



EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Stadt Halle (Saale)

ENDBERICHT
– KURZFASSUNG –



Untersuchung im Auftrag der Stadt Halle (Saale)

Junker und Kruse

Dortmund, 26. Oktober 2011

1 Warum eine Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Halle (Saale)?

Die Stadt Halle (Saale) verfügt derzeit über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2004, das auf der Grundlage eines Einzelhandelsgutachtens aus dem Jahr 2002 fortgeschrieben und im Mai 2004 vom Stadtrat der Stadt Halle beschlossen wurde.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – stellen die empirischen Basisdaten dar. Diese sind mittlerweile mehr als sieben Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des halleschen Einzelhandelsbestandes im Jahre 2004 stattgefunden hat und seitdem deutliche Veränderungen eingetreten sind.

Neben diesen veränderten Rahmenbedingungen innerhalb Halles hat es seit dem „Inkrafttreten“ des Einzelhandelskonzepts eine (weitere) relevante Novellierung des BauGB – § 9 Abs. 2a – im Januar 2007 sowie zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung gegeben.

Um den Anforderungen der Einzelhandelssteuerung u.a. auch im Sinne der veränderten Rahmendaten und neuen, rechtlichen Bestimmungen zu entsprechen und die veralteten Datengrundlagen zu aktualisieren, entschloss sich die Stadt Halle (Saale), das Einzelhandels- und Zentrenkonzept fortzuschreiben (Beschluss Nr. IV/2009/07880 vom 26.8.2009).

Insbesondere für Verwaltung und Politik stellt ein aktualisiertes kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine empirisch abgesicherte, rechtssichere Grundlage dar, um bestehende und künftige, vor allem großflächige Einzelhandelsvorhaben an städtebaulich sinnvolle Standorte zu lenken und somit gegebenenfalls negativen Auswirkungen auf die vorhandenen Zentrenstrukturen insbesondere in der Altstadt vorzubeugen.

2 Kernaussagen der Angebots- und Nachfrageanalyse

Im Februar/März 2010 wurde eine flächendeckende Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes im halleschen Stadtgebiet durchgeführt. Anhand dieser Daten können differenzierte **Aussagen zur örtlichen Versorgungssituation** getroffen werden. Zum Erhebungszeitpunkt stellen sich die **wesentlichen Kennwerte und Analysen** des halleschen Einzelhandels wie folgt dar:

- Es bestehen **1.435 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d.h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **385.000 m²**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt etwa **268 m²** und liegt damit leicht über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m².
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** liegt mit etwa **1,7 m²** – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Referenzwert von ca. 1,4 m²/EW. Allerdings ist im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung ein niedriger Ausstattungsgrad feststellbar (Vergleichsdaten aus Junker und Kruse Erhebungen: Erfurt: 2,4 m², Oberhausen: 1,8 m², Hagen: 1,7 m², Mönchengladbach: 2,0 m²; der Durchschnittswert aller Kommunen zwischen 100.000 und 300.000 EW aus der Junker- und Kruse-Datenbank beträgt 1,9 m²).

Das derzeitige Einzelhandelsangebot in Halle (Saale) weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende **strukturellen Merkmale** auf:

- Mit ca. **101.000 m²** entfällt ein großer Einzelanteil (26 %) an der Gesamtverkaufsfläche Halles auf die **nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**.
- Auch die mit Abstand größte Anzahl der Betriebe (**480 Betriebe**, ca. 33 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere die Betriebe des Lebensmittelhandwerks eine wichtige Rolle spielen.
- Mit fast 143.000 m² entfallen rund 37 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots auf die Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsstufe**. Insgesamt ist eine **gute strukturelle Angebotsmischung**, zu verzeichnen, die im Bereich der Lebensmittelmärkte allerdings zu discountlastig ist.
- Mit insgesamt rund 96.000 m² Verkaufsfläche und 368 Betrieben weisen die Warengruppen **des mittelfristigen Bedarfs** einen für ein Oberzentrum angemessenen Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot Halles bei einer guten Angebotsausstattung auf. Dabei ragt erwartungsgemäß das typi-

sche, zentrenprägende Sortiment *Bekleidung / Textilien* besonders hervor.

- Aus quantitativer Sicht kann zunächst kein nennenswertes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein Nachholbedarf ableiten ließe. Insgesamt besteht eine recht ausgewogene Angebotsmischung mit einem guten Anteil kleinteiliger Fachangebote, wobei hier insbesondere die hallesche Altstadt eine wichtige Rolle spielt. Aber auch preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote, auch außerhalb der Altstadt, weisen nennenswerte Angebotsanteile auf. Mit insgesamt fast 144.000 m² Verkaufsfläche nehmen die Warengruppen der **langfristigen Bedarfsstufe** den größten Anteil (rd. 37 %) am Gesamtverkaufsflächenangebot in Halle ein. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel erwartungsgemäß wegen der für die entsprechenden Betriebstypen übliche Großflächigkeit, aufgrund des Flächenbedarfes für die Präsentation von überwiegend großformatigen Waren, hohe Verkaufsflächen ergeben. In Halle existieren insgesamt wenige Nahversorgungscentren. Jedoch sorgen viele isolierte Nahversorgungsstandorte für eine außergewöhnlich gute Nahversorgungsstruktur, die nur wenige Angebotslücken aufweist. Allerdings besteht eine Angebots- und Betriebsformenmischung, die insbesondere im Bereich der **strukturprägenden Lebensmittelanbieter sehr discountlastig** und daher unausgewogen ist.
- Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt liegt mit 573 Betrieben (ca. 40 % der Betriebe insgesamt) im **Stadtbezirk Mitte** und somit in der Kernstadt Halles. In Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung im gesamten Stadtgebiet, befinden sich die Verkaufsflächenschwerpunkte in den Stadtbezirken West (ca. 28 %) und Mitte (ca. 25 %).
- Die Verkaufsflächenausstattung in den Stadtbezirken Nord und Süd bewegt sich mit Werten von 0,98 m² Verkaufsfläche / Einwohner (Nord) bzw. 1,19 m² Verkaufsfläche / Einwohner (Ost) sowohl deutlich unterhalb des gesamtstädtischen Durchschnitts (1,67) als auch unter dem Bundesdurchschnitt (1,4–1,6 m²).
- Die **Standortstruktur** in Halle ist durch zahlreiche räumliche Einzelhandelschwerpunkte geprägt. Neben dem Hauptzentrum Altstadt, den Nebenzentren Neustadt und Südstadt sowie mehreren Nahversorgungscentren in zentralen Lagen gibt es zwei Fachmarkttagglomerationen und den Sonderstandort Hallescher Einkaufspark (HEP), Bestandteil des neuen MesseHandelsCentrums in Bruckdorf, in siedlungsräumlicher Randlage. Die hallesche **Altstadt** stellt dabei mit rd. 77.000 m² Verkaufsfläche den bedeutendsten räumlichen Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes dar und bietet vorwiegend Waren

der mittelfristigen Bedarfsstufe.

- Neben der guten quantitativen Einzelhandelsausstattung spielt auch die **Qualität des Einzelhandelsangebotes** in der halleschen Altstadt eine wichtige Rolle für dessen Attraktivität. Das Angebotsspektrum in der Altstadt reicht von hochwertigen Fachangeboten bis hin zu preisorientierten Discountangeboten. Ein Qualitätsmerkmal des halleschen Innenstadthandels ist der Anteil individueller Angebote, u.a. in Form von inhabergeführten, mittelständischen Betrieben. Die vorhandenen Filialbetriebe sind jedoch mehrheitlich der einfachen bis preisorientierten Vertriebschiene zuzuordnen, so dass höherwertige Filialisten als Frequenzerzeuger und wichtiger Attraktivitätsbaustein fehlen. Dieser Mangel an höherwertigen Angebots- bzw. Betriebsstrukturen ist ein qualitatives Problem, das einer Attraktivitätssteigerung der halleschen Altstadt als Einkaufsstandort entgegensteht.
- **Entsprechend der Angebotssituation ergeben sich Umsatzschwerpunkte** der Einzelhandelsbetriebe insbesondere in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, ferner in den Warengruppen Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung / Textilien sowie Elektronik / Multimedia. **Insgesamt setzte der halleische Einzelhandel rund 1,2 Mrd. Euro im Jahr 2010 um**.¹ Dem gegenüber stand ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von **ca. 1,02 Mrd. Euro**² bezogen auf die Bevölkerung Halles. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer³ liegt für Halle (Saale) bei unterdurchschnittlichen 89,5 (Leipzig: 89,5 – Dresden: 93,8; – Chemnitz: 92 – Erfurt: 92,5 – Magdeburg: 90,8).
- In den vergangenen Jahren ist im Vergleich zu den 1990er Jahren noch eine weitere Abnahme der Bevölkerung im Stadtgebiet zu konstatieren, die jedoch bei weitem nicht mehr so stark ausgeprägt ist. Dieser Trend eines kontinuierlichen aber gemäßigten Bevölkerungsrückganges soll sich laut 5. regionalisierter Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt auch zukünftig noch weiter fortsetzen und stellt einen entscheidenden entwicklungsbestimmenden Parameter auch für die zukünftige Ein-

¹ eigene Schätzung / Berechnungen in Kenntnis bundeseinheitlicher Flächenproduktivitäten und basierend auf Erfahrungswerten

² Quelle: IBH Retail Consults Köln, 2010

³ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffer wird u.a. von der IBH Retail Consults Köln jährlich ermittelt.

zelhandelsentwicklung dar.

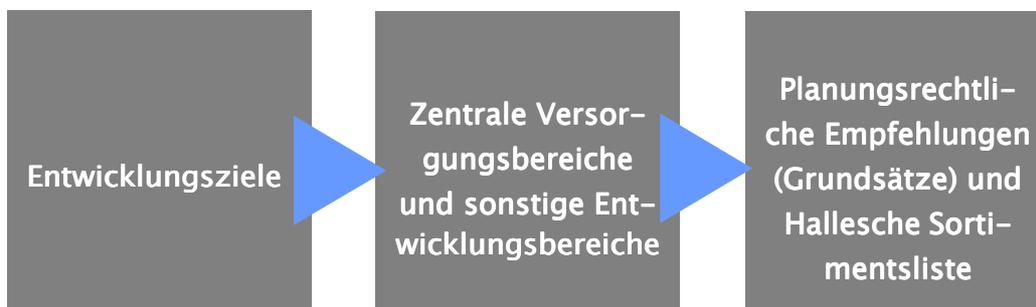
- Stellt man den ermittelten Umsatz (rund 1,2 Mrd. Euro) dem ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial gegenüber (rund 1,02 Mrd. Euro) ergibt sich daraus die **Zentralität⁴ von 1,19** über alle Warengruppen, d.h. per Saldo fließen der Stadt Halle (Saale) 19 % Kaufkraft zu. Der lokal getätigte Umsatz übersteigt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial der halle-schen Bevölkerung. Dieser Wert spiegelt eine positive aber ausbaufähige Leistungsfähigkeit des Einzelhandels wider, die der Versorgungsaufgabe eines Oberzentrums dennoch nicht in vollem Umfang gerecht wird.

⁴ Die einzelhandelsrelevante Zentralität ist das Verhältnis zwischen dem errechneten Einzelhandelsumsatz und dem lokal vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Sie zeigt an, wie viel der vorhandenen Kaufkraft am Standort durch den niedergelassenen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 1 bedeutet z.B., dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene Kaufkraft im entsprechenden Sortiment; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin, Werte unter 1 auf Abflüsse per Saldo.

3 Empfehlungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Halle (Saale) - Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Neben dem übergeordneten Zielsystem stellen insbesondere die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und die Hallesche Sortimentsliste elementare Bausteine zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts in die Bauleitplanung dar. Die Grundsätze zur räumlichen Ansiedlung bilden dabei die Umsetzungsempfehlungen.

Im Einzelnen sind folgende konzeptionelle Bausteine Bestandteile des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts:



3.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Halle (Saale)

Die übergeordneten zukünftigen Ziele zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle (Saale) leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gesamtstadt sowie den daraus resultierenden Bewertungen und allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage sind Leitziele, allgemeine Ziele für die Gesamtstadt sowie Entwicklungsziele für die einzelnen räumlichen und thematischen Bereiche (Hauptzentrum Altstadt, Nebenzentren Neustadt und Südstadt, die Nahversorgung und die Fachmarkt- / Sonderstandorte) zu definieren, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte, städtebaulich verträgliche Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Einzelhandelsbetriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

In der Zusammenschau lassen sich folgende Ziele ableiten:

Leitziele

Erhalt und Stärkung der oberzentralen Funktion der Stadt Halle (Saale) sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebotes (qualitativ wie quantitativ) in der Stadt Halle (Saale).	Sicherung einer nachhaltigen Stadtentwicklung, d.h. einer langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen unter Berücksichtigung des Stadumbauprozesses.	Zielgerichtete Weiterentwicklung der Einzelhandelszentralität und Funktionsvielfalt des Hauptzentrums Altstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort in Halle (Saale).
--	--	--

Allgemeine Ziele für die Gesamtstadt

Sicherung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte.	Aufgabenteilung / Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentrenstruktur (zentrenverträgliche Fachmarktstandorte, Einzelbetriebe mit örtlicher Bedeutung und Nahversorgungsstandorte).	Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, insbesondere des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels.	Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe.
--	--	---	--

Entwicklungsziele – Hauptzentrum Altstadt

Das Hauptzentrum Altstadt hat oberste Priorität innerhalb der halleschen Zentrenstruktur, dem sich alle weiteren Standorte und Ziele im Rahmen einer hierarchischen Gliederung unterordnen.	Fokussierung der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf das Hauptzentrum Altstadt.	Weiterentwicklung und Profilierung des oberzentralen Einzelhandelsbesatzes.	Verbesserung der verkehrlichen Rahmenbedingungen und der Erreichbarkeit der Altstadt.
---	--	---	---

Entwicklungsziele – Nebenzentren Neustadt und Südstadt

Sicherung der Einzelhandelsfunktionalität und -zentralität als wichtige bezirkliche Zentren im Westen und Süden Halles.	Vorranggebiet im Bezirk Süd und West für zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen (ausgenommen Lebensmittel-Einzelhandel) jedoch: kein Konkurrenzabbau für die hallesche Altstadt.
---	---

Entwicklungsziele – Nahversorgung

Gewährleistung eines wohnungsnahen (und somit auch fußläufigen) sowie möglichst flächendeckenden Nahversorgungsangebotes.	Sicherung einer räumlich (Standort) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestuften und ausgewogenen Nahversorgungsstruktur im halleschen Stadtgebiet.
---	---

Entwicklungsziele – Fachmarktstandorte / Sonderstandorte

<p>Konzentration auf die bestehenden Fachmarktstandorte „Gewerbegebiet Neustadt“ und „Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.“; keine Neuausweisung zusätzlicher Sonderstandorte zum bestehenden Sonderstandort Hallescher Einkaufspark (HEP).</p>	<p>Qualifizierung und Profilierung der Fachmarktstandorte / Sonderstandorte – keine (Weiter-)Entwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten – keine Umwidmung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten durch zentrenrelevante Kernsortimente.</p>	<p>Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente.</p>
---	---	---

3.2 Standortstruktur / Zentrenmodell

Ausgangspunkt für die Überprüfung und Überarbeitung des räumlichen Zentrenkonzeptes im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die vorhandene Zentrenstruktur im halleschen Stadtgebiet. Auf Grundlage der durchgeführten Analyse sowie unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen wurde das künftige räumlich-funktionale Zentrenkonzept überarbeitet und weiter entwickelt. Dabei wurden die zentralen Versorgungsbereiche Halles unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Zentrenmodell mit dem Schwerpunkt Einzelhandel eingeordnet.

Als Grundgerüst für das Zentrenmodell dient eine dreistufige Gliederung der Zentren. Diese sollen sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes dahingehend unterscheiden, dass die Altstadt (Hauptzentrum) für die gesamte Stadt (und auch die Region) von Bedeutung ist, die Nebenzentren als Stadtbezirkszentren aufgrund ihrer Größe und Ausstattung zwar der Altstadt untergeordnet, den übrigen Zentren in den Stadtbezirken bzw. städtischen Teilbereichen jedoch deutlich übergeordnet sind. Die Nahversorgungszentren sind auf die wohnortnahe Versorgung des täglichen Bedarfs im Stadtteil bzw. dortigen umliegenden Wohnsiedlungsbereich ausgerichtet.

Im Vergleich zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale) aus dem Jahre 2004 haben sich im Ergebnis der im Zusammenhang mit der Erarbeitung dieses Konzeptes durchgeführten Zentrenanalyse und den für die Einstufung von Zentren zugrunde gelegten Kriterien Veränderungen in der Zentrenstruktur und –hierarchisierung ergeben. Diese Veränderungen betreffen die unterste Zentrenkategorie, die Nahversorgungszentren, die im 2004 beschlossenen

Zentrenkonzept der Stadt Halle als D-Zentren bezeichnet wurden.

Auf der Grundlage der Bestandsanalyse sind vor allem auch unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen für das künftige räumlich-funktionale Zentrenkonzept folgende Veränderungen bei einzelnen Zentrenstatus erfolgt:

- Die in der Analysephase 2010 als zentrale Bereiche klassifizierten Standorte Silberhöhe-Nord sowie Am Gastronom, Am Treff, Gimritzer Damm (Saale-Center) und Zollrain werden nicht als zentrale Versorgungsbereiche eingeordnet (z.T. Umstrukturierungsgebiete Stadtumbau, weitere anhaltende Einwohnerverluste, z.T. Nähe zu den Nebenzentren), aber Nahversorgungsfunktion durch Bestand gesichert.
- Der Bereich rund um den Hubertusplatz wird als neues Nahversorgungszentrum eingeordnet und trägt damit der Entwicklung in seinem Umfeld zu einem Schwerpunkt der Bevölkerungs- und Arbeitsplatzentwicklung Rechnung. Durch den Neubau von Einzelhandelsbetrieben wurde das quantitative und qualitative Versorgungsangebot deutlich verbessert. Zudem verfügt der Standort über weitere Flächenpotenziale.
- Die Zentren Büschdorf und Vogelweide werden künftig ebenfalls als Nahversorgungszentren eingeordnet. Büschdorf mit seiner zentralen Lage und der guten Anbindung an die Delitzscher Straße hat wichtige Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk Halle-Ost, Vogelweide wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden dicht besiedelten und stabilen innerstädtischen Wohngebiete in der halleschen Südstadt.
- Die im 2004 beschlossenen Konzept ausgewiesenen potenziellen Zentren Merseburger Straße und Ammendorf sowie Trotha stellen aufgrund ihrer soliden Einzelhandelsstrukturen, fehlender ergänzender Einrichtungen und einzelhandelsnaher Dienstleistungen, die den Kriterien für die Mindestausstattung eines Zentrums entsprechen und der bezogen auf Ammendorf geringen städtebaulichen Kompaktheit künftig keine schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche dar.

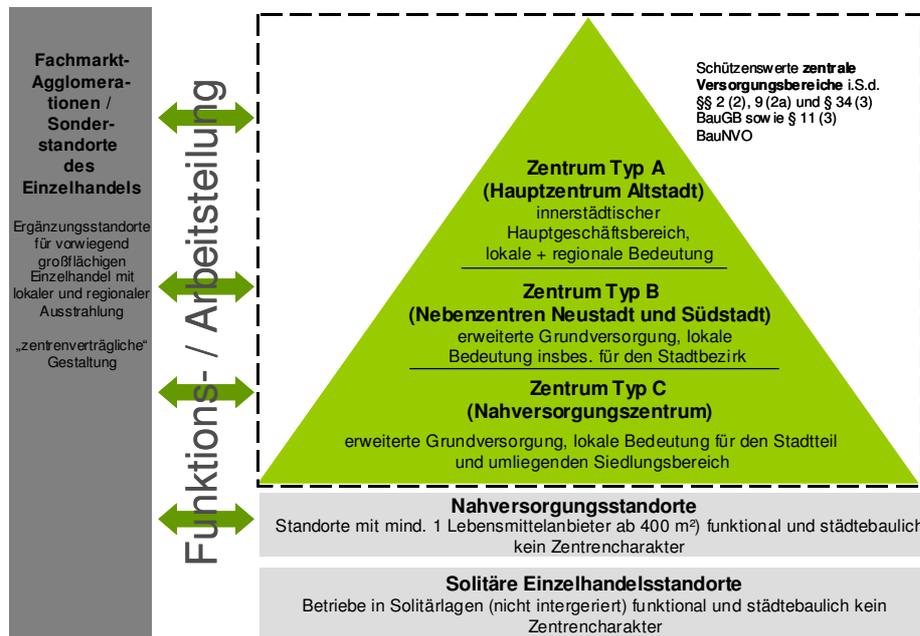
Ausgehend von der im Endbericht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beschriebenen Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen für die Stadt Halle (Saale) nachfolgende Zentrenhierarchie:

Abbildung 1: Zukünftige Zentrenhierarchie der Stadt Halle (Saale)

Stadtbezirk	Zentren-Bezeichnung
Mitte	Hauptzentrum Altstadt
Süd	Nebenzentrum Südstadt
West	Nebenzentrum Neustadt
Ost	Nahversorgungszentrum Büschdorf
Süd	Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße
Süd	Nahversorgungszentrum Vogelweide
West	Nahversorgungszentrum Heide-Nord (Heideringpassage)
West	Nahversorgungszentrum Hubertusplatz
Nord	Nahversorgungszentrum Reileck

Mit Blick auf die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen einerseits und unter Berücksichtigung der dezidierten quantitativen und städtebaulichen Analysen sämtlicher Einzelhandelsstandorte in Halle andererseits werden folgende zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche i.S.d. §§ 2(2), 9(2a) und § 34(3) BauGB sowie § 11(3) BauNVO vorgeschlagen:

Abbildung 2: Modell der Standortstruktur



Quelle: eigene Darstellung

Neben den zentralen Versorgungsbereichen sind Nahversorgungsstandorte, solitäre Einzelhandelsstandorte und Fachmarkttagglomerationen (FMA) / Sonderstandorte als Bestandteile des zukünftigen Zentrenkonzeptes herausgestellt worden. Alle unterschiedlichen Standorttypen übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion in der

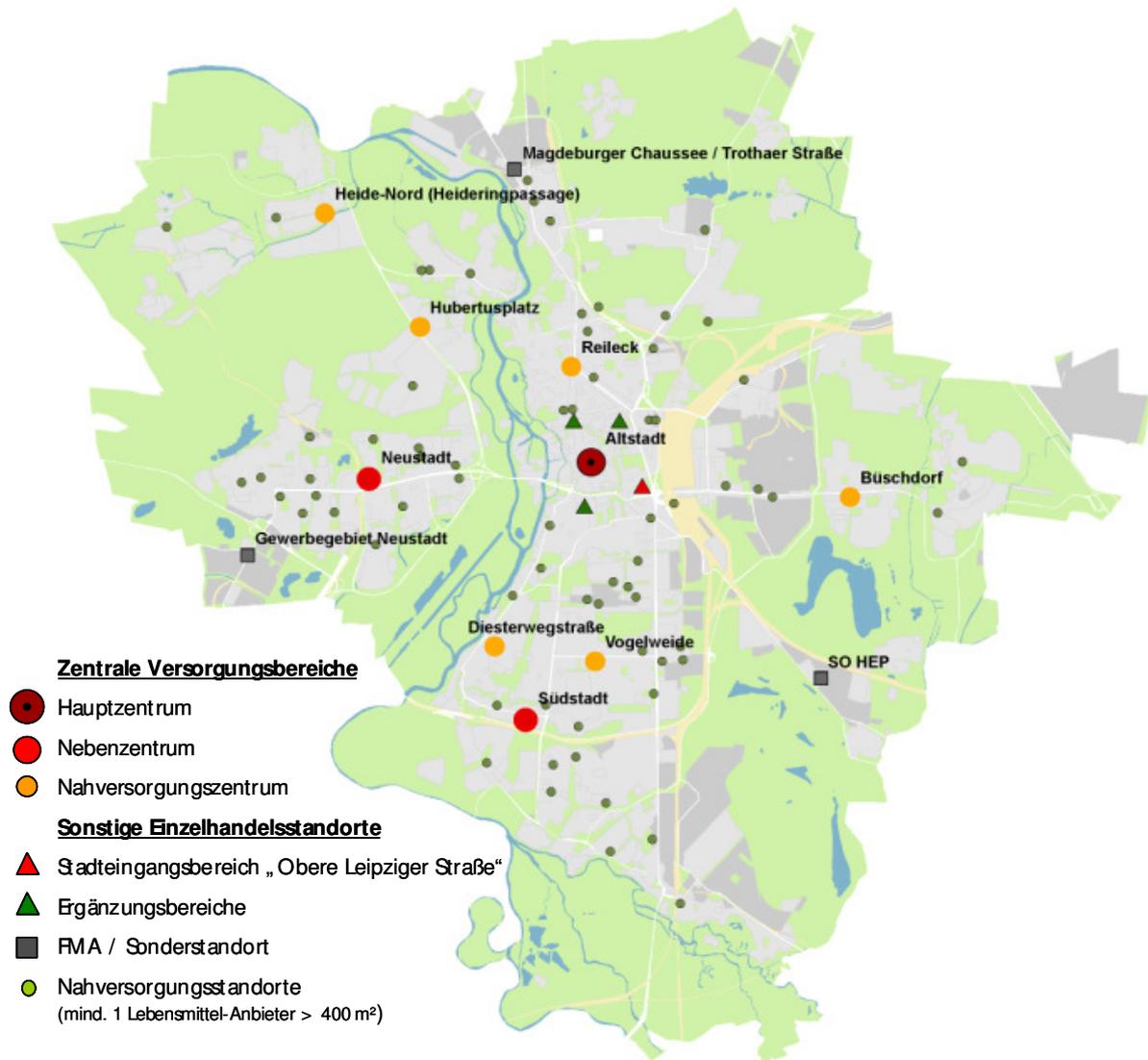
Stadt Halle. Gleichwohl können sie nicht alle als schützenswerte Bereiche u.a. i.S.v. § 34(3) oder auch § 2(2) bzw. 9(2a) BauGB eingestuft werden. Hierzu zählen neben den Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorten auch die Nahversorgungsstandorte und solitären Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt Halle.

Da eine flächendeckende (wohnungsnahe) Nahversorgung innerhalb Halles jedoch nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken insbesondere die Nahversorgungsstandorte diese vorhandenen räumlichen Lücken ab. Dieser Umstand hat bei der Formulierung der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung entsprechende Berücksichtigung gefunden.

Die unmittelbar an den Altstadtring angrenzenden Straßen werden als Ergänzungsbereiche definiert. Dies sind Straßenzüge, die aus städtebaulichen sowie funktionalen Gründen nicht dem zentralen Versorgungsbereich des Hauptzentrums zugeordnet werden können, die aber in ihrer Einzelhandelsstruktur und Charakteristik eigenständige von der Altstadt abgekoppelte Bereiche darstellen, die in unterschiedlich starker Ausprägung die Funktion von Quartiersversorgungsbereichen für ihr unmittelbares Umfeld besitzen. Ergänzungsbereiche sind der Steinweg und die Geiststraße sowie die Große Steinstraße vom Altstadtring bis zum Steintor.

Auch die obere Leipziger Straße zwischen Leipziger Turm und Riebeckplatz wird nicht mehr dem Hauptzentrum Altstadt zugeordnet, hebt sich aber aus den Ergänzungsbereichen durch ihre Funktion als **Stadteingangsbereich**, der den Hauptbahnhof mit dem Hauptgeschäftsbereich verbindet, hervor. Künftig gilt es, diesem Stadteingangsbereich, der in den letzten Jahren bereits städtebaulich aufgewertet wurde, auch hinsichtlich der Nutzungen ein neues Profil zu geben. Dieses könnte unter Nutzung der vorhandenen Potenziale in einer Mischung aus spezialisiertem Facheinzelhandel sowie quartiersbezogener Versorgung für Bewohner, Beschäftigte und Pendler bzw. Besucher in der Erdgeschosszone sowie in einer starken funktionalen Orientierung im Dienstleistungsbereich als Ergänzung des Bürostandortes Riebeckplatz bestehen.

Karte 1: Perspektivische Zentren- bzw. Standortstruktur in der Stadt Halle (Saale)



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der digitalen Stadtgrundkarte. Kartengrundlage: Stadt Halle (Saale), Stadtvermessungsamt Lagestatus 150 (LS 150) – Höhenstatus NHN (HS 160)

Definition des „Halleschen Ladens“ i.S.v. § 1 Absatz 9 BauNVO

Außerhalb der positiv definierten Ansiedlungs- und Entwicklungsräume der zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen **keine Negativauswirkungen auf die Versorgungsstruktur und die zentralen Versorgungsbereiche** zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten oder nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten eine **Größenordnung von 200 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten** und der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

3.3 Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle ⁵

Bevölkerungsrückgang und geringe absatzwirtschaftliche Spielräume implizieren, dass weniger ein quantitativer Ausbau, als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Halle (Saale) sicherstellen können. Für die Stadt Halle bedeutet dies, dass zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe, bewusst mit Blick auf die künftige Entwicklung der Stadt, insbesondere der Altstadt und übrigen zentralen Versorgungsbereiche, also an städtebaulich sinnvollen Standorten, errichtet werden sollten. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter im Hinblick auf mögliche kommunale wie auch ggf. regionale städtebauliche Auswirkungen voraus. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung der Zentren (unter Berücksichtigung der ihnen zugedachten Versorgungsaufgabe), der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an den Fachmarkttagglomerationen und dem Sonderstandort oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Siedlungsbereichen beiträgt.

Für Halle (Saale) sollen die folgenden Grundsätze (Ansiedlungsspielregeln) zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse Verbindlichkeit für künftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen erhalten. Sie dienen zur **Umsetzung der städtebaulichen Zielvorstellungen**. In den Grundsätzen wird z.T. die Unterscheidung zwischen großflächigem Einzelhandel⁶ (> 800 m² Verkaufsfläche) und nicht großflächigem Einzelhandel (≤ 800 m² Verkaufsfläche) getroffen.

⁵ In der Langfassung des Einzelhandelskonzepts werden Ausnahmen von den Grundsätzen formuliert.

⁶ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) BauNVO ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht in etwa einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet (BverwG Urteile v. 24.11.2005: 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

Grundsatz 1 ⁷: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten⁸ i.S. der Halleschen Sortimentsliste

- a. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten in Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren liegen. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind diese Betriebe **bei nachgewiesener Nahversorgungsfunktion und nur an städtebaulich integrierten Standorten** möglich.
- b. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk).

Grundsatz 2 ⁹: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) i.S. der Halleschen Sortimentsliste

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren) liegen.
- b. Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche ab 1.500 m² sollen nur im Hauptzentrum Altstadt angesiedelt werden.
- c. In den **Nahversorgungszentren** sollen nur Betriebe mit bis zu 800 m² Gesamtverkaufsfläche angesiedelt werden.
- d. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

⁷ Der Endbericht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (in der Langfassung) enthält mit dem sog. „Handwerkerprivileg“ (Ansiedlungsperspektiven in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE / GI Gebieten) eine Ausnahme zu Grundsatz 1

⁸ Back- und Fleischwaren, Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Getränke, Nahrungs- und Genussmittel, Pharmazeutika, Reformwaren, Schnittblumen, Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor) oder Zeitungen / Zeitschriften

⁹ Der Endbericht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (in der Langfassung) enthält mit dem sog. „Handwerkerprivileg“ (Ansiedlungsperspektiven in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE / GI Gebieten) eine Ausnahme zu Grundsatz 2

Grundsatz 3¹⁰: Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment i.S. der Halleschen Sortimentsliste

- a. Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können in zentralen Versorgungsbereichen liegen.
- b. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an einem der drei definierten Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorte liegen.
- c. Umstrukturierungen von bestehenden Betrieben an städtebaulich integrierten Standortbereichen sind möglich (keine zentrenrelevanten Kernsortimente).
- d. Standorte für **kleinflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten **vorrangig** in den zentralen Versorgungsbereichen und an den definierten Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorten liegen.
- e. Entwicklungsperspektiven für vorhandene Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind möglich (Einzelfallbewertung).

3.4 Hallesche Sortimentsliste

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1–11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden. Abgeleitet aus der örtlichen Situation und unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Halle (Saale) ergibt sich folgende Sortimentsliste als Vorschlag:

¹⁰ Der Endbericht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (in der Langfassung) enthält mit dem sog. „Handwerkerprivileg“ (Ansiedlungsperspektiven in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE / GI Gebieten) und der Zulässigkeit von Kfz-, Motorrad- sowie Bootehandel außerhalb der Entwicklungsbe- reiche zwei Ausnahmen zu Grundsatz 3

Tabelle 1: Hallesche Sortimentsliste

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	
Back- und Fleischwaren Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel Getränke Nahrungs- und Genussmittel pharmazeutische Artikel, Reformwaren Schnittblumen Topfpflanzen (Zimmerpflanzen) / Blumentöpfe und Vasen (Indoor) Zeitungen / Zeitschriften	
Zentrenrelevante Sortimente	
Bastelzubehör, Künstlerartikel Bekleidung Bild- und Tonträger Bücher Büromaschinen Computer und Zubehör Elektrogroßgeräte (weiße Ware wie Kühl- schrank, Herd, Waschmaschine) Elektrokleingeräte (elektr. Küchen- und Haushaltsgeräte) Foto Geschenkartikel Glas / Porzellan / Keramik Handarbeitsbedarf / Kurzwaren / Meterware / Wolle Haushaltswaren Heimtextilien (Bett-, Haus- u. Tischwäsche, Gardinen) Hörgeräte	Kinderwagen Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen Lederwaren / Taschen / Koffer / Regen- schirme Musikinstrumente und Zubehör Optik, Augenoptik Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Sammlerbriefmarken und -münzen Sanitätsbedarf Schuhe Spielwaren Sportartikel / -geräte (ohne Sportgroßgerä- te) Sportbekleidung Sportschuhe Telekommunikation und Zubehör Uhren / Schmuck Unterhaltungselektronik und Zubehör Wohneinrichtungsartikel (Wohnaccessoires wie Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen)
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Angler- und Jagdartikel Bauelemente, Baustoffe Bettwaren / Matratzen Bodenbeläge, Teppiche (Auslegware) Boote und Zubehör Campingartikel (ohne Bekleidung und Schu- he) Eisenwaren / Beschläge Elektroinstallationsmaterial Erotikartikel Fahrräder und technisches Zubehör Farben / Lacke	Kamine / Kachelöfen Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Maschinen / Werkzeuge Möbel Pflanzen / Samen (Beet- und Gartenpflan- zen) Rollläden / Markisen Sportgroßgeräte Sanitärartikel Tapeten Teppiche (Einzelware)

Fliesen Gartenartikel und -geräte	Zoologische Artikel, lebende Tiere
--------------------------------------	------------------------------------

Quelle: Eigene Zusammenstellung anhand der Einzelhandelsbestandserhebung in Halle (Saale), Frühjahr 2010

Die aufgezeigte, zielgerichtete Weiter- und Neuentwicklung des Einzelhandels in Halle (Saale) bietet gute Chancen, ein auch zukünftig attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz bereit zu halten, welches einen Kompromiss zwischen den betrieblichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt. Insbesondere sind mit dem vorliegenden Konzept (in seiner Langfassung) für Halle (Saale) die Weichen gestellt, die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Altstadt, Nebenzentren Neustadt und Südstadt, sowie die dargestellten Nahversorgungszentren) als wichtige Einzelhandelsstandorte zu sichern und so einen wichtigen Beitrag für die Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion für das Umland sowie die wohnortnahe, zentrale Versorgung der halleschen Einwohner zu leisten. Das Konzept berücksichtigt in seinen Bausteinen alle relevanten, entwicklungsbestimmenden Faktoren, allen voran den Stadtumbauprozess und die Bevölkerungsentwicklung im halleschen Stadtgebiet.

Die Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts erfolgt im Wesentlichen durch die Bauleitplanung. Hierfür erforderlich ist in jedem Fall eine Beschlussfassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch den Rat der Stadt Halle (Saale). So wird eine Akzeptanz von allen Beteiligten sowie Handlungssicherheit für alle Akteure erlangt und die künftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung optimal gesichert und gestärkt.