelner Ge-

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Versorgungsdichte im Einzelhandel
in den Brandenburger Verflechtungsbereichen 2021/2022



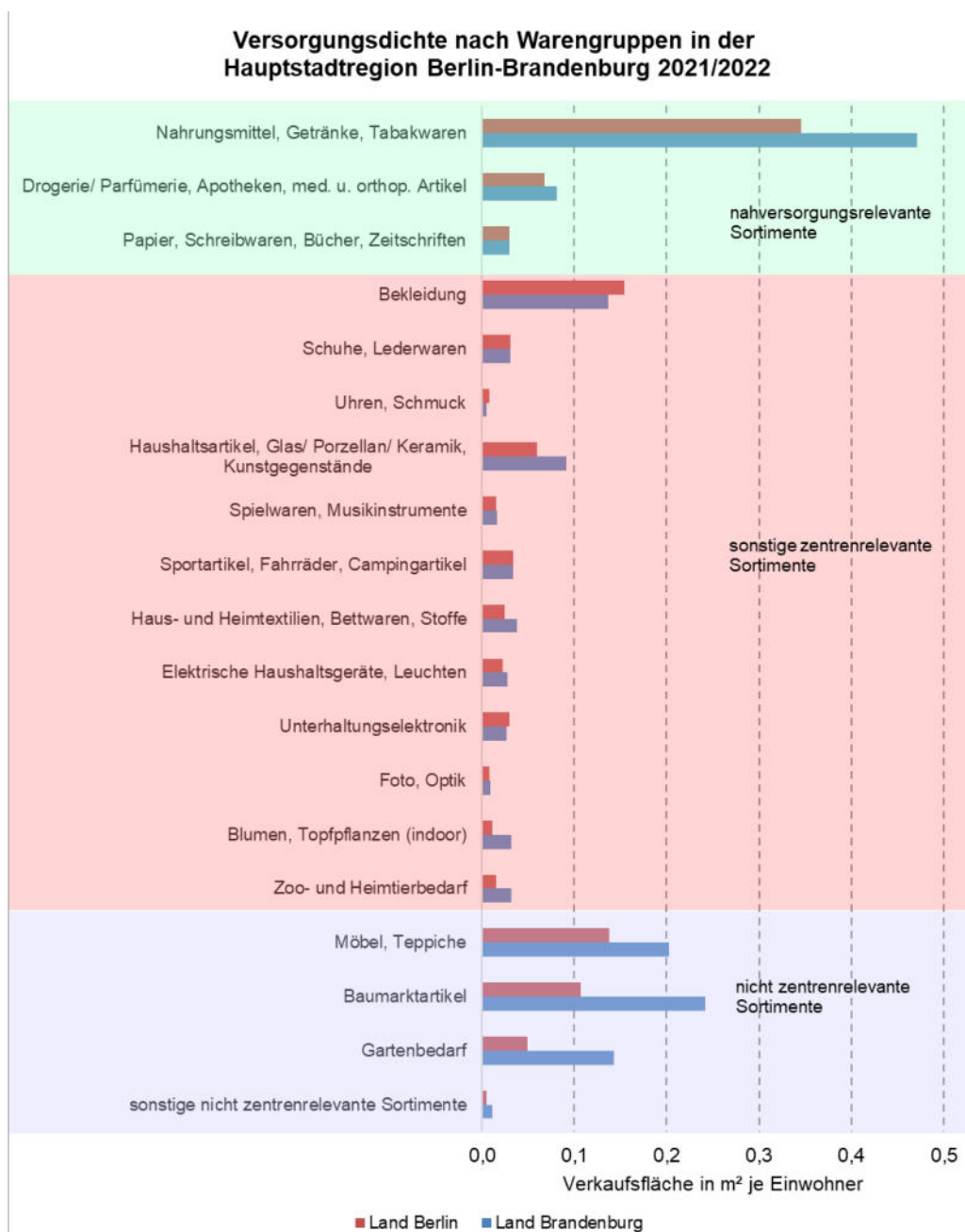
Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

5 Sortimentsstruktur und Fristigkeit der Sortimente

Der Einzelhandel umfasst eine Vielzahl unterschiedlicher Warengruppen und Sortimente, die sich im Hinblick auf ihre Flächenansprüche, die Fristigkeit des Bedarfs, d. h. die Häufigkeit der Nachfrage, die Zentrenorientierung und verkehrliche Erreichbarkeit deutlich voneinander unterscheiden. Ein Ziel der Raumord-

nungsplanung ist es, leistungsfähige und vielfältige Innenstädte und Ortszentren auch im Hinblick auf die Einzelhandelsausstattung zu erhalten, was zu einer verbrauchernahen Versorgung und Verkehrsvermeidung beitragen soll. Deshalb sind bei Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe die innerörtliche Lage und die Zentrenrelevanz der vorgesehenen Sortimente wichtige Beurteilungskriterien.



Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Die 34 erhobenen Sortimentsgruppen lassen sich zu Warengruppen aggregieren und nach der Konsumhäufigkeit zu drei Bedarfsstufen zusammenfassen, die auch für die Steuerung von Ansiedlungsbegehren des großflächigen Einzelhandels von Relevanz sind: zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung, sonstige zentrenrelevante Sortimente und nicht zentrenrelevante Sortimente, die in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg überschlägig jeweils etwa ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche einnehmen.

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen primär der wohnortnahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen oder täglichen Bedarfs und weisen eine hohe Flächenproduktivität (Umsatz je m² Verkaufsfläche) auf. Zu diesen Sortimentsgruppen rechnen neben Nahrungs- und Genussmitteln u. a. auch Drogerieartikel, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel sowie Schreibwaren und Bücher. In der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg entfallen knapp 37 % der genutzten

Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Die flächenbezogen größte Untergruppe bilden Nahrungs- und Genussmittel mit einem Anteil von 29 % an der Gesamtverkaufsfläche.

Im Land Berlin nahm, entgegen der Verkaufsflächenentwicklung insgesamt, die Fläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten gegenüber der vorangegangenen Erhebung der Jahre 2015/2016 um knapp 5 % und im Berliner Umland um knapp 4 % zu. Selbst im Weiteren Metropolenraum sank die Verkaufsfläche bei diesen Warengruppen nur geringfügig ab, d. h. um rund 1 %. Die in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg im Vergleich zum gesamten stationären Einzelhandel relativ positive Flächenentwicklung bei Sortimenten der Nahversorgung beruht in erster Linie auf der Flächenexpansion bei Nahrungs- und Genussmitteln, die etwa vier Fünftel der Verkaufsfläche bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausmachen. Daneben nahm auch die Fläche mit Drogeriewaren und

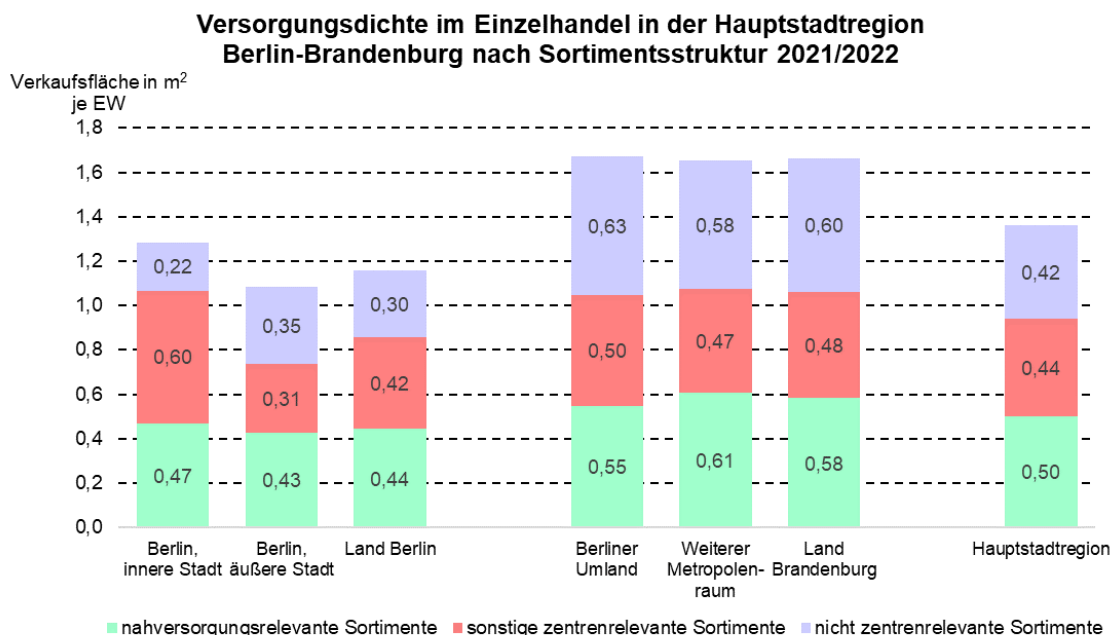
Verkaufsfläche des Einzelhandels in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg nach Sortimentsstruktur 2015/2016 und 2021/2022*

Erhebung	nahversorgungsrelevante Sortimente	sonstige zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente	Gesamtfläche
Land Berlin				
2015/2016	1.591.000	1.813.000	1.016.000	4.421.000
2021/2022	1.669.000	1.567.000	1.128.000	4.364.000
prozentuale Entwicklung	4,9	-13,6	11,0	-1,3
Berliner Umland				
2015/2016	539.000	526.000	652.000	1.716.000
2021/2022	560.000	510.000	641.000	1.711.000
prozentuale Entwicklung	3,9	-3,0	-1,7	-0,3
Weiterer Metropolenraum				
2015/2016	931.000	763.000	939.000	2.633.000
2021/2022	918.000	711.000	882.000	2.511.000
prozentuale Entwicklung	-1,4	-6,8	-6,1	-4,6
Land Brandenburg				
2015/2016	1.470.000	1.288.000	1.590.000	4.349.000
2021/2022	1.478.000	1.222.000	1.523.000	4.222.000
prozentuale Entwicklung	0,5	-5,2	-4,3	-2,9
Hauptstadtregion				
2015/2016	3.061.000	3.102.000	2.606.000	8.769.000
2021/2022	3.147.000	2.788.000	2.650.000	8.586.000
prozentuale Entwicklung	2,8	-10,1	1,7	-2,1

* Angaben gerundet

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022



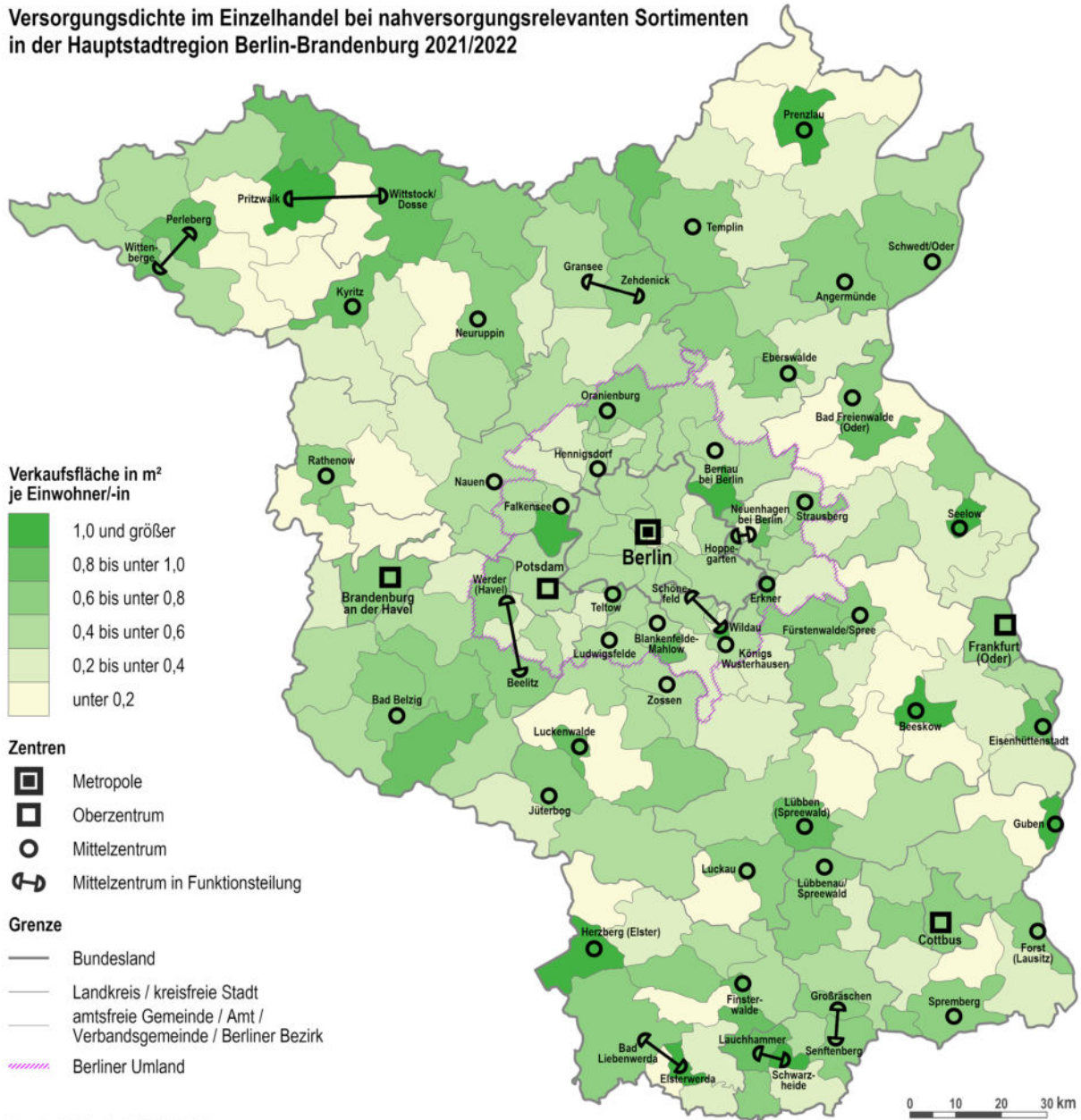
Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Kosmetik deutlich zu. Offensichtlich hat der Lebensmitteleinzelhandel sich überdurchschnittlich entwickelt und von Nachfrageverschiebungen profitiert. Hier dürfte auch zum Tragen gekommen sein, dass der Handel mit Lebensmitteln, anders als der Großteil des Nonfood-Handels nicht von Lockdowns während der Pandemie betroffen war und sich die lang andauernden Schließungen im Gastronomiebereich sowie der Trend zu Home Office zugunsten des Lebensmittelhandels ausgewirkt haben.

Im Sinne einer angestrebten möglichst flächendeckenden Grundversorgung, vor allem mit Nahrungs- und Genussmitteln, wird im Folgenden die Versorgungsdichte bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten genauer analysiert. Im Land Berlin zeichnen sich auf der Ebene der Prognoseräume keine starken räumlichen Ungleichgewichte oder Defizite ab. So wird eine Versorgungsdichte von 0,2 m² Verkaufsfläche je EW in keinem Prognoseraum unterschritten und ein Großteil der Prognoserräume weist eine Versorgungsdichte auf, die vom Durchschnitt der Gesamtstadt nur relativ gering abweicht.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Versorgungsdichte im Einzelhandel bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Acoella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Größte Warengruppen nach Verkaufsfläche in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022*

	Verkaufsfläche in m ²	Anteil Warengruppe an Gesamt- verkaufsfläche	Verkaufs- flächenanteil im großflächigen Einzelhandel	prozentuale Entwicklung der Verkaufsfläche gegenüber 2015/2016
Land Berlin				
1. Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	1.301.000	29,8	51,8	6,0
2. Bekleidung	583.000	13,3	59,7	-18,1
3. Möbel, Teppiche	519.000	11,9	84,2	16,8
4. Baumarktartikel	402.000	9,2	88,5	6,0
5. Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	254.000	5,8	29,2	9,8
Land Brandenburg				
1. Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	1.196.000	28,3	56,6	-0,8
2. Baumarktartikel	615.000	14,6	85,6	-5,6
3. Möbel, Teppiche	515.000	12,2	88,5	-2,6
4. Gartenbedarf	363.000	8,6	89,6	-4,9
5. Bekleidung	347.000	8,2	40,5	-8,9
Hauptstadtregion				
1. Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	2.497.000	29,1	54,1	2,6
2. Möbel, Teppiche	1.034.000	12,0	86,4	6,3
3. Baumarktartikel	1.017.000	11,8	86,7	-1,4
4. Bekleidung	930.000	10,8	52,5	-14,9
5. Gartenbedarf	551.000	6,4	91,1	0,7

* Angaben gerundet

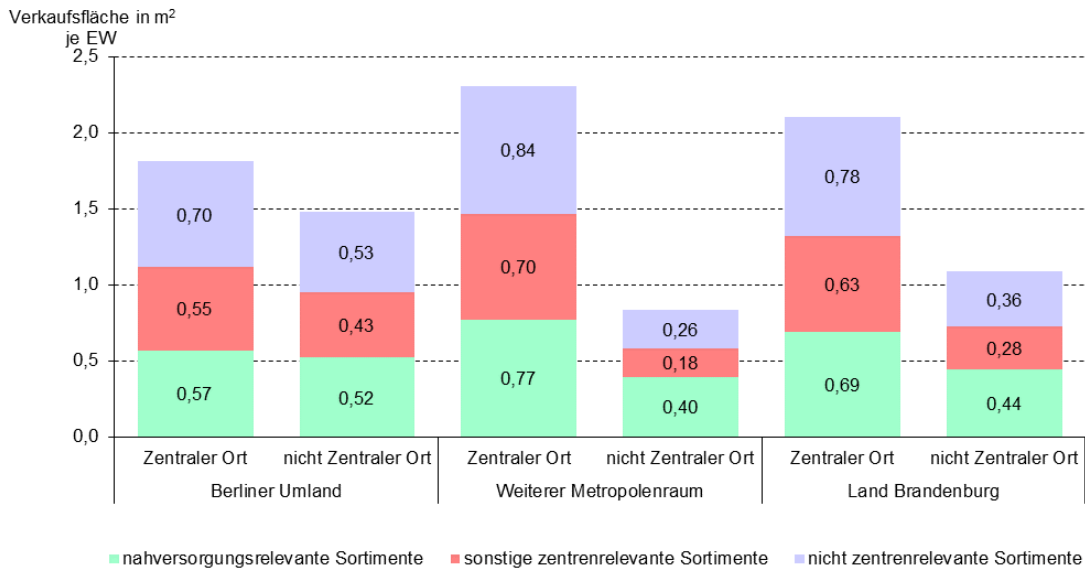
Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Im Flächenland Brandenburg bestehen bei der Nahversorgung hingegen kleinräumig gravierende Unterschiede, d. h. bereits auf der Ebene der Gemeindeverbände, deren administrative Fläche vielfach größer ist als die von Berliner Bezirken. Im stärker verdichteten Berliner Umland mit seinem großen Kundenpotenzial zeigen sich dabei nur relativ geringe Defizite. Ausgesprochen hohe Versorgungsdichten in der Nahversorgung erzielen einige Berlin nahe Gemeinden wie Dallgow-Döberitz, Wildau und Rangsdorf, die große Einzelhandelsagglomerationen aufweisen und teilweise auch Kaufkraftabflüsse aus dem Land Berlin generieren. Im deutlich ländlich geprägtem Weiteren Metropolenraum ist die Versorgungsdichte in der Nahversorgung je EW im Mittel sogar leicht höher als im Berliner Umland und deutlich höher als im Land Berlin. Dennoch ist die Nahversorgung weitaus weniger in der Fläche verankert. Vielmehr besteht eine erhebliche Flächenkonzentration

von Sortimenten der Nahversorgung in den oft einwohnerstärkeren Zentralen Orten, die im Weiteren Metropolenraum bei der Nahversorgung im Durchschnitt eine fast doppelt so hohe Versorgungsdichte je EW aufweisen als nicht Zentrale Orte.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Versorgungsdichte nach Sortimentsstruktur und Zentralort-Status der Gemeinden im Land Brandenburg 2021



Quellen: BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Erhebliche regionale Unterschiede in der Versorgungsstruktur und -dichte sind innerhalb des Landes Brandenburg somit auch im **Lebensmittelhandel** vorhanden, der den Großteil der Nahversorgung stellt. Auf der untersten administrativen Ebene, den 413 Gemeinden im Land Brandenburg, verfügt rund ein Fünftel, fast ausnahmslos Klein- und Kleinstgemeinden mit weniger als 2.000 EW, über keinerlei Lebensmittelhandel. In dieser Gemeindegrößenklasse ist der Lebensmittelhandel ansonsten meist nur in Teilsegmenten vertreten, etwa durch Lebensmittelhandwerk, Getränkehandel und Landhandel. Mit steigender Einwohnerzahl und somit steigendem Kundenpotenzial nimmt hingegen die Versorgungsdichte und die Vielfalt des Lebensmittelhandels erheblich zu. So verfügt bereits der Großteil der Gemeinden mit zwischen 2.000 und unter 5.000 EW über großflächigen Lebensmittelhandel, vielfach in Form von Lebensmitteldiscountern. Sehr großflächige Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser erfordern hingegen eine noch deutlich höhere Lebensmittelnachfrage und sind charakteristisch für Gemeinden ab 20.000 EW. Zu berücksichtigen ist auch, dass im Lebensmittelhandel der Trend zur Konzentration nicht nur auf der räumlichen, sondern auch auf der betrieblichen

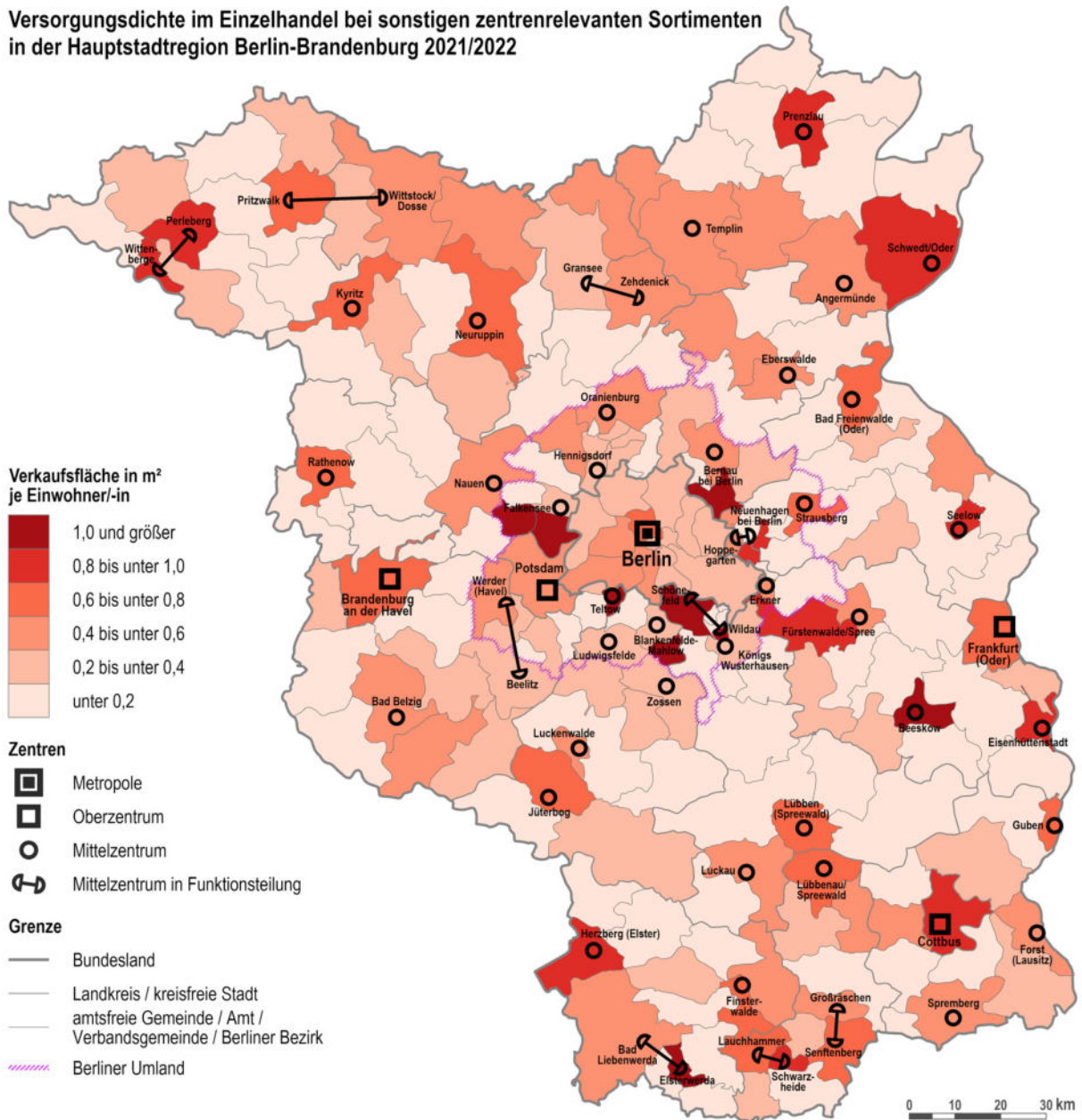
Ebene ungebrochen ist. So kam es im Land Brandenburg zu einer hohen Zahl von Geschäftsaufgaben, insbesondere im Lebensmittelhandwerk, aber auch bei vielen, meist kleinflächigen Lebensmittelgeschäften (siehe Kapitel 2).

Sonstige zentrenrelevante Sortimente für den meist mittelfristigen oder periodischen Bedarf treten typischerweise verstärkt in Innenstädten und Ortszentren auf, zumal Waren dieser Sortimente vielfach einen vergleichsweise geringen Flächenanspruch haben, überwiegend ohne PKW transportiert werden können und die Einzelhandelsbetriebe häufig im Zusammenhang mit anderen Nutzungen in den Zentren stehen. Sonstige zentrenrelevante Sortimente sind als Frequenzbringer sowie für die Angebotsvielfalt und die -attraktivität in den zentralen Geschäftslagen essentiell.

Die Mehrheit aller Warengruppen und 32 % der Verkaufsfläche in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg entfällt auf sonstige zentrenrelevante Sortimente. Den größten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche hat Bekleidung (11 %), gefolgt von Haushaltswaren (4 %) und Schuhe/Lederwaren (gut 2 %).

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Versorgungsdichte im Einzelhandel bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Accocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbearbeitung und Stadtmonitoring | 2023

Bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten ist die Versorgungsdichte innerhalb des S-Bahn-Rings von Berlin nach wie vor doppelt so hoch wie in der Äußeren Stadt, was die Zentrenaffinität dieser Sortimente unterstreicht. Die höchste Versorgungsdichte weisen dabei die Prognoseräume Zentrum (Bezirk Mitte), Schöneberg Nord und Steglitz auf (siehe Karte im Anhang).

Die Niveauunterschiede in der Versorgungsdichte bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten ist zwischen

den Brandenburger Strukturräumen eher gering, innerhalb der Strukturräume jedoch ausgeprägt. Während im Weiteren Metropolenraum vorwiegend die größeren Städte, vielfach Zentrale Orte, vorrangige Standorte für den sonstigen zentrenrelevanten Einzelhandel sind, ist das Bild im dichter besiedelten Berliner Umland weniger eindeutig. Hierzu tragen auch einige groß dimensionierte Einkaufszentren und Fachmarkttagglomerationen abseits der Zentren bei.

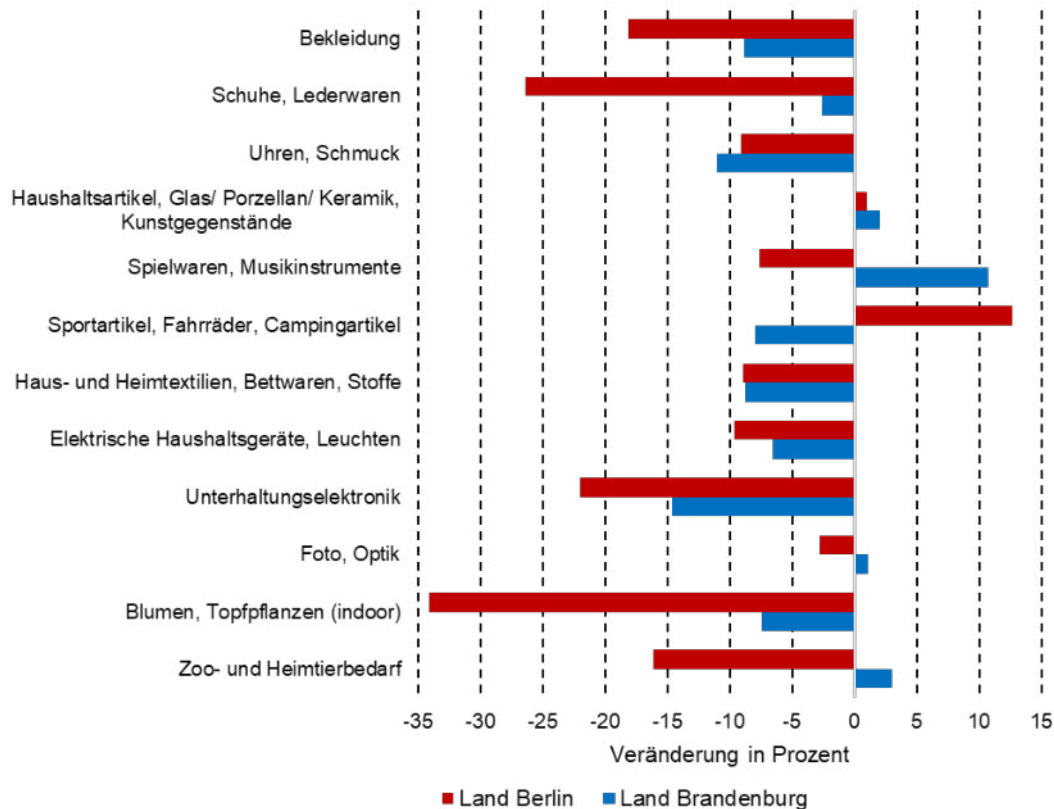
Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Gegenüber den vorangegangenen Erhebungen in 2015/2016 ist die Verkaufsfläche der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente um rund 10 % und damit ganz erheblich geschrumpft. Gerade diese Sortimente leiden in erheblichem und zunehmendem Maße unter dem Onlinehandel, zumal während der Corona-Pandemie Betriebe mit diesen Sortimenten stark von Lockdowns und der geringen Frequentierung von Innenstädten aus Infektionsgründen betroffen waren und Preissteigerungen zu Konsumzurückhaltung führte. Für das Land Berlin spielte zudem der gravierende Einbruch im Tourismus eine große Rolle, der zu zusätzlichen Umsatzrückgängen in diesen Segmenten führte. Nicht zuletzt sind diese Branchen geprägt vom Strukturwandel im Einzelhandel, der zu deutlichen Veränderungen bei bestimmten Betriebsformen führt. Konkret zu beobachten sind insbesondere Schließungen von

Kauf- und Warenhäusern sowie von SB-Warenhäusern.

Rund die Hälfte des Verkaufsflächenrückgangs betraf allein das wichtige Sortiment Bekleidung. Überdurchschnittliche Verkaufsflächenrückgänge hatten neben der Modebranche auch die Sortimente Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik. Flächenzuwächse verzeichneten in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg hingegen nur wenige Sortimente mit Zentrenrelevanz, so Sportartikel, Fahrräder, Camping und Haushaltsartikel, Glas/Porzellan/Keramik.

Veränderung der Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022 gegenüber 2015/2016



Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

In früheren Jahren unterschied sich bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte je EW auf Länderebene deutlich. So hatte in 2015/2016 das Land Berlin eine deutlich höhere Versorgungsdichte bei zahlreichen Sortimenten, die eine vergleichsweise hohe Flächenproduktivität aufweisen wie Bekleidung und Schuhe, Uhren und Schmuck und Unterhaltungselektronik. Zwischenzeitlich hat sich die Versorgungsdichte je EW in bestimmten Sortimenten angenähert, auch weil das Land Berlin überproportionale Rückgänge in der Verkaufsfläche bei Sortimenten wie Bekleidung, Schuhe und Lederwaren oder Unterhaltungselektronik hatte und gleichzeitig die Bevölkerungsentwicklung wesentlich positiver als im Land Brandenburg verlief.

Nicht zentrenrelevante Sortimente für den langfristigen oder episodischen Bedarf sind vorwiegend flächenextensiv und wegen der Größe der Betriebe und ihrer niedrigen Flächenproduktivität schwer in zentralen Lagen integrierbar und hier auch aus städtebaulichen Gründen oft nicht erwünscht. Diese Sortimente haben ebenfalls einen großen Umfang an der Gesamtverkaufsfläche in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (31 %), darunter Möbel und Teppiche sowie Baumarktsortimente (jeweils 12 %) und Gartenbedarf (6 %).

Die Verkaufsflächenausstattung je EW ist bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten in Brandenburg im Durchschnitt doppelt so hoch wie im Land Berlin (siehe Karte im Anhang). Es ist jedoch davon auszugehen, dass verkehrsgünstig gelegene großformatige Bau-, Möbel- und Gartenmärkte im Berliner Umland auch von Kundinnen und Kunden aus dem Land Berlin frequentiert werden. Zudem bestehen zwischen beiden Ländern deutliche Unterschiede in der Siedlungsstruktur, dem Anteil an Wohneigentum und Geschosswohnungsbau. So entfällt im Flächenland Brandenburg nahezu die Hälfte des Wohnungsbestandes auf Ein- und Zweifamilienhäuser sowie Reihenhäuser, im Land Berlin aber nur ein Zehntel, was unterschiedliche Nachfragepräferenzen gerade bei Gartenbedarf und Baumarktsortimenten in Teilen erklärt. Innerhalb des Landes Berlin liegt, anders als bei der Verkaufsfläche mit sonstigen zentrenrelevanten

Sortimenten, der Schwerpunkt der nicht zentrenrelevanten Sortimente eindeutig in der Äußeren Stadt.

Für das Land Brandenburg ergibt sich bei der Versorgungsdichte nicht zentrenrelevanter Sortimente ein ähnliches räumliches Muster wie bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten: geringe Unterschiede in der Versorgungsdichte zwischen den Strukturräumen bei starker Binnendifferenzierung innerhalb der Strukturräume sowie ein ausgeprägtes räumliches Gefälle in der Versorgungsdichte zwischen Zentralen Orten und nicht Zentralen Orten im Weiteren Metropolitanraum.

Im zeitlichen Verlauf bestehen bei der Verkaufsflächenentwicklung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten bemerkenswerte Entwicklungstendenzen. Im Land Berlin kam es zu einer erheblichen Verkaufsflächenausweitung von rund 11 %, wovon insbesondere Möbelhäuser profitierten. Aufgrund des deutlichen Bevölkerungswachstums war damit aber nur eine geringe Zunahme der Versorgungsdichte je EW verbunden. Im Land Brandenburg ging hingegen die Verkaufsfläche mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten um mehr als 5 % zurück. Prozesse der Marktanpassung führten dabei vorwiegend im Weiteren Metropolitanraum zur Aufgabe unattraktiver Standorte und einer moderaten Absenkung der Versorgungsdichte.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

6 Einzelhandelsbesatz nach städtebaulichen Standortkategorien

Berlin ist eine polyzentrale Metropole, was sich auch in der innerstädtischen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe widerspiegelt. In den zahlreichen gewachsenen städtischen Zentren sind, ohne Berücksichtigung von (potenziellen) Nahversorgungszentren, 42 % der Einzelhandelsbetriebe und 40 % der Verkaufsfläche angesiedelt.¹⁹ Die beiden großen Zentrumsbereichskerne Historische Mitte und City West vereinen auf sich allein knapp 12 % der Verkaufsfläche.

Im Land Brandenburg, das von Klein- und Mittelstädten im ländlichen Raum geprägt ist, stellt sich die innerörtliche Verkaufsflächenverteilung anders als in der Metropole Berlin dar. Allerdings sind die Lagekategorien beider Länder auch nur begrenzt vergleichbar, da sich die städtebauliche Situation sehr vielgestaltig darstellt. Der **Einzelhandelsstandort Innenstadt** spielt hinsichtlich der quantitativen Verkaufsflächenausstattung meist eine nur untergeordnete Rolle. Zwar sind im Land Brandenburg 42 % der Betriebe in den Stadt- und Ortszentren ansässig, sie verfügen jedoch nur über 21 % der Verkaufsfläche, da es sich in hohem Maß um sehr kleine Ladenlokale handelt und die Flächenexpansion

in der Vergangenheit zumeist auf autoaffine Standorte außerhalb der Zentrenlagen gerichtet war. Spiegelbildlich ist der Verkaufsflächenbesatz in städtebaulich nicht integrierten Lagen mit 43 % hoch. Hingegen befinden sich im Land Berlin nur 28 % der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen, wobei es sich um eine relativ geringe Anzahl von Betrieben handelt, die aber häufig großflächig sind und teilweise als Fachmarktglomeration auftreten.

Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg nach städtebaulicher Lage 2021/2022

	Land Berlin		Land Brandenburg		Hauptstadtregion	
	Anteil an allen Ladenlokalen in Nutzung	Anteil an Verkaufsfläche	Anteil an allen Ladenlokalen in Nutzung	Anteil an Verkaufsfläche	Anteil an allen Ladenlokalen in Nutzung	Anteil an Verkaufsfläche
Stadt-, Ortszentren*	42,3	40,4	41,7	21,1	42,1	30,9
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert**	53,8	31,6	41,1	35,7	48,6	33,6
städtebaulich nicht integrierte Lage	3,9	28,0	17,2	43,2	9,4	35,5
gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* einschließlich Stadt- und Ortsteilzentren

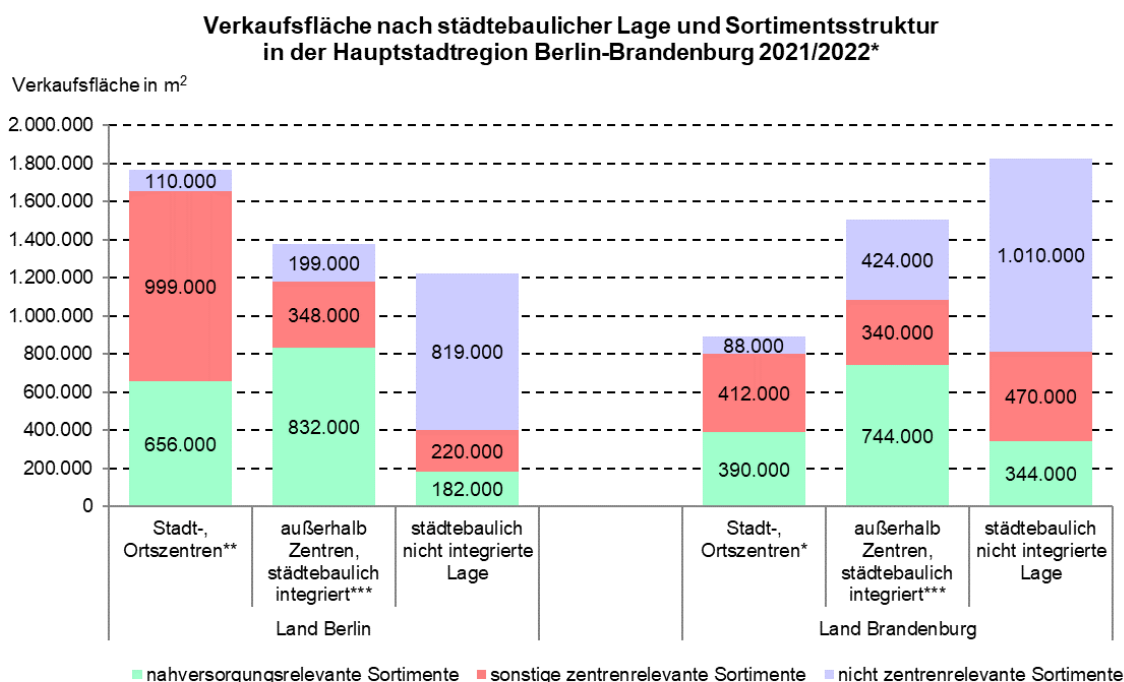
** einschließlich Nahversorgungszentren

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

¹⁹ Die Angabe bezieht sich auf Einzelhandelsbetriebe in Zentrumsbereichskernen, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren gemäß Stadtentwicklungsplan Zentren 2030. Nah-

versorgungszentren wurden, wie auch Nahversorgungsgebiete im Land Brandenburg, der Lagekategorie „außerhalb Zentren, städtebaulich integrierte Lage“ zugeordnet.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022



* Angaben gerundet
 ** einschließlich Stadt- und Ortsteilzentren
 *** einschließlich Nahversorgungszentren

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Der Anteil zentrenrelevanter Sortimente an der Verkaufsfläche liegt in Innenstadtlagen mit 57 % im Land Berlin und 46 % im Land Brandenburg erwartungsgemäß hoch. Städtebaulich integrierte Lagen außerhalb der Zentren profilieren sich stark über nahversorgungsrelevante Sortimente, die dort 60 % (Land Berlin) bzw. 49 % (Land Brandenburg) der genutzten Verkaufsfläche einnehmen. Städtebaulich nicht integrierte Lagen sind im Land Berlin wesentlich stärker durch nicht zentrenrelevante Sortimente geprägt als dies im Land Brandenburg der Fall ist (67 % gegenüber 55 %). Die meist autokundenorientierten Standorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen üben einen tendenziell hohen Wettbewerbsdruck auf Brandenburger Innenstädte aus, ist doch in diesen Randlagen mehr Verkaufsfläche mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten vorhanden als in den Zentren.

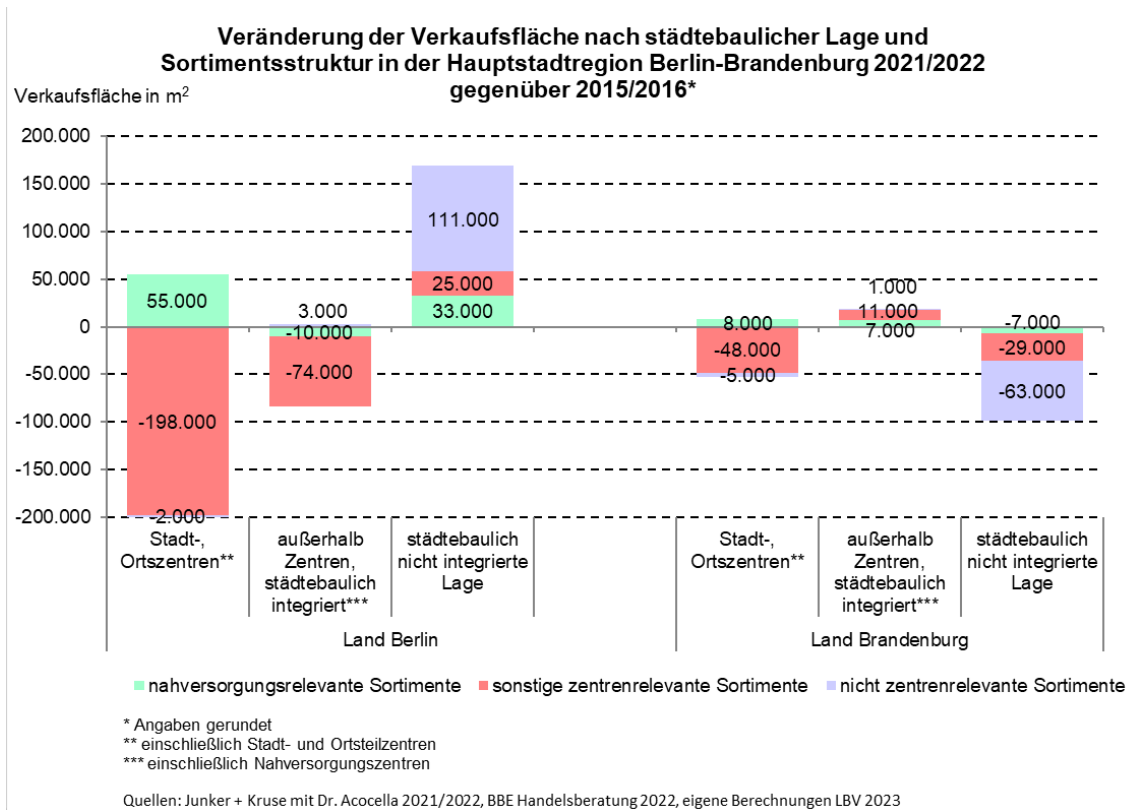
Im Land Berlin ist im Vergleich zu den Jahren 2015/2016 ein Rückgang der genutzten Verkaufsfläche insbesondere in Zentrenlagen und städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der Zentren eingetreten (Rückgang um knapp 8 % bzw. knapp 6 %). Hingegen nahm die genutzte Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen deutlich zu (16 %).

Entgegen dem Gesamttrend konnten im Land Berlin zentrale Lagen von einer Ausweitung der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten profitieren, darunter insbesondere Stadtteil- und Ortsteilzentren. Der Flächenaufwuchs in städtebaulich nicht integrierten Lagen ist in erster Linie auf Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten zurückzuführen; jedoch nahm auch in diesen Raumlagen die Nahversorgung und sogar die Verkaufsfläche mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zu.²⁰

²⁰ Es ist zu berücksichtigen, dass erstmals in der aktuellen Berliner Erhebung die Lagekategorie (potenzielles) Nahversorgungszentrum eingeführt wurde. Für Vergleichszwecke mit der vorangegangenen Erhebung wurden diese

Verkaufsflächen der Kategorie „außerhalb Zentren, städtebaulich integrierte Lage“ zugeordnet. Gleiches gilt für Nahversorgungsbereiche im Land Brandenburg.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022



Im Land Brandenburg hatten Zentrenlagen in Stadt-, Orts- und Nebenzentren einen erheblich rückläufigen Verkaufsflächenbesatz (-5 %), wovon auf teilräumlicher Ebene jedoch nur der Weitere Metropolenraum betroffen war, während es im Berliner Umland noch zu einer moderaten Verkaufsflächenausweitung kam. Ähnlich wie im Land Berlin nahm die Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Zentrenlagen zu. In städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der Zentren kam es in Brandenburg bei einer landesweiten Betrachtung zu keinem Verkaufsflächenrückgang, sondern zu einer geringfügigen Zunahme (um 1 %). Innerhalb dieser Lagekategorie ist allerdings ein deutlicher Anstieg der genutzten Verkaufsfläche in Nahversorgungsbereichen zu verzeichnen während andere integrierte städtebauliche Lagen im Weiteren Metropolenraum einen Rückgang haben. In städtebaulich nicht integrierten Lagen nahm im Land Brandenburg die Verkaufsfläche ab (rund 5 %). Dennoch haben diese Standorte im Land Brandenburg weiterhin eine starke Marktstellung.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

7 Leerstand im Einzelhandel

Der Strukturwandel im stationären Einzelhandel zeigt sich nicht nur in Form einer Überversorgung mit genutzter Verkaufsfläche, sondern auch in einer rückläufigen Zahl von Einzelhandelsbetrieben und einer Vielzahl an Leerständen.²¹ Die Erfassung der Ladenleerstände und deren Verkaufsfläche stellt sich im Rahmen von Einzelhandelserhebungen insofern als methodische Herausforderung dar, als dass keine Zugänglichkeit besteht und nicht jede Einzelhandelsfläche als solche erkennbar ist. Nur kurzzeitige Leerstände aufgrund von Betreiberwechsel, Sanierung oder Umbau werden zudem miterfasst und ein Teil der Leerstände steht aufgrund von Mängeln nicht kurz- oder mittelfristig zur Vermietung an, ist also nicht marktaktiv.

Es ist davon auszugehen, dass sich infolge der **Corona-Pandemie** durch Geschäftsaufgaben und Umstrukturierungen die Zunahme von Leerständen deutlich beschleunigt hat, auch wenn sich diese Effekte in den vorliegenden Erfassungen noch nicht vollständig abbilden. Insofern sind die folgenden Ergebnisse Momentaufnahme und weniger belastbar als die Befunde zu den genutzten Ladenlokalen. Aus diesem Grund werden hier auch keine Vergleiche mit der Leerstandssituation der Jahre 2015/2016 durchgeführt.

In den Jahren 2021/2022 steht im Land Berlin rund ein Fünftel aller Ladenlokale leer. Kleinere Ladenlokale sind offensichtlich tendenziell schwieriger zu betreiben, haben eine stärkere Fluktuation der Betreiber und ein erhöhtes Leerstandsrisiko. So entfallen mehr als vier Fünftel der Ladenleerstände auf Kleinstflächen mit unter 100 m² Verkaufsfläche und weniger als 1 % auf großflächige Ladenlokale. Dementsprechend ist die Leerstandsquote der Ladenlokale bei den Kleinstflächen mit rund 23 % um ein Vielfaches höher als bei den Großflächen ab 800 m², von denen lediglich 3 % leer stehen.²² Da beim Ladenleerstand sehr kleine Ladenlokale stark dominieren, ist die Leerstandsquote bezogen auf die Ladenlokale fast dreifach höher als bei der Verkaufsfläche mit gut 7 %. Die in der Vergangenheit sehr gut nachgefragten Einkaufszentren weisen gegenwärtig im Durchschnitt eine Leerstandsquote auf, die sowohl bezogen auf die Ladenlokale als auch die Verkaufsfläche nur wenig niedriger ausfällt als die gesamtstädtische Leerstandsquote. Die Spannweite ist jedoch enorm groß und reicht von Vollvermietungen bis hin zu Totalleerständen (Potsdamer Platz Arkaden) aufgrund

Leerstand im Einzelhandel in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022*

	Land Berlin	Berliner Umland	Weiterer Metropolraum	Land Brandenburg	Hauptstadtregion
leerstehende Ladenlokale	4.930	760	3.940	4.710	9.630
darunter ab 800 m ² Verkaufsfläche	30	10	60	70	110
Anteil großflächiger Ladenlokale am Leerstand	0,7	1,6	1,5	1,5	1,1
Leerstandsquote Ladenlokale	20,4	14,5	30,5	25,9	22,8
Leerstandsquote Verkaufsfläche	7,5	5,4	13,8	10,6	9,0

* Angaben sind gerundet und beziehen sich nur auf Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche (Gesamt leerstand geringfügig höher)

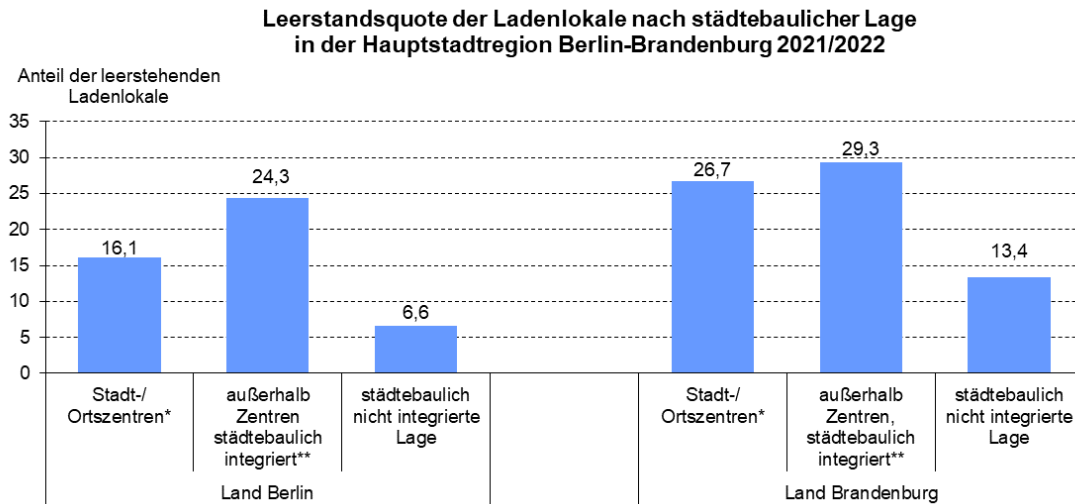
Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

²¹ Als Leerstände wurden zum Erhebungszeitpunkt ungenutzte Flächenangebote erfasst, die nach Einschätzung der Erhebungsteams für Einzelhandelszwecke potenziell nutzbar wären.

²² Die Leerstandsquote ergibt sich hier durch Division der leerstehenden Verkaufsfläche durch die Summe aus genutzter und leerstehender Verkaufsfläche. Manche Gutachterbüros verwenden eine abweichende Methodik zur Berechnung der Leerstandsquote, indem die leerstehende

Verkaufsfläche durch die Flächensumme aller genutzten und leerstehenden EG-Gewerbeeinheiten wie Handel, Gastronomie und Dienstleistungen geteilt wird. Durch die zweite genannte Berechnungsmethodik ergeben sich deutlich geringere Leerstandsquoten. Die vorliegenden Erhebungen können nicht für diese Berechnungsmethode genutzt werden, weil zwar Handel und Leerstand, nicht aber alle weiteren Gewerbeeinheiten Gegenstand der Erhebungen waren.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022



* einschließlich Stadt- und Ortsteilzentren
 ** einschließlich Nahversorgungszentren

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

von Umbauten und Umstrukturierungen. Dagegen haben die ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen nur sehr geringe Leerstände zu verzeichnen.

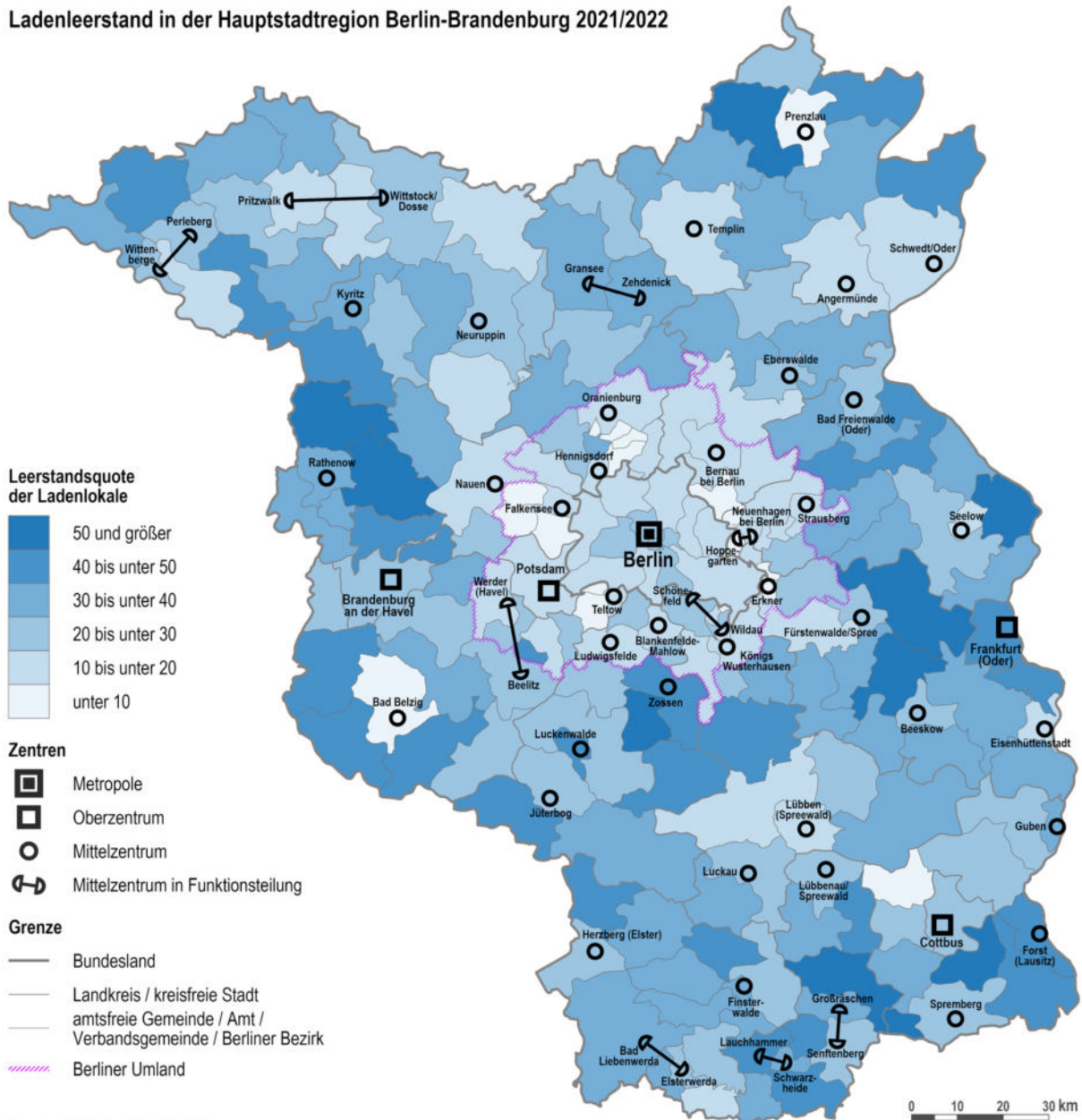
Neben der Makrolage kommt auch der innerstädtischen Lage der Einzelhandelsimmobilien eine wichtige Rolle für den Erfolg am Markt zu. Im polyzentrisch geprägten Land Berlin ist die Leerstandsquote der Ladenlokale in überwiegend in Wohnbereichen eingebetteten, städtebaulich integrierten Lagen abseits der Zentren am höchsten (im Mittel 24 %). Diese Lagen zeichnen sich durch eine vergleichsweise geringe Dichte der Einzelhandelsflächen und Nutzungskoppelungen mit anderen Funktionen aus und leiden stärker unter Geschäftsaufgaben. Eine Ausnahme bilden die (potenziellen) Nahversorgungszentren in diesen Lagen, die stark vom Lebensmittelhandel geprägt sind und einen vergleichsweise sehr niedrigen Anteil an Ladenleerständen haben.

Auch zentrale Lagen weisen einen ganz erheblichen Ladenleerstand auf, der im Land Berlin zum Erhebungszeitpunkt fast ein Sechstel der Ladenlokale umfasst. In diesem Ergebnis dürfte sich sowohl der generelle längerfristige Funktionswandel der Zentren infolge eines geänderten Einkaufs-, Mobilitäts- und Freizeitverhaltens widerspiegeln als auch Effekte der Pandemie

wie rückläufige Passantenfrequenzen in zentralen Lagen, Umsatzrückgänge, fehlende Nutzungskoppelungen mit der Gastronomie und Lockdown-Phasen, von denen Betriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten besonders betroffen waren. Die niedrigsten Leerstandsquoten haben im Land Berlin dagegen städtebaulich nicht integrierte Lagen (7 % der Ladenlokale), die in stärkerem Maß von großflächigen Einzelhandelsstrukturen geprägt sind.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Ladenleerstand in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Acooella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LVB Brandenburg, Raumbearbeitung und Stadtmonitoring | 2023

Im Land Brandenburg stehen rund 26 % der Ladenlokale leer. Es lässt sich größenstrukturell ein ähnliches Leerstandsmuster wie im Land Berlin ablesen, d. h. vier Fünftel des Leerstandes entfällt auf die unterste Größenkategorie von Ladenlokalen mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche, deren Leerstandsquote mit 30 % fünfmal höher ist als bei den großflächigen Ladeneinheiten (6 %). Bezogen auf die Leerstandsquote bei den Verkaufsflächen bestehen auch im Land Brandenburg bei

einem Anteil von knapp 11 % deutlich niedrigere Anteile als bei den Ladenlokalen. Sowohl Einkaufszentren als auch Fachmarkttagglomerationen weisen ein für das Land Brandenburg deutlich unterdurchschnittliches Leerstandsniveau auf. Einzelne Standorte haben jedoch erhebliche Vermietungsprobleme oder weisen baulich bedingte Leerstände auf.

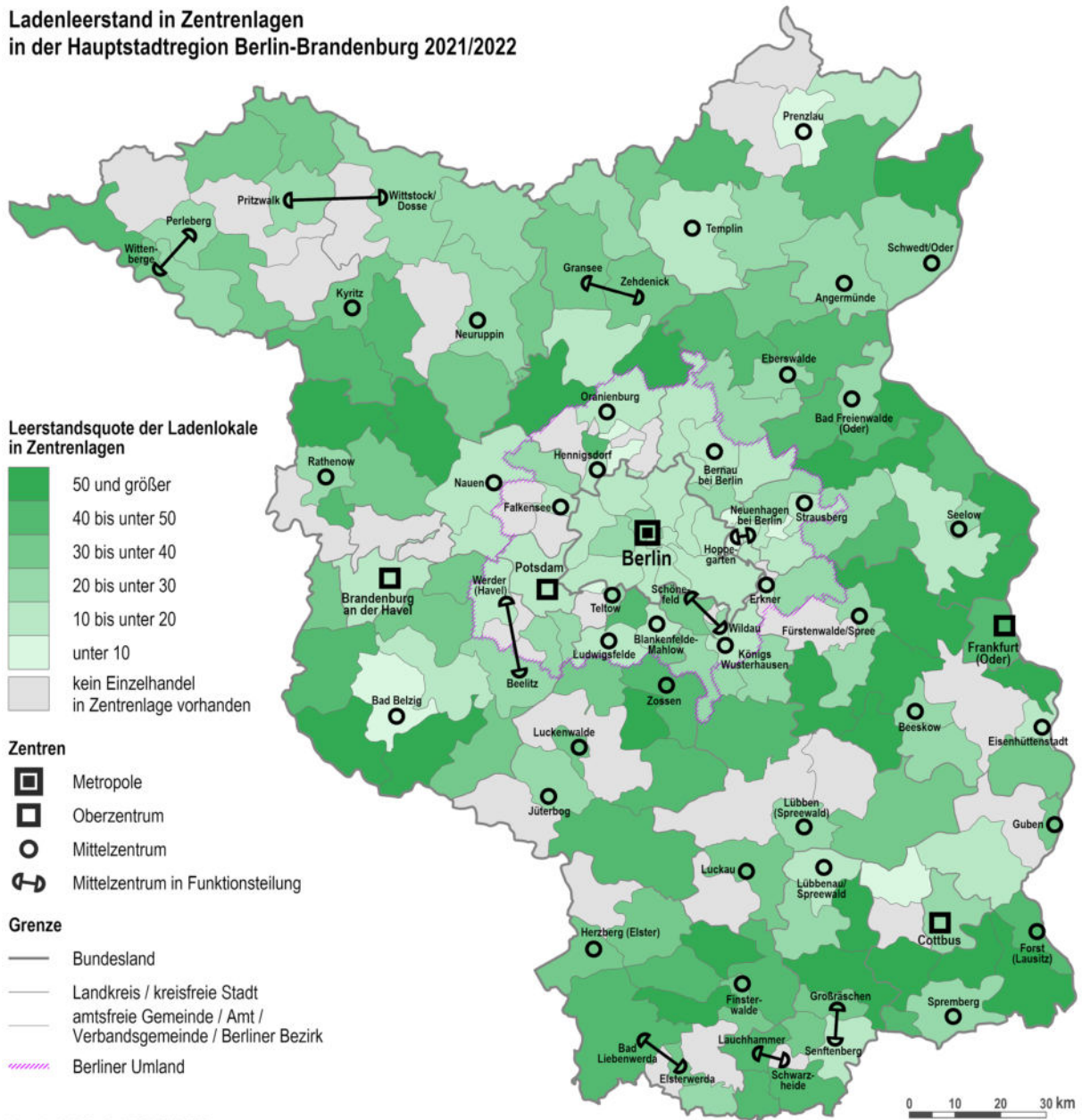
Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Das im Vergleich zum Land Berlin im Land Brandenburg höhere Leerstands-niveau bei Ladenlokalen und der Verkaufsfläche besteht jedoch nicht landesweit, sondern trifft primär für den Weiteren Metropolitanraum zu und hier insbesondere in eher einwohnerschwachen, peripheren Räumen abseits der Zentralen Orte. Im Berliner Umland fällt das Leerstands-niveau dagegen im Durchschnitt weniger als halb so hoch aus wie in den anderen Landesteilen. Erklärungsfaktoren für diese vergleichsweise günstige Situation des Einzelhandels im Berliner Umland sind das starke Bevölkerungswachstum und damit steigende Kundenpotenzial, das zusätzliche Kundenpotenzial der Berliner Bevölkerung, ein jüngeres Durchschnittsalter der Bevölkerung, das zudem über tendenziell höhere Einkommen verfügt und eine weniger kleinteilige Einzelhandelslandschaft mit mehr modernen Verkaufsformaten.

Bei einer Analyse der Ladenleerstände nach der innerörtlichen Lage ergibt sich für das Berliner Umland ein teilweise ähnliches Leerstands-niveau wie im Land Berlin; städtebaulich integrierte Lagen weisen im Berliner Umland sogar im Durchschnitt niedrigere Leerstandsquoten auf. Im Weiteren Metropolitanraum liegen die durchschnittlichen Leerstandsquoten hingegen – unabhängig von der innerörtlichen Lage – sehr viel höher als in der Metropole Berlin. In den meist kleinen Brandenburger Innenstädten und Ortszentren steht im Weiteren Metropolitanraum durchschnittlich ein Drittel der Ladenlokale und knapp ein Sechstel der Verkaufsfläche leer. Die meist autoaffinen nicht integrierten Standortlagen haben offensichtlich eine tendenziell stärkere Marktstellung, fallen hier die entsprechenden Leerstandsquoten doch nur etwa halb so hoch aus wie in den Zentrenlagen. Kleinräumig treten jedoch deutlich Unterschiede bei der Leerstandsquote auf.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Ladenleerstand in Zentrenlagen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Acooella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbewertung und Stadtmonitoring | 2023

8 Einzelhandelskaufkraft, -umsatz und -zentralität

Das Nachfragepotenzial im Einzelhandel hängt maßgeblich von der Bevölkerungszahl und -struktur im Einzugsbereich des (örtlichen) Einzelhandels, dem Einkommensniveau (verfügbares Nettoeinkommen einschließlich Transferleistungen), den Konsumpräferenzen, den sonstigen Ausgaben der Haushalte, z. B. für das Wohnen oder für Reisen und der Sparquote ab. Für Deutschland beziffert MB Research die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, d. h. das für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehende Nettoeinkommen je Einwohnerin und Einwohner, im Jahr 2021 pro Kopf auf durchschnittlich 6.760 €. ²³ In dieser Summe sind auch Ausgaben für den Internet- und Versandhandel eingeschlossen. Gemessen an diesem Durchschnittswert liegt die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** der Bevölkerung in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg niedriger, u. a. aufgrund des überdurchschnittlichen Anteils an Bevölkerung mit Bezug von sozialen Mindestsicherungsleistungen (Land Berlin) und des relativ niedrigeren Lohn- und Einkommensniveaus (Land Brandenburg). Bezogen auf den Durchschnittswert für Deutschland (= 100) beträgt die abgeleitete Kennziffer der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Land Berlin knapp 95, liegt also rund 5 % unterhalb des Referenzwertes für die Bundesrepublik. Innerhalb der Gruppe der acht einwohnerstärksten Städte Deutschlands liegt Berlin damit an vorletzter Stelle vor Leipzig. ²⁴

Im Land Brandenburg fällt die Kaufkraftkennziffer mit einem Wert von durchschnittlich 94 noch etwas niedriger aus als für das Land Berlin. Bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft treten bereits bei einer Differenzierung nach Teilräumen deutliche Unterschiede auf. Während im Berliner Umland die Kaufkraftkennziffer

mit einem Wert von 102 den Referenzwert für Deutschland geringfügig übersteigt, fällt das Niveau im Weiteren Metropolitanraum etwa elf Prozentpunkte niedriger aus (Kaufkraftkennziffer von 89). Ursächlich für die teils räumlichen Disparitäten sind u. a. der starke Zuzug von Menschen mit mittlerem und höheren Einkommen in das Berliner Umland und die geringere Arbeitslosenrate. Kleinräumig variiert die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer noch wesentlich stärker als teils räumlich. Die niedrigsten Werte ergeben sich zumeist entlang der Außengrenzen des Landes Brandenburgs, z. B. im Oderbruch oder in der Uckermark, die höchsten Werte tendenziell in an das Land Berlin angrenzenden Gemeinden und z. T. im Umfeld von Brandenburger Oberzentren.

Die **Umsätze im Einzelhandel** (einschließlich Online- und Versandhandel) stiegen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes und des HDE in Deutschland im Zeitraum 2016 bis 2021 sowohl nominal als auch preisbereinigt deutlich an (um 23,2 % bzw. real um 15,7 %). Die realen Umsatzsteigerungen betragen bis zum Jahr 2020 zwischen 1,6 % und 4,6 % p. a. Die starken Preissteigerungen infolge der Corona-Pandemie und konjunktureller Eintrübung brachten es jedoch mit sich, dass im Jahr 2021 die Umsätze im Einzelhandel zwar nominal deutlich weiter anstiegen, jedoch real nur noch um 0,1 % zulegten. ²⁵ Zudem kam es zu deutlichen Ausgabeverchiebungen zugunsten der Nahversorgung und des Onlinehandels.

²³ Je nach Berechnungsmethodik können die Werte zur Kaufkraft im Einzelhandel variieren. Das trifft auch für Angaben zu Umsätzen im Einzelhandel und zur resultierenden Kaufkraftbindung zu. Die Ergebnisse beruhen auf Statistiken, qualifizierten Schätzwerten und gutachterlichen Berechnungen.

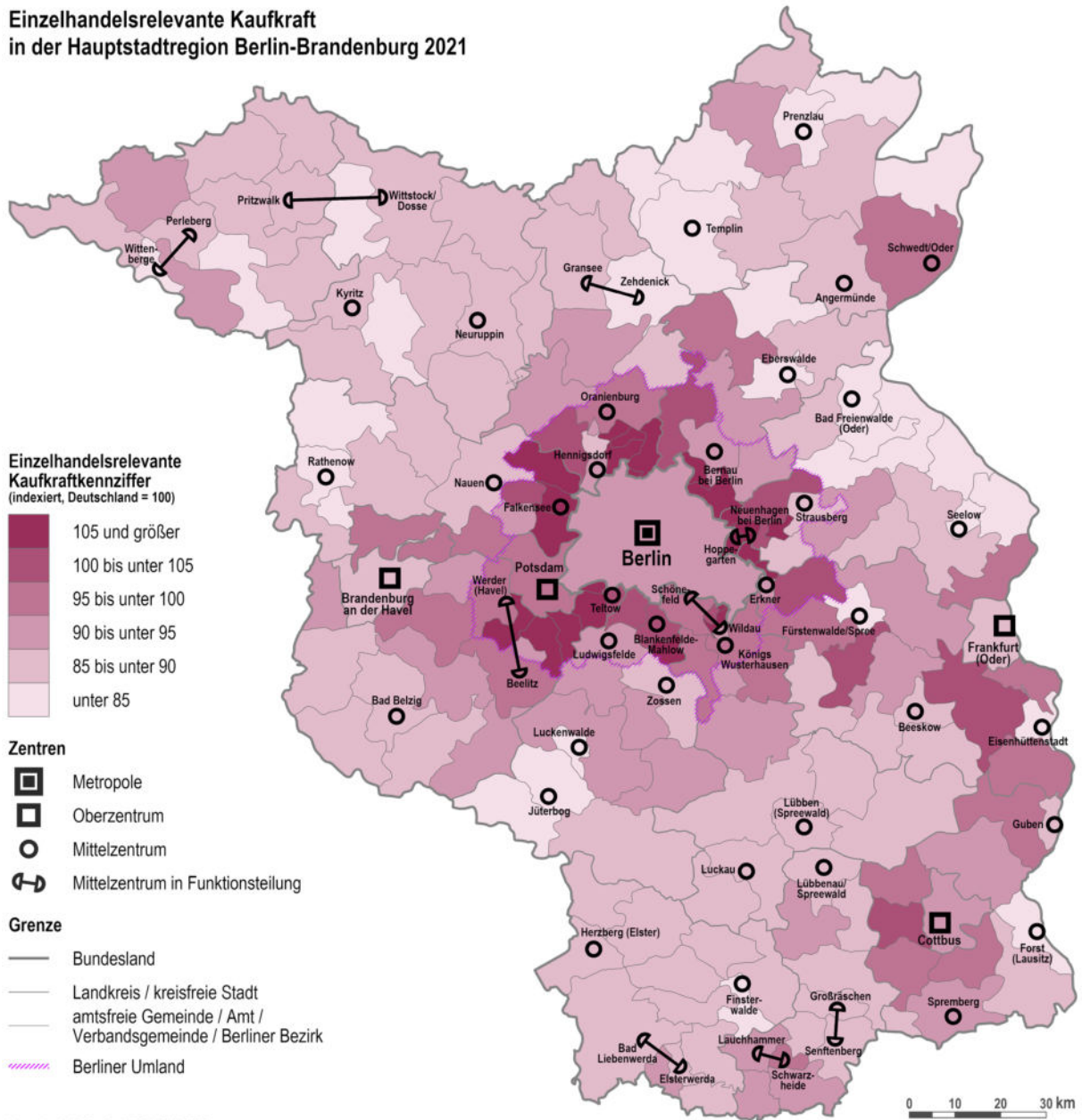
²⁴ Vgl. Münzenmaier, Werner: Der großstädtische Einzelhandel in schwierigen Zeiten – Das Beispiel Stuttgart, in: Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg, 76 Jg.

(1/2023), S. 15-27: Internetabruf am 30.10.2023 unter https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Monatshefte/PDF/Beitrag23_01_02.pdf

²⁵ Die hohe Inflationsrate infolge des Angriffskriegs in der Ukraine führte im Jahr 2022 sogar zu einem Rückgang der realen Umsätze im Einzelhandel von 0,3 % (Land Berlin) bzw. 0,6 % (Land Brandenburg), die jedoch in der vorliegenden Untersuchung noch nicht abgebildet sind.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

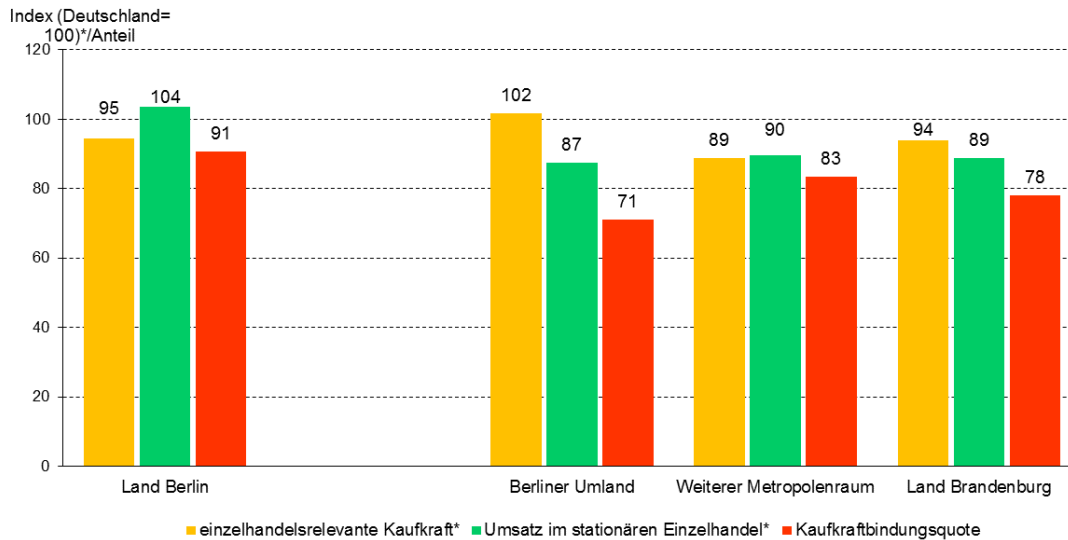
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: MB Research 2021/BBE Handelsberatung 2022
 LBV Brandenburg, Raumbearbeitung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, Umsatzkennziffer und Kaufkraftbindungsquote in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021*



* Kennziffern normiert am Durchschnitt für Deutschland (D= 100)

Quellen: MB Research 2021, BBE 2022 (Daten Land Brandenburg); eigene Berechnungen LBV 2023

Die Umsätze im **Online- und Versandhandel** haben sich in Deutschland gegenüber dem Jahr 2015 nominal mehr als verdoppelt, im stationären Handel dagegen nur um rund 15 % erhöht. Der Marktanteil des **Online- und Versandhandels** an den Umsätzen im Einzelhandel wird für Deutschland für das Jahr 2021 auf knapp 15 % geschätzt gegenüber rund 8 % im Jahr 2015.²⁶ Die ohnehin hohe Wachstumsdynamik des Onlinehandels erhielt in den Jahren 2020 und 2021 infolge der Corona-Pandemie einen zusätzlichen Schub, da der Internethandel von Lockdown-Phasen, Zugangsbeschränkungen und geringen Kundenfrequenzen in großen Teilen des stationären Handels profitierte. Dabei sind die Marktanteile des Onlinehandels je nach Branche und Sortiment höchst unterschiedlich: die höchsten Marktanteile erzielt im Jahr 2021 der Onlinehandel in den Segmenten Mode und Accessoires (47 %), Unterhaltungselektronik und Elektro (44 %), Freizeit und Hobby (36 %), also gerade bei sonstigen zentrenrele-

vanten Sortimenten, die für die Entwicklung der Zentrenlagen von höchster Bedeutung sind. Relativ niedrige Anteile hat der Onlinehandel dagegen bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie Heimwerken und Garten (knapp 9 %) sowie bei der Nahversorgung mit Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren (4 %).

Die Bevölkerung in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg verausgabt im Jahr 2021 überschlägig etwa 40 Mrd. € im Einzelhandel (einschließlich Online- und Versandhandel, ohne Ausgaben für Kfz und Tankstellen).²⁷ Die Umsätze im stationären Einzelhandel belaufen sich dagegen auf lediglich rund 34 Mrd. €, so dass von einem erheblichen Kaufkraftabfluss vor allem gegenüber dem Online- und Versandhandel auszugehen ist.

Die **Kaufkraftbindungsquote** misst, inwieweit es dem örtlichen stationären Einzelhandel gelingt, die rechnerisch zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft der ansässigen Bevölkerung auszuschöpfen.

²⁶ Angaben des IFH Köln gemäß Handelsverband Deutschland e. V. (HDE) (2023): Online-Monitor 2023. Berlin

²⁷ Die Effekte der Corona-Pandemie auf Kaufkraft und Umsätze im stationären Einzelhandel wie auch den Onlinehandel sind dabei, soweit möglich, berücksichtigt.

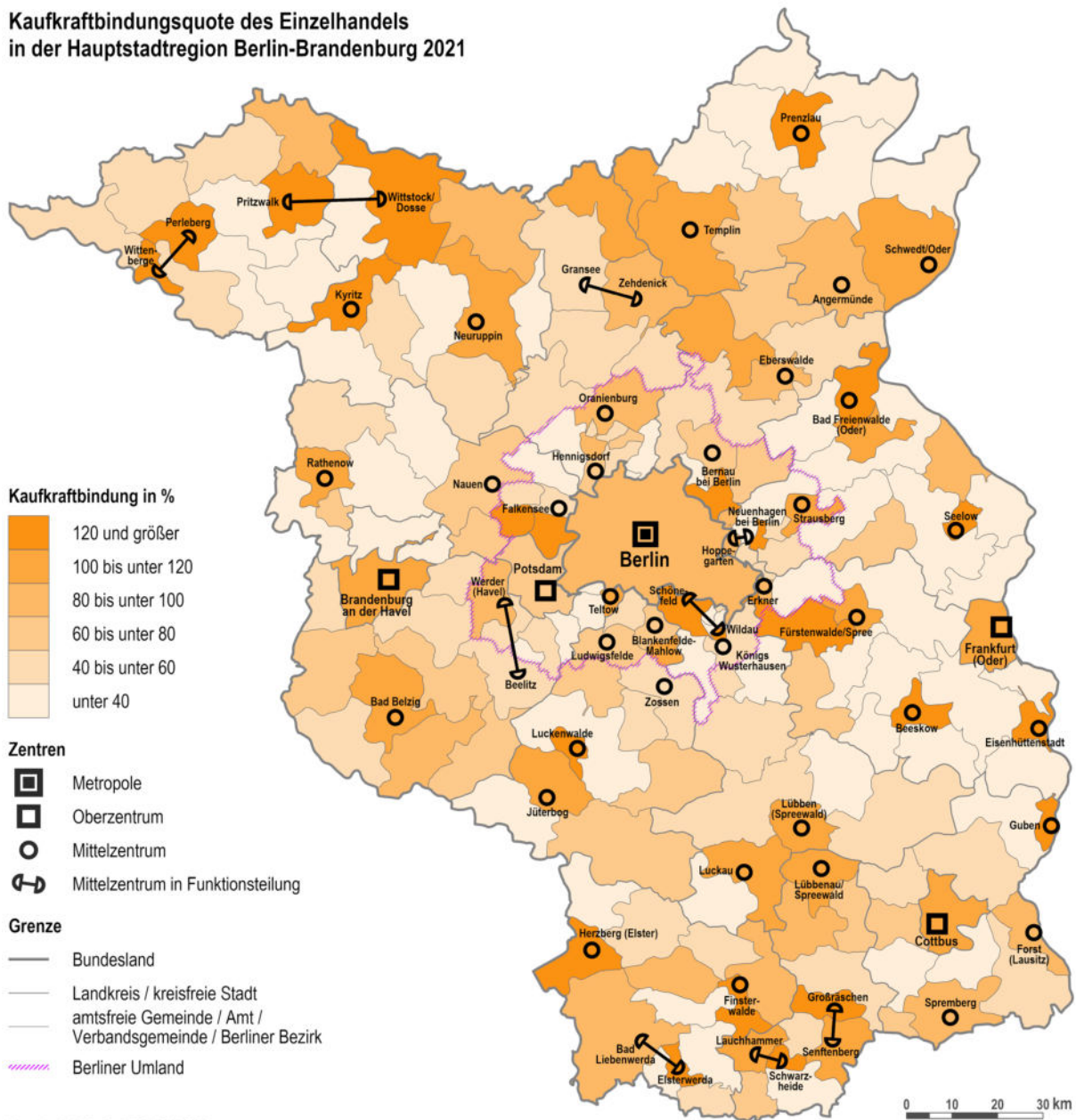
Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Eine Kaufkraftbindungsquote von größer als 100 bedeutet, dass in dem jeweiligen Ort bzw. der jeweiligen Region der Einzelhandelsumsatz im stationären Handel höher ausfällt als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft der lokalen bzw. regionalen Bevölkerung. In diesen Fällen kommt es per Saldo zu Kaufkraftzuflüssen aus anderen Orten bzw. Regionen. Liegt die Bindungsquote bei unter 100 kommt es per Saldo zu Kaufkraftabflüssen in andere Orte bzw. gegenüber dem

Onlinehandel, da es nicht gelingt, die verfügbare Kaufkraft komplett zu binden.

Der stationäre Einzelhandel im Land Berlin schöpft rechnerisch einen relativ hohen Anteil der in der Stadt vorhandenen Kaufkraft der Bevölkerung durch entsprechende Umsätze ab (Kaufkraftbindungsquote von 91). Hierzu dürften deutliche **Kaufkraftzuflüsse** aus dem

Kaufkraftbindungsquote des Einzelhandels in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: MB Research 2021/ BBE Handelsberatung 2022
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Land Brandenburg und durch den Tourismus beitragen, auch wenn dieser aufgrund der Pandemie vorübergehend stark einbrach.

Im Land Brandenburg kommt es per Saldo dagegen zu erheblichen **Kaufkraftabflüssen** gegenüber dem Onlinehandel und anderen Regionen. Die Kaufkraftbindungsquote des stationären Einzelhandels liegt im Jahr 2021 bei nur 78. Inwieweit das Land Berlin oder andere Regionen von diesen Kaufkraftabflüssen profitieren und inwieweit der Onlinehandel, lässt sich anhand der vorliegenden Daten nicht beziffern. Infolge des örtlich höchst unterschiedlichen Einzelhandelsbesatzes und auch Unterschieden in der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft variiert auch die Kaufkraftbindungsquote innerhalb des Landes Brandenburgs stark. Hohe Bindungsquoten sind primär in Zentralen Orten und Gemeinden mit großen Einzelhandelsagglomerationen anzutreffen.

Analog zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer lässt sich auch eine am Durchschnitt von Deutschland normierte **Umsatzkennziffer** ausweisen, die sich auf den stationären Einzelhandel bezieht. Im Land Berlin liegen die Umsätze im stationären Einzelhandel pro Einwohnerin und Einwohner danach bei einer Umsatzkennziffer von 104 und damit etwas höher als im Durchschnitt der Bundesrepublik, erreichen jedoch einwohnerbezogen nicht das Niveau anderer deutscher Millionenstädte. Die einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben im Land Brandenburg bewegen sich dagegen pro Kopf auf nur 89 % des bundesdeutschen Niveaus. Die Umsatzkennziffer ist im Berliner Umland etwas niedriger als im Weiteren Metropolenraum, wahrscheinlich auch wegen stärkerer Kaufkraftabflüsse nach Berlin.

Auf kleinräumiger Ebene variiert im Land Brandenburg die Umsatzkennziffer sehr stark, vor allem da auch die Versorgungsdichte im Einzelhandel sich örtlich sehr

stark unterscheidet (siehe Kapitel 4). Im Berliner Umland erzielen einige meist kleinere Gemeinden mit großen Einzelhandelsagglomerationen die höchsten Werte, im Weiteren Metropolenraum dagegen primär kleinere Zentrale Orte wie Elsterwerda, Seelow und Beeskow.

Für bundesweite Vergleiche der Attraktivität eines Gebiets als Einzelhandelsstandort lässt sich ein weiterer Indikatorwert heranziehen, die **Einzelhandelszentralität**. Es handelt sich um einen Indexwert, der sich ergibt, indem die Umsatzkennziffer durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer dividiert wird. Diese Relativzahl gleicht für räumliche Vergleichszwecke die Unterschiede in den absoluten Größen von Umsätzen im stationären Einzelhandel und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft aus. Die einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer beschreibt die Kaufkraftbindung des stationären Einzelhandels im Bundesmaßstab, der gleich 100 gesetzt wird. Hier erzielt das Land Berlin mit einem Wert von rund 110 eine einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer, die deutlich höher als im Bundesdurchschnitt ist und die Attraktivität des Berliner Einzelhandels unterstreicht. Dennoch nimmt Berlin im Jahr 2021 unter den Top 8 der größten Städte Deutschlands mit diesem Indikatorwert vor Frankfurt am Main und Leipzig lediglich Platz sechs ein. Der Indikatorwert von 110 für das Land Berlin ist – trotz Kaufkraftzuflüssen aus anderen Regionen – auch nicht hinreichend, um Kaufkraftabflüsse durch den Onlinehandel vollständig zu kompensieren wie auch bereits anhand der Kaufkraftbindungsquote von 91 ersichtlich ist.²⁸

Auf der Ebene der amtsfreien Gemeinden und Ämter im Land Brandenburg variiert die Zentralitätskennziffer zwischen unter 10, etwa in einigen dünn besiedelten und in zahlreiche Ortsteile gegliederten Raumeinheiten der Prignitz und mehr als 200 in einigen kleinen Zentralen Orten und kleineren Gemeinden mit großen

²⁸ Laut MB Research ist für das Jahr 2021 bei allen Städten und Gemeinden mit einer Zentralitätskennziffer von nicht

mehr als 120,8 von saldierten Kaufkraftabflüssen vor allem zugunsten des Onlinehandels auszugehen.

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

Einkaufszentren im Berliner Umland (siehe Karte im Anhang).²⁹

Die kleinräumige Analyse zeigt, dass die Mehrzahl der **Ober- und Mittelzentren** im Land Brandenburg relativ hohe einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffern aufweist. Trotz der zunehmenden Bedeutung des Onlinehandels haben drei Fünftel der Zentralen Orte im Land Brandenburg Kaufkraftzuflüsse. Durchschnittlich kommen die Zentralen Orte auf eine annähernd doppelt so hohe Zentralitätskennziffer wie amtsfreie Gemeinden ohne Zentralort-Status bzw. Ämter, die über keinen Zentralen Ort verfügen.

Einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer im Land Brandenburg 2021*

	Berliner Umland**	Weiterer Metropolitanraum	Land Brandenburg
Zentrale Orte	97	132	117
nicht Zentrale Orte**	71	59	65
gesamt	86	101	94

* Relation Umsatz im Einzelhandel zu einzelhandelsrelevanter Kaufkraft; indiziert, Deutschland= 100

** Abgrenzung auf Basis amtsfreier Gemeinden und Ämter

Quelle: BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Im Weiteren Metropolitanraum ist die Zentralität im Einzelhandel bei den Mittel- und Oberzentren tendenziell deutlich ausgeprägter als bei Zentralen Orten im Berliner Umland. Dies hat mehrere Gründe; so existieren hier weniger räumlich benachbarte konkurrierende Zentren. Die weitaus geringere Bevölkerungsdichte in den Verflechtungsbereichen begünstigt im Weiteren Metropolitanraum auch eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben in den Zentralen Orten. Zudem dürften Kaufkraftabflüsse nach Berlin im Weiteren Metropolitanraum eine geringere Rolle spielen, da mit wachsender Entfernung der Zeit- und Kostenaufwand für Einkäufe in der Metropole steigt und die Verflechtungsbeziehungen zu anderen Zentralen Orten ausgeprägter sind.

²⁹ Zu berücksichtigen ist, dass hohe Zentralitätswerte nicht bei allen Sortimentsgruppen gleichermaßen gegeben sein müssen, sondern dass hohe Kaufkraftzuflüsse in einzelnen

Segmenten durchaus mit -abflüssen in anderen Segmenten einhergehen können.

9 Fazit und Schlussfolgerungen

Der **Strukturwandel im Einzelhandel** hat sich in den letzten Jahren fortgesetzt und infolge der Corona-Pandemie noch beschleunigt. Hinsichtlich des künftigen Konsumverhaltens bestehen kurz- und mittelfristig zahlreiche **Unsicherheitsfaktoren**, die u. a. aus dem Krieg in der Ukraine und dem starken Anstieg der Energiekosten und Verbraucherpreise erwachsen, sich aber in den vorliegenden Erhebungen noch nicht niederschlagen. Hinzu kommen teilweise schon längerfristige Änderungen der sozioökonomischen Rahmenbedingungen und Herausforderungen durch die Digitalisierung. Eine Verschärfung der Wettbewerbssituation ist deshalb im stationären Einzelhandel auch in den nächsten Jahren wahrscheinlich.

Die Zeiten der Expansion des stationären Einzelhandels scheinen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg ganz überwiegend der Vergangenheit anzugehören, hat sich doch die Zahl der Betriebe gegenüber den Referenzjahren 2015/2016 stark und die genutzte Verkaufsfläche deutlich vermindert. Dabei sind auf der örtlichen Ebene und auch innerstädtisch zum Teil sehr unterschiedliche Strukturen und divergierende Entwicklungen zu beobachten. Signifikante Ausweitungen der Verkaufsfläche sind eher die Ausnahme, treten aber in einzelnen östlichen Berliner Bezirken und in wenigen Umlandgemeinden der Metropole auf. Großräumig ist der stationäre Einzelhandel tendenziell am stärksten im Weiteren Metropolenraum abseits der Zentralen Orte abgeschmolzen. Der im Vergleich zum Land Berlin und zu Deutschland bestehende **deutliche Überbesatz mit Verkaufsfläche** im Land Brandenburg hat sich **abgeschwächt**, vor allem da der Onlinehandel seine Marktanteile stark erhöht hat, gerade was Umsätze bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten anbelangt.

Die amtliche Statistik trägt nur vergleichsweise wenige Daten zum Einzelhandel zusammen, so dass eine differenzierte Analyse auf Primärerhebungen angewiesen ist. Um die Strukturen und Entwicklungstrends im stationären Handel in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg realitäts- und zeitnah abbilden zu können, sind deshalb auch künftig regelmäßige **detaillierte Einzelhandelserfassungen erforderlich**. Der Onlinehandel

und die Wechselwirkungen mit dem stationären Handel sind auf bisherigen Datengrundlagen schwer abzubilden und könnten künftig genauer untersucht werden. Hierfür sind **verbesserte Datengrundlagen notwendig**. Dies betrifft insbesondere regionalisierte Informationen, etwa zu örtlichen Umsätzen im Onlinehandel, zur Bedeutung des Multichannel-Vertriebs im Einzelhandel und zur Verfügbarkeit von Online-Angeboten im Lebensmittelhandel.

Die Entwicklung der Verkaufsflächen stellt sich, gegliedert nach Warengruppen, durchaus differenziert dar. Nahversorgungsrelevante Sortimente konnten im stationären Einzelhandel – entgegen dem Gesamttrend – einen Zuwachs verzeichnen, was durch zeitweilige Lockdowns in anderen Branchen begünstigt wurde. In ländlich geprägten Regionen haben sich **Nahversorger** jedoch zunehmend **aus der Fläche zurückgezogen**, so dass die Zentralen Orte für die Bevölkerung im Verflechtungsbereich die Versorgungsfunktion auch zunehmend bei Waren des täglichen Bedarfs übernehmen. Mögliche Ansätze zur Versorgung und gleichberechtigten Teilhabe bestehen in der Sicherung der noch betriebenen Läden etwa durch Nutzungsmischung und Multifunktionalität, im Engagement lokaler Initiativen, in mobilen Versorgungsangeboten und in Maßnahmen zur Erhöhung der verkehrlichen Mobilität der Kundinnen und Kunden.

Die größten Verluste an Verkaufsfläche verzeichnen die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente, darunter das für die Attraktivität der Zentrenlagen besonders bedeutsame Bekleidungssegment in weit überdurchschnittlichem Maße. Für den stationären Handel kommt es darauf an, die **Kundenbindung aufrecht zu halten und zu intensivieren** und seine traditionellen Stärken zu bewahren, etwa die Beratungskompetenz und die unmittelbare Warenverfügbarkeit. Daneben ist eine **Erhöhung der Vertriebskanäle (Multichannel-Handel) und der online getätigten Umsätze** eine zunehmend unabdingbare Voraussetzung für weite Teile des stationären Einzelhandels.

Die Leitfunktion des Einzelhandels in den Zentren ist nicht länger selbstverständlich. Leerstände treten ab-

Einzelhandelsstruktur Berlin-Brandenburg 2021/2022

seits der A-Lagen immer deutlicher zutage und betreffen in Berlin in zunehmendem Maße selbst Einkaufszentren. Deutliche Rückgänge vorwiegend von kleinflächigen Betrieben, der Rückzug des meist inhabergeführten Facheinzelhandels und des Lebensmittelhandwerks sowie Umsatzeinbußen und Schließungen bei anderen gewerblichen Nutzungen (etwa in der Gastronomie und bei Büroflächen in ungünstigen Lagen) führen zu einer **wachsenden Dominanz des filialiserten Einzelhandels**, der vielfach großflächig auftritt. Damit verbunden besteht die Gefahr, dass die Angebotsvielfalt, **Attraktivität** und Unverwechselbarkeit von **Innenstädten und anderen zentralen Einkaufslagen** als Einkaufs- und Begegnungsort weiter **abnimmt**.

Um die Kundenwertschätzung des Standorts Innenstadt und dessen Alleinstellungsmerkmale zu stärken, kann die **intensivere Kooperation** von Immobilienbesitzern, Händlergemeinschaften und kommunalen Akteuren einen wichtigen Beitrag liefern. Städtebauliche Maßnahmen im öffentlichen Raum sollten flankierend eingesetzt werden. Erforderlich ist, gerade im Land Brandenburg, eine **stärkere Positionierung des innerstädtischen Handels**, etwa durch ein qualitativ hochwertigeres Angebot, einen ausgewogenen Branchenmix und mehr Funktionsvielfalt, um einem weiteren Rückgang der Kundenfrequenz und Trading-Down-Prozessen entgegenzuwirken. Innenstädte fungieren immer stärker als Erlebnisort und müssen sich für nicht handelsbezogene Funktionen stärker öffnen.

Für eine **aktive kommunale und landesplanerische Steuerung** der Ansiedlungsbegehren und Erweiterungsabsichten des großflächigen Einzelhandels gibt es einen erhöhten Bedarf, **damit die zentralen Versorgungsbereiche gesichert und zukunftsfähig ausgerichtet werden können**. Dies setzt auch ein stärker abgestimmtes und konzeptionelles Handeln der Planungsebenen Kommune, Region und Land voraus.³⁰

Kommunale oder regionale **Einzelhandels- und Zentrenkonzepte** liefern hierfür einen wertvollen Beitrag und sollten bei Bedarf auch in kürzeren Zeitabständen

aktualisiert werden. Die verbliebenen Einzelhandelsbetriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sollten stärker in Innenstädten und Zentrenlagen konzentriert werden, u. a. dadurch, dass zentrenrelevante Randsortimente außerhalb dieser Bereiche noch stärker beschränkt werden.

Die große Zahl von leerstehenden Einzelhandelsimmobilien, bei denen es sich vorwiegend um Kleinflächen handelt, sollte im Rahmen eines kommunalen Monitorings oder eines aktiven städtischen **Leerstandsmanagements** stärker in den Blick genommen werden. Geeignete Maßnahmen können Zwischennutzungen, Nutzungsergänzungen und Umnutzungen etwa für Kunst- und Kulturangebote, Vereine, behördliche und gesundheitliche Dienstleistungen, Büro Sharing, nicht störende urbane Produktion oder Wohnen sein.

Ein **Repositionierungs- und Restrukturierungsbedarf** besteht bei dauerhaft **untergenutzten Einkaufszentren** aufgrund ihrer Größe, Baustruktur und Monofunktionalität. Deutliche Umsatzrückgänge und zunehmende Leerstände erfordern hier in zunehmendem Maße die Verkleinerung von Verkaufsflächen, einen anderen Branchenmix, zusätzliche Entertainmentangebote, eine stärkere Öffnung nach außen und **Mixed-Use-Konzepte**, soweit das wirtschaftlich tragfähig und sinnvoll erscheint.

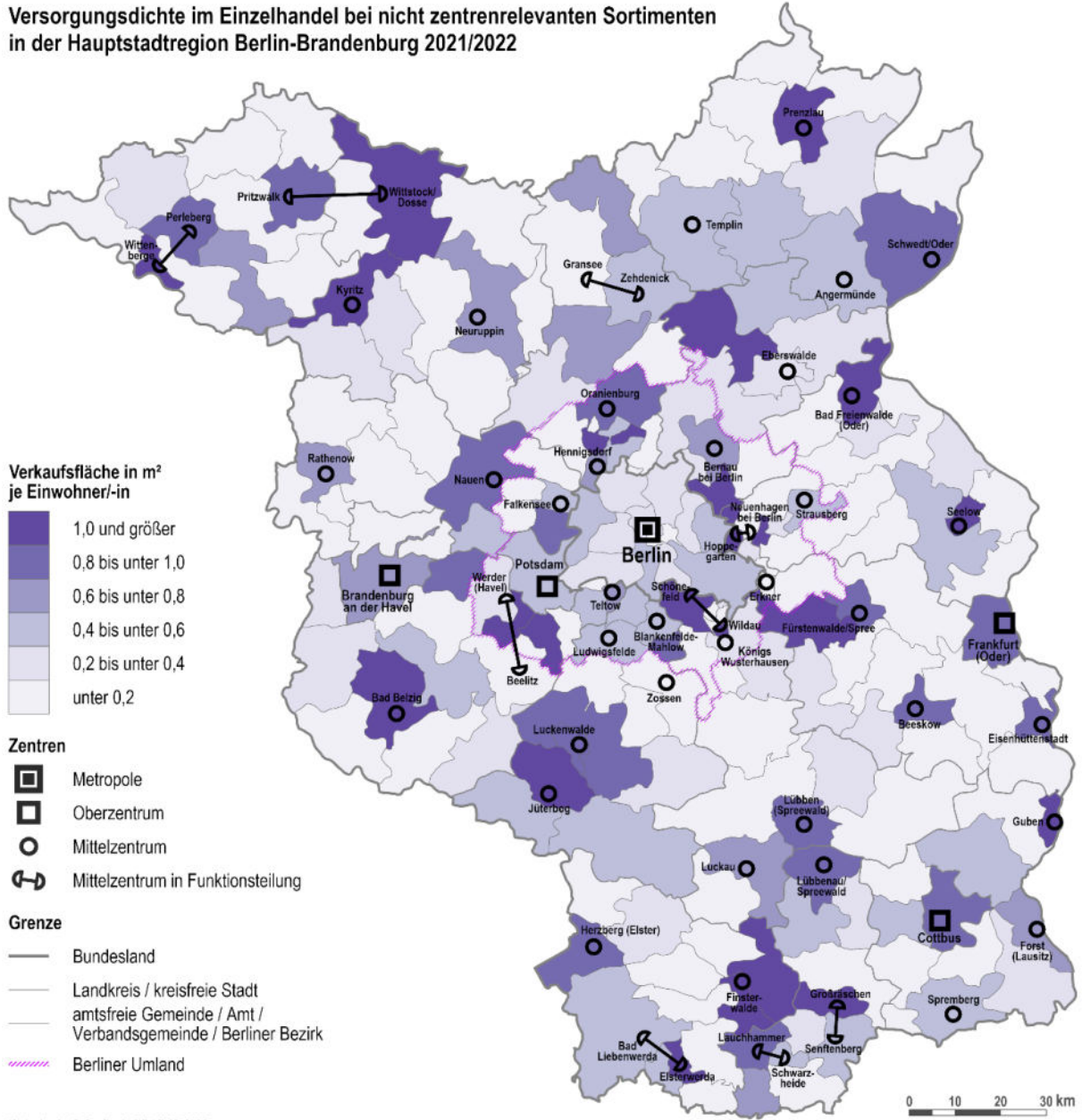
Angesichts des zunehmenden Onlinehandels und der Expansion der Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten in Randlagen der Städte und Gemeinden in der Vergangenheit, sollten zusätzliche **Fachmarktstandorte** und die Ausweitung bestehender Standorte kritisch hinterfragt werden. Gegebenenfalls ist auch eine **Umnutzung von Sonderstandorten** in den Blick zu nehmen, etwa als Logistikstandorte, auch wenn hierfür erst rechtliche Voraussetzungen geschaffen werden müssen.

³⁰ Vgl. 46. Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO), 2022: Auswirkungen des Online-Handels auf stationären

Handel, Siedlungsstruktur, Verkehr und Logistik – Steuerungsmöglichkeiten für die Raumordnung. Potsdam.

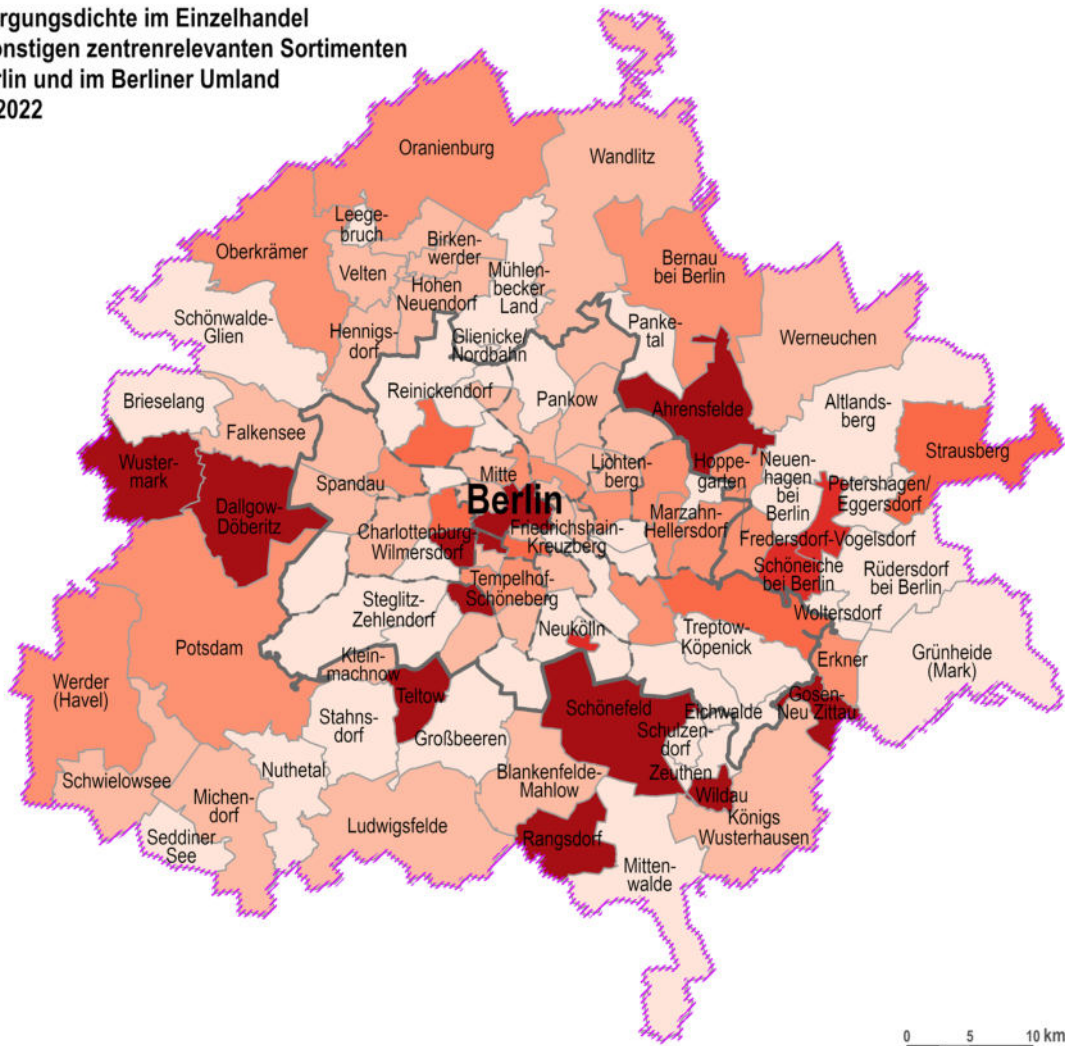
Karten- und Tabellenanhang

**Versorgungsdichte im Einzelhandel bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten
in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022**

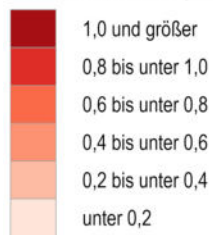


Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Accocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

**Versorgungsdichte im Einzelhandel
bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten
in Berlin und im Berliner Umland
2021/2022**



Verkaufsfläche in m² je Einwohner/-in



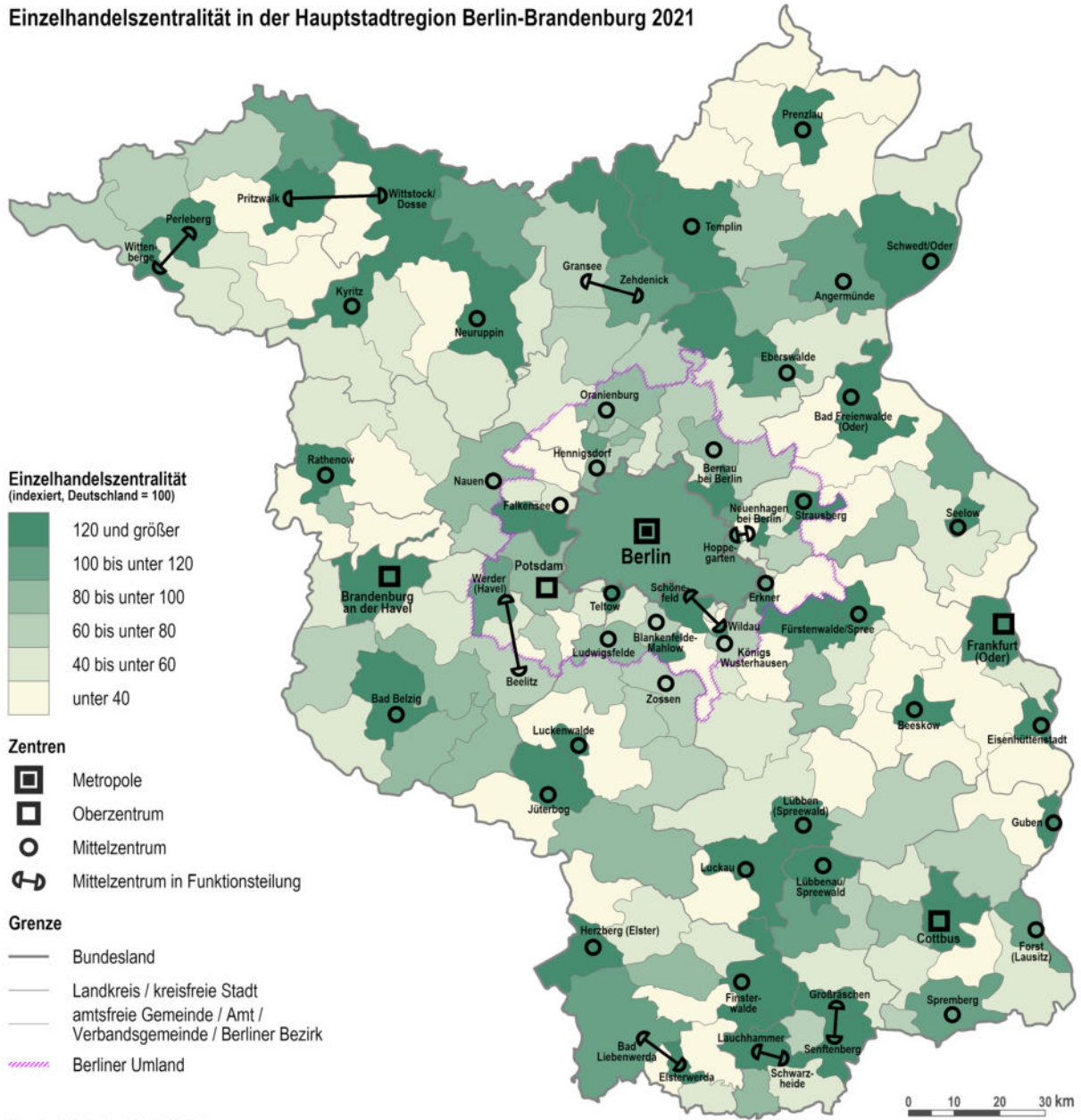
Grenze

- Bundesland
- - - Berliner Bezirk
- Gemeinde / Berliner Prognoseraum
- ▨ Berliner Umland



Kartenbasis: © GeoBasis-DE/LGB 2022; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2021
 Datenbasis: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023
 LBV Brandenburg, Raumbearbeitung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelszentralität in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021



Kartenbasis: © GeoBasis-DE / BKG 2022
 Datenbasis: MB Research 2021/ BBE Handelsberatung 2022
 LBV Brandenburg, Raumbeobachtung und Stadtmonitoring | 2023

Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

Raumeinheit/-kategorie	Einzelhandelsbetriebe (Ladenlokale in Nutzung, Anzahl gerundet)	Verkaufsfläche der Ladenlokale in Nutzung (in m ² , gerundet)	Anteil der Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 800 m ²	Anteil der Verkaufsfläche der Ladenlokale in Nutzung ab 800m ² Verkaufsfläche
Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	32.680	8.586.000	6,5	62,3
Städtebauliche Lage (Hauptstadtregion)				
Zentrenlage*/***	13.740	2.655.000	4,6	51,9
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert**/****	15.880	2.886.000	5,2	47,0
städttebaulich nicht integrierte Lage	3.060	3.045.000	21,3	85,7
Land Berlin	19.190	4.364.000	5,2	61,1
Berliner Bezirk				
Mitte	2.970	587.000	3,3	54,8
Friedrichshain-Kreuzberg	1.940	249.000	2,6	47,6
Pankow	2.180	408.000	5,0	54,1
Charlottenburg-Wilmersdorf	2.880	428.000	3,0	44,3
Spandau	870	297.000	8,7	70,0
Steglitz-Zehlendorf	1.330	322.000	5,7	59,4
Tempelhof-Schöneberg	1.830	502.000	5,1	70,3
Neukölln	1.580	330.000	5,5	60,7
Treptow-Köpenick	1.100	338.000	7,3	68,4
Marzahn-Hellersdorf	800	383.000	12,3	75,4
Lichtenberg	780	283.000	8,8	71,0
Reinickendorf	940	238.000	8,3	59,7
Stadtraum im Land Berlin (gemäß LOR 2021)				
Innere Stadt	10.870	1.769.000	3,1	51,8
Äußere Stadt	8.320	2.595.000	8,0	67,4
Städtebauliche Lage (Land Berlin)				
Zentrenlage*	8.110	1.765.000	5,1	57,2
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert**	10.330	1.378.000	3,5	39,9
städttebaulich nicht integrierte Lage	740	1.221.000	30,1	90,6

Es sind nur Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche aufgeführt. Die Gesamtheit der Ladenlokale ist unwesentlich höher.

* Land Berlin: Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren, Ergänzungsbereiche

** Land Berlin: einschließlich (potenzielle) Nahversorgungszentren, Sonderstandort Hauptbahnhof

*** Land Brandenburg: Stadt-, Orts-, Nebenzentren

**** Land Brandenburg: einschließlich Nahversorgungsbereiche

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

Raumeinheit/-kategorie	Einzelhandelsbetriebe (Ladenlokale in Nutzung, Anzahl gerundet)	Verkaufsfläche der Ladenlokale in Nutzung (in m ² , gerundet)	Anteil der Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 800 m ²	Anteil der Verkaufsfläche der Ladenlokale in Nutzung ab 800m ² Verkaufsfläche
Land Brandenburg	13.490	4.222.000	8,3	63,5
Zentrale Orte	8.880	3.034.000	8,8	65,4
nicht Zentrale Orte	4.620	1.189.000	7,4	58,5
Berliner Umland	4.500	1.711.000	9,1	68,0
Zentrale Orte	2.810	1.080.000	9,1	69,1
nicht Zentrale Orte	1.690	630.000	9,0	66,1
Weiterer Metropolitanraum	8.990	2.511.000	7,9	60,4
Zentrale Orte	6.070	1.953.000	8,6	63,4
nicht Zentrale Orte	2.930	558.000	6,5	49,9
Kreisfreie Stadt/ Landkreis				
Brandenburg an der Havel	440	155.000	9,8	66,0
Cottbus	660	231.000	8,3	69,2
Frankfurt (Oder)	300	128.000	10,6	70,3
Potsdam	870	280.000	7,2	68,9
Barnim	970	326.000	9,7	62,5
Dahme-Spreewald	860	317.000	9,0	69,3
Elbe-Elster	830	190.000	5,8	52,8
Havelland	810	249.000	6,9	57,8
Märkisch-Oderland	920	310.000	8,8	66,0
Oberhavel	950	295.000	6,7	60,8
Oberspreewald-Lausitz	740	215.000	8,4	60,7
Oder-Spree	820	282.000	9,8	66,2
Ostprignitz-Ruppin	620	158.000	8,3	59,5
Potsdam-Mittelmark	970	295.000	8,9	64,1
Prignitz	510	145.000	7,7	59,8
Spree-Neiße	680	170.000	6,8	57,4
Teltow-Fläming	810	265.000	10,2	65,0
Uckermark	720	212.000	7,6	60,0
Gemeindegrößenklasse Land Brandenburg (Stand 11/2021)				
unter 2.000 EW	550	81.000	3,4	46,4
2.000 bis unter 5.000 EW	1.180	232.000	7,6	54,5
5.000 bis unter 10.000 EW	2.250	559.000	7,5	53,9
10.000 bis unter 20.000 EW	3.610	1.365.000	9,0	68,1
20.000 bis unter 50.000 EW	3.620	1.191.000	8,9	62,2
50.000 EW und mehr	2.280	793.000	8,5	68,6
Städtebauliche Lage (Land Brandenburg)				
Zentrenlage***	5.630	890.000	3,9	41,5
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert****	5.540	1.508.000	8,4	53,4
städtebaulich nicht integrierte Lage	2.320	1.824.000	18,5	82,5

Es sind nur Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche aufgeführt. Die Gesamtheit der Ladenlokale ist unwesentlich höher.

* Land Berlin: Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren, Ergänzungsbereiche

** Land Berlin: einschließlich (potenzielle) Nahversorgungszentren, Sonderstandort Hauptbahnhof

*** Land Brandenburg: Stadt-, Orts-, Nebenzentren

**** Land Brandenburg: einschließlich Nahversorgungsbereiche

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

Raumeinheit/-kategorie	Versorgungsdichte			
	Versorgungsdichte gesamt (Verkaufsfläche in m ² je EW)	Nahversorgungsdichte relevante Sortimente (Verkaufsfläche in m ² je EW)	Versorgungsdichte zentrenrelevante Sortimente (Verkaufsfläche in m ² je EW)	Versorgungsdichte nicht zentrenrelevante Sortimente (Verkaufsfläche in m ² je EW)
Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	1,36	0,50	0,44	0,42
Städtebauliche Lage (Hauptstadtregion) Zentrenlage*/*** außerhalb Zentren, städtebaulich integriert**/**** städttebaulich nicht integrierte Lage				
Land Berlin	1,16	0,44	0,42	0,30
Berliner Bezirk				
Mitte	1,53	0,50	0,79	0,24
Friedrichshain-Kreuzberg	0,86	0,38	0,35	0,13
Pankow	0,99	0,49	0,28	0,22
Charlottenburg-Wilmersdorf	1,25	0,44	0,60	0,22
Spandau	1,21	0,42	0,36	0,43
Steglitz-Zehlendorf	1,04	0,41	0,42	0,21
Tempelhof-Schöneberg	1,44	0,47	0,51	0,45
Neukölln	1,01	0,41	0,34	0,25
Treptow-Köpenick	1,22	0,49	0,30	0,44
Marzahn-Hellersdorf	1,40	0,48	0,37	0,55
Lichtenberg	0,95	0,38	0,27	0,30
Reinickendorf	0,89	0,40	0,28	0,21
Stadtraum im Land Berlin (gemäß LOR 2021)				
Innere Stadt	1,28	0,47	0,60	0,22
Äußere Stadt	1,08	0,43	0,31	0,35
Städtebauliche Lage (Land Berlin) Zentrenlage* außerhalb Zentren, städtebaulich integriert** städttebaulich nicht integrierte Lage				

Es sind nur Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche aufgeführt. Die Gesamtheit der Ladenlokale ist unwesentlich höher.

* Land Berlin: Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren, Ergänzungsbereiche

** Land Berlin: einschließlich (potenzielle) Nahversorgungszentren, Sonderstandort Hauptbahnhof

*** Land Brandenburg: Stadt-, Orts-, Nebenzentren

**** Land Brandenburg: einschließlich Nahversorgungsbereiche

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

Raumeinheit/-kategorie	Vorsorgungs- dichte			
	Versorgungs- dichte gesamt (Verkaufsfläche in m ² je EW)	Nahversorgungs- relevante Sortimente (Verkaufsfläche in m ² je EW)	Versorgungs- dichte zentrenrelevante Sortimente (Verkaufsfläche in m ² je EW)	Versorgungs- dichte nicht zentrenrelevante Sortimente (Verkaufsfläche in m ² je EW)
Land Brandenburg	1,66	0,58	0,48	0,60
Zentrale Orte	2,09	0,68	0,63	0,77
nicht Zentrale Orte	1,09	0,45	0,28	0,37
Berliner Umland	1,67	0,55	0,50	0,63
Zentrale Orte	1,81	0,57	0,55	0,70
nicht Zentrale Orte	1,48	0,52	0,43	0,53
Weiterer Metropolitanraum	1,66	0,61	0,47	0,58
Zentrale Orte	2,29	0,77	0,69	0,83
nicht Zentrale Orte	0,84	0,40	0,18	0,26
Kreisfreie Stadt/ Landkreis				
Brandenburg an der Havel	2,13	0,68	0,76	0,69
Cottbus	2,35	0,67	0,84	0,84
Frankfurt (Oder)	2,25	0,72	0,67	0,86
Potsdam	1,53	0,46	0,54	0,53
Barnim	1,73	0,63	0,53	0,56
Dahme-Spreewald	1,81	0,55	0,51	0,75
Elbe-Elster	1,89	0,65	0,51	0,72
Havelland	1,50	0,54	0,49	0,48
Märkisch-Oderland	1,57	0,53	0,37	0,66
Oberhavel	1,37	0,51	0,30	0,56
Oberspreewald-Lausitz	1,99	0,69	0,58	0,73
Oder-Spree	1,57	0,59	0,47	0,51
Ostprignitz-Ruppin	1,59	0,57	0,47	0,55
Potsdam-Mittelmark	1,34	0,53	0,36	0,46
Prignitz	1,92	0,72	0,50	0,70
Spree-Neiße	1,52	0,61	0,41	0,50
Teltow-Fläming	1,53	0,60	0,40	0,54
Uckermark	1,81	0,62	0,54	0,64
Gemeindegrößenklasse Land Brandenburg (Stand 11/2021)				
unter 2.000 EW	0,40	0,18	0,08	0,15
2.000 bis unter 5.000 EW	1,02	0,48	0,23	0,32
5.000 bis unter 10.000 EW	1,41	0,58	0,35	0,48
10.000 bis unter 20.000 EW	2,24	0,69	0,65	0,90
20.000 bis unter 50.000 EW	1,72	0,63	0,50	0,59
50.000 EW und mehr	1,93	0,59	0,67	0,68
Städtebauliche Lage (Land Brandenburg)				
Zentrenlage***				
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert****				
städttebaulich nicht integrierte Lage				

Es sind nur Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche aufgeführt. Die Gesamtheit der Ladenlokale ist unwesentlich höher.

* Land Berlin: Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren, Ergänzungsbereiche

** Land Berlin: einschließlich (potenzielle) Nahversorgungszentren, Sonderstandort Hauptbahnhof

*** Land Brandenburg: Stadt-, Orts-, Nebenzentren

**** Land Brandenburg: einschließlich Nahversorgungsbereiche

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Leerstehende Ladenlokale in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

Raumeinheit/-kategorie	leerstehende Ladenlokale (Anzahl, gerundet)	Anteil der leerstehenden Ladenlokale
Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	9.630	22,8
Städtebauliche Lage (Hauptstadtregion)		
Zentrenlage*/***	3.610	20,8
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert**/****	5.610	26,1
städtebaulich nicht integrierte Lage	410	11,9
Land Berlin	4.930	20,4
Berliner Bezirk		
Mitte	1.140	27,7
Friedrichshain-Kreuzberg	550	22,0
Pankow	430	16,5
Charlottenburg-Wilmersdorf	850	22,9
Spandau	160	15,5
Steglitz-Zehlendorf	250	16,0
Tempelhof-Schöneberg	350	16,0
Neukölln	450	22,2
Treptow-Köpenick	220	16,5
Marzahn-Hellersdorf	130	14,0
Lichtenberg	180	18,5
Reinickendorf	220	19,2
Stadtraum im Land Berlin (gemäß LOR 2021)		
Innere Stadt	3.430	24,0
Äußere Stadt	1.490	15,2
Städtebauliche Lage (Land Berlin)		
Zentrenlage*	1.560	16,1
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert**	3.310	24,3
städtebaulich nicht integrierte Lage	50	6,6

Es sind nur Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche aufgeführt. Die Gesamtheit der Ladenlokale ist unwesentlich höher.

* Land Berlin: Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren, Ergänzungsbereiche

** Land Berlin: einschließlich (potenzielle) Nahversorgungszentren, Sonderstandort Hauptbahnhof

*** Land Brandenburg: Stadt-, Orts-, Nebenzentren

**** Land Brandenburg: einschließlich Nahversorgungsbereiche

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023

Leerstehende Ladenlokale in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2021/2022

Raumeinheit/-kategorie	leerstehende Ladenlokale (Anzahl, gerundet)	Anteil der leerstehenden Ladenlokale
Land Brandenburg	4.710	25,9
Zentrale Orte	2.820	24,1
nicht Zentrale Orte	1.880	29,0
Berliner Umland	760	14,5
Zentrale Orte	470	14,2
nicht Zentrale Orte	300	14,9
Weiterer Metropolitanraum	3.940	30,5
Zentrale Orte	2.360	28,0
nicht Zentrale Orte	1.590	35,1
Kreisfreie Stadt/ Landkreis		
Brandenburg an der Havel	170	28,3
Cottbus	200	22,7
Frankfurt (Oder)	240	44,4
Potsdam	120	12,5
Barnim	230	19,4
Dahme-Spreewald	250	22,3
Elbe-Elster	410	32,9
Havelland	230	22,1
Märkisch-Oderland	270	22,7
Oberhavel	250	20,9
Oberspreewald-Lausitz	390	34,2
Oder-Spree	270	24,7
Ostprignitz-Ruppin	210	25,5
Potsdam-Mittelmark	320	24,6
Prignitz	190	27,4
Spree-Neiße	370	35,2
Teltow-Fläming	400	33,1
Uckermark	190	20,7
Gemeindegrößenklasse Land Brandenburg (Stand 11/2021)		
unter 2.000 EW	320	36,2
2.000 bis unter 5.000 EW	670	36,3
5.000 bis unter 10.000 EW	940	29,4
10.000 bis unter 20.000 EW	1.070	22,8
20.000 bis unter 50.000 EW	980	21,3
50.000 EW und mehr	730	24,4
Städtebauliche Lage (Land Brandenburg)		
Zentrenlage***	2.050	26,7
außerhalb Zentren, städtebaulich integriert****	2.290	29,3
städtebaulich nicht integrierte Lage	360	13,4

Es sind nur Ladenlokale mit Angabe zur Verkaufsfläche aufgeführt. Die Gesamtheit der Ladenlokale ist unwesentlich höher.

* Land Berlin: Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren, Ergänzungsbereiche

** Land Berlin: einschließlich (potenzielle) Nahversorgungszentren, Sonderstandort Hauptbahnhof

*** Land Brandenburg: Stadt-, Orts-, Nebenzentren

**** Land Brandenburg: einschließlich Nahversorgungsbereiche

Quellen: Junker + Kruse mit Dr. Acocella 2021/2022, BBE Handelsberatung 2022, eigene Berechnungen LBV 2023