



Passantenzählung in der Innenstadt und Potenzialanalyse Obere Leipziger Straße in der Stadt Halle (Saale)

Ausschuss für Wissenschafts- und Wirtschaftsförderung und Beschäftigung
der Stadt Halle (Saale)

1_Passantenfrequenzen

2_Potenzialanalyse Aufgabenstellung und Zielsetzung

3_Ausgangslage

4_Räumliche und funktionale Einordnung

5_Handlungsempfehlungen

1_Passantenfrequenzen

Aufgabenstellung

- Zählung erfolgte an einem normalen Werktag
Donnerstag 10. März: 14-16 Uhr an 20 Standorten in der Innenstadt.
- Je Standort wurde jeweils exakt 15 Minuten gezählt
- Die Zählungen erfolgten nicht getrennt nach Richtungen. (Die beiden Laufrichtungen wurden immer zusammen gezählt)
- Keine besonderen Ereignisse!

November 2010



Passantenzählung: Vergleich 2010 mit 2016

| Standort | November 2010 | März 2016 | Veränderung in % |
|--|---------------|---------------|---------------------|
| Riebeckplatz und Hbf. | 710 | 700 | -2% |
| Leipziger Str. zw. HNR 63 u. 50 | 740 | 720 | -3% |
| Leipziger Str. zw. HNR 82 u. 30 | 1.300 | 1.000 | -23% |
| Leipziger Str. zw. HNR 86 u. 25 | 1.600 | 1.340 | -16% |
| Steinweg Mitte zw. Franckeplatz und Taubenstr. | 610 | 570 | -7% |
| Rannische Str. zw. HNR 16 u. 9. | 1.200 | 1.140 | -5% |
| Alter Markt zw. HNR 10 u. 31 | 230 | 160 | -30% |
| Schmeerstr. Zw. HNR 2 u. 21 | 730 | 580 | -21% |
| Leipziger Str. zw. HNR 101 u. 5 | 2.720 | 2.150 | -21% |
| Talamtstr. Zw. HNR 7 u. Marienkirche | 260 | 460 | 76% |
| Große Klausstr. Zw. Nr. 4 u. 20 | 70 | 160 | 136% |
| Kleinschmieden Mitte zw. Markt und Große Steinstr. | 2.430 | 1.970 | -19% |
| Große Steinstr. Zw. Kaufhof und Stadtcenter Rolltreppe | 1.480 | 1.070 | -28% |
| Große Steinstr. Zw. HNR 75 u. 15 | 820 | 760 | -7% |
| Große Ullrichstr. Zw. HNR 4 u. 58 | 1.730 | 1.650 | -5% |
| Große Steinstr. Zw. HNR 69 u. 21 | 430 | 380 | -11% |
| Kleine Ullrichstr. Zw. HNR 2 u. 36 | 270 | 140 | -48% |
| Kleine Ullrichstr. Zw. HNR 15 u. 24b | 270 | 170 | -38% |
| Große Ullrichstr. Zw. HNR 29 u. 37 | 760 | 500 | -34% |
| Geiststr. Zw. HNR 3 u. 60 | 740 | 620 | -16% |
| Gesamt (gerundet) | 19.100 | 16.300 | -15 % |

Fazit: Vergleich 2010 mit 2016

- Insgesamt wurden weniger Passanten in der Innenstadt gezählt (-15 %)
- Es muss berücksichtigt werden, dass zu unterschiedlichen Jahreszeiten gezählt wurde.
- Das Verhältnis der Straßen/Lagen zu einander hat sich nicht verändert
- Die stärksten Lagen bleiben der Markt, die Leipziger Straße (zwischen Hansering und Markt), Große Ulrichstraße, Rannische Straße und Kleinschmieden
- Aber auch die Obere Leipziger Straße übernimmt auch weiterhin eine wichtige Funktion als Eingangsbereich

2_Aufgabenstellung und Zielsetzung

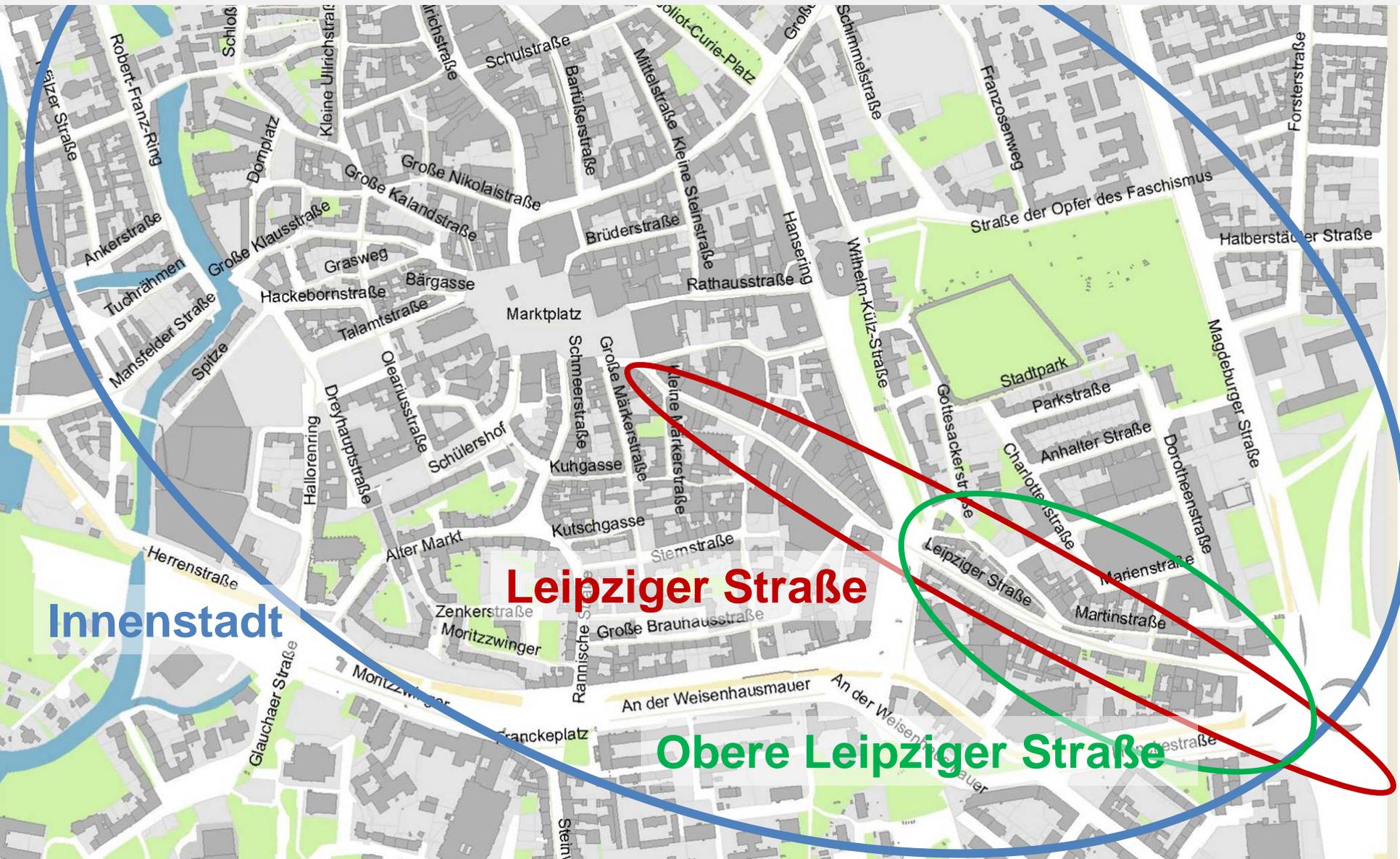
Aufgabenstellung und Zielsetzung

- Überprüfung der Funktion der Oberen Leipziger Straße als räumlich-funktionaler Bestandteil der Hallenser Innenstadt
- Entwicklung einer geeigneten, marktgerechten Nutzungskonzeption und Benennung von Entwicklungspotenzialen
- Benennen von Rahmenbedingungen, die Investitionen auslösen
- Stärkung der Interessengemeinschaft Obere Leipziger Straße

3_Ausgangslage



Ausgangslage



Innenstadt

Leipziger Straße

Obere Leipziger Straße

Ausgangslage Innenstadt

- Vielfältige Entwicklungsbemühungen der Verwaltung haben mit zur Stärkung der Innenstadt bzw. Altstadt beigetragen.
- Die räumlichen Entwicklungsschwerpunkte verteilen sich dabei auf das gesamte Innenstadtgebiet.
- Anziehungspunkte sind der Markt als gesellschaftlicher und historischer Mittelpunkt der Innenstadt, die Große Ulrichstraße und die Untere Leipziger Straße.
- Auch der Bahnhof mit dem Busbahnhof hat durch die Umgestaltung an Attraktivität gewonnen.



Ausgangslage Leipziger Straße

- Private Entwicklungen wie z. B. der Umbau/Ergänzung der Ritterhaus-Passage, die Entwicklung des Rondells am Riebeckplatz und der Neubau der Industrie- und Handelskammer an der Franckestraße wirken positiv.
- Der Umbau des Riebeckplatzes mit dem Rondell und den neuen ÖPNV-Haltestellen hat zu einer besseren Erreichbarkeit und zur Stärkung der Eingangssituation in die Innenstadt beigetragen.
- Zudem haben die Neugestaltung des öffentlichen Raumes und die Aufwertung des Bahnhofsumfeldes die Aufenthaltsqualität in diesem Bereich erhöht.
- Die Straße ist als Fußgängerzone ausgebaut und bietet einen großzügigen öffentlichen Raum, der eine einheitliche Gestaltung aufweist.



Ausgangslage Obere Leipziger Straße

- Insgesamt wird das Umfeld der Oberen Leipziger Straße durch Dienstleistungsnutzungen und Wohnbereiche geprägt.
- Die Obere Leipziger Straße ist Eingangsbereich zur Altstadt und stellt die fußläufige Verbindung zwischen Bahnhof und Markt dar.
- Rund 60 % der Gebäude in der Oberen Leipziger Straße sind saniert.
- Die Fassaden der Immobilien sind gepflegt.
- Durchschnittlich 40-50 % der Obergeschosse sind belegt (Belegungsquote nimmt in den oberen Geschossen ab).
- Zahlreiche (bauliche) Entwicklungen im direkten Umfeld, jedoch kaum in der Oberen Leipziger Straße.



Ausgangslage Obere Leipziger Straße

- Leerstände und Dienstleistungsnutzungen in der ehemaligen Einzelhandelslage haben immer mehr zugenommen.
- Die Immobilienleerstände vermitteln einen ungepflegten Eindruck.
- Schaufenster und Eingangsbereiche sind beschmiert und beschädigt.
- Die noch verbleibenden Fachgeschäfte treten in den Hintergrund. Einzelhandelsnutzungen mit minderer Angebotsqualität prägen das Bild.
- Sonderverkaufsflächen vermitteln einen billigen – discountorientierten – Eindruck, dieser wertet die Straße insgesamt ab.



Fazit

Leipziger Straße gliedert sich in drei Teilabschnitte:

Hauptbahnhof bis Riebeckplatz

- neue Gestaltung, dennoch wenig Aufforderungscharakter und Aufenthaltsqualität
- architektonisch eindrucksvoll, aber weitläufig

Obere Leipziger Straße (Untersuchungsraum)

- geringe Magnetfunktion
- Trading down-Tendenzen überwiegen

Untere Leipziger Straße

- Fußgängerzone mit Einzelhandelsmagneten
- Teil der Haupteinzelhandelslage



4_ Räumliche und funktionale Einordnung

Räumlich-funktionale Einordnung

- Die Obere Leipziger Straße ist Eingang und fußläufiger Verbindungsweg vom Hauptbahnhof in die Altstadt/Innenstadt.
- Der Eingangsbereich ist städtebaulich und architektonisch geprägt durch den Riebeckplatz.
- Der Riebeckplatz wird dominiert durch die ÖPNV-Haltestellen.
- Die Straße ist als Fußgängerzone ausgebaut.
- Konkurrenzsituation ÖPNV und Fußweg.

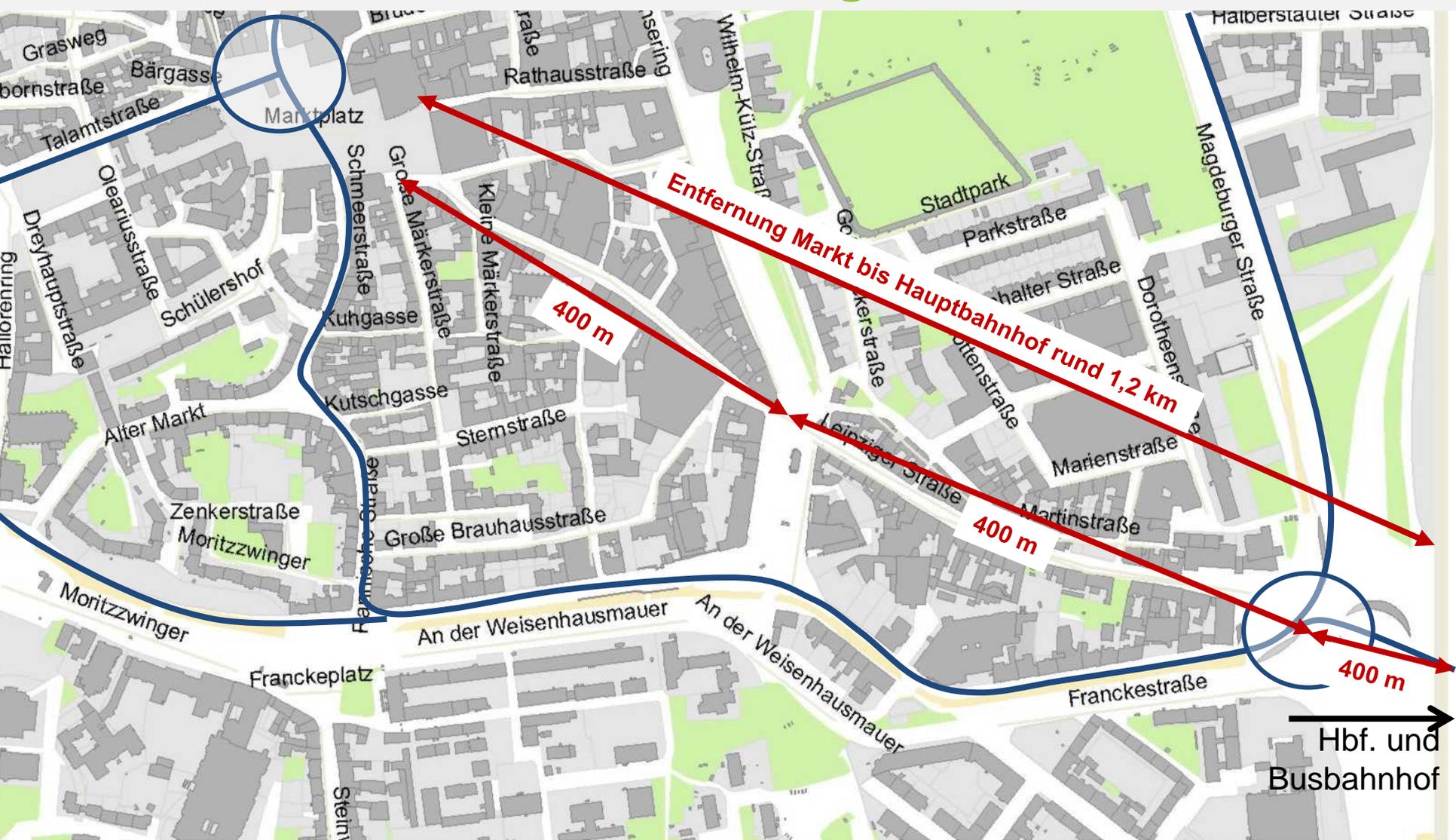


Räumlich-funktionale Einordnung

- Bezüge zum Quartier sind zu wenig vorhanden:
Charlotten-Center mit Freizeitangebot und Dorint Hotel an der Charlottenstraße haben keinen direkten Bezug zur Oberen Leipziger Straße.
- Die einzigen angrenzenden Seitenstraße Martinstraße und Röserstraße vermitteln wenig Aufforderungscharakter.
- Auch der IHK Neubau bildet kein klares Gesicht zur Oberen Leipziger Straße.
- Zäsur (städtebauliche Barriere) durch den Riebeckplatz und den Hansering.



Erreichbarkeit ÖPNV und Entfernungen



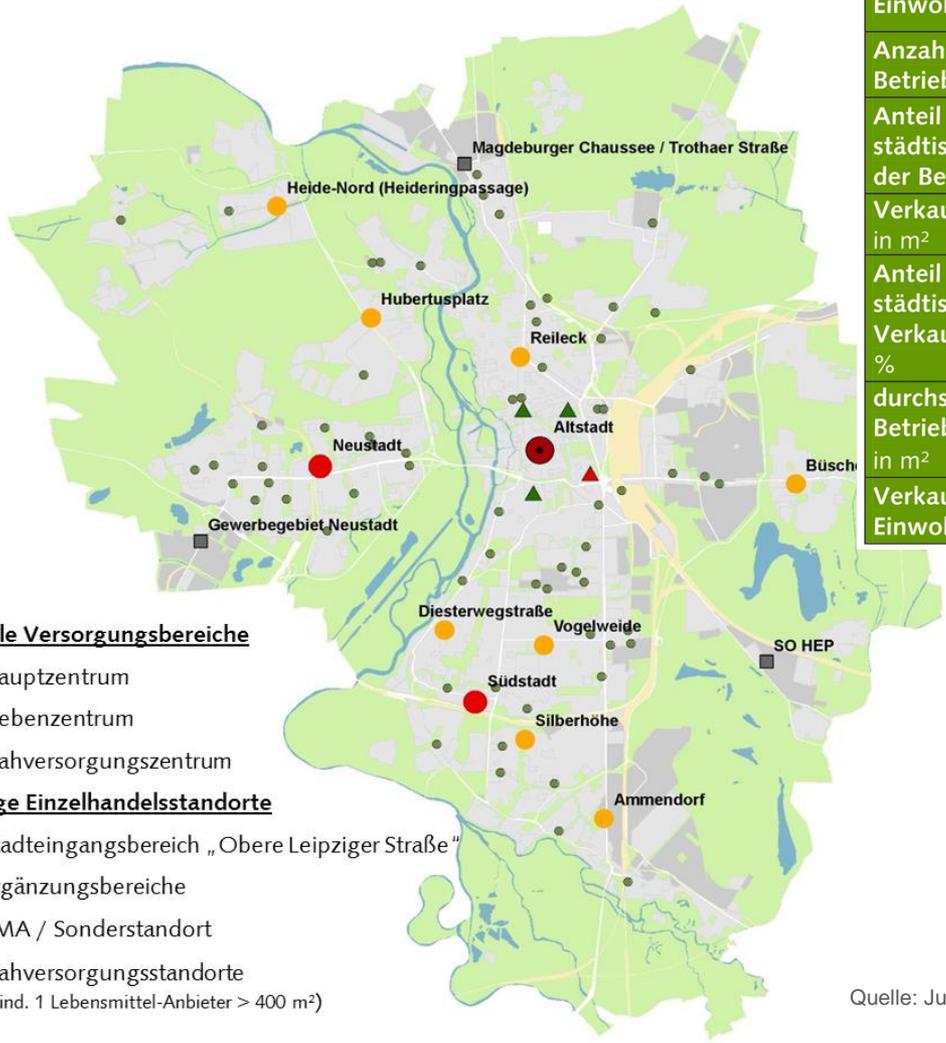
Erreichbarkeit der Oberen Leipziger Straße

- Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist gut, insbesondere durch die neu gestaltete Haltestelle am Riebeckplatz.
- Die PKW-Erreichbarkeit ist eingeschränkt, vor allem durch die Funktion als Fußgängerzone.
- Parkplätze sind nur in Randbereichen vorhanden.
- Für Fußgänger ist die Straße nahezu barrierefrei, die Entfernung zwischen Bahnhofstraße und Markt beträgt rund 1,2 km.



Einzelhandelsbestand in den Stadtbezirken

| Stadtbezirk | Mitte | Nord | Ost | Süd | West | Gesamt |
|--|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| Einwohner | 38.959 | 39.834 | 14.569 | 68.095 | 68.920 | 230.377 |
| Anzahl Betriebe | 573 | 173 | 150 | 267 | 272 | 1.435 |
| Anteil an gesamtstädtischer Anzahl der Betriebe in % | 39,9 | 12,1 | 10,5 | 18,6 | 19,0 | 100 |
| Verkaufsfläche in m ² | 94.000 | 39.230 | 63.050 | 81.280 | 106.900 | 384.500 |
| Anteil an gesamtstädtischen Verkaufsflächen in % | 24,5 | 10,2 | 16,4 | 21,1 | 27,8 | 100 |
| durchschnittliche Betriebsgröße in m ² | 164 | 227 | 420 | 304 | 393 | 268 |
| Verkaufsfläche / Einwohner in m ² | 2,41 | 0,98 | 4,33 | 1,19 | 1,55 | 1,67 |



Zentrale Versorgungsbereiche

- Hauptzentrum
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum

Sonstige Einzelhandelsstandorte

- ▲ Stadteingangsbereich „Obere Leipziger Straße“
- ▲ Ergänzungsbereiche
- FMA / Sonderstandort
- Nahversorgungsstandorte (mind. 1 Lebensmittel-Anbieter > 400 m²)

Quelle: Junker + Kruse: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale); Dortmund 2013

Absatzwirtschaftliche Spielräume bis 2020 (Gesamtstadt)

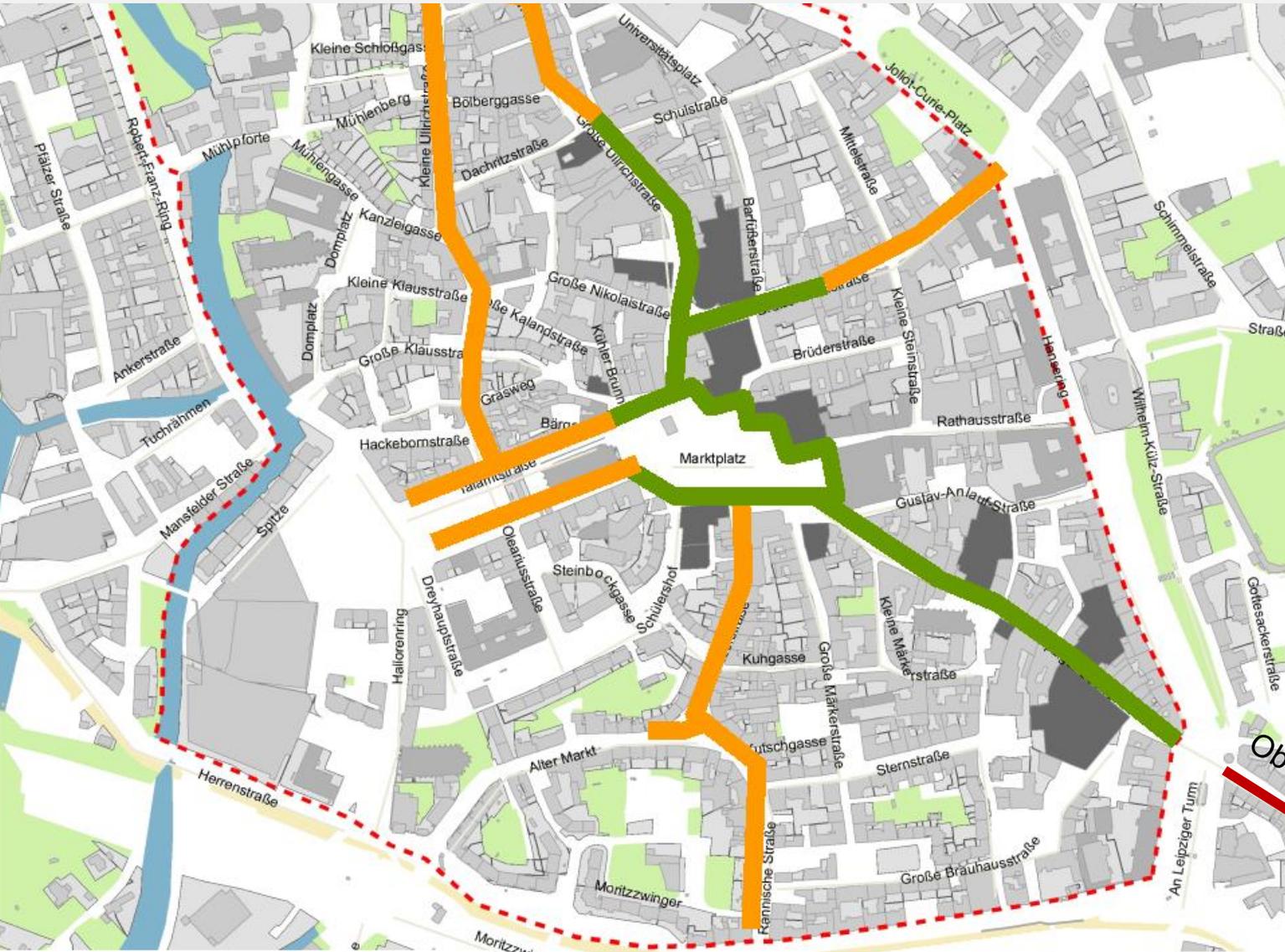
| Warengruppe | absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale |
|--|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | - |
| Blumen (Indoor) / Zoo | - |
| Gesundheit und Körperpflege | - |
| PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher | - |
| | |
| Bekleidung / Textilien | - |
| Schuhe / Lederwaren | - |
| GPK / Haushaltswaren | - |
| Spielwaren / Hobbyartikel | + |
| Sport und Freizeit | - |
| | |
| Wohneinrichtung | + |
| Möbel | + |
| Elektro / Leuchten | + |
| Elektronik / Multimedia | - |
| medizinische und orthopädische Artikel | - |
| Uhren / Schmuck | - |
| Baumarktsortimente | ++ |
| Gartenmarktsortimente | - |
| | |

- Kaum bzw. keine Entwicklungsspielräume im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich.
- Lediglich in der Warengruppe Spielwaren/Hobbyartikel bestehen gewisse Entwicklungsspielräume.
- Qualitative Defizite in Form von fehlenden Angebotsformen und geringen Angebotsqualitäten der Anbieter vorhanden; sie bieten Ansatzpunkte zur Verbesserung der Einzelhandelsattraktivität.

Quelle: Junker + Kruse: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale); Dortmund 2013; S. 162



Zentrale Einzelhandelslagen im ZVB Altstadt



Obere Leipziger Straße

Einzelhandelsangebot Obere Leipziger Straße (2015)



Einzelhandelsangebot in der Obere Leipziger Straße

- Die Nutzungsverteilung in den Erdgeschosslagen:
 - rund 45 % Einzelhandel
 - rund 25 % Dienstleistung
 - rund 30 % Leerstand
- Die Obere Leipziger Straße verfügt über rund 4.300 m² Gesamtverkaufsfläche im Einzelhandel. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei ca. 110 m².
- Im Vergleich zu 2010 bedeutet das einen Rückgang um knapp 20 %.
- Auch die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe hat um rund 20 % abgenommen.
- Die Leerstände und Nachnutzungen durch Dienstleistungen haben leicht zugenommen.
- Kleinteilige Entwicklungspotenziale sind nahezu in allen Branchen vorhanden.

| Warengruppe | Veränderung der Verkaufsfläche |
|--|--------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 7 % |
| Blumen / Zoo | - |
| Gesundheit- und Körperpflege | -75 % |
| PBS / Zeitungen / Zeitungen / Bücher | -33 % |
| Überwiegend kurzfristiger Bedarf | -12 % |
| Bekleidung / Textilien | -36 % |
| Schuhe / Lederwaren | -28 % |
| GPK / Haushaltswaren | -37 % |
| Spielwaren / Hobbyartikel | - |
| Sport und Freizeit | - |
| Überwiegend mittelfristiger Bedarf | -35 % |
| Wohneinrichtungsbedarf | -16 % |
| Möbel | - |
| Elektronik / Leuchten | - |
| Elektronik / Multimedia | - |
| Medizinische und orthopädische Artikel | - |
| Uhren / Schmuck | 40 % |
| Baumarktsortimente | - |
| Gartenmarktsortimente | - |
| Überwiegend langfristiger Bedarf | 2 % |
| Sonstiges | 60 % |
| Gesamt | -17 % |

Quelle: Junker + Kruse: Einzelhandelsbestandserhebung 2011 und 2015; Abweichungen durch Rundungen möglich!

Entwicklungspotenziale Einzelhandel

- Ausgeprägte Wettbewerbssituation in der Stadt Halle wird verschärft durch die regionale Konkurrenz und den Internethandel.
- Die vorhandenen Flächenüberhänge minimieren die Entwicklungsoptionen.
- Eine Entwicklung und Stärkung ist ausschließlich an den dafür vorgesehenen Standorten möglich, wie z. B. im zentralen Versorgungsbereich Altstadt. Die Obere Leipziger Straße ist kein Bestandteil dieses zentralen Versorgungsbereiches und kein echter Einzelhandelsstandort.
- Zudem verfügt die Obere Leipziger Straße über fast keine markgerechten Geschäftsflächen. Die Straße wird durch ihre Kleinteiligkeit geprägt.
- Sichtbare Trading down-Tendenzen und zunehmend Leerstände prägen das Bild.
- Die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen ist nicht vorhanden - Edeka als Nahversorger ist die Ausnahme.
- Es besteht kein klares Nutzungsprofil.

Die Straße ist als Ergänzungsstandort für Einzelhandelsnutzungen geeignet.

Büro- und Dienstleistungsnutzungen

- Eine Untersuchung zum Büromarkt in Halle Saale liegt nicht vor.
- In den letzten Jahren ist der Büroflächenbestand konstant geblieben.
- Die Angebotsreserve an Flächen in der Stadt ist leicht rückläufig.
- Moderne Büro- und Dienstleistungsflächen werden jedoch grundsätzlich nachgefragt.

Entwicklungspotenziale im Untersuchungsraum

- Am Riebeckplatz sind vorrangig moderne Büroflächen vorhanden.
- In der Oberen Leipziger Straße stehen in den Obergeschossen Flächen zur Verfügung.
- Die Bestandsflächen bewegen sich zwischen 100 und 250 m².

Die Straße ist als Bürostandort grundsätzlich geeignet.



Kreativwirtschaft

- Angebote für Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft sind in der gesamten Altstadt lokalisiert.
- Nachfrage nach Nutzflächen scheint grundsätzlich vorhanden zu sein.
- Hauptnachfrage ergibt sich aus dem Mitteldeutschen Multimediazentrum, dem DesignHaus Halle und dem Technologiepark Weinberg campus.

Entwicklungspotenziale im Untersuchungsraum

- Bestandsflächen im Charlotten-Center, im Kultur- und Kongresszentrum und am Riebeckplatz.
- Auch einzelne Immobilien in der Oberen Leipziger Straße bieten Raumkapazitäten.

Die Erdgeschossflächen bieten Entwicklungspotenzial für die Kreativwirtschaft.



Tourismus, Kultur und Freizeitnutzungen

- Angebote der „Hochkultur“ und Stadthistorische Angebote befinden sich in der Altstadt.
- Wichtige kulturelle und bedeutsame Einrichtungen des Stadttourismus sind vor allem die Konzerthalle, Ulrichkirche, der Leipziger Turm und der Stadtgottesacker.

Entwicklungspotenziale im Untersuchungsraum

- Es befinden sich in diesem Bereich bedeutsame Veranstaltungsräume wie das Kultur- und Kongresszentrum, die Hotels Dormero, Dorint und das Charlotten-Center mit Kino und Bowlingcenter.

Die touristische Funktion der Straße ist begrenzt (Zugangsfunktion).



Fazit

- Trotz umfangreicher Aufwertungsmaßnahmen - ist die Nutzungssituation in der Oberen Leipziger Straße gegenwärtig unbefriedigend.
- Die Standortvoraussetzungen als moderner Einzelhandelsstandort sind nicht gegeben:
 - Die Erdgeschossflächen sind zu klein.
 - Die Straße ist kein echter Einzelhandelsstandort.
 - Der Markt sucht andere Flächen.
- Ein Umdenken ist erforderlich – alternative Nutzungen sind gefragt
- Büro und Dienstleistungen in Kombination mit Kreativwirtschaft und Künstlerszene sind ein geeigneter Lösungsansatz.
- Touristische Zugangsfunktion betonen.

Entwicklungsoptionen

Einzelhandel - Heute **keine** Entwicklungsoption !

Keine Nachfrage – keine marktgerechten Flächen – Leerstände nehmen zu

Tourismus, Kultur und Freizeit - Heute **keine** Entwicklungsoption !

gesamtstädtisch zu sehen

Büro- und Dienstleistungen - Entwicklungsoption !

In den Erdgeschossen und Obergeschossen ausreichend adäquate Fläche vorhanden – Vorprägung durch das Umfeld – Standort für Startup – Begleitung durch IHK – Synergieeffekte durch Kreativwirtschaft, Architektur- und Werbebüros etc.

Kreativwirtschaft - Entwicklungsoption !

Künstlernetzwerk vorhanden – Standortvorprägung – Nachnutzungen durch die Kombination aus Atelier, Galerie, Architekturbüros und Werbeagenturen – Kunst im öffentlichen Raum

5_Handlungsempfehlungen

Maßnahmen und Aufgaben

1. Nutzungskonzept weiter ausformulieren und kommunizieren, die Adressaten sind:
 - die Verwaltung
 - die Politik
 - die Eigentümer/Anlieger
2. Kommunikation vertiefen
u. a. Kreative und Eigentümer gewinnen
3. Positive Zeichen setzen
und Projektentwickler mobilisieren
4. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung
kurzfristig umsetzen

1. Nutzungskonzept

Identität herausarbeiten und von der Masse abheben –
Qualitäten und Stärken hervorheben

- Attraktiver innerstädtischer Standort
- Gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, Nähe zum Bahnhof, Busbahnhof und zur Straßenbahn
- Zentrumsnaher Wohnstandort
- Nahversorgungsangebote herausstellen
- Raum für neue (kreative) Nutzungen
- Standortbroschüre auflegen

Positionieren als Kreativmeile

Nutzungskonzept

Nicht erwünscht sind:

- Spielhallen und Wettbüros
- zugeklebte Schaufenster
- Sonderverkaufsflächen vor den Geschäften
- Wohnnutzungen im Erdgeschoss



Nutzungskonzept

Erwünscht sind:

- Infopoints für Besucher und Touristen
- Gastronomische Angebote mit Außengastronomie
- Handwerksbetriebe, Manufakturprodukte, spezialisierter Einzelhandel
- Architektur-/ Werbebüros
- Kleinteiliger Einzelhandel
- Ateliers und Galerien
- Büro- und Dienstleistungsnutzungen
- Nahversorger
- Zwischennutzungen



2. Kommunikation vertiefen

Kontakte intensivieren und pflegen

- Eigentümer kontaktieren, Vorstellungen vermitteln und Entwicklungs- und Investitionsabsichten fixieren
- Künstlervereinigung als Partner für Zwischennutzungen gewinnen
- Gespräche mit Landesinstitutes für Schulqualität und Lehrerbildung Sachsen-Anhalt führen
- Eigentümer Riebeckplatz-Rondell kontaktieren
- City-Gemeinschaft Halle e.V. integrieren
- Organisationsstruktur aufbauen und deren Wirkungsgrad stärken
- Verständnis wecken, zum Umdenken bewegen und zum Handeln motivieren

3. Positive Zeichen setzen

Projektentwickler mobilisieren

- Eigentümer Riebeckplatz Rondell
- „HWG“ Umsetzung Frequenzbringer/Magneten am Riebeckplatz
- Landesinstitut für Schulqualität und Lehrerbildung Sachsen-Anhalt am Riebeckplatz



4. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung

- Plätze verschönern und Sauberkeit verbessern
- Außendarstellung der Gewerbebetriebe verbessern
- Schaufenster und Eingangsbereiche aufwerten und reinigen
- Sonderverkaufsflächen reduzieren und Außengastronomie fördern
- Leerstände wiederbeleben; Zwischennutzungen zulassen
- Fassaden weiter aufwerten und gestalten und mit Licht inszenieren



Zuständigkeiten

1. Nutzungskonzept vertiefen und kommunizieren
 - Stadt Halle (Saale) Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft
 - Arbeitskreis Obere Leipziger – als private Initiative der Eigentümer/Anlieger
2. Kommunikation vertiefen
 - Stadt Halle (Saale) Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft
 - Arbeitskreis Obere Leipziger – als private Initiative der Eigentümer/Anlieger
3. Positive Zeichen setzen
 - Stadt Halle (Saale) Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft
4. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung
 - Arbeitskreis Obere Leipziger – als private Initiative der Eigentümer/Anlieger
 - Stadtmarketing und City-Gemeinschaft Halle e.V.
 - Künstlervereinigung

Inspirationen

Select
mode & kunst
www.select-mode.de



rundholz'

annette gärtz

OSKA

trippen

reduzierte einzelteile



LAGERHAUS

LANGEREIHE 27



mit
Parkschein



Boyens
KAFFEEBAR
MITTAGSTISCH
Quiches € 3,20
Tomate-Pommes
+ Salat
+ Thai-Fisch, Reis, Salat
+ Frischkäse
Suppen € 3,50
Tortelloni
+ Sauce
+ Gemüse

Boyens
KAFFEEBAR
MITTAGSTISCH
Quiches € 3,20
Tomate-Pommes
+ Salat
+ Thai-Fisch, Reis, Salat
+ Frischkäse
Suppen € 3,50
Tortelloni
+ Sauce
+ Gemüse





BLENDW

Kunstdrucke

Rahmungen

Papeterie

WIENWALD SOLAR

66

ngen
rebrahen
hrise
/Auj
ndert
artouts
gnigen
ucke
waren
kaartikel
ten
en



Hauptplatz

traumzeit

sky

sky

sky

sky

sky

sky

Impressionen

Grüner Winkel

Künstlerische Gestaltung des „Grünen Winkels“

- Begrünungen „Garten der Künste“
- Fassadengestaltung
- Raum für Kulturveranstaltungen



Kirschblütenfest



Hanami *(jap. Blüten betrachten)*
Halle

Künstler
Halle K Kolonie

Kirschblütenfest



1.Kirschblütenfest in Halle (Saale) 7.Mai 2016 von 10:00 bis 16:00 Uhr

Projektidee der Künstlerkolonie Halle mit freundlicher Unterstützung der Stadt Halle (Saale) und der IHK Halle-Dessau

Künstlerkolonie Halle - Arbeitskreis des Haushalten Halle e.V.
Kongress- und Kulturzentrum
Franckestraße 1
06110 Halle (Saale)

