

8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Die differenzierte einzelhandelsrelevante und städtebauliche Analyse, Betrachtungen zu Entwicklungsspielräumen und Steuerungsszenarien sowie die stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen für die Stadt Halle (Saale) stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen zur künftigen Steuerung des Einzelhandels in Halle dar. Insgesamt wird das Ziel verfolgt, den Einzelhandelsstandort Halle (Saale) im Hinblick auf seine kommunale und regionale Versorgungsaufgabe zu sichern und zu stärken. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit Konzentration auf die einzelnen Zentren (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren) zu bewahren bzw. weiter zu profilieren, eine weitgehend flächendeckende Grundversorgung zu sichern und zu stärken und funktionale Ergänzungsstandorte zu ermöglichen.

Dazu dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale) mit seinen konzeptionellen Bausteinen:

- den übergeordneten Zielen,
- der Standortstruktur,
- der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie
- seinen Grundsätzen zur Umsetzung und
- den planungsrechtlichen Empfehlungen (insbesondere Hallesche Sortimentsliste).

8.1 Übergeordnete 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, Ziele und Maßnahmen für die einzelnen räumlichen und thematischen Bereiche (Gesamtstadt, Hauptzentrum Altstadt, die beiden Nebenzentren, 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.

8.1.1 Leitziele

Erhalt und Stärkung der oberzentralen Funktion der Stadt Halle (Saale) sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebotes (qualitativ wie quantitativ) in der Stadt Halle (Saale)

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Oberzentrum kommt der Stadt Halle (Saale) dabei – neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung – auch die Aufgabe zu, verschiedene Versorgungsfunktionen für das Umland mit zu übernehmen. Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen und regionalen Kontext – auf diese Funktion Rücksicht nehmen, um so eine Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Halle (Saale) zu gewährleisten. Die Attraktivität des Einzelhandelsangebotes sowohl qualitativ als auch quantitativ steht dabei besonders im Fokus.

Sicherung einer nachhaltigen Stadtentwicklung, d.h. einer langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen unter Berücksichtigung des Stadtumbauprozesses

Eine nachhaltige Stadtentwicklung kann nur durch klare, räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Insbesondere der anhaltende Bevölkerungsrückgang und der sich mit dessen Auswirkungen (Wohnungsleerstand, Rückbau, Aufwertung) befassende Stadtumbauprozess sind dabei eng mit der künftigen Einzelhandelsentwicklung verzahnt. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Einzelhandelsbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz zwischen den einzelnen Zentren anstrebt, sondern eine der jeweiligen Versorgungsfunktion eines Zentrums entsprechende Ergänzung der vorhandenen Angebote ermöglicht. Die sich im Rahmen des Stadtumbauprozesses ergebenden strukturellen Veränderungen (Städtebau, kleinräumige Bevölkerungsveränderungen) sind insbesondere mit ihren Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung und deren Sicherung zu berücksichtigen.

Zielgerichtete Weiterentwicklung der Einzelhandelszentralität und Funktionsvielfalt des Hauptzentrums Altstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort in Halle (Saale)

Der Hauptgeschäftsbereich Halles, die Altstadt, stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb Halles dar, der sich, im Vergleich zu anderen ebenfalls quantitativ bedeutsamen Einzelhandelsstandorten (z.B. Neustadt und Südstadt), insbesondere durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich gelegt werden, um die Einzelhandelszentralität und damit auch die regionale Bedeutung Halles weiterzuentwickeln. Dieser Standort genießt als zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der halleschen Zentrenstruktur, dem sich alle weiteren Standorte und Ziele im Rahmen einer hierarchischen Gliederung unterordnen. Neben dem Einzelhandel ist auch ein

Ausbau der Funktionsvielfalt aus u.a. einzelhandelsaffinen Dienstleistungsanbietern, aber auch touristischen Anziehungspunkten zur Sicherung und Weiterentwicklung des Hauptzentrums wichtig.

8.1.2 Allgemeine Ziele für die Gesamtstadt

Sicherung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Halle attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss daher sein, eine Vielfalt (im oben genannten Sinne) für die Stadt Halle (Saale) zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Bereichen gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So bekommt das Hauptzentrum nicht nur eine zentrale Bedeutung für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc.. Die Entwicklung des Hauptzentrums (regionale und gesamtstädtische Versorgungsfunktion), der Nebenzentren (Versorgungsfunktion für die Stadtbezirke West und Süd und teilweise die Region) sowie Nahversorgungszentren (wohnnah Grundversorgung) ist entsprechend der ihnen zuerkannten Versorgungsaufgabe zu lenken.

Aufgabenteilung / Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentrenstruktur (zentrenverträgliche Fachmarktstandorte, Einzelbetriebe mit örtlicher Bedeutung und Nahversorgungsstandorte)

Neben den zentralen Versorgungsbereichen sollen zentrenverträgliche Fachmarkt-Agglomerationen die Angebotssituation der zentralen Versorgungsbereiche funktional ergänzen. Darüber hinaus sind bestehende Einzelbetriebe mit örtlicher Bedeutung, oftmals großflächige, für die Zentren zu flächenintensive Anbieter, mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, im Sinne einer Arbeitsteilung ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Eine Öffnung neuer über die genannten hinausgehenden Einzelhandelsbetriebe oder die Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, führt in der Regel zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur und hat einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Zur Sicherung eines dichten, flächendeckenden und wohnungsnahen Nahversorgungsnetzes ergänzen Nahversorgungsstandorte die zentralen Versorgungsbereiche.

Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, insbesondere des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

Großflächige insbesondere auf nicht zentrenrelevante Kernsortimente ausgerichtete Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb des gewachsenen Zent-

rums befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine von der Stadt Halle (Saale) beauftragte Kompatibilitätsprüfung – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbranche enorm groß werden kann. Insbesondere vor dem Hintergrund der für einen Teil der nicht zentrenrelevanten Warengruppen (Baumarktsortimente, Möbel) bestehenden absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in der Stadt Halle ist bei der Ansiedlung bzw. Erweiterung entsprechender Betriebe auf die zentrenrelevanten Sortimente zu achten. Ein nicht flächenmäßig begrenztes Angebot zentrenrelevanter Sortimente (z.B. Haushaltswaren bei Möbelanbieter) außerhalb der bestehenden Zentren bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Zentrenstrukturen und haben einen ruinösen Wettbewerb zur Folge.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Schließlich ist ein Ziel, dass die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe zur Verfügung stehen. Diese sind häufig nicht in der Lage, mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mitzuhalten.

8.1.3 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

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist die Sicherung und Stärkung einer ausgewogenen, hierarchisch gegliederten Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen auszuschließen. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevantem Einzelhandelsangebot in der Altstadt. Dabei liegt die Stärke des innerstädtischen Geschäftszentrums als wesentlichster und sich von den übrigen abgrenzender Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des – seiner Versorgungsfunktion entsprechenden – Einzelhandels- und Nutzungsangebots. Hierfür ist eine klare räumliche Begrenzung der halleschen Altstadt unabdingbar. Die Beibehaltung des Marktplatzes als zentraler Scharnierbereich zwischen den verschiedenen innerstädtischen Teilbereichen muss dabei im Vordergrund stehen.

Fokussierung der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf das Hauptzentrum Altstadt

Die europäische Stadttradition weist innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Oberste Priorität im Rahmen der weiteren Einzelhandelsentwicklung besitzt die Sicherung und Stärkung der halleschen Altstadt. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf das Hauptgeschäftszentrum in der halleschen Altstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung der Altstadt bereits in der Vergangenheit zugemessen hat. Dieses Ziel ist umso bedeutender, nimmt die hallesche Altstadt diese Funktion aufgrund quantitativer und qualitativer Defizite derzeit doch nicht in vollem Umfang wahr.

Weiterentwicklung und Profilierung des oberzentralen Einzelhandelsbesatzes

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Als Hauptgeschäftsbereich des Oberzentrums Halle bekommt das Hauptzentrum nicht nur eine zentrale Bedeutung für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc.. Diese verschiedenen Funktionen sind aber nicht zuletzt aufeinander und insbesondere auf einen starken Einzelhandel angewiesen, der den Standort Altstadt sowohl von den anderen halleschen Zentren als auch dem Umland abgrenzt und in den Vordergrund rückt. Hierfür ist die Weiterentwicklung und Profilierung des Altstadt-Einzelhandels mit seinen unterschiedlichen Quartieren ein geeigneter Ansatz. So könnten z.B. der Markt und die untere Leipziger Straße als Haupteinkaufszone (Zielgruppe „Mainstream“), Schmeerstraße, Rannische Straße, Kleinschmieden und Große Ulrichstraße mit vielen kleinteiligen und oftmals inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben als spezialisierte Einkaufsquartiere oder etwa Kleine Ulrichstraße und Sternstraße als „Gastromeilen“ herausgestellt und „vermarktet“ werden. Dies kann z.B. in Form von Qualitätsrouten umgesetzt werden, wie dies in Weimar und Dortmund der Fall ist.

Verbesserung der verkehrlichen Rahmenbedingungen und der Erreichbarkeit der Altstadt

Die Erreichbarkeit des Hauptzentrums ist neben dem quantitativen und qualitativen Angebot eine der wichtigsten Komponenten zur Stärkung und zur Weiterentwicklung eines starken bzw. des stärksten halleschen Einzelhandelsstandortes. Im Zuge der Haushaltsbefragung (vgl. Kap. 4.2.2) wurde gerade die Erreichbarkeit der Altstadt und die dortige Parkplatzproblematik häufig negativ genannt. Um sich insbesondere gegenüber den autokundenorientierten Konkurrenzstandorten im Umland zu behaupten, die zumindest aus Einzelhandelsicht bei ähnlichem Angebot bequem erreichbar sind, sollte ein Augenmerk auf die verkehrlichen Rahmenbedingungen gelegt werden, um bereits mit einfachen Mitteln der Verkehrsorganisation eine Optimierung der Verkehrslenkung und der Leitsysteme zu erreichen. Dabei gilt es auch, die Ausgewogenheit der räumlichen Parkplatzangebote zu überprüfen.

8.1.4 Entwicklungsziele – Nebenzentren Neustadt und Südstadt

Sicherung der Einzelhandelsfunktionalität und -zentralität als wichtige bezirkliche Zentren im Westen und Süden Halles

Als wichtigste Einzelhandelsstandorte in Halle neben der Altstadt fungieren die Nebenzentren Neustadt und Südstadt. Mit ihrem breiten überwiegend zentrenrelevantem Angebot sorgen sie zum einen für eine wohnortnahe über die Nahversorgung hinausgehende Versorgung in den beiden bevölkerungsreichsten Stadtbezirken, übernehmen aber in Teilen auch die Versorgungsfunktion für die umliegenden Kommunen. Um diese Bedeutung zu erhalten, soll die Einzelhandelsfunktionalität (u.a. verschiedene Angebotsformen, Leerstandsmanagement, Branchenmix, Dienstleistungsangebot) und Einzelhandelszentralität (quantitative und qualitative Angebotsausstattung, Bindung der Kaufkraft) gesichert werden.

Vorranggebiet im Bezirk Süd und West für zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen (ausgenommen Lebensmittel-Einzelhandel) jedoch: kein Konkurrenzaufbau für die hallesche Altstadt

Im Zuge des Stadtumbauprozesses werden insbesondere in den Stadtbezirken Süd und West aufgrund der sinkenden Einwohnerzahlen Siedlungsbereiche rückgebaut. Vorhandene Nahversorgungsstandorte verlieren Einwohner in ihrem Umfeld und letztendlich an Kaufkraft und Bedeutung (z.B. Neustadt, Silberhöhe). Um zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen gezielt räumlich zu konzentrieren und die beiden über die reine Nahversorgungsfunktion hinausgehenden Nebenzentren als bezirkliche Haupteinkaufsstandorte zu stärken, sollen diese auf Bezirksebene als Vorranggebiet für die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment dienen. Oberste Priorität hat dabei allerdings das Hauptzentrum Altstadt zu dem in den Nebenzentren keine stetig wachsenden Gegenpole mit zentrenrelevantem Einzelhandel entstehen sollen, die die Altstadt schwächen.

8.1.5 Entwicklungsziele – Nahversorgung

Gewährleistung eines wohnungsnahen (und somit auch fußläufigen) sowie möglichst flächendeckenden Nahversorgungsangebotes

Eine Verkürzung der in der Stadt erforderlichen Wege zum Lebensmitteleinkauf dient zum einen umwelt- und verkehrspolitischen Belangen. Zum anderen ist eine "Stadt der kurzen Wege" aber auch für die immobileren Teile der Bevölkerung von erheblicher Bedeutung. So dient der Verkürzung der Wege auch eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung) - insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Diese wird bisher in einem hohen Maße durch ein engmaschiges Netz von Nahversorgungsstandorten sichergestellt. Dieses Nahversorgungsangebot gilt es weiterhin zu erhalten und ggf. den Erfordernissen insbesondere im Zuge des Stadtumbauprozesses und sich ändernden räumlichen Bevölkerungsstrukturen anzupassen. Ebenso sind die Auswirkungen des demographischen Wandels und der damit einhergehenden stetigen Zunahme älterer und ggf. immobiler und damit auf wohnungsnah Grundversorgungsmöglich-

keiten angewiesener Bevölkerungsgruppen zu berücksichtigen.

Sicherung einer räumlich (Standort) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestuften und ausgewogenen Nahversorgungsstruktur im halleschen Stadtgebiet

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Nahversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes; häufig bilden Lebensmittelanbieter in Neben- oder Nahversorgungszentren eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie). Zunehmend stehen diesen planerisch wie stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Ziels erschweren. Daher muss darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Nahversorgungsstruktur im halleschen Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten.

8.1.6 Entwicklungsziele – Fachmarktstandorte / Sonderstandorte

Konzentration auf die bestehenden Fachmarktstandorte „Gewerbegebiet Neustadt“ und „Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.“; keine Neuausweisung zusätzlicher Sonderstandorte zum bestehenden Sonderstandort Hallescher Einkaufspark (HEP)

Die beiden bestehenden Fachmarktstandorte sowie der Sonderstandort HEP sind sinnvolle und notwendige Ergänzungsstandorte für großflächige flächenintensive Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Der Sonderstandort HEP stellt derzeit einen beträchtlichen Konkurrenzstandort zu den integrierten halleschen Zentren dar. Eine Neuausweisung zusätzlicher Fachmarktstandorte ist derzeit nicht erforderlich und sollte daher vermieden werden, da insbesondere der Bereich Magdeburger Chaussee über größere Flächenreserven verfügt. Bei Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe ist jeweils die Kompatibilität des Vorhabens anhand der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Grundsätze zu überprüfen.

Qualifizierung und Profilierung der Fachmarktstandorte / Sonderstandorte - keine (Weiter-)Entwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten - keine Umnutzung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten durch zentrenrelevante Kernsortimente

Im Sinne einer Arbeitsteilung sind diese Standorte als Vorrangstandort für großflächigen Einzelhandel außerhalb der gewachsenen Zentren der Stadt und als Ergänzungsstandorte für Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind vorrangig an den beiden Fachmarktstandorten zu konzentrieren.

Hier sollte eine klare Differenzierung zwischen den Fachmarktstandorten (Gewerbegebiet Neustadt, Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.) und dem Sonderstandort (Hallescher Einkaufspark) erfolgen. An den Fachmarktstandorten ist eine Weiterentwicklung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten denkbar, wohingegen am Sonderstandort HEP lediglich eine Bestandssicherung (Bestandsschutz) oder Umwandlung in Richtung nicht zentrenrelevanter Kernsortimente erfolgen sollte. Insbesondere vor dem Hintergrund des Schutzes der bestehenden Zentren aber auch der für den Großteil der Warengruppen sehr guten Angebotsausstattung und der beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in der Stadt Halle ist die Weiterentwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an den Fachmarkt- und Sonderstandorten zu vermeiden. Die Vermeidung negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die bestehende Zentrenstruktur umfasst auch die Verhinderung von Betriebsumwidmungen von nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten durch zentrenrelevante Kernsortimente.

Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z.B. Glas/Porzellan/Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. Lebensmittel haben keinen Bezug zum Baumarktsortiment und sind deshalb als Randsortiment unzulässig), zulässig sein.

Bisher hat sich eine Begrenzung auf rd. 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch max. 2.500 m² Verkaufsfläche) als praktikabel erwiesen, was auch zukünftig beibehalten werden sollte. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., es sollte weiterhin angegeben werden, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

8.2 Standortstruktur / Zentrenmodell

Ausgangspunkt für die Überprüfung und Überarbeitung des räumlichen Zentrenkonzepts 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 (Zentrum Typ A, Hauptzentrum) für die gesamte Stadt (und auch die Region) von Bedeutung ist, der Zentrentyp B (Nebenzentrum) als Stadtbezirkszentrum aufgrund seiner Größe und Ausstattung zwar der Altstadt untergeordnet, den übrigen Zentren in den Stadtbezirken bzw. städtischen Teilbereichen jedoch deutlich übergeordnet ist. Der Zentrentyp C (Nahversorgungszentrum) ist auf die wohnortnahe Versorgung des täglichen Bedarfs im Stadtteil bzw. der dortigen umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Zentrums im Rahmen einer Zentrenhierarchie hat das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot. Hierbei fließen als Kriterien u.a. der Verkaufsflächenbestand und die Anzahl von Einzelhandelsbetrieben sowie die städtebauliche Gestaltung in die Beurteilung ein.

Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt zur Einordnung sind die städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen, die mit dem jeweiligen Zentrum verbunden sein sollen. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann. Ferner ist eine räumlich ausgewogene Verteilung der unterschiedlichen Zentrentypen innerhalb der Stadtbezirke bzw. auch untereinander zu berücksichtigen.

Ausgehend von diesen übergeordneten Bewertungskriterien lassen sich für die Typisierung der einzelnen Zentren Halles folgende weitere Kriterien definieren:

Hauptzentrum Altstadt / Innenstadt

Art und Umfang des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes sind im Vergleich zu den anderen Zentrentypen deutlich größer.

Das Einzelhandelsangebot des innerstädtischen Hauptgeschäftszentrums liegt hinsichtlich Gesamtverkaufsfläche und Umsatz deutlich vor den anderen Zentren Halles. Vor allem die Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot umfasst sämtliche zentrenrelevanten Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und -tiefe. Ebenso ist die Anzahl und Vielfalt der Dienstleistungen im Hauptzentrum im Vergleich zu den anderen Zentren führend.

Dieser Zentrentyp zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich - mit Wettbewerbssituation,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Einrichtungen.

Nebenzentren Neustadt und Südstadt

Dem Hauptgeschäftszentrum nachgeordnet sind die beiden Nebenzentren in der Neu- bzw. Südstadt. Im Gegensatz zum Hauptzentrum haben diese eine geringere Versorgungsbedeutung und einen kleineren Einzugsbereich. Entsprechend sind Angebotsart und -umfang geringer. Die Zentren erfüllen eine z.T. über den jeweiligen Stadtbezirk hinausgehende Funktion und verfügen daher über eine hohe Angebotsrelevanz. Kennzeichnend sind vor allem folgende Merkmale:

- umfassendes Einzelhandelsangebot im kurz- und mittelfristigen sowie vereinzelt langfristigen Bedarfsbereich - mit z.T. Wettbewerbssituation,
- differenziertes, in Teilen in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungsangebot (z.B. Reisebüros, Gastronomie etc.).

In diesen Zentren werden Sortimentsgruppen angeboten, die in Art und Umfang hauptsächlich der Versorgung im Stadtbezirk dienen. Der Schwerpunkt der Einzelhandelsangebote liegt überwiegend im mittelfristigen Bedarfsbereich und ist in der Regel geprägt von einem starken und differenzierten Nahversorgungsangebot.

Nahversorgungszentren

Bei den Zentren des Typs C handelt es sich um lokale Versorgungszentren, die überwiegend der wohnortnahen Nahversorgung dienen und dort auch ihren Angebotsschwerpunkt haben. Vereinzelt treten Einzelhandelsangebote im mittelfristigen Bedarfsbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren) hinzu. Nahversorgungszentren zeichnen sich aus durch:

- ein weitgehend vollständiges Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich - mit nur teilweise vorliegender Wettbewerbssituation in diesem Bereich,
- vereinzelt Einzelhandelsangebote im mittel-/langfristigen Bedarfsbereich mit nur wenigen Hauptwarengruppen (nicht selten als Rand- oder Nebensortimente), Wettbewerbssituation fehlt überwiegend und
- einzelne, zentrenprägende Dienstleistungsangebote, in der Regel aus der Gruppe der einzelhandelsnahen Dienstleistungen, allerdings mit sehr geringer Wettbewerbssituation.

Häufig bestehen diese Nahversorgungszentren aus wenigen Einzelhandelsbetrieben, die sich im räumlichen Zusammenhang zu einem Magnetbetrieb, dessen Hauptangebotssegment im kurzfristigen Bedarfsbereich (z.B. Lebensmittelmarkt) liegt, angesiedelt haben. Einige wenige Dienstleistungsbetriebe ergänzen das Bild eines Zentrums dieser Kategorie.

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 (vgl. Kapitel 8.3) Veränderungen in der Zentrenstruktur und -hierarchisierung ergeben. Diese Veränderungen betreffen die unterste Zentrenkategorie, die sogenannten Nahversorgungszentren, die im 2004 beschlossenen Zentrenkonzept der Stadt Halle als D-Zentren bezeichnet wurden.

Es ist aus unterschiedlichen Gründen bisher nicht gelungen, die damals als potenzielle Zentren bezeichneten Standorte (u. a. Trotha und Ammendorf) zu vollwertigen Nahversorgungszentren zu entwickeln. Vor allem die kleineren Nahversorgungszentren haben nicht nur in Halle besonders unter dem Strukturwandel des Einzelhandels und vor allem unter der Ansiedlungswelle der Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahren gelitten. Diese Standorte wurden in der Regel nicht mehr als zentrale Bereiche erfasst.

Auf der Grundlage der Bestandsanalyse sind vor allem auch unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen für das künftige räumlich-funktionale Zentrenkonzept weitere Veränderungen bei einzelnen Zentrenstatus erfolgt (vgl. auch zukünftige Zentrenhierarchie der Stadt Halle (Saale) Abbildungen 33 und 34).

Dies betrifft vor allem die Ausweisung von Zentren in den Stadtumbaugebieten Silberhöhe und Neustadt. 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. Die genannten Standorte liegen z.T. in Umstrukturierungsgebieten gemäß den Kategorien des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes der Stadt Halle. Dabei handelt es sich um Gebiete, die in besonderem Maße von den Folgen des Stadtumbaus betroffen sind. Insbesondere der auch laut Prognose in diesen Stadtgebieten weiter anhaltende Einwohnerverlust lässt die genannten Zentren künftig als nicht mehr tragfähig erscheinen. Anderen Standorte werden durch die Nähe zu den Nebenzentren in ihrer Entwicklung beeinflusst. Insgesamt war dadurch die Ausweisung dieser Standorte als schützenswerte Bereiche und damit der weitere Ausbau nicht mehr zu rechtfertigen. Mit dem Verzicht auf die Ausweisung dieser Standorte als zentrale Versorgungsbereiche gehen allerdings keine Versorgungsengpässe für die Bevölkerung einher. Die Standorte behalten ausgehend von dem Bestand an Einzelhandelseinrichtungen ihre Funktion für die Nahversorgung bei.

Das im 1. Wohnkomplex des Stadtumbaugebietes Heide-Nord ausgewiesene Nahversorgungszentrum, die Heideringpassage, wurde im neuen Konzept dagegen als zentraler Versorgungsbereich belassen. Das Nebenzentrum Neustadt ist weit genug entfernt, um dem Standort Entwicklungsspielraum einzuräumen, und der ebenfalls deutlich sichtbare Einwohnerrückgang in Heide-Nord wird teilweise dadurch aufgefangen, dass der Standort Versorgungsfunktionen für den gesamten halleschen Nordwesten mit den Ortslagen Dölau und Lettin übernimmt. Doch muss unter dem Gesichtspunkt des sich fortsetzenden Stadtumbauprozesses in Heide-Nord die Funktionsfähigkeit des Zentrums und damit der Status als zentraler Versorgungsbereich regelmäßig überprüft werden.

Sollte durch einen Funktionsverlust der Standort Heide-Nord den Status als Nahversorgungszentrum nicht mehr erfüllen können, so kann das neu hinzugekommene Zentrum am Hubertusplatz diese Funktion teilweise übernehmen. Dieser Bereich rund um den Hubertusplatz wird als neues Nahversorgungszentrum eingeordnet und trägt damit der Entwicklung in seinem Umfeld mit zahlreichen Neubaugebieten in Heide-Süd sowie einer hohen Arbeitsplatzkonzentration in der Universitätsklinik, im Technologiepark Weinberg campus und dem im ehemaligen Kasernengelände errichteten naturwissenschaftlichen Campus der Universität mit zahlreichen Studenten und wissenschaftlichen Mitarbeitern Rechnung. Durch den Neubau von Einzelhandelsbetrieben wurde das quantitative und qualitative Versorgungsangebot deutlich verbessert. Zudem verfügt der Standort über weitere Flächenpotenziale.

Die im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2004 noch als potenzielles D-Zentrum Büschdorf bzw. D-Zentrum Vogelweide eingeordneten Bereiche werden künftig ebenfalls als zentrale Versorgungsbereiche der Kategorie Nahversorgungszentren eingeordnet.

Das Nahversorgungszentrum Büschdorf übernimmt mit seiner zentralen Lage und der guten Anbindung an die Delitzscher Straße Versorgungsfunktionen für den gesamten Stadtbezirk Halle-Ost. Für den unmittelbar angrenzenden und neben Heide-Süd wichtigsten städtischen Wohnungsbauschwerpunkt am Hufeisensee sowie die bestehenden Wohnsiedlungsbereiche im näheren Umfeld stellt das Nahversorgungszentrum Büschdorf die Nahversorgung eines Großteils der Bevölkerung in Halle-Ost sicher und ist aufgrund vorhandener Flächenpotenziale zukünftig auch noch ausbaufähig.

Der Bereich Vogelweide wird ebenfalls als Nahversorgungszentrum eingeordnet und gesichert, da dieser Standortbereich nicht nur eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung in der halleschen Südstadt übernimmt. Er liegt ähnlich wie das Zentrum am Reileck inmitten dicht besiedelter und stabiler innerstädtischer Wohngebiete und ist, im Kreuzungspunkt mehrerer Straßenbahnlinien, insbesondere auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr gut erreichbar. Neben dem Hauptzentrum Altstadt und dem Nebenzentrum Neustadt ist die Vogelweide ein Standort für die Durchführung regelmäßiger Wochenmärkte. Diese Faktoren heben den Standort aus ähnlich ausgestatteten Standorten hervor, so dass die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich hier gerechtfertigt ist.

Hingegen stellen die im 2004 beschlossenen Konzept ausgewiesenen potenziellen D-Zentren Merseburger Straße und Ammendorf aufgrund ihrer solitären Einzelhandelsstrukturen und der bezogen auf Ammendorf geringen städtebaulichen Kompaktheit künftig keine schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche mehr dar.

Dies trifft auch für den Standort in Trotha zu. Dort gibt es zwar ausreichend Versorgungseinrichtungen, die z. T. auch den Versorgungsbedarf des Umlandes bedienen, aber ergänzende Einrichtungen und einzelhandelsnahe Dienstleistungen, die den Kriterien für die Mindestausstattung eines Zentrums entsprechen, findet man dort nicht. Der Bereich zwischen Köthener Straße und Trothaer Straße wird aber zum überwiegenden Teil in die Fachmarkttagglomeration Trotha (Magdeburger Chaussee / Trothaer Straße) einbezogen.

Neben dem bereits erwähnten Reileck, dem einzigen „gewachsenen“ Nahversorgungszentrum, bleibt auch für den Standort an der Diesterwegstraße der Status des Nahversorgungszentrums erhalten. Doch während das Reileck in einem an Bevölkerung gewinnenden innerstädtischen Gebiet liegt und sowohl entgegen früherer Prognosen in Einzelhandelsgutachten eine positive Entwicklung nimmt als auch mit dem Gelände des ehemaligen Betriebes Gravo-Druck über Potenzialflächen verfügt, bedarf es an der Diesterwegstraße des aktiven Eingreifens seitens der Eigentümer, der Mieter und der Stadt, um die Attraktivität und Funktionalität des Zentrums dauerhaft zu erhalten.

Gegenüber der Analysephase hat sich aber nicht nur die Anzahl und der Zentrenstatus der künftigen zentralen Versorgungsbereiche geändert, auch die Abgrenzung einiger zentraler Versorgungsbereiche wurde unter Berücksichtigung städtischer Zielvorstellungen geändert. In der Regel wurden die Bereiche etwas vergrößert, um Potenzialflächen aufzunehmen. Im Fall des Nahversorgungszentrums Diesterwegstraße wurde die Abgrenzung hingegen auf den Kernbestand reduziert, der allerdings in sich genügend Spielräume für Entwicklungen lässt.

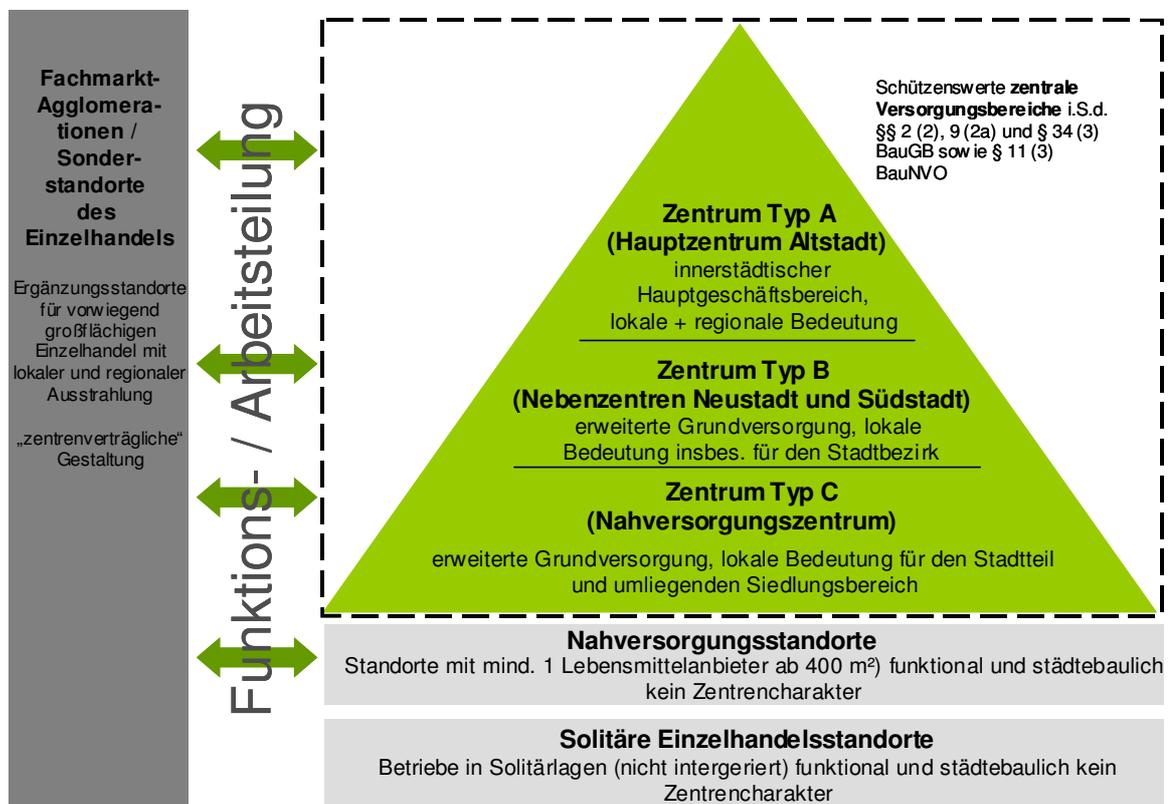
Ausgehend von der beschriebenen Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen für die Stadt Halle (Saale) damit nachfolgende Zentrenhierarchie:

Abbildung 32: 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 33: Modell der Standortstruktur



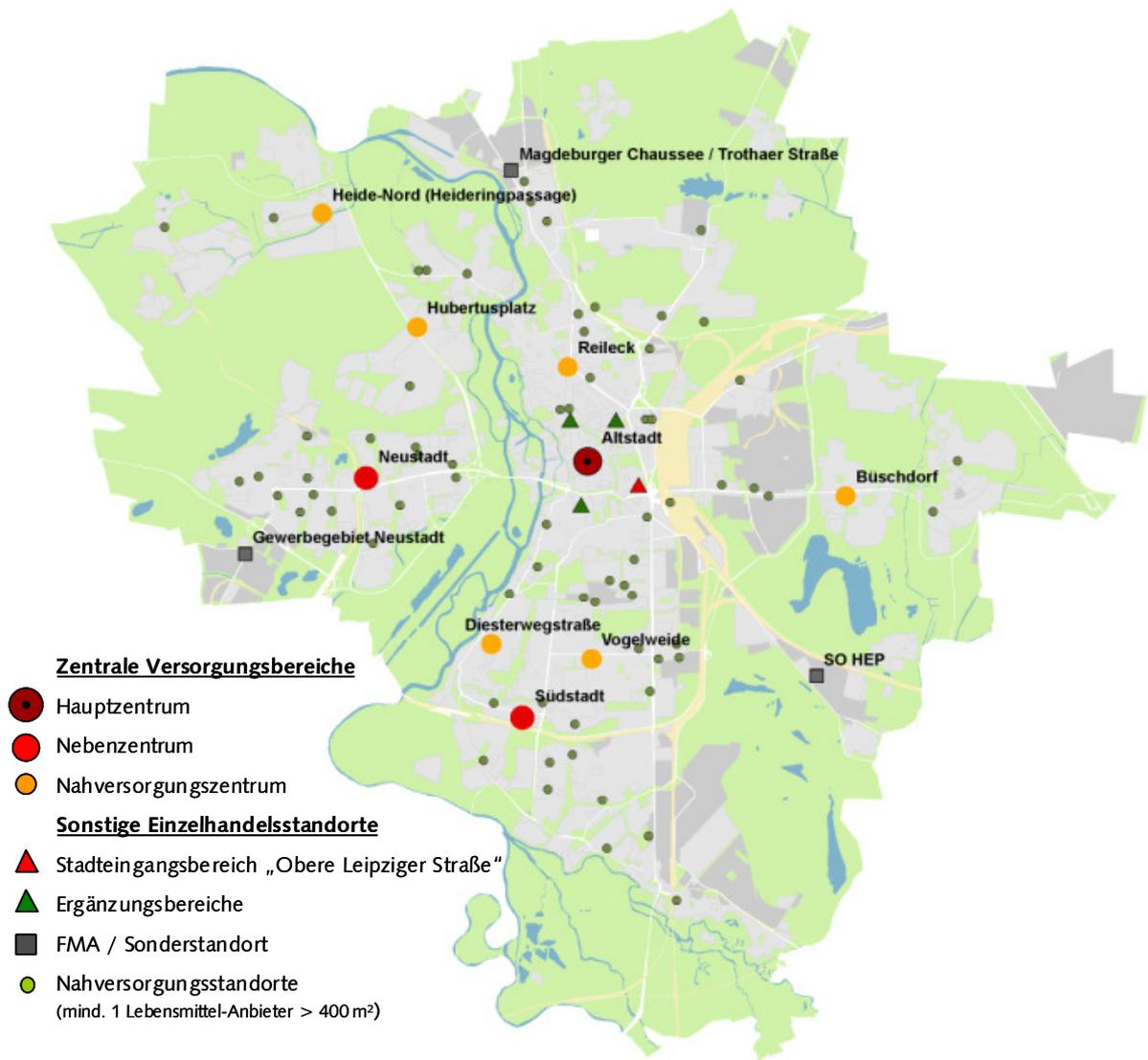
Quelle: eigene Darstellung

Neben den Zentren sind Nahversorgungsstandorte, solitäre Einzelhandelsstandorte und Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorte als Bestandteile des zukünftigen Zentrenkonzeptes herausgestellt worden. Alle unterschiedlichen Zentrentypen 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. Somit wird erst unter Berücksichtigung dieser Standorte eine bereits heute weitgehend flächendeckende und umfassende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Halle gewährleistet. Auch wenn sie nicht unter das „Schutzregime“ der rechtlichen Grundlagen (insbesondere §§ 2(2), 9(2a) und 34(3) BauGB) fallen, sollen sie dennoch – als räumliche Ausprägung eines übergeordneten Ziels im Rahmen des Zentrenkonzepts – als bedeutendes Abwägungskriterium für die zukünftige städtebauliche Steuerung und baurechtliche Genehmigung von Einzelhandelsplanvorhaben herangezogen werden. Dieser Umstand hat bei der Formulierung der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung entsprechende Berücksichtigung gefunden.

Ferner kann für einzelne Nahversorgungsbereiche, die heute in Teilen zentrenähnliche Strukturen aufweisen, derzeit jedoch nicht den Kriterien und Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereiches entsprechen, die Zielformulierung zur Entwicklung bzw. Etablierung dieser Standorte in Richtung **Nahversorgungszentren** ein wichtiger Baustein der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle darstellen. Dies dient der Sicherung der bestehenden bzw. perspektivischen Versorgungsfunktion dieser Standorte und somit einer Stabilisierung und Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgungssituation.

Karte 47: 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)

8.3 Zentrale Versorgungsbereiche in Halle (Saale)

Die zentralen Versorgungsbereiche stellen die künftigen Entwicklungsbereiche insbesondere für den nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel dar.

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche, unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Halle (Saale), dient als **unentbehrliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen.

Dabei kommt insbesondere dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004 und 2007 und hier insbesondere die neu gefassten §§ 2(2), 34(3) und 9(2a) BauGB im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung ein. Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur²² – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z.B. dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Es erfolgt die bewusste Nennung des Plurals, so dass es demnach auch mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich in einer Kommune geben kann.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Halle (Saale) sind als **zentrale Versorgungsbereiche** jene Bereiche in den Bezirken bzw. Stadtteilen zu verstehen, die eine funktionale Einheit aus Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z.B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können (dies wurde für die Altstadt auch durchgeführt). Es wird somit deutlich, dass neben funktionalen Aspekten auch städtebauliche Kriterien zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche heranzuziehen sind.

²² vgl. u.a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

Funktionale Kriterien:

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Radfahrer, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungsstruktur / Nutzungsmischung

Städtebauliche Kriterien

- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Flächen für den Gemeinbedarf wie z.B. Schulen, Kindergärten oder auch kirchliche Einrichtungen sind dabei zu dem zentralen Versorgungsbereich hinzugenommen worden, sofern ihre Grundstücke unmittelbar an die Straßen der jeweiligen Einzelhandelslagen heranreichen und von Einzelhandelsnutzungen im weiteren Verlauf umgeben sind. Auch sind in einzelnen zentralen Versorgungsbereichen so genannte **Potenzialflächen** ausgewiesen. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zum ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich stehen und diesen - im Falle einer Ansiedlung / Bebauung - sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung / Nutzung auf dieser Fläche ist somit nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der zentrale Versorgungsbereich in der Regel nur einen Teil der Innenstadt bzw. eines Stadtteils etc. darstellt. Kerngebietsausweisungen können z.B. über diese räumlichen Grenzen hinausgehen. Der Vorteil dieser einheitlich zu Grunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, als auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie der Sonderstandorte andererseits insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Halle'sche Sortimentsliste; siehe Kapitel 8.6) unabdingbar.

In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle gebiets-scharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen, fachlich abgestimmt und sind als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige

Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen.

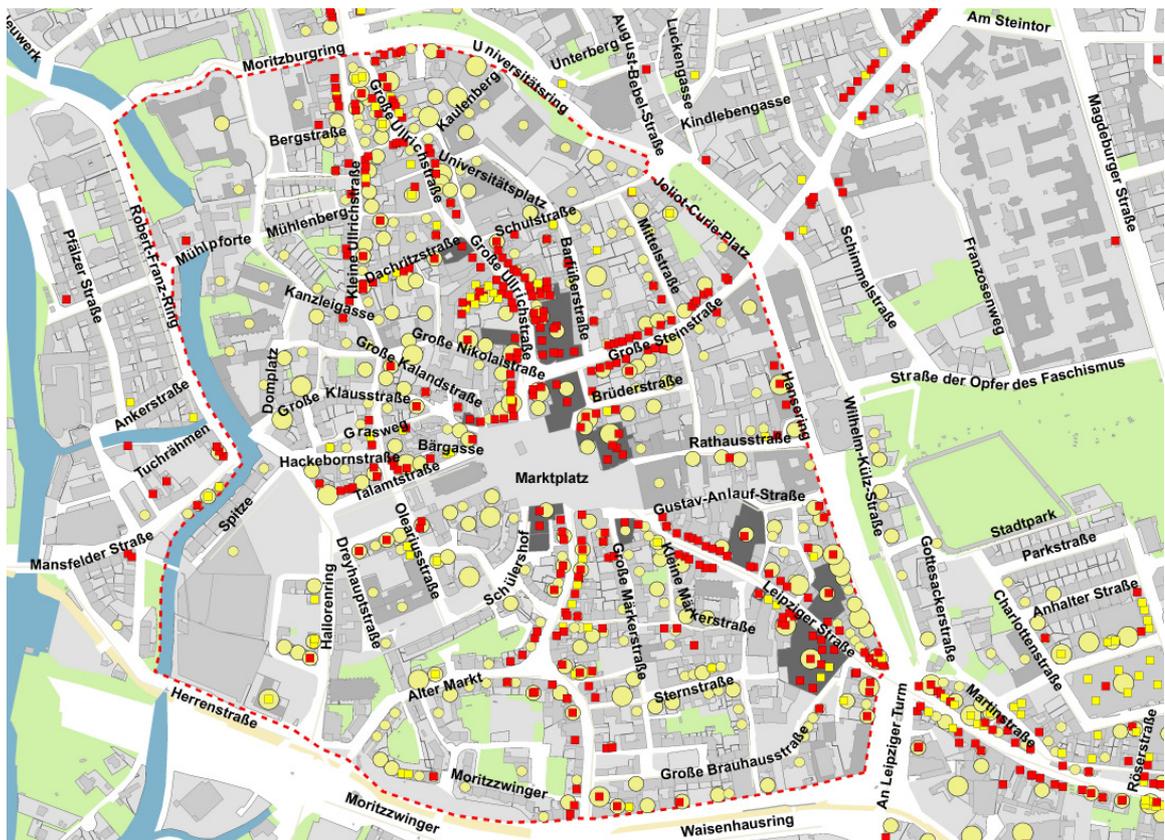
Dabei wird unterschieden zwischen

- dem Hauptzentrum Altstadt,
- den Nebenzentren Südstadt und Neustadt und
- Nahversorgungszentren.

8.3.1 Hauptzentrum Altstadt



Karte 48: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Altstadt“



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

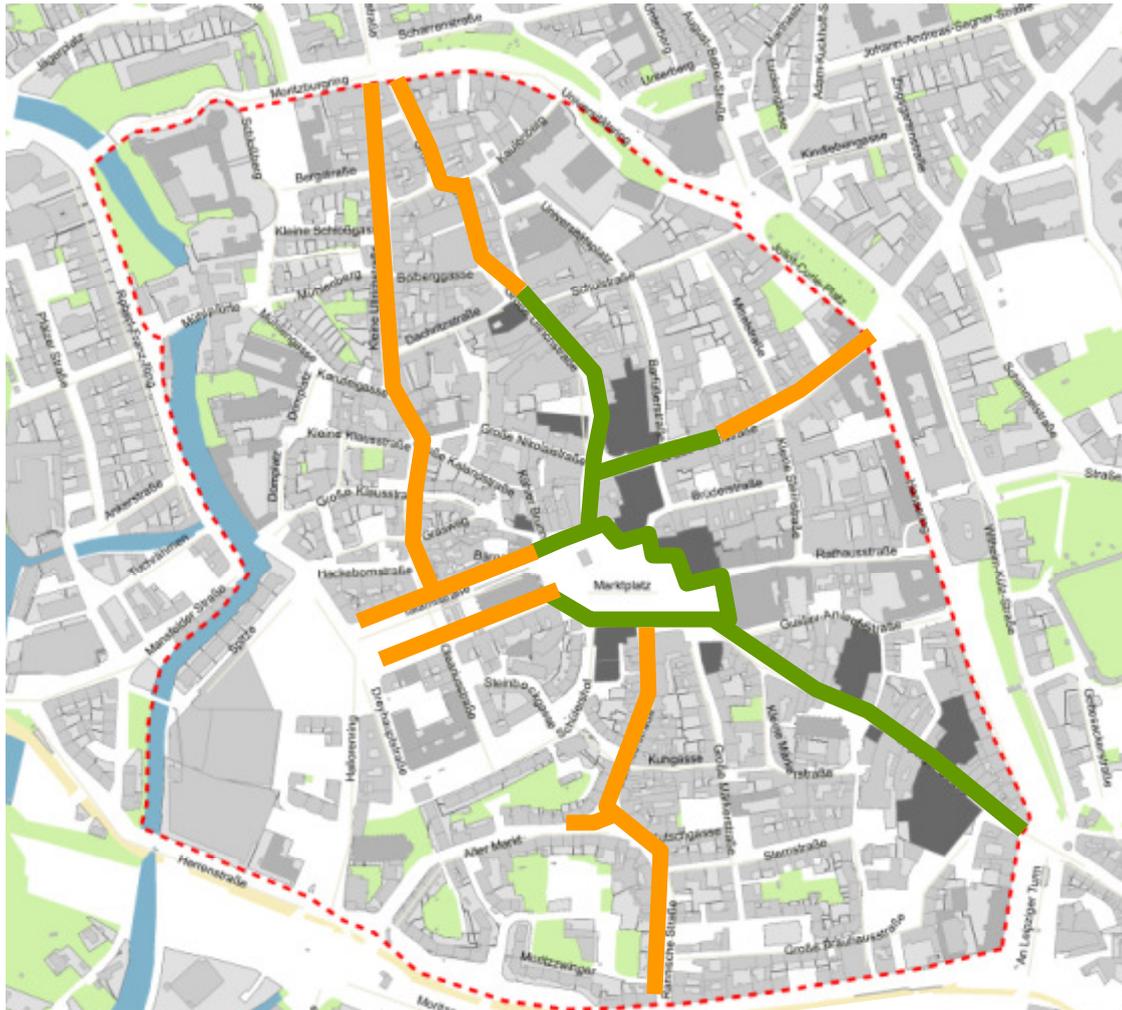
<p>Lage</p>	<p>Stadtbezirk Mitte, Stadtviertel Altstadt, Nördliche Innenstadt, Südliche Innenstadt.</p> <p>Moritzburgring, Universitätsring und Hansering bilden nördliche und östliche Grenze, im Süden Moritzzwinger, im Westen der Robert-Franz-Ring zwischen Herrenstraße und Moritzburgring (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).</p> <p>Nord-Süd Ausdehnung ca. 1.000 m, Ost-West Ausdehnung ca. 800 m.</p>
<p>Wettbewerbssituation</p>	<p>Der zentrale Versorgungsbereich „Hauptzentrum Altstadt“ ist aufgrund seiner Größe und dem angebotenen Warensortiment hinsichtlich Quantität und Qualität sowie Breite und Tiefe des Warenangebotes der wichtigste Einzelhandelsstandort in Halle (Saale).</p> <p>Ein regionaler Wettbewerb besteht mit anderen Kommunen / Konkurrenzstandorten (u.a. Leipzig, Nova-Eventis).</p> <p>700 m bis zum Nahversorgungszentrum Reileck im Norden.</p> <p>2.300 m bis zum Nebenzentrum Neustadt.</p>
<p>Verkaufsfläche</p>	<p>72.400 m² (77 % der Verkaufsfläche im Stadtbezirk Mitte)</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Umfassendes und vielseitiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen, bedeutende Handelsmagneten sind vorhanden, v.a. im Bereich der Fußgängerzone zwischen Hansering und Marktplatz (Bekleidung ca. 41 % der Verkaufsfläche im zentralen Bereich).</p> <p>Nahversorgung überwiegend durch Lebensmittelabteilung in Galeria Kaufhof, Edeka und Bio-Supermarkt (Nahrungs- und Genussmittel 6 % der Verkaufsfläche im zentralen Bereich).</p> <p>Frequenzbringer: verschiedene bedeutende Handelsmagneten, v.a. im Bereich Fußgängerzone in der Leipziger Straße zwischen Marktplatz und Hansering; Elektronik-, Bekleidungs- und Mehrbranchenkaufhäuser.</p>
<p>Verkehrliche Einordnung</p>	<p>Überörtlich durch mehrere Bundesstraßen (u.a. B 80, B 6, B 100) erschlossen, innerstädtisch über Magdeburger Straße, Hochstraße, Am Steintor und Geiststraße erreichbar.</p> <p>Stellplätze: 4 Parkhäuser/Tiefgaragen, 6 Parkplätze, in den</p>

Randbereichen Parken im Straßenraum

Umfangreiche Straßenbahn- und Busanbindungen, zentrale Umsteigepunkte am Marktplatz und nahegelegenen Hauptbahnhof (Anbindung an regionalen und überregionalen Verkehr).

Überwiegende Autofreiheit in der Altstadt.

Karte 49: Einzelhandelslagen im „Hauptzentrum Altstadt“



- HZ Hauptlage** █
- > Leipziger Straße (Ring bis Marktplatz)
 - > Marktplatz
 - > (untere) Große Ulrichstr.
 - > (westl.) Große Steinstr.

- HZ Nebenlage** █
- > Schmeerstr.
 - > Rannische Str.
 - > Kleine Ulrichstr.
 - > (obere) Große Ulrichstr.
 - > Oleariusstr.
 - > Talamtstr.
 - > (östl.) Große Steinstr.

Magnetbetriebe █

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

Städtebauliche Situation

zwei verschiedene Einkaufslagen:

Hauptlage:

Durchgängige Einzelhandelsstrukturen mit großflächigen (Magnet-)Betrieben (u.a. Galeria Kaufhof, C&A, Peek & Cloppenburg, Wöhr, Saturn) und Einkaufspassagen (u.a. Ritterhauspassage und Händelhauskarree) insbesondere im Bereich Leipziger Str. (zwischen Hansering und Marktplatz) und am Marktplatz, höchste Einzelhandelsdichte sowie stärkste Passantenfrequenz aller Einzelhandelslagen.

Überwiegend filialisierte Anbieterstruktur aus unterem und mittlerem Preissegment.

Städtebauliche Mitte am Marktplatz, der als Tagesmarktstandort, Standort für (Außen-) Gastronomie, Straßenbahn-Verkehrsknotenpunkt und Verbindungsstelle der verschiedenen abzweigenden Einkaufslagen fungiert.

Marktkirche, Stadthaus, Ratshof und Roter Turm sind die markantesten Baudenkmale rund um den Marktplatz.

Historischer Gebäudebestand und neuere Gebäude, z.T. in typischer Konzernarchitektur, prägen die Einzelhandelsimmobilien.

Der Bereich Leipziger Str. ist als Fußgängerzone ausgewiesen.

Gut frequentierte aber straßenbegleitende Lauflagen (mittlere) Große Ulrichstraße und (westliche) Große Steinstraße mit deutlich geringerem Einzelhandelsbesatz als in Leipziger Straße und am Marktplatz setzen sich dennoch funktional von den Nebenlagen ab.

Stadtcenter Rolltreppe und Galeria Kaufhof dominieren diesen Bereich der Großen Steinstraße.

Abschnitt Große Ulrichstraße durch kleinteiligen überwiegend inhabergeführten Einzelhandelsbesatz geprägt.

Nebenlage:

Sowohl Einzelhandelsdichte als auch Passantenfrequenzen deutlich niedriger als in Hauptlagen.

Eher kleinteilige Betriebsstrukturen, höherer Anteil an Fachgeschäften als in Hauptlagen.

Einzelhandelsnahe Dienstleistungen und Nutzungen stärker vertreten als in den Hauptlagen, umfangreiches und attrak-

tives gastronomisches Angebot (teilweise mit Außengastronomie) mit Schwerpunkt an der Kleinen Ulrichstraße sowie Sternstraße.

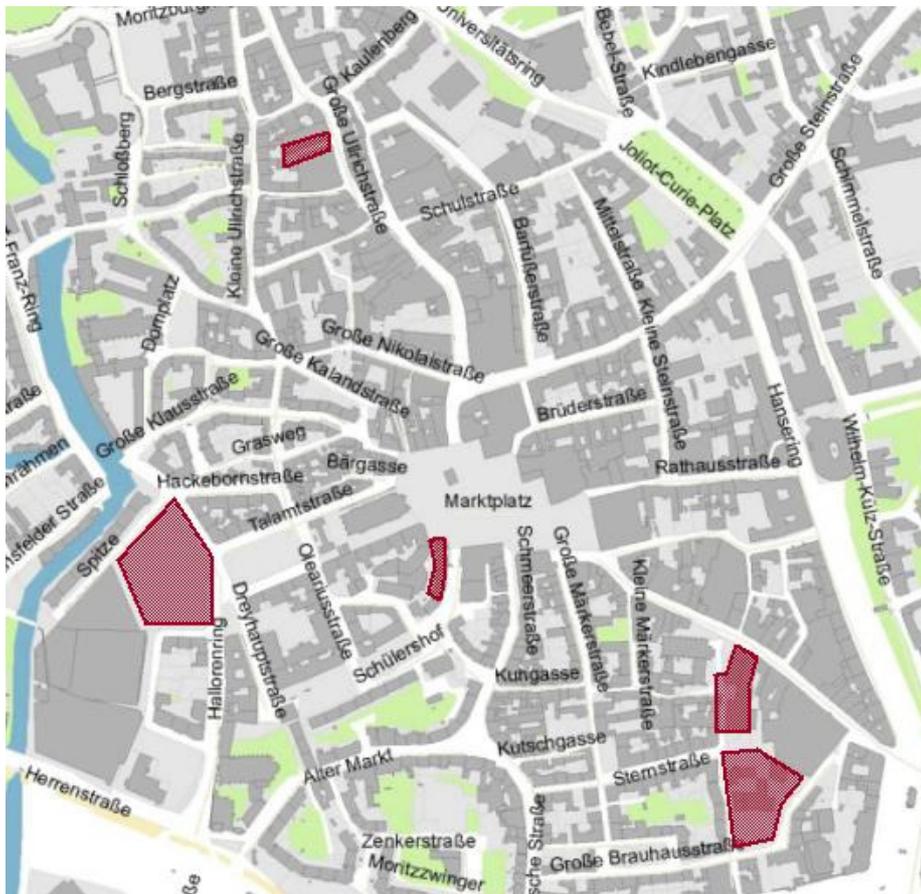
Bereich Schmeerstraße / Alter Markt / Rannische Straße nach Sanierungsmaßnahmen mit Mix aus Wohnen, kleinteiligem Einzelhandel und Gastronomie.

Bereich Hallmarkt / Talamtstraße sowie östliche Große Steinstraße sowie nördliche Große Ulrichstraße ohne durchgängigen Einzelhandelsbesatz

insbesondere die letzten beiden genannten Bereiche mit geringer Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

Mit Flächenpotenzialen von rund 28.000 m² verfügt der zentrale Versorgungsbereich über ein ausreichendes Flächenangebot, so dass über (Nach-)Verdichtung die derzeitigen Strukturen gestärkt und weiterentwickelt werden können (vgl. Karte 50)

Karte 50: Potenzialflächen Einzelhandel im „Hauptzentrum Altstadt“



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

Versorgungsfunktion	oberzentrale Versorgungsfunktion und Nahversorgungsfunktion für Wohnbevölkerung im zentralen Bereich gegeben
Begründung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsgebietes	<p>Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt umfasst den Bereich innerhalb des Altstadtringes und wird im Westen vom Mühlgraben bzw. Robert-Franz-Ring begrenzt.</p> <p>Die Abbindung der oberen Leipziger Straße erfolgte dabei aus folgenden Gründen. Den Entwicklungszielen zum Hauptzentrum Altstadt u.a. mit der Stärkung der Scharnierfunktion des Marktplatzes zwischen den abzweigenden Einkaufslagen steht die Schaffung eines Gegenpols an der oberen Leipziger Straße oder am Riebeckplatz konträr gegenüber.</p> <p>Die Hereinnahme dieses Bereiches würde eine Schwerpunktverschiebung vom Markt in Richtung Riebeckplatz begünstigen und damit insbesondere die Einzelhandelslagen in der nördlichen sowie westlichen Altstadt gefährden.</p> <p>Die gemessenen Passantenfrequenzen unterstreichen zusätzlich die Bedeutung des Marktplatzes und die unmittelbar angrenzenden Einkaufslagen Große Ulrichstraße und untere Leipziger Straße für das Hauptzentrum Altstadt (vgl. Karte 51).</p>

Karte 51: Passantenfrequenzen im „Hauptzentrum Altstadt“



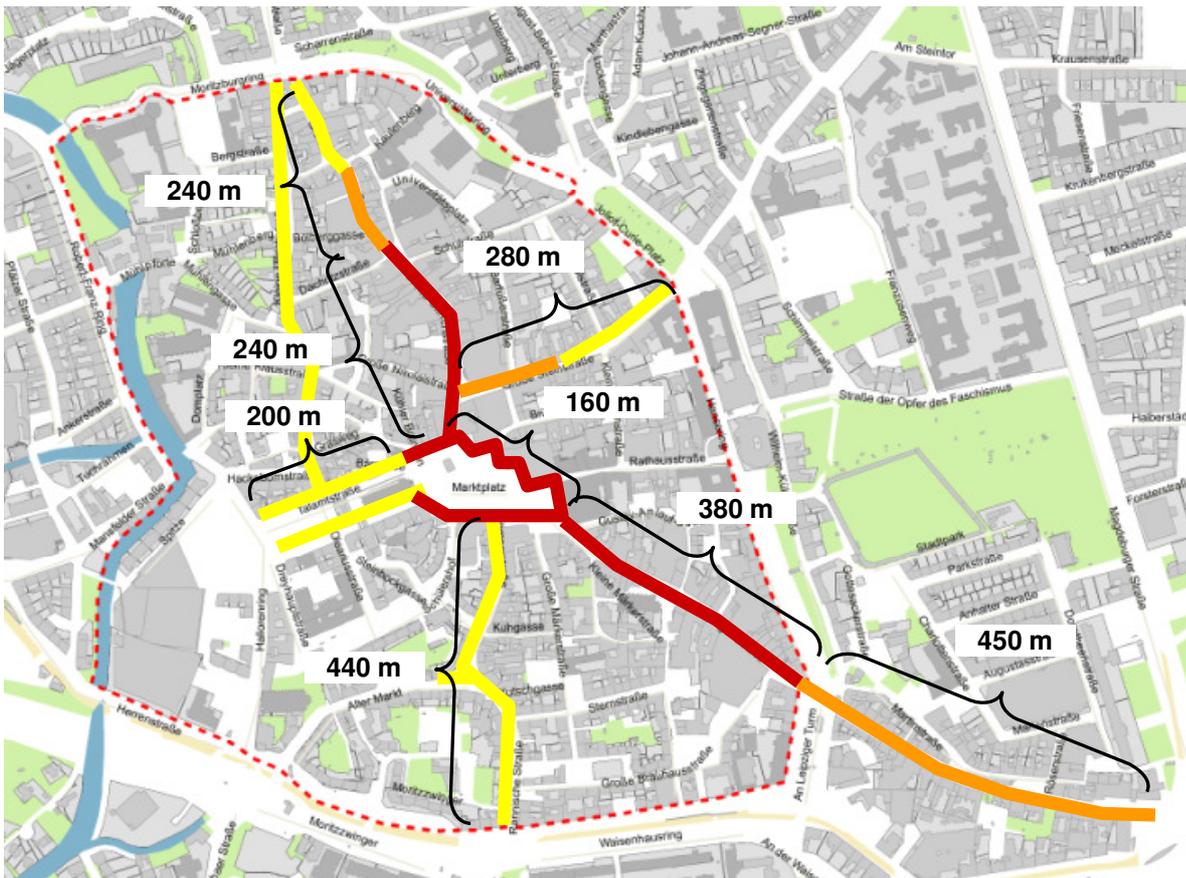
Anzahl Passanten / Stunde; Zeitpunkt: Donnerstag, 04.11.2010, 14:00-16:00

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

Die hohe Freqüentierung der Hauptlage wird in dem Bereich von der oberen Leipziger Straße in Richtung Hauptbahnhof nicht mehr erreicht und verringert sich deutlich.

Zusätzlich sprechen die großen Wegedistanzen vom Marktplatz über den Hansering, obere Leipziger Straße bis zum Riebeckplatz (>800 m), die die üblicherweise von Fußgängern zurückgelegte Entfernung von 500-600 Metern übersteigen, gegen eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches über den Altstadtring hinaus (s. folgende Karte).

Karte 52: Wegedistanzen in der Altstadt



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

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Altstadt.

Weiterentwicklung und Profilierung des oberzentralen Einzelhandelsbesatzes, insbesondere die Herausstellung der Altstadtquartiere und ihre Funktionen (filialisierte Anbieter in den Hauptlagen, spezifische kleinteiligere Einzelhandelsangebote in den Nebenlagen, Gastronomiebereiche in kleiner Ulrichstraße und Sternstraße, nördliche Große Ulrichstraße und östliche Große Steinstraße aufgrund Universitätsnähe mit diesbezüglichem Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot).

Bei künftigen Einzelhandelsentwicklungen Konzentration auf die Haupt- und Nebenlagen.

Qualitative Aufwertung, Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch gestalterische Maßnahmen

	<p>(z.B. Modernisierung der Bausubstanz, fußgängerfreundliche Gestaltung u.a. in den Bereichen Große Ulrich- und Steinstraße).</p> <p>Sicherung und Ausbau oberzentraler Angebote im Freizeitsektor (Theater, Kino, Gastronomie).</p> <p>Optimierung des Parkraumkonzeptes zur Attraktivierung der Altstadt-Erreichbarkeit (Überprüfung der Parkplatzausstattung, Beschilderung, Preisgestaltung, Bewerbung etc.).</p>
<p>Ergänzungsbereiche</p>	<p>In der Analysephase des Konzeptes wurden unmittelbar an den Altstadtring angrenzende Straßen 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.</p> <p>Der östliche Bereich der Mansfelder Straße (zwischen Saale und Robert-Franz-Ring) ist aufgrund der geringen Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte kein Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches und stellt auch keinen Ergänzungsbereich dar.</p>
<p>Stadteingangsbereich „Obere Leipziger Straße“</p>	<p>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. Von den Ergänzungsbereichen unterscheidet sich die obere Leipziger Straße nicht nur in der Gestaltung als Fußgängerzone, sondern auch hinsichtlich des Besatzes an Einzelhandelsbetrieben, vor allem aber auch von Büro- und Dienstleistungseinrichtungen. Im Umfeld bzw. unmittelbar an der Leipziger Straße befin-</p>

den sich drei der größten und besten Hotels der Stadt, wichtige Einrichtungen wie die Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau und das Landesinstitut für Schulqualität und Lehrerbildung des Landes Sachsen-Anhalt (LISA), aber auch Parkhäuser.

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.

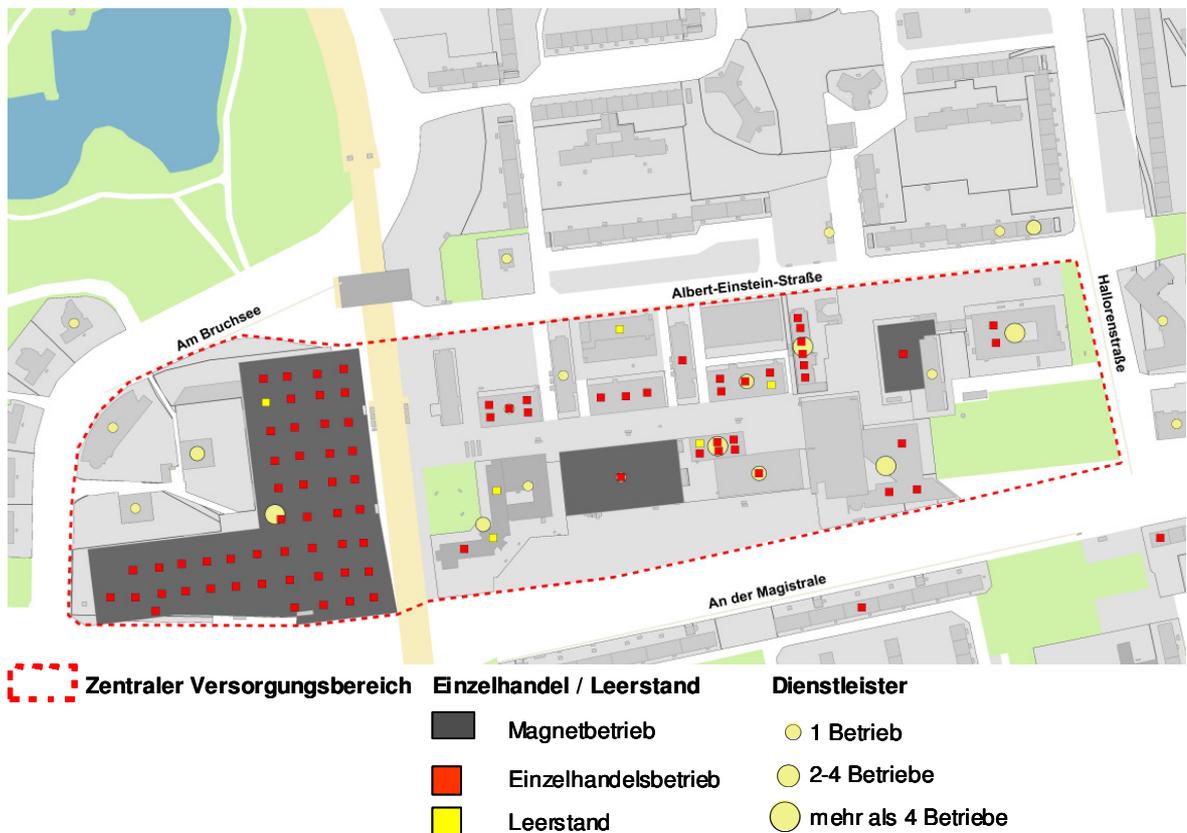
Die Obergeschosse der Gebäude eignen sich für kleinteilige Büroflächen und Wohnnutzungen.

Am Übergang zum Riebeckplatz ist darüber hinaus die Integration eines größeren Supermarktes (Vollsortimenter) möglich. Dazu sollten aber in diesem Entree zur oberen Leipziger Straße städtebauliche Akzente mit den geplanten Neubauten gesetzt werden.

8.3.2 Nebenzentrum Neustadt



Karte 53: Abgrenzung Nebenzentrum „Neustadt“



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

Lage

Stadtbezirk West, Stadtviertel Nördliche Neustadt

Albert-Einstein-Straße und Am Bruchsee bilden die nördliche und westliche Grenze, im Süden An der Magistrale, im Osten die Hallorenstraße (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).

Nord-Süd-Ausdehnung ca. 200 m, Ost-West-Ausdehnung ca. 800 m

Wettbewerbssituation	<p>2.000 m bis zum Nahversorgungszentrum Hubertusplatz</p> <p>2.300 m bis zum zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt</p>
Verkaufsfläche	<p>32.770 m²</p>
Einzelhandelsstruktur	<p>Bedeutende Magnetbetriebe sind mit Real, Medi-Max und Modehaus Fischer im Neustadt Centrum sowie Helü Möbel in der Neustädter Passage vorhanden.</p> <p>Überwiegend von Filialisten geprägtes Zentrum.</p> <p>Durch großformatigen Möbelanbieter rd. 1/3 der Verkaufsflächen in langfristiger Bedarfsstufe.</p> <p>Ansonsten ausgewogene Verkaufsflächenangebote im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich.</p>
Verkehrliche Einordnung	<p>Überörtlich durch die B 80 erschlossen, innerstädtisch durch die Magistrale sowie die Hochstraße mit den östlich der Saale liegenden Innenstadtbereichen verbunden.</p> <p>Ca. 950 Parkplätze sind insbesondere im Einkaufszentrum vorhanden.</p> <p>Umfangreiche Straßenbahn- und Busanbindungen zur Haltestelle „Zentrum Neustadt“; Bus: Linie 34 Heide - Südstadt; Straßenbahn: Linie 2 Soltauer Straße - Beesen, Linie 9 Göttinger Bogen - Hauptbahnhof, Linie 10 Hauptbahnhof - Göttinger Bogen, Linie 11 Göttinger Bogen - Damaschkestraße; außerdem befindet sich die S-Bahn-Haltestelle Neustadt am Standort.</p>
Städtebauliche Situation	<p>Zweigeteiltes Nebenzentrum mit modernem Neustadt Centrum (ca. 45 % der Verkaufsfläche bei 50 Anbietern) als Einkaufszentrum im Westen sowie der Neustädter Passage (ca. 55 % der Verkaufsfläche bei 34 Anbietern) als offene 2-geschossige Einkaufspassage.</p> <p>Die offene Platzgestaltung zwischen beiden Einkaufslagen dient als Bindeglied, wenngleich das Neustadt-Centrum von der Angebotsseite und Frequentierung deutlich dominiert.</p>

	<p>Die Neustädter Passage fällt mit ihrer mit Leerständen durchsetzten Bandstruktur und z.T. sanierungsbedürftiger Bausubstanz städtebaulich negativ auf, wobei das Magistralen Carré als Baukörper im östlichen Bereich in Verbindung mit der Freifläche an der Hallorenstraße eine gute Eingangssituation schafft.</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Durch zahlreiche und vielfältige Angebotsformen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich über die reine Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk West und z.T. darüber hinaus für die angrenzenden westlichen Umlandkommunen</p>
<p>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen</p>	<p>Sicherung der Versorgungsfunktion des Nebenzentrums und die derzeitige Angebotsstruktur im Bestand.</p> <p>Kein weiterer Ausbau des zweitgrößten Zentrums Halles, um eine Schwächung des Hauptzentrums Altstadt bzw. einen Konkurrenzkampf zu verhindern.</p> <p>Keine Erweiterung der Verkaufsflächen im Neustadt Centrum, sondern Konzentration auf die Neustädter Passage im Sinne der Ziele und Grundsätze.</p> <p>Bessere Anbindung der Neustädter Passage an das Einkaufscenter und damit auch an die ÖPNV-Haltestelle und an das Parkplatzangebot.</p>

8.3.3 Nebenzentrum Südstadt



Karte 54: Abgrenzung Nebenzentrum „Südstadt“



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

Lage

Stadtbezirk Süd, Stadtviertel Südstadt

Der Südstadtring bildet die nördliche Grenze, im Osten die Paul-Suhr-Straße und im Süden die Bahntrasse der S-Bahn (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).

Nord-Süd-Ausdehnung ca. 160 m, Ost-West-

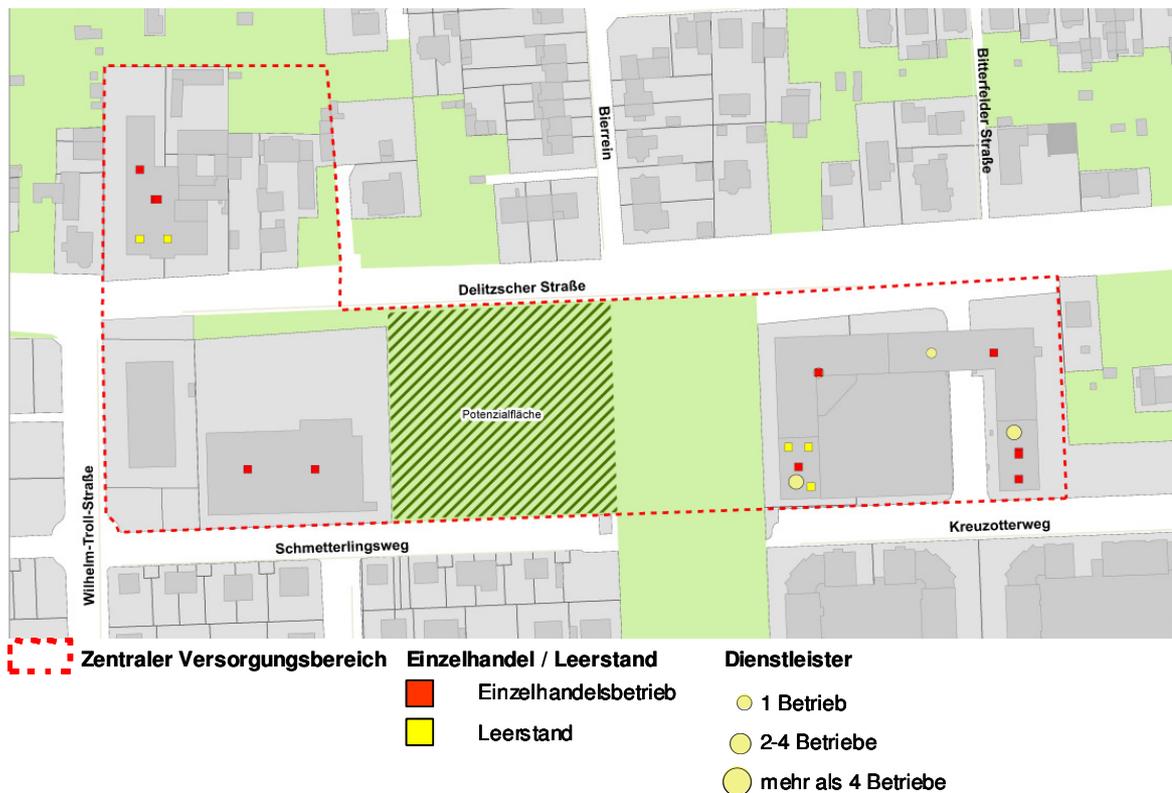
	Ausdehnung ca. 500 m
Wettbewerbssituation	1.000 m bis zu den Nahversorgungszentren Diesterwegstraße und Vogelweide
Verkaufsfläche	ca. 17.700 m ²
Einzelhandelsstruktur	<p>Einkaufskomplex im Kernbereich, in dem sich die großflächigen Magnetbetriebe Kaufland, Kik und Medi-Max befinden; Lidl liegt als 4. Magnetbetrieb im westlichen Teilbereich Nahversorgung</p> <p>SB-Warenhaus als wesentlicher Frequenzbringer des Zentrums.</p> <p>Angebote in fast allen Branchen vorhanden, wobei die Sortimentsschwerpunkte im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung / Textilien liegen, nennenswertes Angebot auch im Bereich Elektronik / Multimedia.</p> <p>Überwiegend filialisierte Betriebsstruktur.</p> <p>Lebensmittelanbieter (Lidl, Aldi) im Teilbereich Nahversorgung ergänzen das Nahversorgungsangebot.</p> <p>Teilbereich Tankstelle umfasst lediglich eine Tankstelle.</p>
Verkehrliche Einordnung	<p>Überörtlich durch die B 91 (Merseburger Straße) erschlossen; innerstädtisch über den Südstadt-ring, die Paul-Suhr-Straße und die Karlsruher Allee zu erreichen.</p> <p>Umfangreiche Straßenbahn- und Busanbindungen zur Haltestelle „Zentrum Neustadt“; Bus: Linie 24 Südstadt – Osendorf; Straßenbahn: Linie 1 Frohe Zukunft – Beesen, Linie 3 Trotha – Südstadt, Linie 6 Reileck – Südstadt; außerdem befindet sich die S-Bahn-Haltestelle Südstadt am Standort.</p> <p>Zahlreiche überdachte und nicht überdachte Parkplätze am Einkaufszentrum vorhanden.</p>
Städtebauliche Situation	Klassisches zweckmäßiges Einkaufszentrum (Kernbereich Nebenzentrum Südstadt), an das sich zwei Teilbereiche anschließen, die sowohl aus städtebaulichen Gründen (separate Gebäude

	<p>vom Kernbereich abgesetzt, eigenes Parkplatzangebot) als auch aus funktionaler Sicht (Teilbereich Tankstelle mit Orientierung zum Südstadt-ring, Teilbereich Nahversorgung Konzentration auf nahversorgungsrelevante Sortimente) zu einer funktionalen Teilung des Nebenzentrums führen.</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk insbesondere mit den über die reine Nahversorgung hinausgehenden Warengruppen (z.B. Bekleidung, Elektronik / Multimedia), durch großes Verkaufsflächenangebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zudem bedeutendster bezirklicher Standort im Bereich Nahversorgung.</p>
<p>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen</p>	<p>Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den Kernbereich Nebenzentrum Südstadt</p> <p>Im Teilbereich Nahversorgung Beschränkung auf Einzelhandelsbetriebe mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel</p> <p>Im Teilbereich Tankstelle Bestandsschutz ohne weiteren Ausbau bzw. Neuansiedlung von weiterem Einzelhandel</p>

8.3.4 Nahversorgungszentrum Büschdorf



Karte 55: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Büschdorf“



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

Lage

Stadtbezirk Ost, Stadtviertel Büschdorf

Delitzscher Straße bildet überwiegend die nördliche Grenze, im Süden der Schmetterlingsweg und der Kreuzotterweg, im Westen die Wilhelm-Troll-Straße und im Osten der Gebäudekomplex am Kreuzotterweg, der Teilbereich nördlich der Delitzscher Straße umfasst neben Wohnnutzungen einen weiteren Gebäudekomplex mit Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).

Nord-Süd-Ausdehnung ca. 90 m, Ost-West-Ausdehnung

	ca. 400 m
Wettbewerbssituation	3.200 m bis zum Hauptzentrum Altstadt
Verkaufsfläche	ca. 2.600 m ²
Einzelhandelsstruktur	<p>Nahrungs- und Genussmittel (72% der Verkaufsfläche im zentralen Bereich); mit den übrigen nahversorgungsrelevanten Sortimenten (14%) liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig im Nahversorgungsbereich.</p> <p>Frequenzbringer: großflächiger Supermarkt im Westen, Lebensmitteldiscounter im Gebäudekomplex am Kreuzotterweg.</p>
Verkehrliche Einordnung	<p>Überörtlich und innerstädtisch über die Delitzscher Straße erreichbar.</p> <p>Haltestellen: Alfred-Schneider-Straße oder Bitterfelder Straße; Bus: Linie 27 Berliner Brücke - Grenzstraße, Linie 32 Bahnhof Freiimfelder Straße – Franz-Maye-Straße</p> <p>Nach Beendigung der Baumaßnahmen ist das Zentrum künftig zusätzlich über einen Haltepunkt an der Delitzscher Straße an das Straßenbahn-Netz Halles angebunden.</p> <p>Stellplätze in Sammelanlagen vor bzw. hinter den Betrieben.</p>
Städtebauliche Situation	<p>Aus zwei Teilbereichen bestehender Nahversorgungsstandort ; großflächiger Rewe-Markt bildet den westlichen Pol, dem sich nördlich der Delitzscher Straße noch kleinteiliger Einzelhandel (u.a. Apotheke) anschließt.</p> <p>Um den östlichen Pol mit dem dortigen NP Niedrigpreis-Markt befinden sich neben kleinteiligem überwiegend nachversorgungsrelevantem Einzelhandel mehrere einzelhandelsaffine Dienstleister.</p> <p>Zwischen den beiden ca. 160 m auseinanderliegenden Polen befindet sich mit einer etwa 1 ha großen Grünfläche eine Potenzialfläche.</p>
Versorgungsfunktion	Nahversorgung wird durch Supermarkt und Lebensmitteldiscounter bereit gestellt.

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

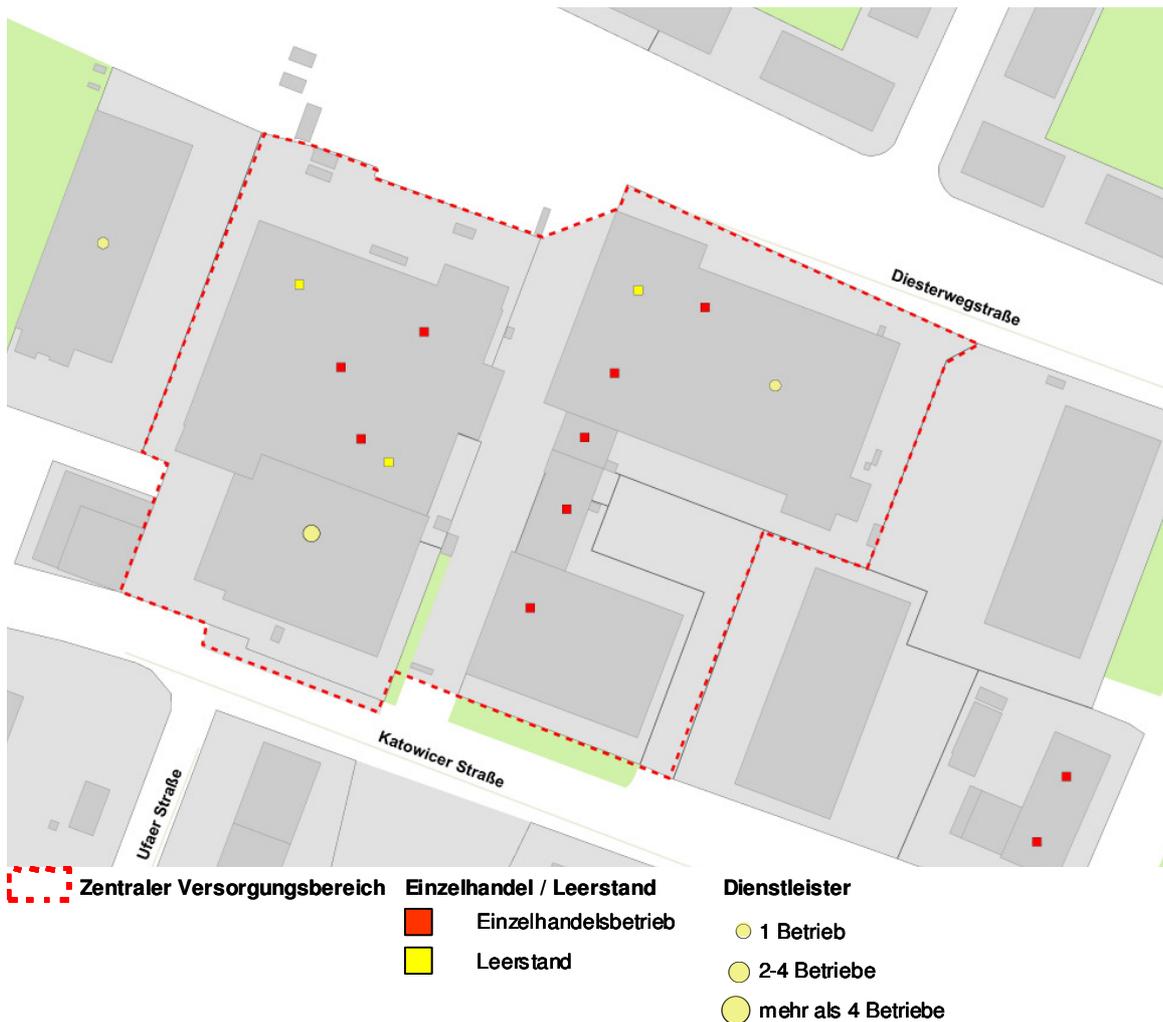
Aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb des Stadtbezirks Ost und der unmittelbaren Nähe zum Wohnungsbau-schwerpunkt Büschdorf wird der Nahversorgungsstandort als zentraler Versorgungsbereich eingestuft.

Als stadtentwicklungspolitische Entwicklungsperspektive sollte die Potenzialfläche zwischen den beiden Teilbereichen als Bindeglied zur Stärkung des einzigen Nahversorgungszentrums im Stadtbezirk Ost mit nahversorgungsrelevanten Angeboten und einzelhandelsaffinen Dienstleistungsangeboten (Bankfiliale, Arztpraxen) entwickelt werden.

8.3.5 Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße



Karte 56: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Diesterwegstraße“



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

Lage

Stadtbezirk Süd, Stadtviertel Südstadt

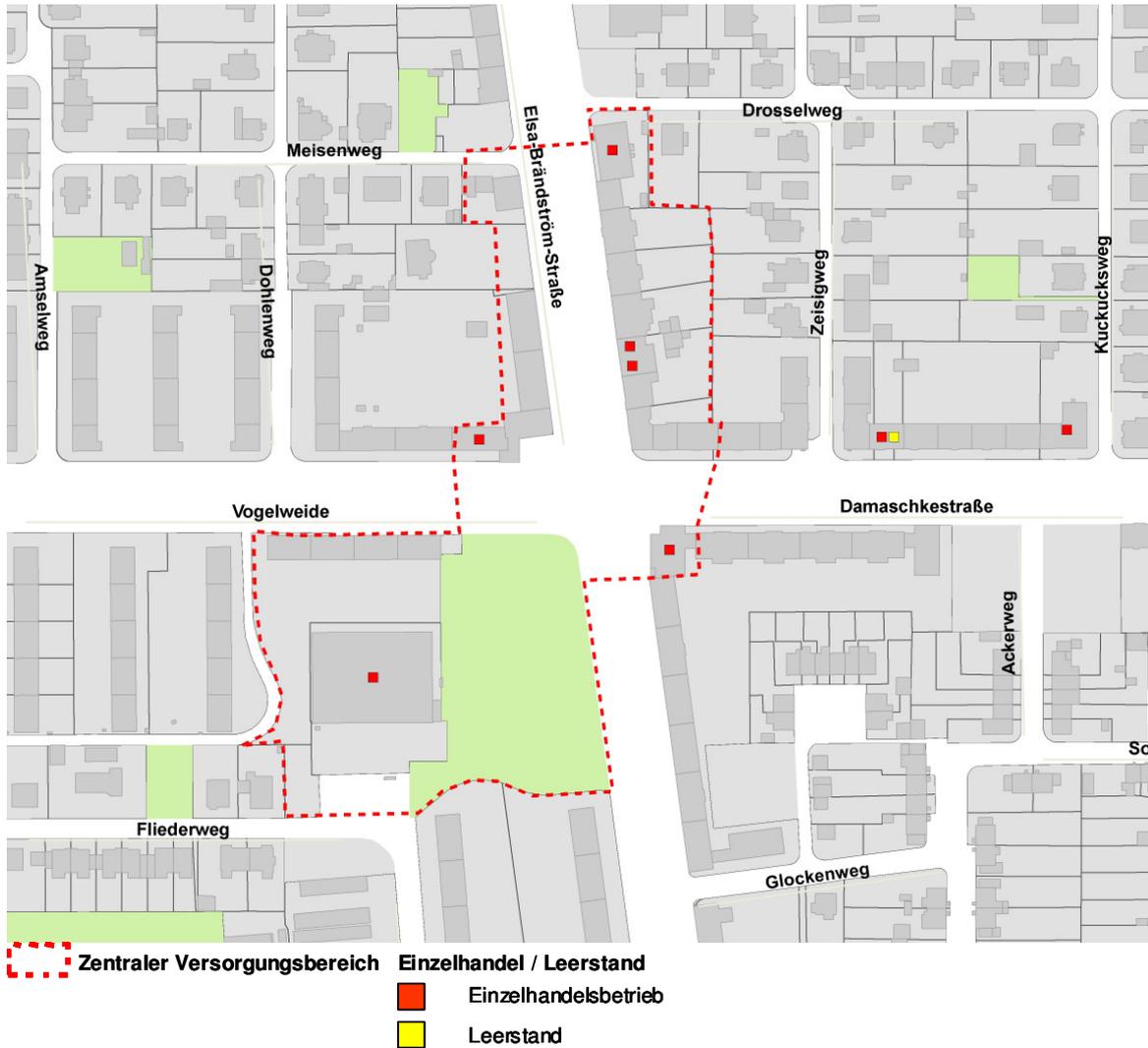
Diesterwegstraße bildet die nördliche Grenze, Im Süden die Katowicer Straße, im Osten die Straße der Befreiung (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).

	Nord-Süd-Ausdehnung ca. 90 m, Ost-West-Ausdehnung ca. 120 m
Wettbewerbssituation	2.500 m bis zum Hauptzentrum Altstadt 1.000 m bis zum Nebenzentrum Südstadt 1.400 m bis zum Nahversorgungszentrum Vogelweide
Verkaufsfläche	ca. 1.900 m ²
Einzelhandelsstruktur	Angebote des kurzfristigen Bedarfes überwiegen mit einem Anteil von ca. 91% an der Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums. Edeka neukauf als großflächiger Magnetbetrieb
Verkehrliche Einordnung	Innerstädtisch über die Diesterwegstraße und über den Böllberger Weg erreichbar. Haltestelle: Diesterwegstraße; Straßenbahn: Linie 1 Frohe Zukunft - Beesen, Linie 6 Reileck - Südstadt; Bus: Linie 26 Diesterwegstraße – S-Bahnhof Halle Messe Parkplatzsituation durch direkt an der Diesterwegstraße angeordneten, jedoch vom Zentrum aufgrund des Höhenprofils abgesetzte Lage problematisch.
Städtebauliche Situation	Kompaktes aus mehreren Gebäuden bestehendes Nahversorgungszentrum.
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für umliegende Siedlungsbereiche in der nördlichen Südstadt und im Stadtviertel Gesundbrunnen.
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	Sicherung und Stärkung des für die wohnortnahe Nahversorgung wichtigen Zentrums durch nahversorgungsrelevante Entwicklungsmöglichkeiten insbesondere für den Vollsor-timeter als bedeutendsten Anbieter des Zentrums. Aufwertung der Kernfunktion zur Erhaltung der Zukunftsfähigkeit des Nahversorgungszentrums durch Um- und Neubau innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches.

8.3.6 Nahversorgungszentrum Vogelweide



Karte 57: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Vogelweide“



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

Lage

Stadtbezirk Süd, Stadtviertel Gesundbrunnen und Damaschkestraße

Meisenweg und Drosselweg bilden die nördliche Grenze, im Süden der Fliederweg und die südliche Grenze der Grünanlage (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).

	Nord-Süd-Ausdehnung ca. 250 m, Ost-West-Ausdehnung ca. 100 m
Wettbewerbssituation	2.000 m bis zum Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße im Westen 3.000 m bis zum Nebenzentrum Südstadt im Südwesten
Verkaufsfläche	ca. 1.300 m ²
Einzelhandelsstruktur	Überwiegend Nahversorgungsangebot im Kreuzungsbereich Vogelweide / Damaschkestr. / Elsa-Brändström-Str.. Großflächiger Edeka als einziger Magnetbetrieb (Planung zum Abriss und Neubau). Darüber hinaus kleinteiliger Einzelhandelsbesatz bei relativ geringer Einzelhandelsdichte und räumlich vom Edeka-Standort abgesetzt. Sortimentsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel Neben dem Vollsortimenter ergänzen 2 Apotheken, 2 Bäckereien, ein Schmuckladen, ein Optiker und ein Tabakladen das Zentrum. Ergänzendes Angebot durch Wochenmarkt auf der Freifläche vor dem Edeka-Markt.
Verkehrliche Einordnung	Überörtlich durch die B 91 zu erreichen, innerstädtisch durch die Vogelweide, Damaschkestraße und die Elsa-Brändström-Straße. Straßenbahnlinien (Haltestelle Vogelweide): Linie 2 Soltauer Straße - Beesen, Linie 3 Trotha - Südstadt, Linie 8 Trotha – Elsa-Brändström-Straße, Linie 11 Göttinger Bogen - Damaschkestraße; Buslinie 26 (Diesterwegstraße – S-Bahnhof-Halle Messe) hält in der Nähe (Robert-Koch-Straße)
Städtebauliche Situation	Aufgrund des Kreuzungsbereiches keine durchgängigen zusammenhängenden Lauflagen. Edekegebäude als Magnetbetrieb nicht mehr zeitgemäß (jedoch Planung zum Abriss und Neubau vorhanden). Freifläche vor dem Edekamarkt (mit temporärer Nutzung durch Marktbesucher) bietet Potenzial für eine städtebauliche Aufwertung.
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche.

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

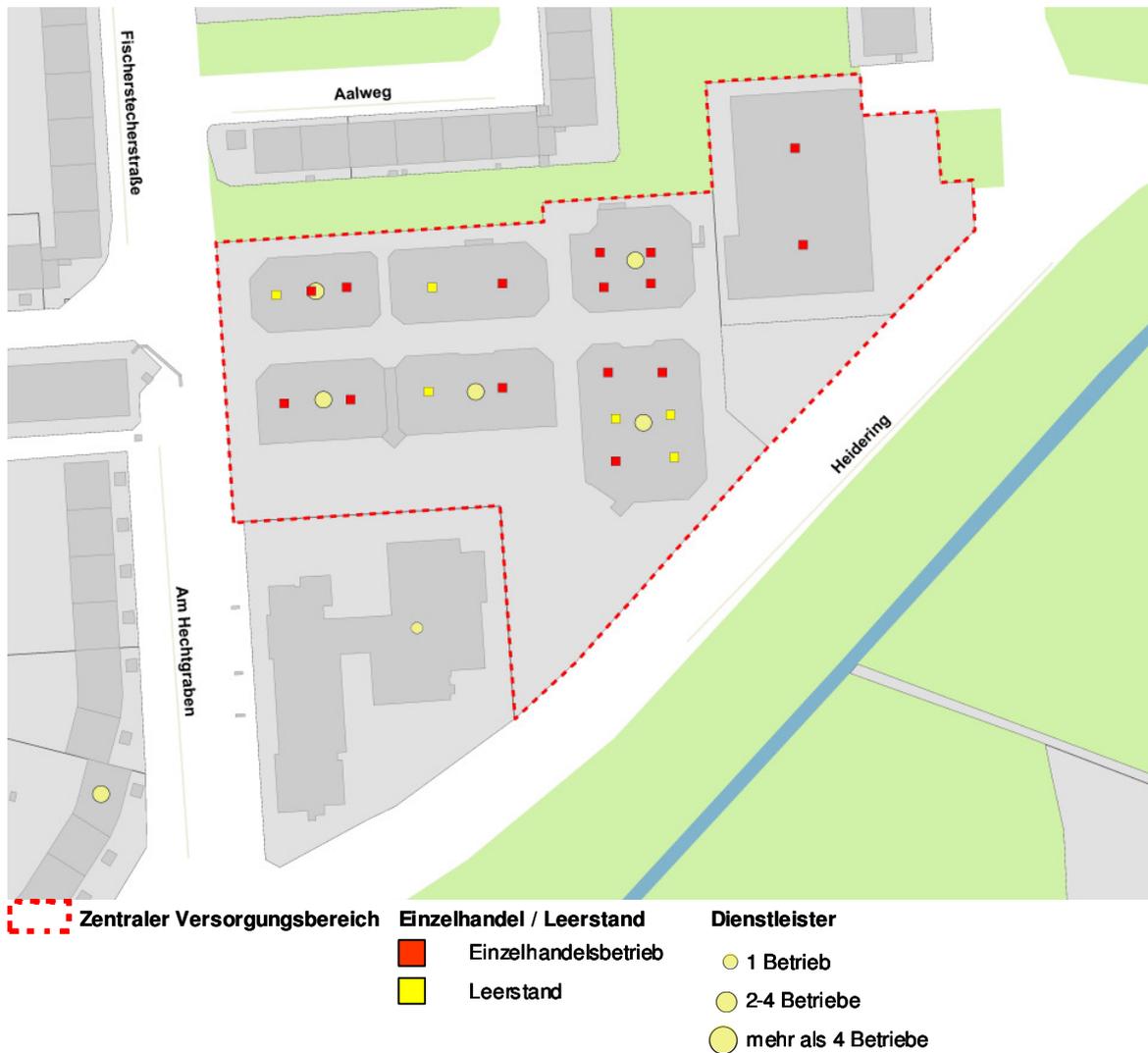
Erhalt und Stärkung des Nahversorgungszentrums zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung in der nördlichen Südstadt.

Modernisierung des Magnetbetriebes, der als wesentlichster Anbieter für die Zukunftsfähigkeit und das Funktionieren des Nahversorgungszentrums von entscheidender Bedeutung ist.

8.3.7 Nahversorgungszentrum Heide-Nord (Heideringpassage)



Karte 58: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Heide-Nord (Heideringpassage)“



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

Lage

Stadtbezirk West, Stadtviertel Heide Nord / Blumenau

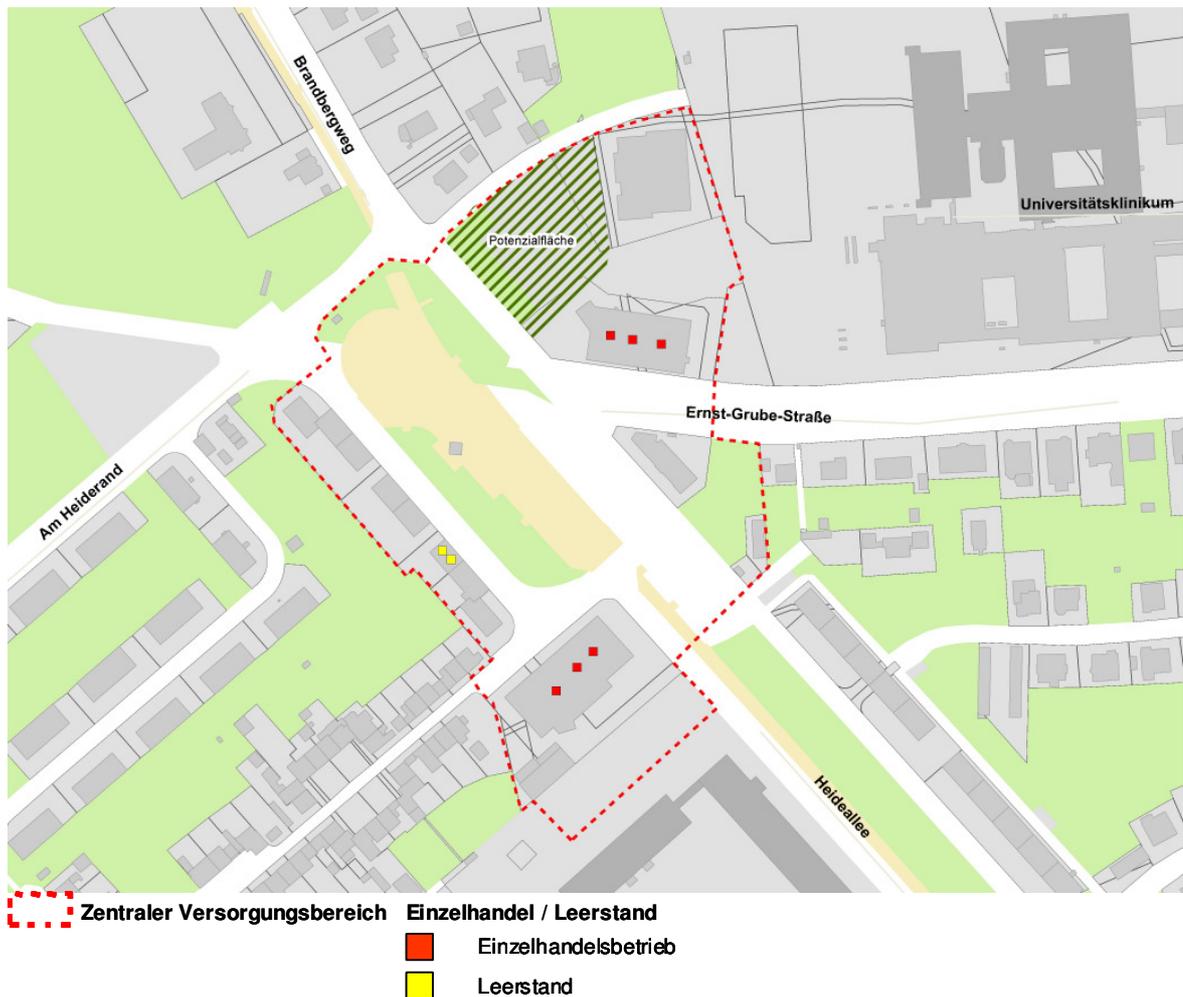
Am Hechtgraben bildet die westliche Grenze und der Heidering die südliche und östliche Grenze (konkrete Abgren-

	<p>zung s. obenstehende Karte).</p> <p>Nord-Süd-Ausdehnung ca. 100 m, Ost-West-Ausdehnung ca. 150 m</p>
Wettbewerbssituation	2.000 m bis zum Nahversorgungszentrum Hubertusplatz
Verkaufsfläche	ca. 3.400 m ²
Einzelhandelsstruktur	<p>Edeka neukauf als großflächiger Magnetbetrieb, mit Norma weiterer Lebensmittelmarkt vorhanden.</p> <p>Angebote in allen Branchen vorhanden überwiegend jedoch im Bereich der nahversorgungsrelevanten Warengruppen (dort ca. 67% der Gesamtverkaufsfläche).</p> <p>Darüber hinaus Mix aus kleinteiligen Filialbetrieben (u.a. Schlecker, Mäc Geiz, Kik), Lebensmittelhandwerk aber auch Spezialanbietern (u.a. Sanitätshaus).</p>
Verkehrliche Einordnung	<p>Innerstädtisch über die Waldstraße, die Nordstraße, die Dölauer Straße und den Brandbergweg erschlossen.</p> <p>Haltestelle Blumenau; Busanbindung: Linie 21 Kröllwitz – Am Bruchsee, Linie 22 Kröllwitz – Heide-Nord</p> <p>Parkplatzanlagen am Heidering vorhanden.</p>
Städtebauliche Situation	<p>Aus 6 Gebäudekomplexen bestehende Passage, in der sich der Einzelhandelsbesatz bandartig anordnet.</p> <p>Moderne, funktionale Außendarstellung.</p>
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für Heide-Nord / Blumenau und die nördlich bzw. westlich angrenzenden Ortslagen Lettin und Dölau.
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	Erhalt der Nahversorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums durch Bestandssicherung, aber kein umfassender Ausbau, da sich im Zuge des Stadtumbauprozesses die Bevölkerungszahlen weiter verändern werden.

8.3.8 Nahversorgungszentrum Hubertusplatz



Karte 59: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Hubertusplatz“



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

Lage

Stadtbezirk West, Stadtviertel Kröllwitz (Nordosten des Bereiches) und Heide Süd (Südwestlicher Bereich)

Am Heiderand und Bachstelzenweg bilden die nördliche Grenze, im Süden die Universität (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).

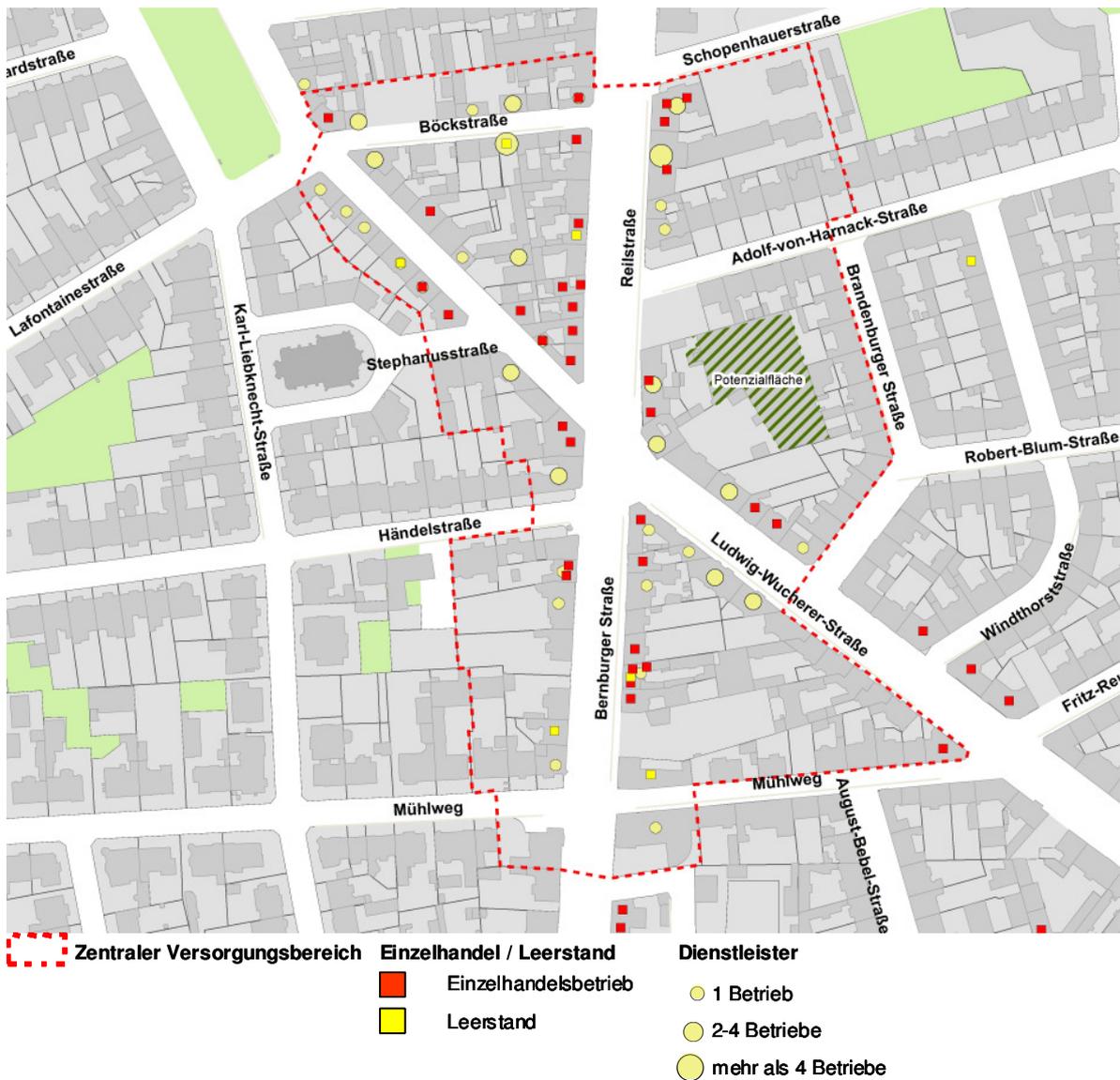
	Nord-Süd-Ausdehnung ca. 200 m, Ost-West-Ausdehnung ca. 150 m
Wettbewerbssituation	2.000 m bis zum Nahversorgungszentrum Heide-Nord 2.000 m bis zum Nebenzentrum Neustadt
Verkaufsfläche	ca. 1.900 m ² (inkl. Neuplanung südl. vom Hubertusplatz)
Einzelhandelsstruktur	Mit Realisierung der Neuplanungen rund um einen Netto-Markt prägen Nahversorgungsanbieter (u.a. NP Niedrigpreis, 2 Bäckereien, Drogeriemarkt, Apotheke) aber auch einzelhandelsaffine Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe den Bereich rund um den Hubertusplatz.
Verkehrliche Einordnung	Überörtlich und innerstädtisch erreichbar über die Heideallee / Brandbergweg (K 2127). Straßenbahnlinie bis Haltestelle Heide: Linie 4 Kröllwitz – Hauptbahnhof, Linie 5 Kröllwitz – Ammendorf – Bad Dürrenberg; Buslinie 34 Heide - Südpark, Linie 36 Heide – Friedhof Neustadt
Städtebauliche Situation	Bestehende sowie neugeplante Einzelhandelsbetriebe ordnen sich zusammen mit Wohn-, Dienstleistungs- und gastronomischen Nutzungen um den Hubertusplatz. Dieser bildet das Scharnier (u.a. auch über dortige Haltestelle) zwischen Universitätsklinikum sowie Universitätskomplexen entlang der Heideallee.
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für umliegende Wohnbevölkerung in Heide-Süd und Kröllwitz aber auch für arbeitsplatzintensive bzw. stark frequentierte Einrichtungen im unmittelbaren Umfeld (Uni-Campus, Uniklinik, Technologiepark Weinberg campus).
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	Zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung wird der zentral zwischen den Stadtteilen Heide-Süd und Kröllwitz gelegene Nahversorgungsstandort am Hubertusplatz als zentraler Versorgungsbereich festgelegt. Neben den vorhandenen Nahversorgungsanbietern ergänzen und erweitern die neugeplanten Anbieter das vorhandene Nahversorgungsangebot und stellen

damit ein diversifiziertes Angebot der kurzfristigen Warengruppen in einem halleschen Siedlungsbereich ohne weitere Einzelhandelsschwerpunkte bzw. zentrale Versorgungsbereiche sicher.

8.3.9 Nahversorgungszentrum Reileck



Karte 60: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Reileck“



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

Lage

Stadtbezirk Nord (nördlicher Bereich), Stadtbezirk Mitte (Südlicher Bereich); Stadtviertel Giebichenstein,

	<p>Paulusviertel und Nördliche Innenstadt</p> <p>Böckstraße und Schopenhauerstraße bilden nördliche Grenze, im Osten die Windthorststraße und die Ludwig-Wucherer-Straße, im Süden der Mühlweg (konkrete Abgrenzung s. obenstehende Karte).</p> <p>Nord-Süd-Ausdehnung ca. 400 m, Ost-West-Ausdehnung ca. 200 m</p>
Wettbewerbssituation	<p>700 m bis zum Hauptzentrum Altstadt im Süden</p> <p>2.000 m bis zum Nahversorgungszentrum Hubertusplatz</p>
Verkaufsfläche	1.560 m ²
Einzelhandelsstruktur	<p>Hohe Einzelhandelsdichte jedoch keine bedeutenden Handelsmagneten (wie z.B. ein Lebensmittelmarkt) vorhanden.</p> <p>Nächster Vollsortimenter liegt mit Edeka südöstlich des Zentrums städtebaulich abgesetzt an der Ludwig-Wucherer-Str., ist jedoch fußläufig erreichbar.</p> <p>Überwiegend kleinteilige aber auch vielfältige und inhabergeführte Angebote zur kurzfristigen Bedarfsdeckung vorhanden.</p>
Verkehrliche Einordnung	<p>Überörtlich durch die Magdeburger Chaussee erreichbar, innerstädtisch über Bernburger Straße, Ludwig-Wucherer-Straße, Mühlweg und Reilstraße zu erreichen.</p> <p>Gute Straßenbahnanbindungen von der Station „Reileck“ (Linie 3 von Trotha bis zur Südstadt, Linie 6: Reileck - Südstadt, Linie 7: Kröllwitz - Grenzstraße, Linie 12: Damaschkestraße - Trotha)</p>
Städtebauliche Situation	<p>Kompaktes Nahversorgungszentrum rund um den Kreuzungsbereich Bernburger Str. / Reilstr. / Ludwig-Wucherer-Str..</p> <p>Entlang der zentralen Straßenzüge relativ hohe Einzelhandelsdichten durchmischt mit grundlegendem Dienstleistungsangebot.</p>
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Siedlungsbereiche in den Stadtvierteln Paulusviertel, nördliche Innenstadt sowie Giebichenstein.

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Erhalt und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches mit seiner sowohl quantitativ als auch qualitativ gut durchmischten Angebotsstruktur.

Erweiterungsmöglichkeiten (z.B. durch Ansiedlung eines Lebensmittel-Vollsortimenters als Frequenzbringer und wichtiger Angebotstyp eines Nahversorgungszentrums) bestehen auf der Potenzialfläche (ehem. Cravo-Druck-Gelände).

8.4 Wohnortnahe Grund- und Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung in allen hallesischen Stadtbezirken ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Halle (Saale) und rechtfertigt die räumliche Lenkung der entsprechenden Investitionen an die städtebaulich geeigneten Standorte.

Dieses Ziel ist in Halle (Saale) heute bereits weitgehend erreicht, so dass es vielmehr um die Erhaltung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen sowie die Optimierung in kleineren Teilbereichen geht (vgl. Kap. 5.3).

Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v.a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z.B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst alle Einwohner möglich und zumutbar ist. Das bedeutet, dass neben den Standorten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auch solitäre Nahversorgungsstandorte dazu beitragen können und sollen, ein möglichst feinmaschiges Nahversorgungsnetz (ausgerichtet auf die Wohnsiedlungsbereiche) bereit zu stellen. Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist jedoch, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisierten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,
- die derzeitige sehr discountlastige Anbieterstruktur im Bereich Lebensmitteleinzelhandel qualitativ ausgewogener mit einem Schwerpunkt auf Vollsortimenter gestaltet wird (vgl. auch Tabelle 15: Betriebsformen Lebensmitteleinzelhandel),
- Betreibern und Konzepten Vorrang eingeräumt wird, die aktiv mit den Herausforderungen der im Wandel befindlichen Einzelhandelslandschaft umgehen wollen und können (z.B. wohnortnahe Kleinflächenkonzepte im Bestand).

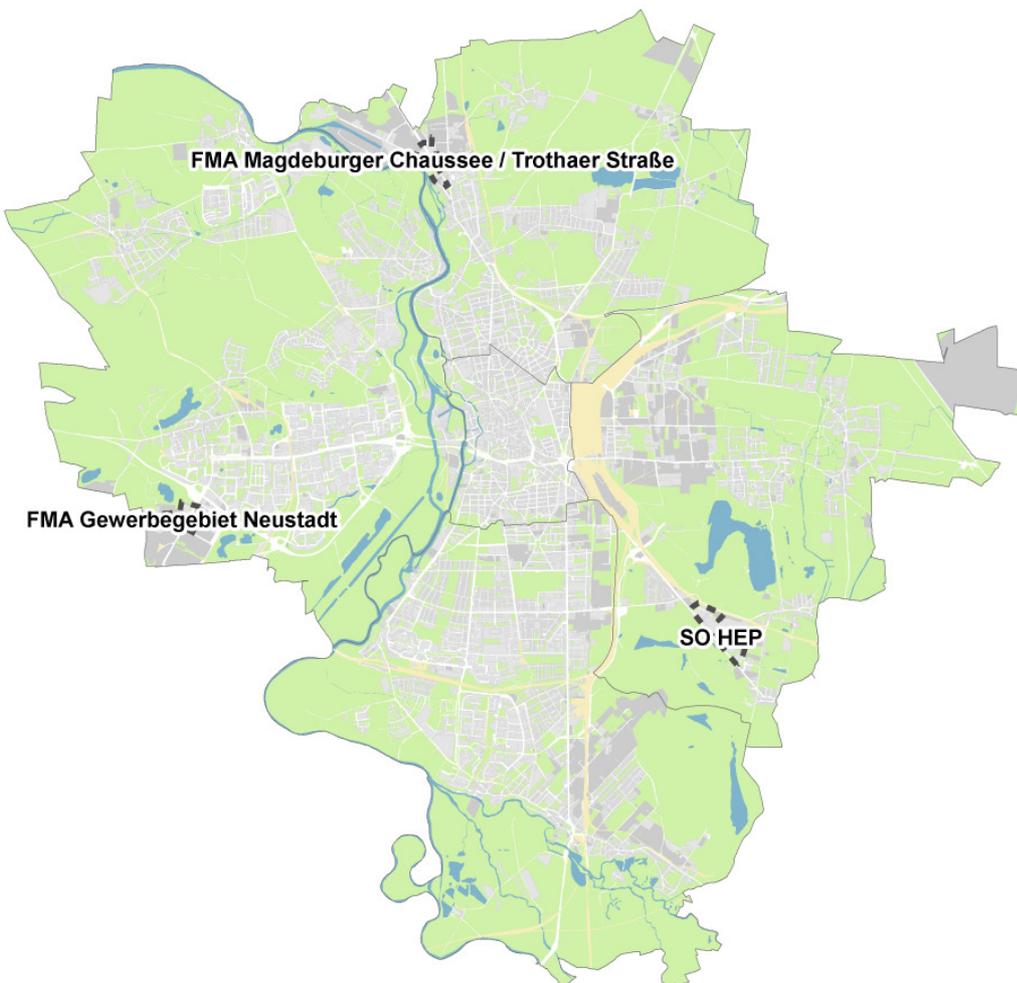
Auch Anbieter mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit haben eine Chance, als dezentrale Nahversorger zu funktionieren. Es sollte daher möglich sein, dass auch Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umgesetzt werden können, sofern sie bestimmte Kriterien erfüllen (vgl. im Detail hierzu Grundsatz 1 in Kapitel 8.7). Wichtiger Bestandteil sollte daher die Entwicklung praktikabler Lösungen zur Erreichung dieses Ziels sein. Dazu zählen insbesondere die aktive Erschließung und Vermarktung geeigneter Grundstücke, die regelmäßige Erfassung von Angebots- und Nachfragestrukturen auf Stadtteilebene und die Hilfestellung für Inhaber bei Investitionsentscheidungen und Nachfolgeregelungen. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf Basis der genannten Kriterien durchzuführen.

8.5 Fachmarkt- und Sonderstandorte

Grundsätzlich sind die Entwicklungsbereiche der Fachmarktstandorte „Gewerbegebiet Neustadt“ und „Magdeburger Chaussee / Trothaer Straße“ sowie des Sonderstandortes Halle-scher Einkaufspark im Rahmen der halleschen Angebotsstruktur als **Ergänzungs- und Vorrangstandorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel** festzuhalten.

Die **Konzentrationstendenzen** zu zusammenhängenden Einzelhandelsstandorten sind nach Möglichkeit zu **fördern**, um die **Standorte** so strukturell aufzuwerten und zu **attraktivieren**. Im Sinne der Verhinderung einer verschärften Wettbewerbssituation zum zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt ist ein (weiterer) **Ausbau des zentrenrelevanten Angebots** jedoch grundsätzlich **restriktiv** zu behandeln. Stattdessen sind die Standorte als Vorrangstandorte für die Ansiedlung nicht zentrenprägender Einzelhandelsortimente in funktionaler Ergänzung zum Hauptzentrum zu betrachten.

Karte 61: Übersicht der Fachmarkt- und Sonderstandorte im halleschen Stadtgebiet



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

Die vorhandenen Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment genießen dabei **Bestandschutz**, ebenso wie die planungsrechtlich genehmigten Verkaufsflächen. Eine weitere Ansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanten Einzelhandels (über den genehmigten Bestand hinaus), insbesondere in Form großflächiger Betriebe, ist zukünftig planungsrechtlich auszuschließen.

Fachmarkttagglomeration Magdeburger Chaussee / Trothaer Straße

Karte 62: Fachmarkttagglomeration Magdeburger Chaussee / Trothaer Straße



Einzelhandel / Leerstand

- Einzelhandelsbetrieb
- Leerstand

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

Lage

Stadtbezirk Nord

Bereich entlang und zwischen Magdeburger Chaussee / Trothaer Straße, Köthener Straße und Döckritzter Straße.

<p>Eckdaten Einzelhandelsangebot</p>	<p>ca. 20.700 m² Gesamtverkaufsfläche (53% der Verkaufsfläche im Stadtbezirk Nord)</p> <p>Sortimentsschwerpunkt: Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Nahrungs- und Genussmittel</p> <p>Zentrenrelevantes, insbesondere nahversorgungsrelevantes Warenangebot im Kernsortiment, zentrenrelevante Randsortimente.</p> <p>Großflächige Anbieter: Toom (ca. 8.600 m² Verkaufsfläche), Kaufland (ca. 5.100 m² Verkaufsfläche), Frick (rd. 950 m² Verkaufsfläche), Heimwerkerbedarf (ca. 1.700 m² Verkaufsfläche).</p>
<p>Funktionale Einordnung</p>	<p>Sonderstandort großflächiger Einzelhandel mit gleichermaßen zentrenrelevanter wie nicht zentrenrelevanter Sortimentsstruktur.</p>
<p>Perspektive / Entwicklungsoption</p>	<p>Ansiedlungen, Erweiterungen und Umnutzungen ausschließlich mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten.</p>

Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Neustadt

Karte 63: Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Neustadt



Einzelhandel / Leerstand

- Einzelhandelsbetrieb
- Leerstand

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

Lage	<p>Stadtbezirk West</p> <p>Bereich südlich Eislebener Chaussee und nördlich Porphyrstraße entlang Weststraße und Zscherbener Landstraße</p>
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<p>ca. 22.000 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 21% der Verkaufsfläche im Stadtbezirk West)</p> <p>Sortimentsschwerpunkt: Möbel sowie Bau- und Gartensortimente</p> <p>Zentrenrelevante Randsortimente (überwiegend Wohneinrichtungsartikel).</p> <p>Ausschließlich großflächige Anbieter: Max Bahr (ca. 12.000 m² Verkaufsfläche), Postenfuxx (ca. 4.400 m² Verkaufsfläche), Ihr Teppichfreund (rd. 2.000 m² Verkaufsfläche), SB</p>

	Möbel Boss (ca. 3.700 m ² Verkaufsfläche).
Funktionale Einordnung	Sonderstandort großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanter Sortimentsstruktur.
Perspektive / Entwicklungsoption	Ansiedlungen, Erweiterungen und Umnutzungen ausschließlich mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Profilierung als Angebotsstandort Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente.

Sonderstandort Hallescher Einkaufspark (HEP)

Karte 64: Sonderstandort HEP



Einzelhandel / Leerstand

- Einzelhandelsbetrieb
- Leerstand

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

Lage	<p>Stadtbezirk Ost</p> <p>Bereich entlang Leipziger Chaussee zwischen Messestraße und Deutsche Grube</p>
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<p>ca. 25.600 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 41% der Verkaufsfläche im Stadtbezirk Ost)</p> <p>Sortimentsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel (ca. 7.400 m² Verkaufsfläche), Bekleidung / Textilien (ca. 4.600 m² Verkaufsfläche)</p> <p>Aber auch höhere Verkaufsflächenanteile in den Bereichen Gesundheit / Körperpflege, Schuhe / Lederwaren und GPK / Haushaltswaren (je ca. 1.500 m²).</p> <p>Zentrenrelevantes, insbesondere nahversorgungsrelevantes</p>

	<p>Warenangebot im Kernsortiment, zentrenrelevante Randsortimente.</p> <p>Großflächige Anbieter: Globus SB-Warenhaus (ca. 9.600 m² Verkaufsfläche), Multipolster(ca. 1.900 m² Verkaufsfläche), Baby1One (rd. 1.200 m² Verkaufsfläche), Globus Getränkemarkt (ca. 1.100 m² Verkaufsfläche).</p>
Funktionale Einordnung	Sonderstandort großflächiger Einzelhandel
Perspektive / Entwicklungsoption	Beschränkung auf den Bestand, bei Umnutzungen innerhalb des Bestandes Steigerung des Anteils nicht zentrenrelevanter Sortimente.

8.6 Hallesche Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche stellt die „Hallesche Sortimentsliste“ ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist diese Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Halle ein wichtiges Instrumentarium für die Verwaltung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Im Hinblick auf die Anwendung und Einordnung von Sortimentslisten besteht vielerorts noch eine gewisse Unsicherheit. Häufig werden die von den jeweiligen Landesplanungen vorgegebenen Sortimentslisten oder einfach allgemeine Listen, wie die sogenannte „Kölner Liste“ oder „Bielefelder Liste“ in die eigenen Bebauungspläne übertragen. Dies entspricht jedoch nicht den planungsrechtlichen Anforderungen an die Anwendung von Sortimentslisten, denn eine Differenzierung zwischen zentren- und nicht zentrenrelevanten Branchen kann nur im Einzelfall unter Berücksichtigung der spezifischen Situation vor Ort bestimmt werden.

Ein Rückgriff auf allgemeine Sortimentslisten, wie die aus landesspezifischen Einzelhandelserslassen oder auf die „Kölner Liste“ ist nur dann möglich ist, wenn diese den örtlichen Gegebenheiten entspricht und im gesamtstädtischen Kontext steht²³. Der alleinige Rückgriff bei Bebauungsplanfestsetzungen auf „allgemeine Listen“ kann daher zu Abwägungsfehlern führen²⁴.

Für ein Plangebiet bedeutet dies, dass Sortimentslisten für jede einzelne Kommune gesondert aufgestellt werden müssen. Der Rückgriff auf allgemeine Listen ist nur dann „planungsrechtlich sicher“, wenn diese für die jeweilige Kommune überprüft wurden und keine Abweichungen festzustellen waren.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente²⁵ zu unterscheiden sind.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Branchen-

²³ Vgl. dazu z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE, insbesondere S. 19ff.

²⁴ Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster in den Jahren 2003 und 2004.

²⁵ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z.B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (s.B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

mix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind (Kriterium: Passantenfrequenzen). Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten (Kriterium: Einzelhandelsstruktur) und verfügen im Idealfall über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung (Kriterium: Einzelhandelszentralität). Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kriterium: Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Kriterium: Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als so genannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren (Kriterium: Transportfähigkeit).

Aufgrund der Versorgungsfunktion der Stadt Halle (Saale) als Oberzentrum der Region kommt hier insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe eine hohe Leitfunktion für die Altstadt und die Nebenzentren zu. In den Nahversorgungszentren spielen vor allem Grundversorgungsangebote der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe eine wichtige Rolle. Die Anbieter dieser Sortimente nehmen in den zentralen Versorgungsbereichen Halles neben ihrer Versorgungsbedeutung wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Anbieter wahr.

- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z.B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Halle – für den innerstädtischen Einzelhandel nur eine untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in ihren Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Tabelle 60: Kriterienkatalog zur Sortimentseinordnung

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht zentrenrelevanter Sortimente
Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besuchersfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besuchersfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besuchersfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z.B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i.d.R. hohe kommunale und z.T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d.h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i.d.R. Kfz notwendig

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i.d.R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- und Grundversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktion ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i.d.R. als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 Absatz 3 BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

Diskussion üblicherweise strittiger Sortimente

Bei der Aufstellung einer Sortimentsliste gibt es grundsätzlich immer wieder Diskussionen zu einzelnen Sortimenten. Diese Diskussionen entstehen meistens dann, wenn ein konkreter Investor sich durch die Einstufung einzelner Sortimente im Hinblick auf sein Planvorhaben benachteiligt sieht. Im Folgenden werden einige Sortimente, die häufig in der Diskussion stehen, aufgeführt und gutachterlich bewertet.

- Mit den neuen Betriebsformen sowie neuer Technik hat sich zum Teil das Kundenverhalten geändert. **Lebensmittel** werden z.B. sehr häufig auf Vorrat eingekauft. Wegen dieser Verhaltensänderung wird von den Betreibern die Zentrenrelevanz der Lebensmittel in Frage gestellt. Zur Erhaltung der Nahversorgung ist allerdings das Angebot von Lebensmitteln in zentralen Bereichen unabdingbar. Insofern ist die Standortwahl hierfür weiter auf die zentralen Bereiche zu beschränken. Darüber hinaus ist durch die Veränderung der Altersstruktur (Erhöhung des Anteils alter Menschen) und der Haushaltsstruktur (Single-Gesellschaft) davon auszugehen, dass der Vorratseinkauf zurückgehen wird. Eine rückläufige Tendenz bei

rückgehen wird. Eine rückläufige Tendenz bei den großflächigen Anbietern ist dennoch eher unwahrscheinlich.

Außerdem sind Lebensmittelanbieter aufgrund ihrer hohen Kundenfrequenz insbesondere für die Erhaltung der Versorgungsfunktion in zentralen Bereichen der Stadtteile von herausragender Bedeutung. Im Übrigen wandeln sich die Einzelhandelsbetriebe zunehmend zu „Kaufhäusern“; dies ist insbesondere bei einigen Discountern festzustellen. Insofern ist auch vor diesem Hintergrund grundsätzlich eine Zentrenrelevanz gegeben.

- **Getränke** werden ebenfalls häufig nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, da diese in der Regel in Kisten und größeren Mengen eingekauft werden. In diesem Fall ist das Herauslösen nachvollziehbar, da mit dem Betrieb eines Getränkemarktes eine Reihe störender Faktoren einhergeht (An- und Ablieferverkehr mit Lkws, Be- und Entladen im Kundenverkehr etc.). Eine Definition als nicht zentrenrelevantes Sortiment ist dennoch problematisch, da damit eine Artikelgruppe und nicht mehr ein Sortiment bewertet wird. Es ist deshalb eine planungsrechtliche Möglichkeit zu finden (z.B. über eine Ausnahmeregelung), die der Besonderheit dieses Sortiments Rechnung trägt.
- Auch wenn einzelne Produkte aus den Sortimentsgruppen **Elektronik / Multimedia oder Elektro / Leuchten** unter dem Aspekt „Transportfähigkeit“ und „Flächenanspruch“ eher als nicht-zentrenrelevante Sortimente einzustufen wären, so ist eine generelle Definition als nicht zentrenrelevantes Sortiment dennoch problematisch. Die genannten Warengruppen beinhalten vor allem auch Sortimente/Artikelgruppen, die als wichtige Bausteine eines attraktiven und umfassenden Angebots in den zentralen Versorgungsbereichen unerlässlich sind. So zählen zum Sammelbegriff Elektro / Leuchten beispielsweise nicht nur Elektrogroßgeräte, sondern auch die zu Elektrokleingeräten gehörenden Haushaltsgeräte. Auch im Bereich Elektronik / Multimedia (Unterhaltungselektronik) zählen entsprechende Anbieter zu den wichtigsten Frequenzbringern in innerstädtischen Einzelhandelslagen. Neben Fernsehgeräten zählen hier beispielsweise auch Bild- und Tonträger, Zubehör zur Unterhaltungselektronik, Fotoartikel und Zubehör etc. zu den angebotenen Sortimenten, auf die oft ein Großteil der Verkaufsfläche und des Umsatzes entfällt. Zudem besteht auch in Betrieben innerstädtischen Lagen oft die Möglichkeit, sich die Ware liefern zu lassen bzw. auch mit dem eigenen PKW abzuholen, so dass das Argument der Transportfähigkeit bei diesen Artikeln keine generelle Definition der entsprechenden Warengruppen als nicht-zentrenrelevantes Sortiment rechtfertigt.

Sortimentsliste für Halle

Mit der nachfolgend aufgeführten, einheitlichen Sortimentsliste für die Stadt Halle (Saale) soll eine einheitliche Vorgehensweise bei der Steuerung von Einzelhandelssortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere an nicht integrierten Standorten gewährleistet werden. Dabei wird zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden, da Definitionen, die scheinbar einen gewissen Spielraum zulassen (z.B. „in der Regel“), dem Bestimmtheitsgrundsatz widersprechen (siehe Urteile des OVG Münster).

Nachstehend werden die für die Stadt Halle zentrenrelevanten Sortimente zusammenfassend dargestellt. Die Zentrenrelevanz ergibt sich dabei vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Halle selbst. Aber auch die Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitative oder qualitative Angebotsschwerpunkte, Betriebsstrukturen etc., aber auch die allgemeinen Bedeutungen der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Halle sind bestimmende Faktoren. Auch wenn die entsprechende Warengruppe möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil in den zentralen Versorgungsbereichen Halles verortet ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit der halleschen Zentren besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Abbildung 34: Hallesche Sortimentsliste

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 Kühlschrank, Herd, Waschmaschine) Elektrokleingeräte (elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte) Foto Geschenkartikel Glas / Porzellan / Keramik Handarbeitsbedarf / Kurzwaren / Meterware / Wolle Haushaltswaren Heimtextilien (Bett-, Haus- und Tischwäsche, Gardinen) Hörgeräte	Kinderwagen Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme Musikinstrumente und Zubehör Optik, Augenoptik Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Sammlerbriefmarken und -münzen Sanitätsbedarf Schuhe Spielwaren Sportartikel / -geräte (ohne Sportgroßgeräte) Sportbekleidung Sportschuhe Telekommunikation und Zubehör Uhren / Schmuck Unterhaltungselektronik und Zubehör Wohneinrichtungsartikel (Wohnaccessoires wie Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer)
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Angler- und Jagdartikel Bauelemente, Baustoffe Bettwaren / Matratzen Bodenbeläge, Teppiche (Auslegware) Boote und Zubehör Campingartikel (ohne Bekleidung und Schuhe) Eisenwaren / Beschläge Elektroinstallationsmaterial Erotikartikel Fahrräder und technisches Zubehör Farben / Lacke Fliesen Gartenartikel und -geräte	Kamine / Kachelöfen Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Maschinen / Werkzeuge Möbel Pflanzen / Samen (Beet- und Gartenpflanzen) Rollläden / Markisen Sportgroßgeräte Sanitärartikel Tapeten Teppiche (Einzelware) Zoologische Artikel, lebende Tiere

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

Bei der Einordnung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ergeben sich für einzelne Sortimente Abweichungen von der halleschen Bestandssituation. Dabei lassen sich grundsätzlich folgende beiden Kategorien beschreiben:

Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die aufgrund des Bestandes nicht zentrenrelevant sind (Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche in zentralen Versorgungsbereichen < 55 %) und in der Halleschen Sortimentsliste als nahversorgungsrelevant bzw. ggf. zentrenrelevant eingestuft sind

Nahversorgungsrelevante Sortimente übernehmen in den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere in den Nahversorgungszentren der Stadt Halle, eine prägende Funktion im Rahmen der kurzfristigen Bedarfsdeckung. Im Bestand liegen die Verkaufsflächenanteile der nahversorgungsrelevanten Sortimente wie Schnittblumen (ca. 95 %), Getränke (ca. 86 %), Zeitungen / Zeitschriften (ca. 72 %), Drogeriewaren (ca. 58 %) und Nahrungs- und Genussmittel (ca. 77 %) überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Im Sinne der Zielvorstellungen zur künftigen Stadtentwicklung und Einzelhandelssteuerung in der Stadt Halle (Saale) (insbesondere Sicherung und Stärkung der Nahversorgungszentren) sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant bzw. ggf. zentrenrelevant einzustufen. Ausnahmen sind bei quantitativen, strukturellen und räumlichen Versorgungsdefiziten im Sinne des § 11 (3) BauNVO zulässig.

Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die hinsichtlich des Bestandes nicht zentrenrelevant sind (Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche > 55 %) und in der Halleschen Sortimentsliste aufgrund der stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellung als zentrenrelevant eingestuft sind

Aufgrund der bisherigen Planungs- und Ansiedlungspraxis in der Stadt Halle sind eine Reihe von Sortimenten bzw. Sortimentsgruppen außerhalb der Zentren angesiedelt, welche künftig unter Bezug auf die städtebaulichen Zielvorstellungen als zentrenrelevant einzustufen sind. Dabei handelt es sich um die Sortimente „Musikinstrumente und Zubehör“, „Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren“, „Heimtextilien“ sowie „Wohneinrichtungsartikel“.

Eine gesetzliche Konkretisierung des weitgehend unbestimmten Oberbegriffs „Wohneinrichtungsartikel“ liegt nicht vor. Aus gutachterlicher Sicht gliedert sich die diese Sortimentsgruppe (ohne Möbel) in die Sortimente Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer und Wohnaccessoires. Was den Sortimentsbereich Haushaltswaren angeht, so ist auch hier eine nähere Bestimmung notwendig: vorliegend werden dazu Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte), Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer, -körbe, Besen u.ä., Kunststoffbehälter, -schüsseln gezählt. Heimtextilien umfasst die Sortimente Dekostoffe, Haus-, Bett und Tischwäsche.

Aufgrund der Bestandssituation liegt dabei der überwiegende Teil folgender Sortimente außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche: Musikinstrumente und Zubehör (100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren (58 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Heimtextilien (67 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) sowie das Sortiment Wohneinrichtungsartikel (65 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche).

Im Sinne der künftigen stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellung der Stadt Halle werden diese Sortimente als zentrenrelevant eingestuft. Dementsprechend soll ein möglichst differenziertes und vielfältiges Warenangebot zur Sicherung und Stärkung bzw. Attraktivitätssteigerung der Zentren beitragen.

8.7 Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle - “Die Hallesche Systematik“

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 Angebotschwerpunktes 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 zugeordneten Versorgungsaufgabe), der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an den Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorten oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Siedlungsbereichen beiträgt.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Halle sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits sollen für Halle die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse Verbindlichkeit für künftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen erhalten. So können sowohl intern (Selbstbindung, Grundstücksverkäufe, zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) wichtige Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Dabei ergibt sich aber nicht nur für den großflächigen Einzelhandel, sondern auch für Einzelhandelsbetriebe, die mit ihrer Verkaufsflächengröße unterhalb der Großflächigkeit angesiedelt sind, ein Steuerungserfordernis, dem die nachfolgend formulierten Grundsätze Rechnung tragen.

Exkurs: Steuerung(serfordernis) auch unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit !

Die lang anhaltende Diskussion um die Schwelle der Großflächigkeit sowie um die Definition der Verkaufsfläche hat

- verschiedene Blüten getrieben (warum war ein Einzelhandelsbetrieb mit 699,94 m² Verkaufsfläche grundsätzlich nicht großflächig, ein Ladenlokal mit 700,05 m² Verkaufsfläche dann sehr wohl?) und
- häufig für Verwirrung gesorgt (zählen die Aufstellflächen für Einkaufswagen zur Verkaufsfläche; ist der Einkaufsvorgang nach dem Bezahlen abgeschlossen und zählt somit die Vorkassenzone nicht mehr zur Verkaufsfläche?)

Durch die klarstellenden Urteile des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 und damit einer Definition der Großflächigkeit ab 800 m² Verkaufsfläche sollten diese Diskussionen - bis auf weiteres - jedoch beendet sein. Wie selbstverständlich werden nach den 699,94 m² Verkaufsfläche-Bauanträgen nunmehr 799,94 m² Verkaufsfläche-Bauanträge auf die Gemeinden zukommen; doch alleine die Klarstellung der Definition, welche Fläche zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen ist, wird in den meisten Fällen dazu führen, dass viele, allen voran Lebensmittelmärkte - allein aus betrieblichen Gründen diese neue Hürde überspringen (müssen) und somit zumindest das erste Prüfkriterium von § 11 Absatz 3 BauNVO erfüllen.

So begrüßenswert diese Klarstellung auch im Sinne der täglichen Anwender ist, so beklagenswert ist die - auch in der Vergangenheit praktizierte - einseitige Anwendung bzw. Interpretation. Denn diese nunmehr fixe Verkaufsflächengrößenordnung suggeriert, dass städtebaulich relevante Auswirkungen (sowohl auf zentrale Versorgungsbereiche wie auch die Versorgungsstrukturen) von Einzelhandelsvorhaben an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erst ab einer Verkaufsflächengrößenordnung von 800 m² ernsthaft in Erwägung gezogen werden (können). Unterhalb dieser Schwelle sieht der Gesetzgeber (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Und das für alle Gemeindegrößen. Denn z.B. ein Bekleidungsfachmarkt mit einer Größenordnung von 500 m² Verkaufsfläche erreicht auch in großen Städten wie Halle recht schnell relative Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot in den ggf. betroffenen zentralen Versorgungsbereichen (in Großstädten wie Halle eher die Nebenzentren, in kleineren Gemeinden auch die Hauptzentren) von 50% und auch mehr. Das in so einer Konstellation städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären, lässt sich auch aus dem Urteil des OVG NRW vom 24. Oktober 2006 schlussfolgern. Die Konsequenz wäre auch für Halle: kompletter Ausschluss des zentrenrelevanten Einzelhandels in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z.B. in Gewerbe- und Industriegebieten sowie Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, wie z.B. auch in allgemeinen oder besonderen Wohngebieten, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser Ausschluss für Mischgebiete dar. Denn Großstädte wie Halle, ebenso wie auch zahlreiche kleinere Gemeinden, weisen z.T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Diese zu erhalten oder auch weiter zu entwickeln, für sie jedoch zumindest keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben zu formulieren, ist in Halle wie auch den meisten Gemeinden - unabhängig von der Größenordnung - breiter politischer Konsens und damit zwangsläufig auch städtebauliche

Zielvorstellung. Somit kann für die meisten Gemeinden in Deutschland ein Steuerungserfordernis proklamiert werden, das unterhalb von 800 m² Verkaufsfläche angesiedelt ist. Und das nicht nur, wie vom BVerwG bereits entschieden, bei Lebensmittelanbietern (sog. Convenience Stores, Tankstellenshops oder auch Kioske), sondern der Regelungsbedarf erstreckt sich auf nahezu alle zentrenrelevanten Sortimente.

Die bisherige Rechtsprechung lässt es jedoch nicht zu, dass ein allgemeingültiger Anlagentyp dieser Forderung gerecht werden kann. Andererseits kann aus der einschlägigen Rechtsprechung geschlussfolgert werden, dass auf der Basis der Kriterien Sortimentsstruktur und Verkaufsfläche eine sachgerechte Beschreibung eines Anlagentyps i.S.v. § 1 Absatz 9 BauNVO möglich ist. Auf der Basis eines kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kann es somit gelingen, einen solchen Anlagentyp, bezogen auf die konkret örtliche Situation in der jeweiligen Gemeinde, zu beschreiben. Hierbei können auch besondere, nur in der jeweiligen Gemeinde vorherrschende Rahmenbedingungen, Berücksichtigung finden. Grundsätzlich bedarf es einer entsprechenden Herleitung und Begründung, warum der definierte Anlagentyp typprägend für die örtliche Situation ist. Anders als bei den Nachbarschaftsläden oder auch den Tankstellenshops ist dieser Anlagentyp jedoch nicht nur auf einige wenige Sortimente (täglicher Bedarf) beschränkt, sondern umfasst die gesamte Gruppe der zentrenrelevanten Sortimente. Er sollte / muss auch eine Verkaufsflächenobergrenze beinhalten, um das Ziel, welches mit dieser Technik verfolgt werden soll, nicht zu gefährden: den Schutz der zentralen Versorgungsbereiche in der jeweiligen Gemeinde. Diese Verkaufsflächenobergrenze muss zwangsläufig deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen, da ansonsten, wie das oben angeführte einfache Beispiel verdeutlicht, negative Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden können. Aller Voraussicht nach wird es auch angezeigt sein, eine Obergrenze von (auch deutlich) weniger als 400 m² Verkaufsfläche zu definieren, da nach wie vor der weitaus überwiegende Anteil eines gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes durch „traditionelle Einzelhandelsbetriebe“ (Fachgeschäfte) geprägt ist, die kleiner als 200 m², ja häufig sogar kleiner als 100 m² Verkaufsfläche sind.

Um die Ortstypik eines solchen Anlagentyps zu unterstreichen, kann es sinnvoll sein, so auch die bisher einzig existierenden Beispiele in Deutschland, einen entsprechenden Namen zu entwickeln, der sowohl den anzulegenden Kriterien als auch der ortstypischen Besonderheit Rechnung trägt. Für die Stadt Halle (Saale) wurde daher eine Herleitung bzw. Definition des „Halleschen Ladens“ vorgenommen.

Die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle werden im Folgenden dargestellt. Es werden insgesamt sechs Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels unterschieden, die unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen im Folgenden dargestellt sind:

Abbildung 35: „Die hallesche Systematik“

	Kernsortiment		Größenordnung	Beispiel
Grundsatz 1	nahversorgungsrelevant	1	kleinflächig, (bis 800 m ² Verkaufsfläche)	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z.B. Süßwaren; Bäckerei, Metzgerei, Drogeriemarkt, Blumengeschäft
		2	großflächig, (> 800 m ² Verkaufsfläche)	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	zentrenrelevant	3	kleinflächig, (bis 800 m ² Verkaufsfläche)	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Haushaltswarengeschäft
		4	großflächig, (> 800 m ² Verkaufsfläche)	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt
Grundsatz 3	nicht zentrenrelevant	5	kleinflächig, (bis 800 m ² Verkaufsfläche)	Fahrradfachmarkt, Tapeten- und Teppichbodenfachmarkt
		6	großflächig, (> 800 m ² Verkaufsfläche)	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter

Beispiele für die Zulässigkeit von Einzelhandelsansiedlungen in Verbindung mit den folgenden Grundsätzen sind im Anhang (A.2) dargestellt.

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.

Exkurs: Herleitung des Anlagentyps „Hallescher Laden“

Der „Hallesche Laden“ ist als bestehender Anlagentyp zu beschreiben. Er ist in der spezifisch bestehenden Form nicht bundesweit zu finden, sondern stellt im Stadtgefüge eine hallesche Besonderheit dar, von der eine Prägung der städtischen Strukturen und des Ortsbildes ausgeht.

Folgende Merkmale zeichnen ihn aus:

meistens Fachgeschäfte in integrierten Lagen bzw. Wohn- und Mischgebieten, auch Gemengelagen mit stark eingegrenztem Sortiment des kurzfristigen Bedarfes für die Bevölkerung wie Bäcker, Fleischer, Milchprodukte;

Klein- und Familienunternehmen mit wenigen Arbeitsplätzen bei einer max. Verkaufsfläche von 200 m², oft wesentlich kleiner;

Erdgeschossnutzung in Mehrfamilienhäusern zur Belebung der Straßenräume an hoch frequentierten Straßen mit attraktiver Aufenthaltsqualität für Fußgänger;

in Nebenstraßen traditionell an Eckgebäuden im Erdgeschoss von Mehrfamilienhäusern, oft kleiner als 200 m² bzw. in der Größe der darüber liegenden Wohnungen.

Der Anteil dieser Läden an der Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Halles beträgt im Ergebnis der Erhebung insgesamt ca. 80 %. In städtebaulich integrierten Lagen (außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen) weisen annähernd 90 % der Einzelhandelsbetriebe eine Größe unterhalb oder gleich 200 m² auf.



■ **Beispiel:**

Ansiedlung eines Bekleidungsgeschäftes mit 190 m² Verkaufsfläche in der Torstraße in integrierter Lage



prinzipiell zulässig im Sinne des EHK (Anlagentyp Hallescher Laden)

8.7.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung von funktionsfähigen Zentren sowie von Standorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der halleschen Bevölkerung.



Grundsatz 1:

*Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten*²⁶

- 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)

Ausnahme

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

²⁶ Back- und Fleischwaren, Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Getränke, Nahrungs- und Genussmittel, Pharmazeutika, Reformwaren, Schnittblumen, Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor) oder Zeitungen / Zeitschriften

Erläuterung:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer hierarchisch gegliederten Zentrenstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Halle (Saale) liegen.

An **solitären Standorten** außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur dann sinnvoll und zulässig sein, **wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen** und keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Dies ist dann der Fall, wenn

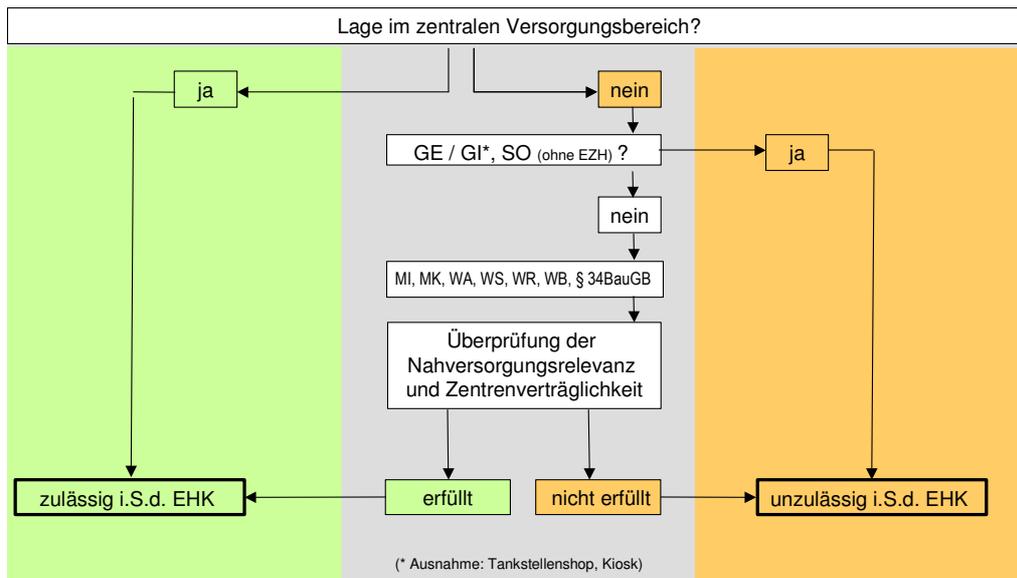
- es sich um einen städtebaulich integrierten Standort mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt,
- die sortimentspezifische *Kaufkraftabschöpfung* des Planvorhabens in einem fußläufigen *600 m Radius* an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von *35 %* der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel)²⁷ der Bevölkerung nicht überschreitet und
- keine mehr als unwesentliche (> 10 %) Überschneidung des 600 m Radius mit dem 600 m Radius des / der nächstgelegenen Nahversorgungszentrums bzw. -zentren besteht.

Im Sinne der Ausnahme dieses Grundsatzes ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshops, Kioske).

In **städtischen Teilgebieten** (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche und außerhalb von GE- und GI-Gebieten sowie SO-Gebieten ohne Einzelhandel) können Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Im Einzelfall sollte dabei nachgewiesen werden, dass davon keine negativen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur bzw. zentrale Versorgungsbereiche ausgehen (Nahversorgungsfunktion ist nachzuweisen).

²⁷ Diese liegt derzeit bei rund 1.844 Euro pro Einwohner (BBE Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2010)

Abbildung 36: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben von Lebensmittelmärkten



Quelle: eigene Darstellung. VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

8.7.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Erhalt und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung des halleschen Hauptzentrums (Altstadt) als bedeutendster Einzelhandelsstandort durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten sowie Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Neben- und Nahversorgungszentren.



Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente)

- 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.

Ausnahme

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt mit seiner funktionalen Zuordnung als Hauptgeschäftsbereich der Stadt zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb der Stadt Halle (Saale) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen daher nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen liegen (Ausnahme: „Hallescher Laden“). Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment ab 1.500 m² Verkaufsfläche sollen zukünftig nur noch im Hauptgeschäftsbereich des halleschen Hauptzentrums und ab 800 m² Verkaufsfläche (Schwelle der Großflächigkeit) nur noch im Hauptzentrum Altstadt sowie in den Nebenzentren Neustadt und Südstadt zulässig sein, um diese Standorte in ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen zentralen Versorgungsbereiche untereinander zu vermeiden.

Ableitung der 1.500 m²-Schwelle: die größten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten verfügen in den beiden Nebenzentren über maximale Gesamtverkaufsflächen von weniger als 1.500 m². Darüber hinaus ist mit dieser Verkaufsflächen-Obergrenze eine anzustrebende Zentren-Hierarchisierung (Betriebe ab einer Gesamtverkaufsfläche von 1.500 m² nur noch im Hauptzentrum) zugunsten des Hauptzentrums Altstadt gewährleistet.

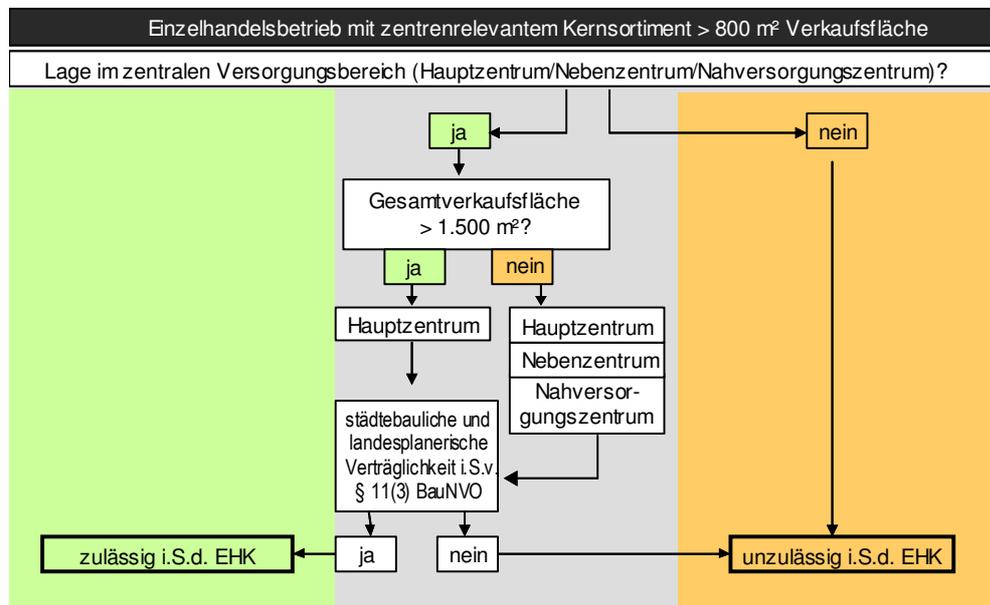
Darüber hinaus ist zur Wahrung der hierarchischen Zentrenstruktur die Verkaufsflächengröße von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der auf die Versorgungsfunktion des Zentrums ausgerichteten Kaufkraftabschöpfung zu berücksichtigen.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten (vgl. Grundsatz 3) führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z.B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und

vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Eine Begrenzung auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche) ist hier zielführend. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass weiterhin definiert sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ bzw. der sogenannte „**Fabrikverkauf**“, der in Verbindung mit Produktions- bzw. Vertriebsstandorten, wie z.B. der Halloren-Fabrikverkauf, auch in Halle vorhanden ist.

Abbildung 37: Prüfschema für ein Ansiedlungsvorhaben eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment



Quelle: eigene Darstellung; EHK = Einzelhandelskonzept

8.7.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten auf dafür festgesetzte Fachmarkt- und Sonderstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen Hauptzentrum (Altstadt), Nebenzentren und Nahversorgungszentren sowie den Fachmarkt- und Sonderstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.



Grundsatz 3:

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- 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 / Sonderstandorten 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).

Ausnahme 1

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Absatz 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Ausnahme 2

Kfz-, Motorrad- sowie Bootehandel kann ausnahmsweise außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche zulässig sein (Einzelfallprüfung, gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

Erläuterung:

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Halle sollten jedoch auch Ansiedlungen nicht zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben den städtebaulich-funktionalen Zentren insbesondere bestehende Agglomerationen (Sonderstandorte) nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an.

Es sind in Halle drei Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorte definiert worden. Da die

Stadt Halle mit den beiden Fachmarkttagglomerationen (Gewerbegebiet Neustadt und Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.) über Standorte im Stadtgebiet verfügt, die darüber hinaus in Teilen noch über deutliche Flächenpotenziale verfügen, besteht absehbar nicht die Notwendigkeit, neue Fachmarkt-/Sonderstandorte zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten / auszuweisen.

Besondere Relevanz erhält dieser Grundsatz für bestehende Gewerbegebiete (ohne Einzelhandelsvorprägung), weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden, was dem Zielsystem zuwider liefe. Angebote zentrenrelevanter Sortimente sollen darüber hinaus generell nicht in Gewerbegebieten verortet werden, wobei der Problematik von Randsortimenten eine besondere Bedeutung zukommt.

Großflächige Neuansiedlungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten an einem der drei bestehenden Einzelhandelsstandorte erfolgen. Angesichts der weiteren bereits in Halle vorhandenen Gewerbegebiete mit Einzelhandelsbesatz und deren räumlicher Verteilung sollte auch zukünftig eine Einzelhandelsnutzung zumindest aller Gewerbegebiete, die heute nicht über Einzelhandel verfügen, ausgeschlossen werden. Zur angemessenen Versorgung mit Angeboten nicht zentrenrelevanter Sortimente sind der Einzelhandelsbestand und die Sonderstandorte als zukünftige Konzentrationsbereiche innerhalb des Prognosehorizontes prinzipiell vollkommen ausreichend.

Es ist zu empfehlen, Ansiedlungen im Zusammenhang mit bestehenden Angeboten zentrenrelevanter Sortimente, die außerhalb der zentralen Bereiche lokalisiert sind, künftig auszuschließen. Um zukünftig auch für diese Standortbereiche – zentrenverträgliche – Entwicklungsperspektiven zu ermöglichen, bietet sich (neben anderen im jeweiligen Einzelfall zu bestimmenden bzw. in Erwägung zu ziehenden Methoden) das „**Prinzip der Umsatzäquivalenz**“ an. Danach wird den einzelnen Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorten, die alle in der Regel über einen mehr oder weniger großen Anteil zentrenrelevanter Sortimente verfügen, im Sinne eines Standortumbaus nur die Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Sortimente eingeräumt, wenn zugleich dafür zentrenrelevante Sortimente am selben Standort durch die neu anzusiedelnden nicht zentrenrelevanten Sortimente substituiert werden. Dies kann jedoch nicht im Verhältnis 1:1 bezüglich des Kriteriums Verkaufsfläche stattfinden, sondern soll auf der Basis des Kriteriums Umsatz stattfinden. Das bedeutet, dass bei einer in der Regel anzunehmenden geringeren Flächenproduktivität des neuen nicht zentrenrelevanten Sortiments entsprechend mehr Verkaufsfläche gegenüber der aufzugebenden bisherigen zentrenrelevanten Sortimente Verkaufsfläche angesiedelt werden kann.

Zugleich ist natürlich sicherzustellen, dass bauleitplanerisch die dann geschaffene Situation dergestalt fixiert ist, dass weitere Einzelhandelsansiedlungen am Standort nur durch entsprechende Flächensubstitutionen möglich sind.

Exkurs: Beispiel für Umsatzäquivalenzprinzip

Ziel des Prinzips: Aufzeigen von auch quantitativen Entwicklungsperspektiven für die halleschen Sonderstandorte (und damit auch möglicherweise die Herausbildung einzelner Profile) mit dem langfristigen Ziel, die bestehende signifikante innerkommunale Konkurrenzsituation zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und den Sonderstandorten in Halle zu reduzieren.

Voraussetzung: Dem bestehenden großflächigen Einzelhandelsstandort liegt ein rechtskräftiger Bebauungsplan zu Grunde, der Regelungen zur maximal zulässigen Gesamtverkaufsfläche und / oder zu Begrenzungen einzelner Sortimente beinhaltet.

Schlussfolgerung (ohne Umsatzäquivalenzprinzip): Eine Erweiterung / Änderung ist nur im Rahmen der textlichen Festsetzungen möglich.

Beispiel (fiktiv):

Der Sonderstandort verfügt über folgende (auch planungsrechtlich abgesicherte) Rahmenbedingungen:

Begrenzung der maximalen Gesamtverkaufsfläche: 28.000 m²

Begrenzung einzelner Sortimente (u.a.):

Bau- und Heimwerkerartikel: 6.000 m² Verkaufsfläche

Gartenartikel: 1.000 m² Verkaufsfläche

Möbel: 10.000 m² Verkaufsfläche

Wohnungseinrichtung: 1.500 m² Verkaufsfläche

Bekleidung, Textilien: 3.500 m² Verkaufsfläche

Unterhaltungselektronik: 1.500 m² Verkaufsfläche

Drogeriewaren: 800 m²

Planung / Vorhaben: Erweiterung des Bau- und Gartenmarktes von derzeit 7.500 m² (inkl. Randsortimente) auf 13.000 m² Verkaufsfläche (inkl. Randsortimente). Nach gültigem Baurecht nicht zulässig und im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (weitere auch quantitative Attraktivierung eines dezentralen Sonderstandortes mit nennenswerten Anteilen von zentrenrelevanten Sortimenten) zukünftig zu vermeiden.

Planvorhaben jedoch unter Anwendung des Umsatzäquivalenzprinzips möglich und kompatibel mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Strategie: Verkaufsflächenerweiterung mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten durch gleichzeitige Flächenaufgabe zentrenrelevanter Sortimente, deren Umfang auf Basis des Umsatzes berechnet wird.

Rechenweg:

Beantragte Erweiterungsfläche für den Bau- und Gartenmarkt:
5.500 m² Verkaufsfläche.

Potenzieller Umsatz auf dieser Erweiterungsfläche:
8,25 Mio. Euro²⁸

Erweiterung möglich, wenn hierfür Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten aufgegeben werden, auf denen insgesamt ein Umsatz von 8,25 Mio. Euro erwirtschaftet wird.

Beispiel Bekleidung / Textilien: ca. 2.350 m²²⁹ oder
 Beispiel Unterhaltungselektronik: 1.375 m²³⁰

Variante 1

Die zukünftigen Rahmenbedingungen des Sonderstandortes stellten sich demnach wie folgt dar – bei Reduzierung der zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung / Textilien:

Begrenzung der maximalen Gesamtverkaufsfläche: 31.150 m²

ergibt sich aus:

ursprüngliche maximale Verkaufsfläche 28.000 m² zuzüglich 5.500 m² zusätzlich beantragte Erweiterungsfläche Bau- und Gartenmarktartikel

abzüglich

Flächenaufgabe Bekleidung / Textilien 2.350 m² Verkaufsfläche

Begrenzung einzelner Sortimente (u.a.):

Bau- und Heimwerkerartikel; Gartenartikel: 12.500 m² Verkaufsfläche³¹

Möbel: 10.000 m² Verkaufsfläche

Wohnungseinrichtung: 1.500 m² Verkaufsfläche

Bekleidung, Textilien: 1.150 m² Verkaufsfläche

Unterhaltungselektronik: 1.500 m² Verkaufsfläche

Drogeriewaren: 800 m²

Variante 2

Die zukünftigen Rahmenbedingungen des Sonderstandortes stellten sich demnach wie folgt dar – bei Reduzierung des zentrenrelevanten Sortiments Unterhaltungselektronik:

Begrenzung der maximalen Gesamtverkaufsfläche: 32.125 m²

ergibt sich aus:

ursprüngliche maximale Verkaufsfläche 28.000 m² zuzüglich 5.500 m² zusätzlich beantragte Erweiterungsfläche Bau- und Gartenmarktartikel

²⁸ Bei einer unterstellten durchschnittlichen Flächenproduktivität von 1.500 Euro je m² Verkaufsfläche

²⁹ Bei einer unterstellten durchschnittlichen Flächenproduktivität von 3.500 Euro je m² Verkaufsfläche

³⁰ Bei einer unterstellten durchschnittlichen Flächenproduktivität von 6.000 Euro je m² Verkaufsfläche

³¹ Die Differenz zu der unterstellten Zahl von 13.000 m² Gesamtverkaufsfläche ergibt sich durch einen unterstellten Anteil von 500 m² Randsortimenten.

abzüglich

Flächenaufgabe Unterhaltungselektronik 1.375 m² Verkaufsfläche

Begrenzung einzelner Sortimente (u.a.):

Bau- und Heimwerkerartikel; Gartenartikel: 12.500 m² Verkaufsfläche³²

Möbel: 10.000 m² Verkaufsfläche

Wohnungseinrichtung: 1.500 m² Verkaufsfläche

Bekleidung, Textilien: 1.150 m² Verkaufsfläche

Unterhaltungselektronik: 125 m² Verkaufsfläche

Drogeriewaren: 800 m²

In beiden Fällen ergibt sich somit eine nennenswerte Steigerung der maximal möglichen Gesamtverkaufsfläche sowie eine (auch unter wettbewerblichen Gesichtspunkten) sinnvolle Anpassung der Betriebsgröße eines wichtigen Einzelbausteines und damit auch ein wichtiger Schritt in Richtung langfristige Bestands- und Standortsicherung. Gleichzeitig wird die innergemeindliche Konkurrenzsituation reduziert. Grundsätzlich ist natürlich auch hier eine Änderung des Bebauungsplans erforderlich.

³² Die Differenz zu der unterstellten Zahl von 13.000 m² Gesamtverkaufsfläche ergibt sich durch einen unterstellten Anteil von 500 m² Randsortimenten.

9 Aktualisierung und Fortschreibung

Die hohe Dynamik der Veränderungen im Einzelhandel muss auch im Hinblick auf die Datengrundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale) berücksichtigt werden. Die halleische Einzelhandelslandschaft ist, wie auch bundesweit zu beobachten ist, durch permanente Veränderungen wie Neuansiedlungen, Betriebserweiterungen aber auch Betriebsaufgaben gekennzeichnet. Daraus kann nicht zuletzt im Bereich der Nahversorgung ein neuer Handlungsbedarf resultieren. Um diesen rechtzeitig erkennen und darauf reagieren zu können, bedarf die Datenbasis bzw. Bestandserhebung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes einer regelmäßigen Aktualisierung. Auf Grund der bauordnungsrechtlichen Vorschriften kann dies zumindest für großflächige Einzelhandelsansiedlungen laufend erfolgen.

Dabei ist die Planungsverwaltung zum einen auf Informationen von Außen zu Betriebseröffnungen und –aufgaben sowie Informationen der Betreiberfirmen, z.B. zu Erweiterungswünschen oder Standortproblemen, angewiesen. Diese Daten könnten z.B. für die Nahversorgung kontinuierlich in das zugehörige Geoinformationssystem eingepflegt werden. Zum anderen ist eine regelmäßige neue Vollerhebung des halleischen Einzelhandels unumgänglich. Es existiert keine statistische Quelle, die regelmäßig genug aktualisiert würde. Je nach Finanzierbarkeit sollte spätestens alle **fünf Jahre eine vollkommene Neuerhebung des halleischen Einzelhandelsbestandes vorgenommen werden.**

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Das grundsätzliche Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, die Einzelhandelsentwicklung in Halle im Sinne einer zentrenorientierten und wohnortnahen Versorgungsstruktur auf die integrierten Standorte der zentralen Versorgung zu lenken, sollte jedoch unabhängig von kurzfristigen Veränderungen Fortbestand besitzen. Dennoch sind auf Grund der hohen Dynamik der im Einzelhandel ablaufenden Prozesse – z.B. im Bereich der Nahversorgung – **unvorhergesehene Veränderungen** und damit ein Bedarf zur Fortschreibung des Konzeptes nicht auszuschließen. Dieser Bedarf sollte erfahrungsgemäß etwa **alle 5 Jahre von der Stadt Halle** in Absprache mit den Verfahrensbeteiligten und gegebenenfalls **mit anderen relevanten Akteuren bewertet werden.** Insbesondere die konkretisierten **Maßnahmenvorschläge des Konzeptes bedürfen einer Erfolgskontrolle und eventuell einer Fortschreibung.** Für das Einzelhandelskonzept kann sich die Notwendigkeit einer Fortschreibung ergeben, wenn sich z.B. Einzelhandelszentralitäten im regionalen und kommunalen Zusammenhang stark verschieben sollten. Erhebliche Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung stellen ebenfalls eine mögliche Ursache für eine Fortschreibung der Konzepte dar.

Von großer Bedeutung ist angesichts der dynamischen Entwicklung von Angebots- und Nachfragestrukturen im Einzelhandel, dass allen Berechnungen und Bewertungen eine möglichst aktuelle Datenbasis zugrunde gelegt wird.

Das gilt in besonderem Maß für

- Einwohnerzahlen für die Stadt Halle (Saale) und die umliegenden Städte und Gemeinden bzw. Verwaltungsgemeinschaften,
- sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern (Quelle: u.a. IBH Retail Consultants, Köln; vormals BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, Köln),
- Planvorhaben zum großflächigen Einzelhandel mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortiment, Verkaufsfläche, potenziellem Umsatz, Planungsfortschritt und geplantem Eröffnungstermin (Halle und Region),
- bestehende Einzelhandelsbetriebe mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortimenten, Verkaufsfläche, geschätztem Umsatz.

Einzelhandels-Monitoring

Aus stadtplanerischer Sicht bietet es sich an, als Datenbasis für ein „Einzelhandels-Monitoring“ die vorliegende Gesamterfassung zu Grunde zu legen.

Dabei ist abzuwägen zwischen dem Erfassungs- bzw. Aktualisierungsaufwand einerseits und der Aussagekraft der Daten andererseits. Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, nicht eine regelmäßige Gesamterfassung des Einzelhandelsbestandes vorzunehmen, sondern sich auf die versorgungsstrukturprägenden Betriebe zu konzentrieren.

Bezüglich des Bausteins wohnungsnaher Grundversorgung, der ein wesentliches Entwicklungsziel für die Stadtentwicklung Halles darstellen soll, übernehmen insbesondere in den Stadtbezirken Betriebe ab einer Verkaufsflächengrößenordnung „im Dunstkreis“ der Großflächigkeitsgrenze diese Funktion. Grundsätzlich zu erfassen sind demnach alle Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² und – soweit darin nicht enthalten – vor allem in kleineren Stadtteilen und Quartiersversorgungszentren „strukturprägende Betriebe“.³³ Dabei handelt es sich üblicherweise um folgende Anbieter:

- Nahrungs- und Genussmittel: Discountbetrieb, SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Getränke-Fachmarkt
- Gesundheits- und Körperpflege: Drogeriemarkt
- Bekleidung, Schuhe, Sportwaren, Spielwaren: Fachgeschäft, Fachmarkt
- Elektrogeräte/Leuchten: Fachgeschäft, Fachmarkt
- Unterhaltungselektronik etc./Neue Medien: Fachgeschäft, Fachmarkt, Computer-Fachmarkt

³³ Ableitung strukturprägende Betriebe: die übliche Markteintrittsgröße bei Fachmärkten liegt auch in Halle (Saale) bei rund 400 m² Gesamtverkaufsfläche (Deichmann 480-530 m², DM 350-600 m², KiK 340-990 m², Reno 400-600 m², Takko 520-690 m²).

- Bücher/Schreibwaren: Sortimentsbuchhandel, Büro-Fachmarkt
- Haushaltswaren/Glas/Porzellan/Keramik: Fachgeschäft, Fachmarkt

Kaufkraft-Monitoring

Eng verknüpft mit der Einwohnerentwicklung sind auch die Entwicklungen der lokalen Kaufkraftkennzahlen. Im Rahmen eines Kaufkraft-Monitorings lassen evtl. zukünftige steigende Kaufkraftkennziffern möglicherweise Auswirkung auf größere Ansiedlungsspielräume für einzelne Einzelhandelsbranchen zu.

Fortschreibung qualitativer Kriterien

Neben den bereits beschriebenen Daten müssen auch die **qualitativen Kriterien in regelmäßigen** Zeiträumen (**etwa alle 5 Jahre**) kritisch überprüft und ggf. an neue Entwicklungen angepasst werden. Dazu zählen insbesondere die

- Anforderungen an Standorte für bestimmte Betriebsformen des großflächigen Einzelhandels (z.B. SB-Warenhäuser / Verbrauchermärkte, Bau- / Gartencenter, Möbel- / Einrichtungshäuser),
- als zentrenrelevant betrachteten Sortimente,
- Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche.

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung	16
Abbildung 2: Einwohner Einzugsgebiet und Kundenanteil des halleschen Einzelhandels	27
Abbildung 3: Kaufkraftbindung- und Abflussquote in % - Haushalte Halle (Saale).....	29
Abbildung 4: Kaufkraftbindung- und Abflussquote in % - Haushalte Saalekreis.....	30
Abbildung 5: Monetäre einzelhandelsrelevante Kaufkraftbindung und Abflüsse (Haushalte Halle (Saale) in Mio. Euro).....	31
Abbildung 6: Wo werden Lebensmittel überwiegend gekauft (Haushalte Halle (Saale))?	32
Abbildung 7: Wo werden Lebensmittel überwiegend gekauft (Haushalte Saalekreis)?.....	33
Abbildung 8: Wo wird überwiegend das Sortiment Bekleidung / Textilien eingekauft (Haushalte Halle (Saale))?.....	34
Abbildung 9: Wo wird überwiegend das Sortiment Bekleidung / Textilien eingekauft (Haushalte Saalekreis)??	35
Abbildung 10: Wo werden überwiegend GPK / Haushaltswaren eingekauft (Haushalte Halle (Saale))?	36
Abbildung 11: Wo werden überwiegend GPK/Haushaltswaren eingekauft (Haushalte Saalekreis)?.....	36
Abbildung 12: Wo werden überwiegend Elektronik / Multimedia eingekauft (Haushalte Halle (Saale))?	37
Abbildung 13: Wo werden überwiegend Elektronik / Multimedia eingekauft (Haushalte Saalekreis)?	38
Abbildung 14: Wo werden überwiegend Bau- und Gartenmarktsortimente eingekauft (Haushalte Halle (Saale))?.....	39
Abbildung 15: Wo werden überwiegend Bau- und Gartenmarktsortimente eingekauft (Haushalte Saalekreis)?	39
Abbildung 16: Kaufen Sie auch außerhalb Halles ein?	40
Abbildung 17: Einkaufsstädte und –standorte außerhalb Halles	41
Abbildung 18: Vermissen Sie bestimmte Sortimente in Halle (Saale)?	43
Abbildung 19: Kaufen Sie heute im Vergleich zu den letzten drei Jahren insgesamt häufiger oder seltener in Halle ein oder hat sich nichts geändert?	46
Abbildung 20: Verkaufsfläche Hauptwarengruppen	60
Abbildung 21: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Lagen.....	66
Abbildung 22: Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel.....	72
Abbildung 23: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Mitte nach Lagen.....	88
Abbildung 24: Pro-Kopf-Ausstattung Innenstädte im Vergleich (in m ²).....	96
Abbildung 25: Leitbranchen Profilierung Bekleidung / Schuhe	97
Abbildung 26: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Nord nach Lagen	106
Abbildung 27: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Ost nach Lagen	117
Abbildung 28: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Süd nach Lagen	126

Abbildung 29: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk West nach Lagen	139
Abbildung 30: Einwohnerentwicklung in Halle (Saale) 2008 bis 2025	156
Abbildung 31: Zusätzliche einzelhandelsspezifische absatzwirtschaftliche Spielräume in den einzelnen Warengruppen bis 2020.....	160
Abbildung 32: Zukünftige Zentrenhierarchie der Stadt Halle (Saale)	184
Abbildung 33: Modell der Standortstruktur	184
Abbildung 34: Hallesche Sortimentsliste	236
Abbildung 35: „Die hallesche Systematik“	241
Abbildung 36: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben von Lebensmittelmärkten	245
Abbildung 37: Prüfschema für ein Ansiedlungsvorhaben eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment.....	247

Karten

Karte 1: Erhebungseinheiten hallesche Stadtbezirke.....	18
Karte 2: Lage im Raum und verkehrliche Anbindung	21
Karte 3: Siedlungsstruktur Halle (Saale)	23
Karte 4: Einzugsgebiet des halleschen Einzelhandels	26
Karte 5: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich.....	48
Karte 6: Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels in Halle (Status Quo)	65
Karte 7: Großflächiger Einzelhandel im halleschen Stadtgebiet (> 800 m ² VKF).....	69
Karte 8: Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorte.....	70
Karte 9: Grundversorgungssituation in Halle (Saale)	74
Karte 10: Versorgungsradien Nahversorgungsanbieter im halleschen Stadtgebiet	76
Karte 11: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Mitte mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius).....	77
Karte 12: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Nord mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius).....	78
Karte 13: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Ost mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius).....	79
Karte 14: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Süd mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius).....	80
Karte 15: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk West mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius).....	81
Karte 16: Hallesche Stadtbezirke	83
Karte 17: Einzelhandelsstruktur – Stadtbezirk Mitte.....	86
Karte 18: Einzelhandelsschwerpunkte Stadtbezirk Mitte (Ist-Situation nach Analysephase).....	89
Karte 19: Zentrum Altstadt	90
Karte 20: Einkaufslagen Zentrum Altstadt	92

Karte 21: Ergänzungsbereich Geiststraße.....	93
Karte 22: Ergänzungsbereich Steinweg / Rannischer Platz	93
Karte 23: Einzelhandelsstruktur Zentrum Altstadt	98
Karte 24: Dienstleister Zentrum Altstadt.....	99
Karte 25: Leerstände Zentrum Altstadt.....	100
Karte 26: Einzelhandelsstruktur – Stadtbezirk Nord.....	104
Karte 27: Einzelhandelsschwerpunkte Stadtbezirk Nord (Ist-Situation nach Analysephase)	107
Karte 28: Zentraler Bereich Reileck.....	108
Karte 29: Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.	110
Karte 30: Einzelhandelsstruktur – Stadtbezirk Ost.....	115
Karte 31: Einzelhandelsschwerpunkte Stadtbezirk Ost (Ist-Situation nach Analysephase)	118
Karte 32: Hallescher Einkaufspark (HEP).....	119
Karte 33: Einzelhandelsstruktur – Stadtbezirk Süd.....	124
Karte 34: Einzelhandelsschwerpunkte Stadtbezirk Süd (Ist-Situation nach Analysephase)	127
Karte 35: Zentraler Bereich Südstadt	128
Karte 36: Zentraler Bereich Diesterwegstraße.....	130
Karte 37: Zentraler Bereich Silberhöhe-Nord	132
Karte 38: Einzelhandelsstruktur – Stadtbezirk West	137
Karte 39: Einzelhandelsschwerpunkte Stadtbezirk West (Ist-Situation nach Analysephase)	140
Karte 40: Zentraler Bereich Neustadt.....	141
Karte 41: Zentraler Bereich Am Gastronom	143
Karte 42: Zentraler Bereich Am Treff.....	145
Karte 43: Zentraler Bereich Gimritzer Damm (Saale-Center)	147
Karte 44: Zentraler Bereich Heide-Nord (Heideringpassage)	149
Karte 45: Zentraler Bereich Zollrain	151
Karte 46: Gewerbegebiet Neustadt.....	153
Karte 47: Perspektivische Zentren- bzw. Standortstruktur in der Stadt Halle (Saale)	186
Karte 48: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Altstadt“	190
Karte 49: Einzelhandelslagen im „Hauptzentrum Altstadt“	192
Karte 50: Potenzialflächen Einzelhandel im „Hauptzentrum Altstadt“	194
Karte 51: Passantenfrequenzen im „Hauptzentrum Altstadt“	196
Karte 52: Wegedistanzen in der Altstadt.....	197
Karte 53: Abgrenzung Nebenzentrum „Neustadt“	200
Karte 54: Abgrenzung Nebenzentrum „Südstadt“	203
Karte 55: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Büschdorf“	206

Karte 56: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Diesterwegstraße“	209
Karte 57: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Vogelweide“	211
Karte 58: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Heide-Nord (Heideringpassage)“	214
Karte 59: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Hubertusplatz“	216
Karte 60: Abgrenzung Nahversorgungszentrum „Reileck“	219
Karte 61: Übersicht der Fachmarkt- und Sonderstandorte im halleschen Stadtgebiet.....	223
Karte 62: Fachmarkttagglomeration Magdeburger Chaussee / Trothaer Straße.....	225
Karte 63: Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Neustadt.....	227
Karte 64: Sonderstandort HEP.....	229

Tabellen

Tabelle 1: Mitglieder des Arbeitskreises.....	12
Tabelle 2: Gliederung des halleschen Stadtgebiets.....	24
Tabelle 3: Gründe für Einkauf außerhalb von Halle (Saale)	42
Tabelle 4: Welche Sortimente werden in Halle vermisst?	44
Tabelle 5: Wodurch könnte Halle für Sie, bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden?	45
Tabelle 6: Falls Sie heute häufiger in Halle einkaufen, woran liegt das?.....	46
Tabelle 7: Falls Sie heute seltener in Halle einkaufen, woran liegt das?	47
Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Halle und Vergleichskommunen	49
Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Halle (Saale) nach Warengruppen.....	50
Tabelle 10: Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraft und Zentralität des halleschen Einzelhandels, branchenspezifisch	52
Tabelle 11: Angebots- und Nachfrageseitige Kennwerte der halleschen Stadtbezirke.....	56
Tabelle 12: Entwicklung des Einzelhandels in Halle nach Hauptwarengruppen.....	58
Tabelle 13: Kennwerte des Einzelhandels in Halle im Vergleich.....	59
Tabelle 14: Anteil der Branchen an der Gesamtverkaufsfläche	61
Tabelle 15: Betriebsformen Lebensmitteleinzelhandel.....	63
Tabelle 16: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in den halleschen Stadtbezirken.....	64
Tabelle 17: Anteile der Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsätze des halleschen Einzelhandels nach Lagen	67
Tabelle 18: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung.....	71
Tabelle 19: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	73
Tabelle 20: Betriebe mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel in den halleschen Stadtbezirken	75
Tabelle 21: Einwohnerzahlen nach Stadtvierteln für den Stadtbezirk Mitte.....	84
Tabelle 22: Verkaufsflächen und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk Mitte.....	85
Tabelle 23: Nachfragesituation im Stadtbezirk Mitte.....	87

Tabelle 24: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Mitte nach Lagen.....	88
Tabelle 25: Einzelhandelsangebot Zentrum Altstadt.....	95
Tabelle 26: Einzelhandelskennzahlen Stadtbezirk Mitte	101
Tabelle 27: Einwohnerzahlen nach Stadtvierteln für den Stadtbezirk Nord	102
Tabelle 28: Verkaufsflächen und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk Nord	103
Tabelle 29: Nachfragesituation im Stadtbezirk Nord	105
Tabelle 30: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Nord nach Lagen	106
Tabelle 31: Einzelhandelsangebot Reileck.....	109
Tabelle 32: Einzelhandelsangebot Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.	111
Tabelle 33: Einzelhandelskennzahlen Stadtbezirk Nord	112
Tabelle 34: Einwohnerzahlen nach Stadtvierteln für den Stadtbezirk Ost	113
Tabelle 35: Verkaufsflächen und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk Ost.....	114
Tabelle 36: Nachfragesituation im Stadtbezirk Ost	116
Tabelle 37: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Ost nach Lagen	117
Tabelle 38: Einzelhandelsangebot Hallescher Einkaufspark (HEP).....	120
Tabelle 39: Einzelhandelskennzahlen Stadtbezirk Ost	121
Tabelle 40: Einwohnerzahlen nach Stadtvierteln für den Stadtbezirk Süd	122
Tabelle 41: Verkaufsflächen und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk Süd	123
Tabelle 42: Nachfragesituation im Stadtbezirk Süd	125
Tabelle 43: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk Süd nach Lagen	126
Tabelle 44: Einzelhandelsangebot Zentraler Bereich Südstadt	129
Tabelle 45: Einzelhandelsangebot Diesterwegstraße	131
Tabelle 46: Einzelhandelsangebot Silberhöhe-Nord	133
Tabelle 47: Einzelhandelskennzahlen Stadtbezirk Süd	134
Tabelle 48: Einwohnerzahlen nach Stadtvierteln für den Stadtbezirk West.....	135
Tabelle 49: Verkaufsflächen und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk West	136
Tabelle 50: Nachfragesituation im Stadtbezirk West.....	138
Tabelle 51: Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze im Stadtbezirk West nach Lagen	139
Tabelle 52: Einzelhandelsangebot Zentraler Bereich Neustadt.....	142
Tabelle 53: Einzelhandelsangebot Am Gastronom	144
Tabelle 54: Einzelhandelsangebot Am Treff.....	146
Tabelle 55: Einzelhandelsangebot Gimritzer Damm (Saale-Center)	148
Tabelle 56: Einzelhandelsangebot Heide-Nord (Heideringpassage)	150
Tabelle 57: Einzelhandelsangebot Zollrain	152
Tabelle 58: Einzelhandelsangebot Gewerbegebiet Neustadt	154

Tabelle 59: Einzelhandelskennzahlen Stadtbezirk West.....	155
Tabelle 60: Kriterienkatalog zur Sortimentseinordnung.....	233

Anhang

- A1 Ergebnisse der Haushaltsbefragung*
- A2. Beispiele für die Zulässigkeit von Einzelhandelsansiedlungen in Verbindung mit den Grundsätzen*
- A3. Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe*

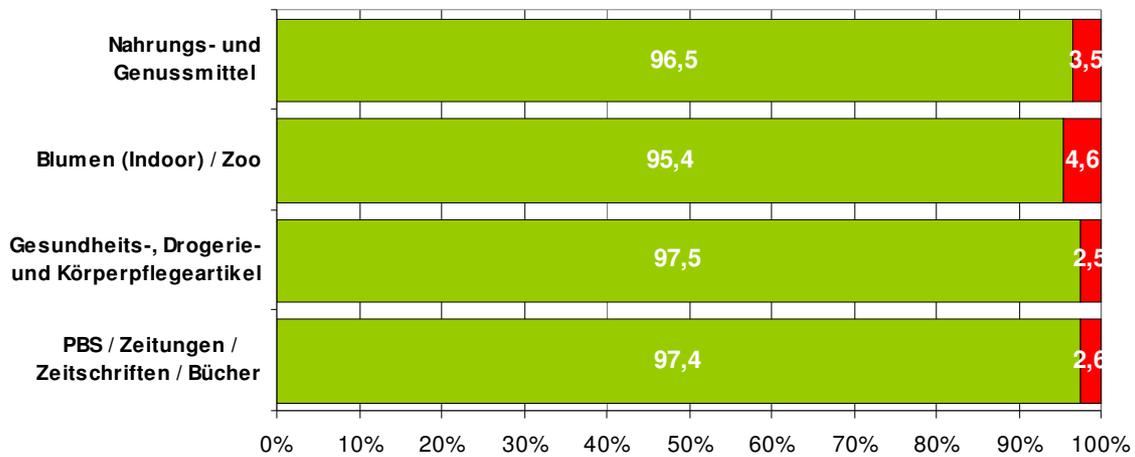
A1. Ergebnisse der Haushaltsbefragung

Telefonische Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in Halle (Saale) durch mcs Erfurt im Auftrag von Junker und Kruse

Durchführung im Dezember 2010

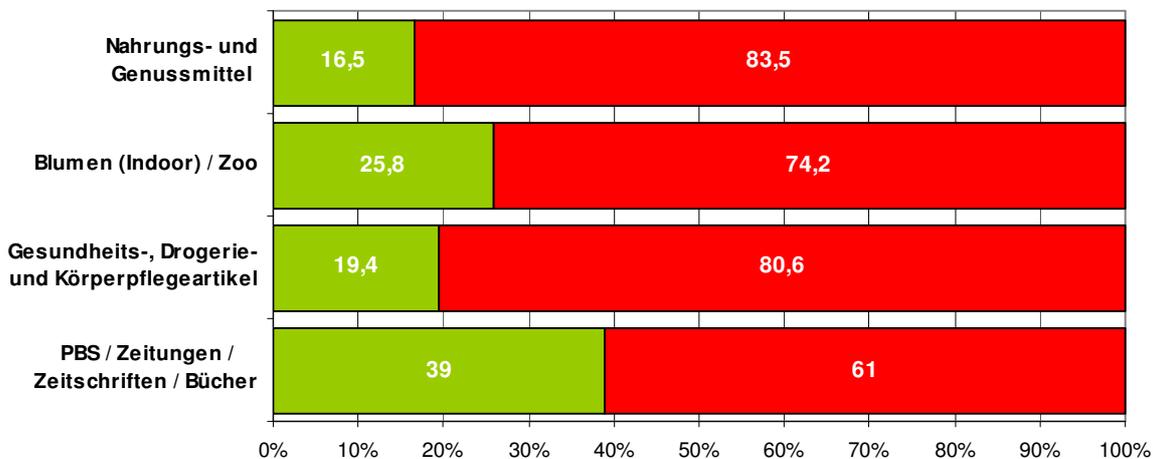
Jeweils 1.000 befragte Haushalte (auswertbare Interviews) in Halle (Saale) und im Saalekreis

Wo kaufen Sie bestimmte Sortimente überwiegend ein? - Kurzfristige Bedarfsstufe Haushalte Halle (Saale)



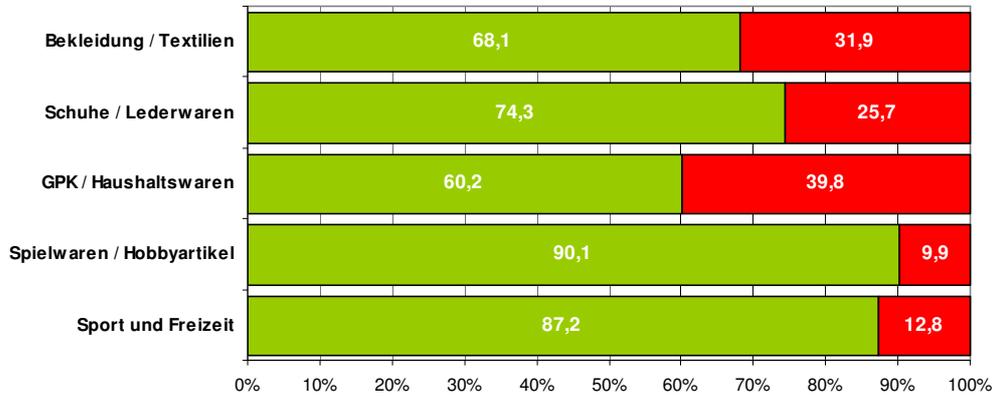
■ Kaufkraftbindung in Halle (Saale) ■ Kaufkraftabfluss aus Halle (Saale)

Haushalte Saalekreis



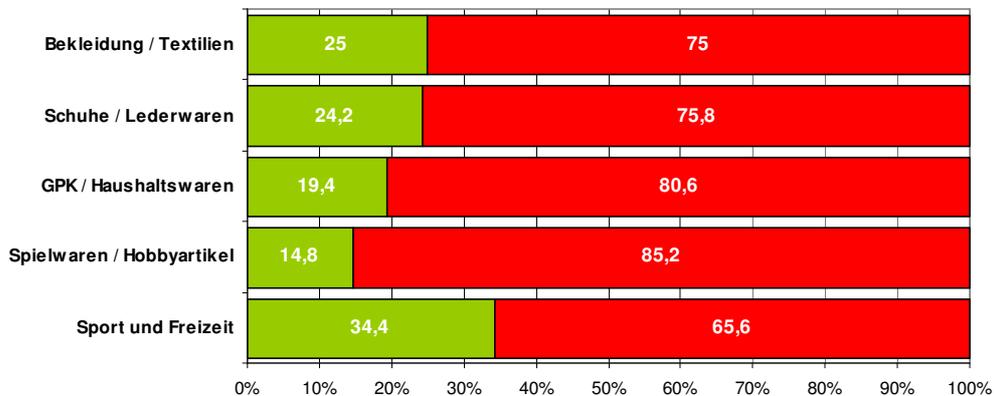
- **Kaufkraftzufluss aus dem Saalekreis** ■ **Kaufkraftbindung Saalekreis außerhalb von Halle (Saale)**

Wo kaufen Sie bestimmte Sortimente überwiegend ein? - Mittelfristige Bedarfsstufe Haushalte Halle (Saale)



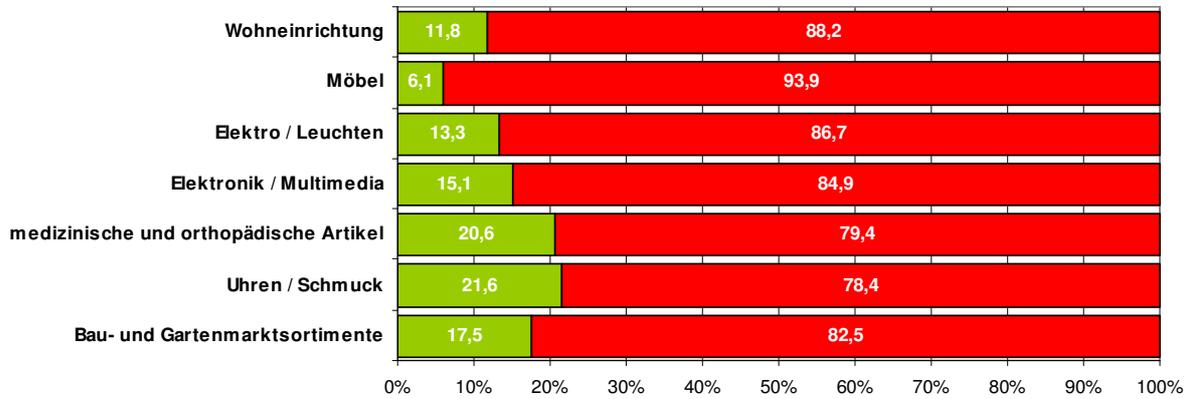
- **Kaufkraftbindung in Halle (Saale)** ■ **Kaufkraftabfluss aus Halle (Saale)**

Haushalte Saalekreis



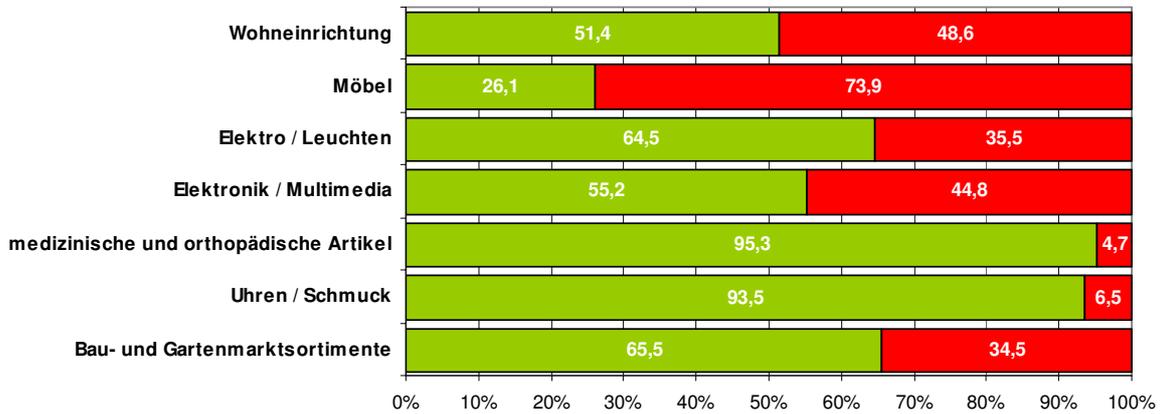
- **Kaufkraftzufluss aus dem Saalekreis** ■ **Kaufkraftbindung Saalekreis außerhalb von Halle (Saale)**

*Wo kaufen Sie bestimmte Sortimente überwiegend ein? - Langfristige Bedarfsstufe
Haushalte Halle (Saale)*



■ Kaufkraftbindung in Halle (Saale) ■ Kaufkraftabfluss aus Halle (Saale)

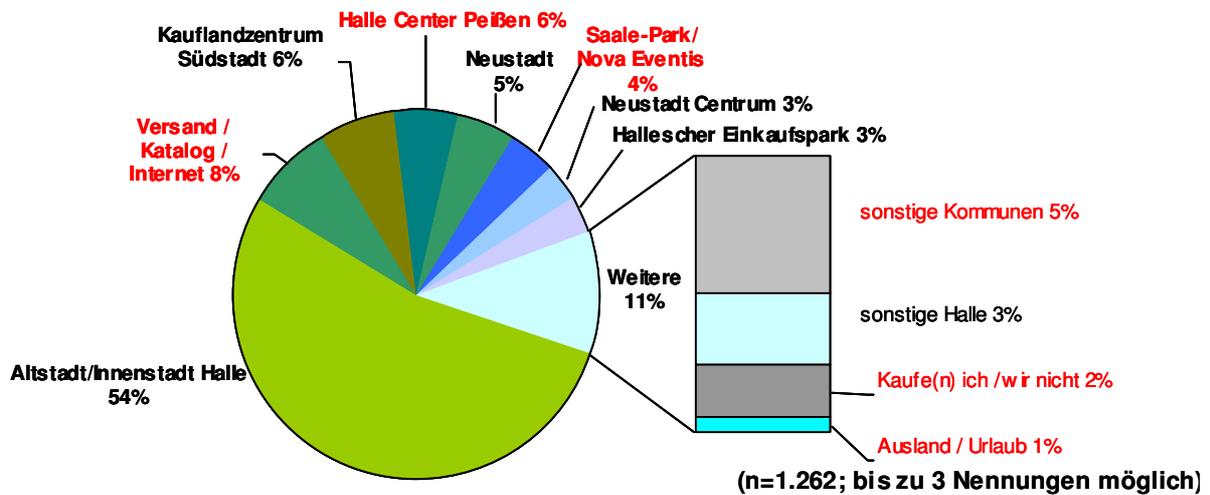
Haushalte Saalekreis



■ Kaufkraftzufluss aus dem Saalekreis ■ Kaufkraftbindung Saalekreis außerhalb von Halle (Saale)

Wo werden überwiegend die Sortimente Schuhe und Lederwaren eingekauft?

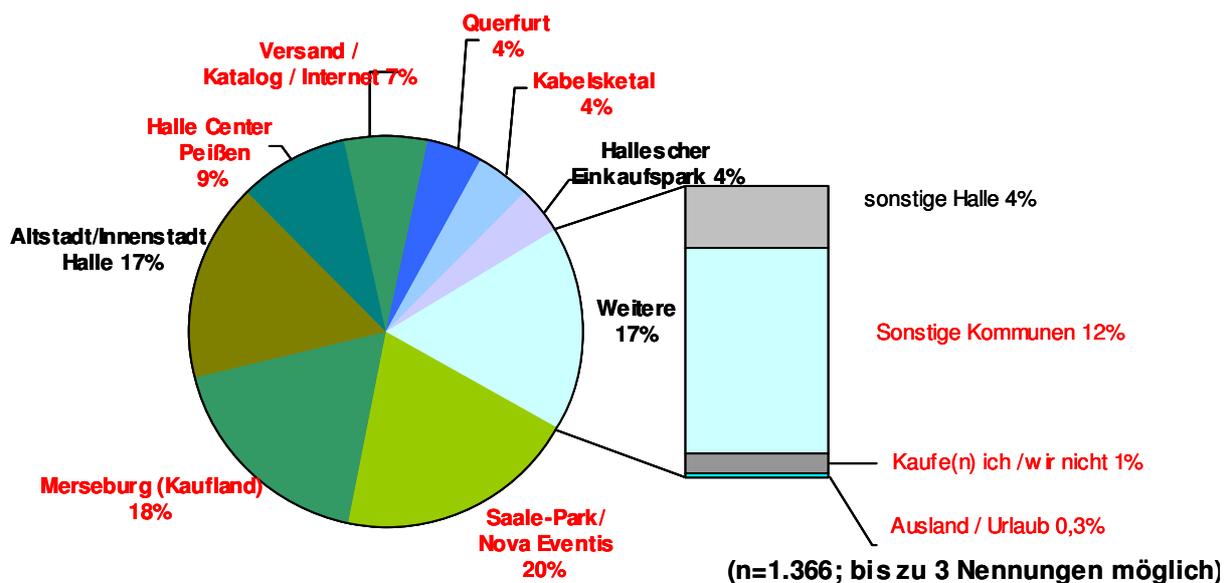
Haushalte Halle (Saale)



Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Sortimente Schuhe und Lederwaren werden von der halleschen Bevölkerung vor allem im Bereich der Altstadt / Innenstadt Halle (etwa 54 %) gekauft. Auch bei diesem Sortiment wird der Versandhandel häufiger genutzt (etwa 8 %). Die weiteren Einkaufsstandorte werden in etwa zu gleichen Teilen aufgesucht. Etwa ¼ aller Einkäufe werden allerdings außerhalb Halles getätigt, so dass auch hier eine stärkere Kaufkraftabschöpfung zu erkennen ist.

Haushalte Saalekreis



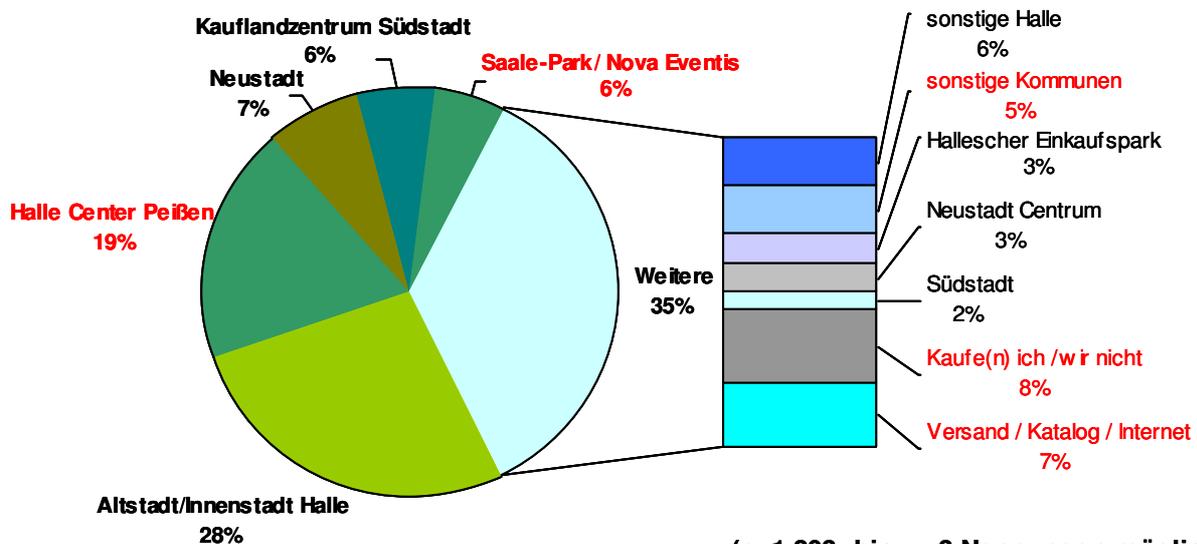
Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Bewohner des Saalekreises tätigen einen Großteil der Einkäufe außerhalb der Stadt Halle

(etwa 75 %). Vor allem der Standort in Merseburg und der Saale Park / Nova Eventis dienen als Versorgungsstandorte für die Sortimente Schuhe und Lederwaren. In der Stadt Halle dient vor allem der Bereich der Altstadt (17 %) als ein attraktiver Versorgungsstandort und wird ebenso stark frequentiert wie die beiden dominierenden Standorte im Saalekreis. Dies zeigt, dass die Stadt Halle einen Teil der Kaufkraft des Umlandes in Bezug auf diese Sortiment binden kann, allerdings suchen die Bewohner des Saalekreises verstärkt an anderen Standorten nach Angeboten dieser Sortimente.

Wo werden überwiegend die Sortimente Elektrohaushaltsgeräte und Leuchten eingekauft?

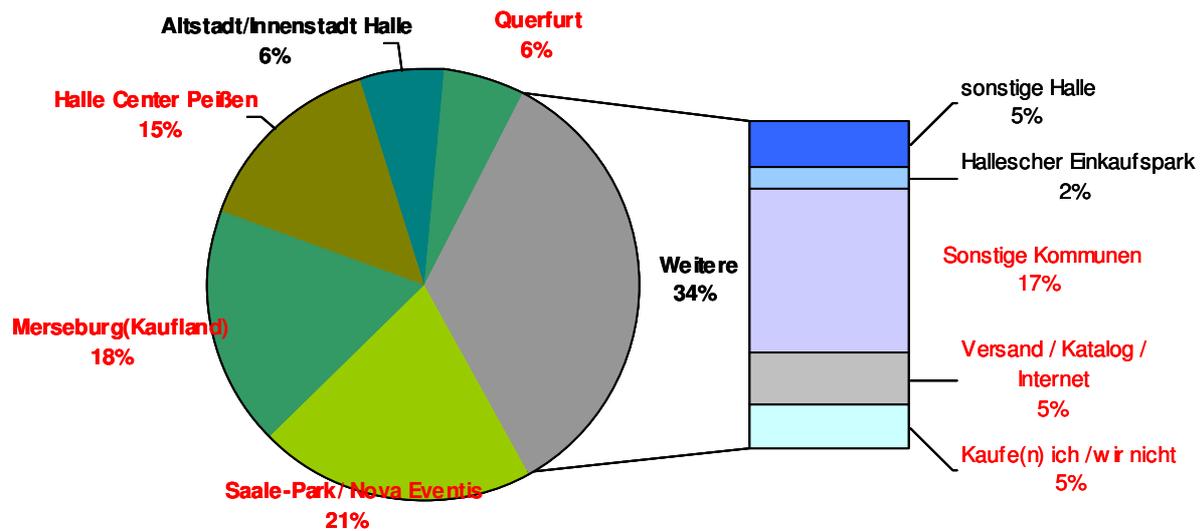
Haushalte Halle (Saale)



Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Sortimentsgruppe Elektrohaushaltsgeräte und Leuchten wird von der halleischen Bevölkerung vor allem in der Altstadt Halles (28 %) gekauft. Darüber hinaus dienen die Neustadt, sowie das Kauflandzentrum Südstadt als weitere wichtige Standorte Halles. Allerdings kaufen nur etwa 55 % der Befragten in Halle ein. Neben den 8 % aller Befragten, die diese Sortimentsgruppe nicht kaufen, nutzen 45 % die Angebote an anderen Standorten. Vor allem das Halle Center Peißen wird stärker frequentiert. Insgesamt zeigt dies, dass die Stadt Halle die Kaufkraft der Bewohner nicht binden kann.

Haushalte Saalekreis



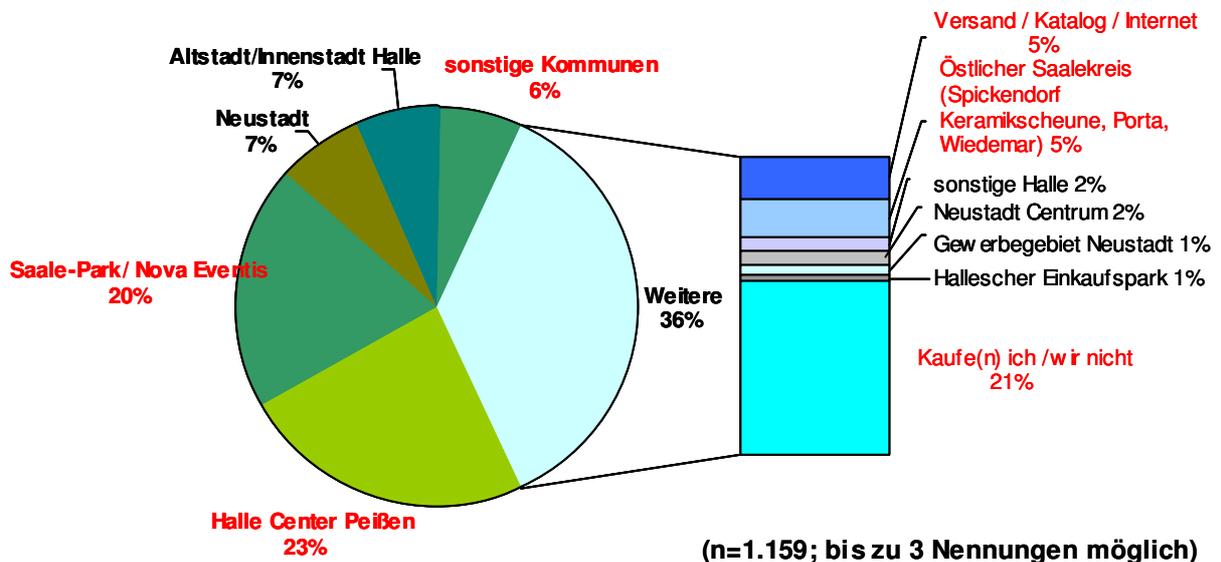
(n=1.205; bis zu 3 Nennungen möglich)

Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Bewohner des Saalekreises kaufen die Sortimentsgruppe Elektrohaushaltsgeräte und Leuchten vor allem im Saale Park / Nova Eventis (21 %), in Merseburg (18 %) und im Halle Center Peißen (15 %). Insgesamt kaufen lediglich 13 % der Bewohner in Halle ein, wo vor allem die Altstadt (6 %) aufgesucht wird. Neben den 5 % aller Befragten, die diese Sortimentsgruppe nicht kaufen, nutzen weitere 5 % die Angebote des Versandhandels. Insgesamt zeigt dies, dass die Stadt Halle für den Einkauf dieser Sortimentsgruppe keine große regionale Bedeutung besitzt.

Wo wird überwiegend das Sortiment Möbel eingekauft?

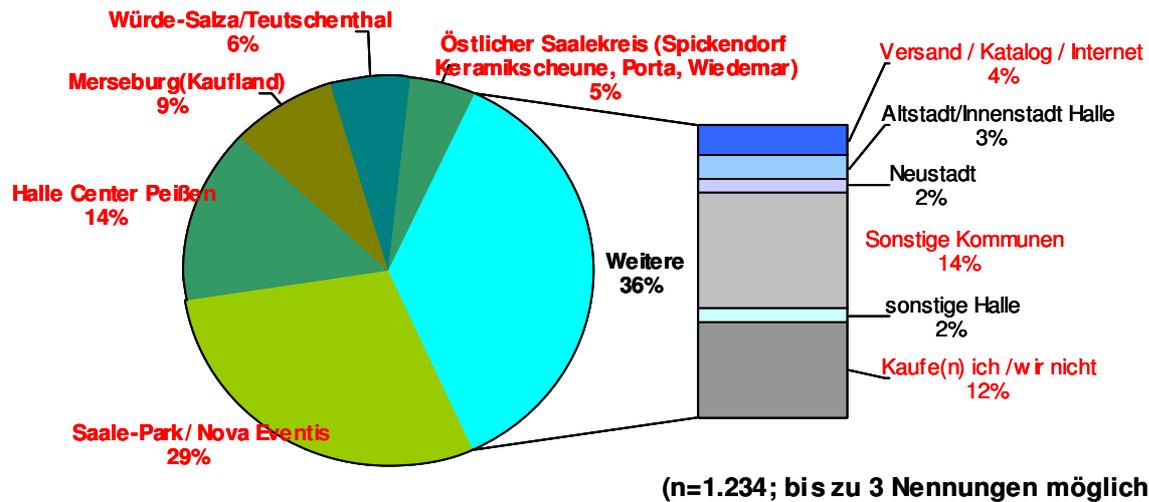
Haushalte Halle (Saale)



Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

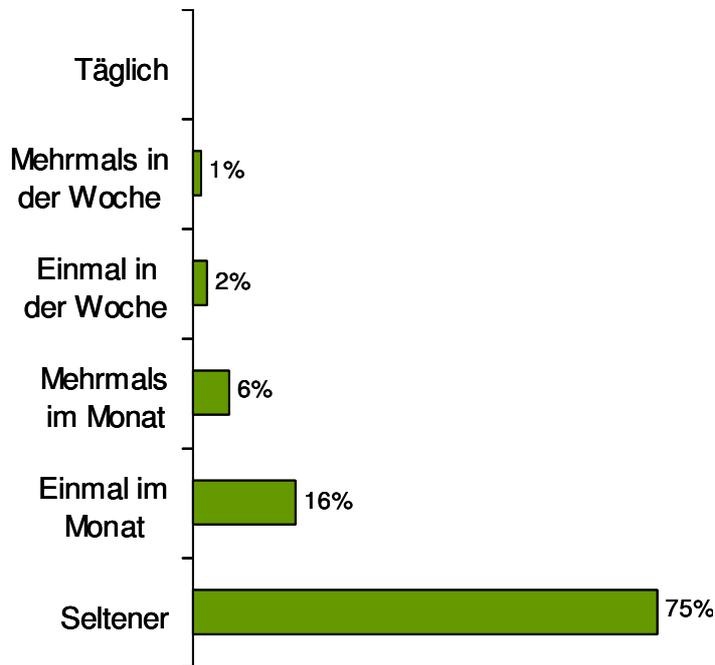
Eigene Darstellung und Berechnung Das Sortiment Möbel wird von der halleischen Bevölkerung vor allem außerhalb der Stadt Halle (80 %) gekauft. In der Stadt Halle dienen vor allem die Altstadt und die Neustadt als wichtige Standorte für den Kauf von Möbeln. Der Großteil der Bewohner kauft jedoch im Halle Center Peißen (23 %) und im Saale-Park / Nova Eventis ein. Neben den 21 % aller Befragten, die diese Sortimentsgruppe nicht kaufen, nutzen 5 % die Möglichkeit, Möbel über einen Versandhandel zu bestellen. Insgesamt zeigt dies, dass die Stadt Halle die Kaufkraft in der Warengruppe Möbel der Bewohner nicht binden kann.

Haushalte Saalekreis



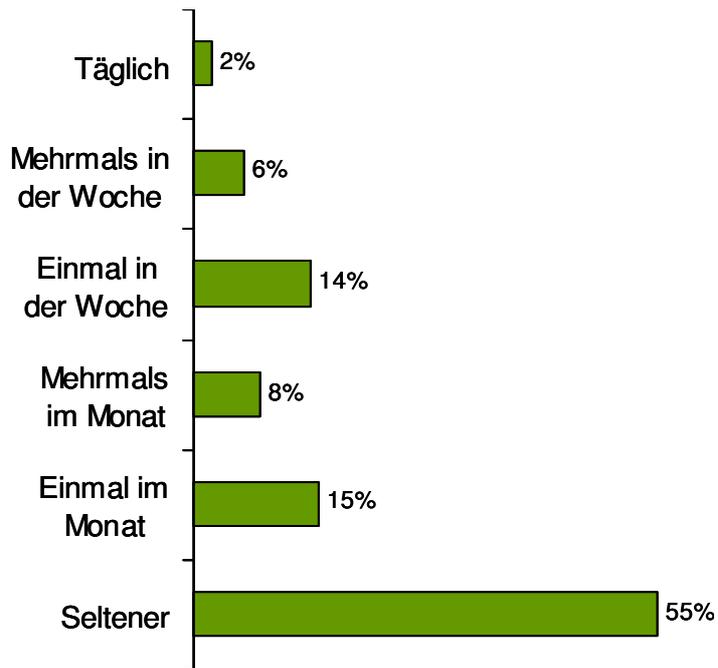
Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Bewohner des Saalekreises kaufen das Sortiment Möbel vor allem im Saale Park/Nova Eventis (29 %), im Halle Center Peißen (14 %) und in Merseburg (9 %). Lediglich 7 % der Befragten gaben an, ihren Möbeleinkauf in Halle zu tätigen. Neben den 12 % aller Befragten, die diese Sortimentsgruppe nicht kaufen, nutzen weitere 4 % die Angebote des Versandhandels. Insgesamt zeigt dies, dass die Stadt Halle für den Einkauf dieser Sortimentsgruppe keine große regionale Bedeutung besitzt und die Ausstattung im Saalekreis sehr gut ist.

Wie oft kaufen Sie außerhalb Halles ein?**Haushalte Halle (Saale)****(n=377)**

Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Befragung der Haushalte Halles (31 %) nach ihrer Frequentierung einzelner Standorte außerhalb Halles ergab, dass der Großteil der Bewohner dort seltener (75 %) als einmal im Monat einkaufen geht. Lediglich 3 % der Befragten suchen mindestens wöchentlich die Angebotsstandorte im Umland auf. Ein Grund hierfür ist sicherlich, dass die Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, etc.) überwiegend in Halle gekauft werden und nur die Sortimentsangebote des mittel- und langfristigen Bedarfs außerhalb Halles häufiger genutzt werden.

Haushalte Saalekreis**(n=570)**

Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Befragten aus dem Saalekreis (41 %) suchen ebenso wie die hallesche Bevölkerung zum Großteil die Standorte außerhalb Halles seltener (55 %) auf. Allerdings ist der Anteil der Befragten größer (22 %), der die Standorte regelmäßig, also mindestens einmal in der Woche, aufsucht. Dies ist durch die Nähe einzelner Umlandgemeinden zu den Standorten Leipzig, Merseburg und Günthersdorf zu erklären, da die Bewohner dieser Gemeinden die kürzeren Wege nutzen werden.

Was kaufen Sie außerhalb Halles ein?**Haushalte Halle (Saale)**

Bekleidung / Textilien	42,9%
Schuhe / Lederwaren	15,6%
Nahrungs- und Genussmittel	8,3%
Möbel	7,3%
Bettwaren / Matratzen, Heimtextilien, Teppiche, Einrichtungsartikel	4,6%
Unterhaltungselektronik, Musik, Telekommunikation	3,2%
Bücher	2,2%
Sportartikel / Sportbekleidung / Sportschuhe	2,1%
Spielwaren	1,9%
Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	1,9%
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	1,7%
Uhren / Schmuck	1,7%
Sonstige Nennungen	6,5%

(n=629; Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Bewohner Halles nutzen im Umland vor allem die Angebotsvielfalt in den Sortimentsgruppen Bekleidung / Textilien (42,9 %) und Schuhe / Lederwaren (15,6 %). Die Sortimente Nahrungs – und Genussmittel (8,3 %) sowie Möbel (7,3 %) werden auch häufiger als Grund für einen Einkauf im Umland angegeben. Grundsätzlich lässt sich aber festhalten, dass vor allem die Sortimente der mittelfristigen Bedarfsstufe vermehrt außerhalb Halles gekauft werden. Das Ergebnis zeigt, dass die Angebote des Einzelhandels in Halle in dieser Bedarfsstufe nicht ausreichend sind, um die Kaufkraft der Bewohner Halles zu binden.

Haushalte Saalekreis

Bekleidung / Textilien	21,1%
Nahrungs- und Genussmittel	15,4%
Schuhe / Lederwaren	9,2%
Bau- und Gartenmarktsortimente	5,6%
Möbel	5,2%
Gesundheits-, Drogerie- und Körperpflegeartikel	5,1%
Unterhaltungselektronik, Musik, Telekommunikation	4,2%
Bettwaren / Matratzen, Heimtextilien, Teppiche, Einrichtungsartikel	4,0%
Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	3,5%
Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Zeitungen / Zeitschriften	3,5%
Uhren / Schmuck	3,3%
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	3,3%
Sonstige Nennungen	16,5%

(n=1.438; Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: telefonische Haushaltsbefragung Halle (Saale) mcs Erfurt i.A. von Junker und Kruse. Eigene Darstellung und Berechnung

Die Befragten des Saalekreises gaben an, dass vor allem die Angebote in den Sortimentsgruppen Bekleidung / Textilien (21,1 %), Nahrungs- und Genussmittel (15,4 %) sowie Schuhe / Lederwaren (9,2 %) die Gründe für einen Einkauf im Umland Halles seien. Die befragten Personen nennen die Angebote der mittelfristigen Bedarfsstufe als Hauptgrund für die Kauforientierung in das Umland Halles. Allerdings stellen hier auch die Angebote des kurzfristigen Bedarfes einen Grund für den Einkauf außerhalb Halles dar. Insgesamt führt dies zu dem Ergebnis, dass der Einzelhandel Halles zwar für die Bewohner des Umlandes attraktiv ist, aber in der mittelfristigen Bedarfsstufe noch Potenzial vorhanden ist, um die Kaufkraft der Bewohner des Umlandes stärker zu binden.

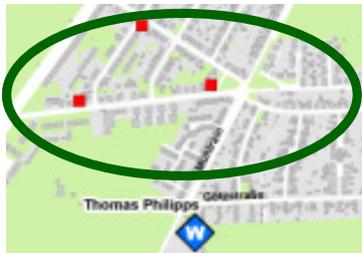
A2. Beispiele für die Zulässigkeit von Einzelhandelsansiedlungen in Verbindung mit den Grundsätzen

Grundsatz 1 (nahversorgungsrelevante Sortimente)



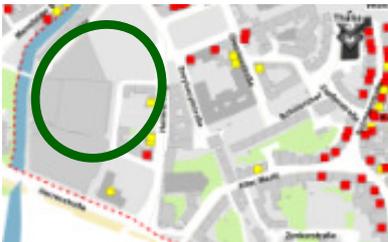
- **Beispiel 1:**
Ansiedlung eines Supermarktes mit 700 m² VKF im Gewerbegebiet Neustadt

➔ **nicht zulässig im Sinne des EHK (Tabubereich)**



- **Beispiel 2:**
Ansiedlung eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes im Bereich Frohe Zukunft in integrierter Lage

➔ **prinzipiell zulässig im Sinne des EHK (Nahversorgungsfunktion nachzuweisen)**



- **Beispiel 3:**
Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters innerhalb des Hauptzentrums mit 1.000 m² Verkaufsfläche (Bereich Spitze)

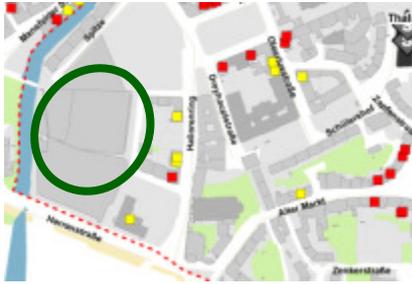
➔ **zulässig im Sinne des EHK**



- **Beispiel 4:**
Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes mit 1.200 m² Verkaufsfläche außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches in städtebaulich integrierter Lage

➔ **prinzipiell zulässig im Sinne des EHK (Nahversorgungsfunktion nachzuweisen; 35%-Regel)**

Grundsatz 2 (zentrenrelevante Sortimente)



- **Beispiel 1:**
Ansiedlung eines Bekleidungskaufhauses mit 2.000 m² Verkaufsfläche im Bereich Spitze im Hauptzentrum
➔ **zulässig im Sinne des EHK**



- **Beispiel 2:**
Ansiedlung eines Einkaufszentrums am Riebeckplatz außerhalb des Hauptzentrums
➔ **nicht zulässig im Sinne des EHK**

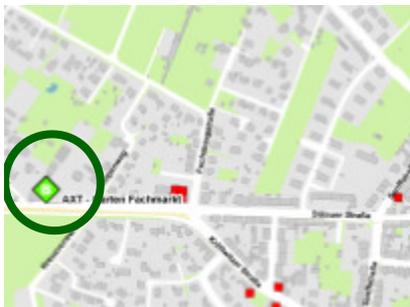


- **Beispiel 3:**
Ansiedlung eines Unterhaltungselektronikfachmarktes mit 700 m² Verkaufsfläche an der Merseburger Straße
➔ **nicht zulässig im Sinne des EHK**

Grundsatz 3 (nicht-zentrenrelevante Sortimente)



- **Beispiel 1:**
 Ansiedlung eines Lampenfachmarktes mit 600 m² VKF an Leipziger Chaussee außerhalb Sonderstandort HEP
 → **nicht zulässig im Sinne des EHK (Tabubereich)**



- **Beispiel 2:**
 Erweiterung der VKF des AXT Gartenfachmarktes (derzeit rd. 800 m²) um 200 m² im Kernsortiment
 → **zulässig im Sinne des EHK (keine zentrenrelevanten Kernsortimente)**



- **Beispiel 3:**
 Ansiedlung eines des Möbelmarktes mit 10.000 m² VKF am Fachmarktstandort Magdeburger Chaussee / Trothaer Str.
 → **zulässig im Sinne des EHK**

A3. Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermittelt diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	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 Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder -abfluss einer Region.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen

	<p>einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.</p>
Fachmarkt	<p>(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.</p>
GPK	<p>Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“</p>
Großflächiger Einzelhandel	<p>Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.</p>
Integrierte Lage	<p>Sonstige funktional und städtebaulich integrierte, dem Wohnsiedlungsbereich unmittelbar zugeordnete Standorte, in denen die Dichte/Konzentration nicht ausreicht, den Bereich als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen.</p>
Kaufkraftabfluss	<p>Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.</p>
Kaufkraftbindung	<p>Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.</p>
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	<p>Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.</p>
Lebensmitteldiscounter	<p>Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche mindestens 800 – 1.000 m², Selbstbedienung.</p>

Nahversorgungs- relevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können ggf. auch innenstadtrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmittel-discounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.
(städtebaulich) Nicht integrierte Lage	Standorte ohne Bezug zum Wohnsiedlungsbereich, d.h. in der Regel Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten oder sonstige autokundenorientierte „Grüne-Wiese“-Standorte.
SB-Warenhaus	Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf)
Fachmarkt- /Sonderstandort	Fachmarkt-/Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Verkaufsfläche mind. 400 m ² – max. 1.500 m ² , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.
Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere

	<p>Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
Verbrauchermarkt	<p>Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.</p>
Verkaufsfläche	<p>Gemäß des aktuellen Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windgang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden (vgl. auch Einzelhandelserlass des Landes NRW).</p>
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein Zentraler Bereich ist ein (im Sinne des § 34 (3) BauGB) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein Zentraler Bereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p>

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein Zentraler Bereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/ -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit (Handtaschensortimente) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).