

Marktstudie

GREEN HEALTH

*für die Stadt
Halle (Saale)*

IMPRESSUM:

Marktstudie GreenHealth

Herausgeberin:

Stadt Halle (Saale)

Bearbeitende:

AG.URBAN

Mackensen, Hipp,

Tienes & Pinetzki GbR

Ringbahnstr. 10 – 14

12099 Berlin

Alessandro Bovolenta,

Wiebke Clausen,

Julia Sulikowska,

Florian Tienes

Oktober 2023

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren



hallesaale*
HÄNDELSTADT



Bundesinstitut für
Bau-, Stadt- und Raumforschung

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

AG.URBAN URBAN DESIGN
ARCHITECTUR
PARTICIPATION
STRATEGIE
KONZEPTE

Inhalt

Innenstadt im Wandel 4

<i>Transform der "alten" Norm</i>	6
<i>GreenHealth und (Innen)stadt</i>	9
<i>Expertise aus Halle</i>	14
<i>Domino "GreenHealthCity"</i>	16

Markt und Best Practice 18

<i>Räumliche Fokussierung</i>	18
<i>Branchencluster</i>	22
<i>Bestandserfassung „GreenHealth & Innenstadt“ Halle</i>	24
<i>Marktpotenziale</i>	36
<i>Best Practice und (Zukunfts)Szenarien</i>	40

Green Economy 62

<i>Organisations- und Rechtsformen</i>	66
<i>Betriebsmodelle</i>	68
<i>Inkubatoren & Akteure</i>	72
<i>Empfehlung GreenHealth & Innenstadt Halle</i>	74

Fazit 76

Innenstadt im Wandel

Innenstädte stehen und standen in den letzten Dekaden vor massiven Herausforderungen. Aktuelle Diskussionen um die Zukunft bzw. die Krise der Innenstädte sind keineswegs neu und greifen ein altes Thema auf – jedoch mit neuen und weitreichenden Dimensionen. Bundesweit sind die Probleme des stationären Handels und die Umsatzeinbrüche durch verändertes Kaufverhalten spürbar. Zahlreiche Warenhäuser stehen bereits leer oder sind akut von Leerstand bedroht. Kaufhäuser, einst die „Kathedralen“ der Wohlstandsgesellschaft, machen die Veränderungen im Handel sichtbar. Eine ähnliche Entwicklung droht langfristig auch vielen Einkaufszentren, sollte es nicht gelingen, diese Strukturen an die sich ändernden Bedingungen im Einzelhandel anzupassen.

Warenhäuser symbolisierten den Wirtschaftsaufschwung, da sie in den oftmals noch vom Krieg zerstörten Innenstädten ein absolutes Novum darstellten: Umfassendes und vielseitiges Warenangebot unter einem Dach, zugänglich für eine breite Bevölkerungsschicht. Viele Warenhäuser befinden sich in ausgezeichneten Innenstadtlagen und prägen durch ihre Bauweise oft das Zentrum der Stadt. Doch ihre Attraktivität und die damit verbundene Nachfrage hat in den letzten Jahren und mittlerweile Jahrzehnten stark nachgelassen. Doch Leerstand bedeutet nicht immer nur etwas Negatives: durch die Schließung ergeben sich Möglichkeitsräume, um die Innenstadtlagen anders zu denken, als wieder nur konsumorientierte Nutzungen zu etablieren.

Leerstände und Qualitätsverluste im Einzelhandel, die sich u.a. durch große Filialisten und banalisierte Angebote in den Zentren bemerkbar machen, verändern die Silhouette von Innenstädten. Durch stadtplanerische Konzepte und Fußgängerzonen aus den 1970er Jahren, die längst ausgedient haben, entsteht oft der Eindruck einer fehlenden Lebendigkeit. Hinzu kommen wachsende Gestaltungsdefizite, die sich in der Verwahrlosung der öffentlichen Räume widerspiegeln. Stadtzentren werden durch Festivalisierung und Außenwerbung durchkommerzialisiert und die immense Flächenbeanspruchung vom motorisierten Individualverkehr gepaart mit den Emissionen ist nicht nur in Hinblick auf den ökologischen Wandel nicht mehr zeitgemäß.

Ein hoher Entwicklungs- und Erneuerungsdruck hat zur Folge, dass sich die Innenstädte in einem ständigen Veränderungs- und Innovationsprozess befinden, wobei die Innovation oftmals der Ökonomisierung unterliegt. Durch den (anhaltenden) Filialisierungsprozess der 1980er Jahre konnten sich viele inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte die innerstädtischen Mieten nicht mehr leisten. Heutzutage hat die Zunahme des Online-Handels – insbesondere in der Corona-Pandemie – dazu geführt, dass viele Geschäfte in den Innenstädten insolvent wurden. Andernorts werden Städte von

Trading-Down-Prozessen (Leerstand, Billiganbieter, Imageverfall) heimgesucht. Historisch waren Innenstädte und die Nutzungen durchmischt – hier wurde gewohnt, produziert, gehandelt, gespeist, getrunken, debattiert. Heute sind sie generell als Zentren des Handels, der Gastronomie und der Dienstleistungen gewerblich geprägt. Durch diesen „Nutzungsüberhang“ wird die Aufenthaltsqualität und Attraktivität maßgeblich von kommerziellen Angeboten des Einzelhandels oder der Gastronomie in Innenstädten bestimmt. Diese Monostruktur macht die Innenstädte vulnerabler in Krisen – eine Verödung ist das Resultat.

Der Strukturwandel und die daraus resultierenden Transformationsprozesse sind keineswegs neue Phänomene, doch dringen diese durch die Corona-Pandemie stärker als bisher in den Fokus der Öffentlichkeit und Politik. Dabei betreffen diese Strukturprobleme und Funktionsverluste Städte unabhängig von ihrer Größe – die konkrete Ausprägung der Probleme ist jedoch regional unterschiedlich. Es gibt deshalb keine Allgemeinlösungen für eine zukunftsweisende Entwicklung der Innenstädte. Vielmehr sind hier spezifische Lösungen für die Situationen und Probleme vor Ort erforderlich.

Auf Innenstädten liegt oft ein besonderes Augenmerk. Sie haben das Potenzial, auch der Gesamtstadt zu neuer Attraktivität zu verhelfen, indem sie die verschiedenen in der Stadt vorherrschenden Themen und Stimmungen bündeln und für alle zugänglich machen. Die Kern- und Querschnittsthemen sollen den neuen Diskurs leiten und auch über die Innenstadt hinaus Beachtung finden. Ziel ist es, die Innenstadt noch multifunktionaler und zukunftsfähiger zu gestalten und als attraktiven Wohnstandort mit allen dazugehörigen Qualitäten städtischen Lebens zu etablieren: Grünflächen, attraktive öffentliche Plätze, ausreichend soziale Infrastruktur. Neue Mobilitätskonzepte sowie gesellschaftliche und technologische Veränderungsprozesse müssen dabei ebenso stetig mitgedacht werden, um zukunftsfähige Entwicklungsperspektiven und Leitbilder umzusetzen.

Auch wenn die aktuelle Situation der Innenstädte krisenhaft bewertet wird, darf man die spezifischen Potenziale von Innenstädten nicht aus den Augen verlieren. Stadtkerne sind traditionsreiche Orte mit einem hohen Identifikationswert. Die Ausgestaltung des öffentlichen Raumes im Innenstadtbereich sowie die Nutzungen und Funktionen sind und bleiben von großem öffentlichem Interesse. Gerade Innenstadtplätze und -straßen sind durch Kundgebungen, Demonstrationen, Events und Kulturereignisse von herausragender Bedeutung für das Empfinden einer Gesellschaft, des öffentlichen Lebens, Begegnungen und Austausches.

Transform der "alten" Norm

Auch die halesche Innenstadt bleibt von den verschiedenen und bereits allgegenwärtigen Transformationsprozessen nicht verschont. Als die bedeutsamste Herausforderung wird der zunehmende Bedeutungsverlust des Einzelhandels und damit der bisherigen Leitfunktion und -nutzung der Innenstadt gesehen. Dies lässt sich u.a. als Folge der Zunahme des Online-Handels und des verstärkten Wettbewerbs mit anderen Zentren erklären. Dieser Bedeutungsverlust wurde durch die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie verstärkt. Als Folge dessen werden zum einen Frequenzverluste, Qualitätsverluste und Einschränkungen in der Nutzungsvielfalt beschrieben. Zum anderen werden die Folgen des Klimawandels immer ersichtlicher: Hitze, Trockenheit und Starkregenereignisse in den Sommermonaten sind Faktoren, die sich in der dicht bebauten und stark versiegelten Innenstadt mit geringen Grünflächenanteilen besonders negativ auswirken. Die dadurch verringerte Attraktivität der Innenstadt und schwindende Aufenthaltsqualität beeinflusst in einem hohen Maße die Frequentierung der Innenstadtbereiche.

Dabei ist die Ausgangslage in Halle (Saale) als positiv einzuordnen. Das Oberzentrum stellt einen Schwerpunkt des wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens in Sachsen-Anhalt dar. Die Stadt ist kompakt und bereits jetzt eine Stadt der kurzen Wege. Die von Kriegszerstörungen weitestgehend verschonte Innenstadt mit zahlreichen Baudenkmalen ist in ihrer baulichen Geschlossenheit und Ausdehnung deutschlandweit einzigartig. Die Innenstadt, insbesondere die Altstadt, ist gekennzeichnet durch eine hochverdichtete Nutzungsmischung aus Wohnen, Kultureinrichtungen, Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten sowie Verwaltungs-, Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen. Doch obwohl die Struktur der inneren Stadt bereits so viel Potenzial aufweist, müssen die oben beschriebenen Herausforderungen ernst genommen werden. Im Rahmen des BBSR-Forschungsprojekt „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ sollen sowohl städtebauliche als auch wirtschaftliche Konzepte ineinandergreifen und Bewältigungsstrategien für die komplexen und vielfältigen Herausforderungen herausgestellt werden – mit besonderem Fokus auf die Innenstadt in Halle.

Das im Jahr 2017 vom Stadtrat beschlossene Integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) Halle 2025 nimmt sich bereits der Steuerung an und definiert neue Schwerpunkte für die zukünftige Entwicklung Halles. Die Basis bilden zahlreiche Schwerpunktthemen wie Wohnen, Verkehr, Umwelt & Klima, Bildung, Soziales, Infrastruktur und Handel. Besondere Entwicklungsimpulse werden dem Dreiklang Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft zugeschrieben. Sie gelten als die drei tragenden Säulen, von denen positive Effekte auf die Entwicklung Halles erwartet werden. Während Alt-Halle in den 1980er Jahren einen Rückgang an Einwohnenden zu verzeichnen hatte, blieb Halle-Neustadt mit einem leichten Zuwachs in einer positiven Bilanz. Insgesamt verzeichnete die Stadt eine stabile Entwicklung ehe Halle zur Wendezeit - wie so viele Städte der ehemaligen DDR - mit deutlichen Bevölkerungsverlusten zu kämpfen hatte. Mittlerweile erfreuen sich die Innenstadtviertel wieder zunehmender Beliebtheit: in der

Altstadt von Halle (Saale) wohnen derzeit knapp 6.000 Menschen. Spätestens seit 2010 verzeichnen die innerstädtischen Wohnstandorte der Altstadt, der Nördlichen Innenstadt und Südlichen Innenstadt deutliche Bevölkerungszugewinne. So ziehen insbesondere junge Menschen als Haushaltsgründende innerhalb von Halle in die Innenstadt um, aber auch Studierende und Berufsanfängerinnen und Berufsanfänger ziehen von außerhalb zu. Die Bevölkerungsprognose erwartet bis 2030 einen stark anhaltenden Bevölkerungszuwachs (gegenüber 2013) von 31,5 % in der Altstadt, 19,4 % in der Nördlichen Innenstadt und 24,4 % in der Südlichen Innenstadt. Insgesamt sind dies knap 10.100 zusätzliche Einwohnerinnen und Einwohner, die laut Prognose etwa 4.900 zusätzliche Haushalte bilden (Altstadt + 25,6 %, + 19,4 % Nördliche Innenstadt, + 15,1 % Südliche Innenstadt) (vgl. ISEK Halle 2025). Für die städtebauliche Entwicklung Halles und des Innenstadtbereichs bedeutet die stetig wachsende Bevölkerung neue Herausforderungen.

Darüber hinaus heizt die fast flächendeckende Versiegelung des Bodens in der halle-schen Innenstadt die Stadt in den Sommermonaten immer mehr auf. Und ergänzend zu der großflächigen Versiegelung bietet die Innenstadt wenig Naherholungsflächen und kaum Baumbestände, um die Stadträume zu verschatten. Hier formulieren das Grün- und Freiflächenkonzept Altstadt (findet man unter: <https://halle.de/leben-in-halle/stadtentwicklung/raeumliche-konzepte>) sowie das Integrierte Klimaschutzkonzept der Stadt Halle (Saale) (Fortschreibung 2018) zentrale Maßnahmen für den Schutz vor den negativen Auswirkungen des Klimawandels im öffentlichen Raum. Zudem wurde im Zuge des Ende 2022 durchgeführten Innovation Camp „Hitzeanpassung für (H)Alle – Gesund Leben, Lernen und Leisten in der Innenstadt“ im Zuge des EU-Projekts „Science meets region“ in mehreren Workshops über mögliche Maßnahmen u.a. in den Bereichen Fassadenbegrünung und Bepflanzungen im Stadtraum, nachhaltige Wohn- und Gewerbeformen sowie klimaneutrale Energiegewinnung für die Stadt Halle (Saale) diskutiert.

Die Qualitätssteigerung der Stadtstruktur und des öffentlichen Raumes soll mit der Etablierung neuer und innovativer Konzepte der ökonomischen Ausrichtung der halle-schen Innenstadt zu einer ganzheitlichen Transformation führen. Die eingangs erwähnten Probleme zum Qualitäts- und Bedeutungsverlust des Einzelhandels werden von der Industrie- und Handelskammer Halle (Saale) belegt. Das Fazit und die Prognosen für die Entwicklung des Handels in der Innenstadt aus dem Handelsatlas 2022 untermauern die Meinung der Fachwelt, dass Handel nicht mehr allein durch Handel ersetzt werden kann, um die Innenstädte lebendiger zu machen. Vielmehr muss sich die Innenstadt wieder als ein Raum etablieren, der als Knotenpunkt der Stadtgesellschaft funktioniert und diverse Nutzungsmöglichkeiten vereint. Die Bindungskraft wird durch die Multifunktionalität und Aufenthaltsqualität des Raumes und nicht durch reine Konsumangebote gestärkt.

Einkaufszentren und große Warenhäuser müssen sich angesichts der geringen Nachfrage umstrukturieren oder sind von Schließungen bedroht. Der ehemalige Kaufhof am zentralen Marktplatz in der Altstadt von Halle steht bereits seit 2022 leer - für viele der Hallenserinnen und Hallenser symbolisch für die Probleme des Einzelhandels in der Innenstadt. Doch obwohl die IHK für den Kammerbezirk bis 2030 weitere Schließungen im Einzelhandel prognostiziert, bleiben die Zahlen für Halle (Saale) eher stabil. In Großstädten oder großen Einkaufszentren wie Halle

(Saale) wird seitens der IHK weiterhin ein vielfältiges und breites Angebotsspektrum im Einzelhandel bis 2030 erwartet, sodass die Stadt Halle (Saale) eher nicht von großflächigen Schließungen betroffen sein wird. Das zeigen auch die Zahlen zu Discountern und Supermärkten: Während sich im gesamten Kammerbezirk der Trend abzeichnet, dass Discounter und Supermärkte eher bestehende Standorte erweitern und unrentable Filialen schließen, hatte Halle (Saale) hingegen in den letzten Jahren mehrere Neueröffnungen in der Innenstadtlage (Edeka, ReweCity, Konsum). Allerdings ist weiterhin Vorsicht geboten: die verstärkte Dynamik im stationären Einzelhandel und zunehmend im digitalen Netz führte zuletzt und wahrscheinlich auch weiterhin zu dramatischen Umsatzrückgängen an traditionellen Standorten - eben auch der halleischen Innenstadt. Daneben muss auch die Standortkonkurrenz zum 36 Kilometer entfernten Leipzig erwähnt werden, wenngleich der Wirtschaftsstandort Halle-Leipzig als "urban pol" mit einem gemeinsamen Marktraum vermarktet wird.

Um diesen Entwicklungsprognosen etwas entgegenzusetzen oder präventiv vorzubeugen, sollen intelligente und kreative Systeme zur Gegensteuerung eingesetzt werden (Flexibilität, Verkehrssysteme, Attraktivität, Vernetzung, Digitalisierung). Da für die genannten Probleme vor allem die Nutzung der bisherigen Standorte des Handels und Einzelhandels nicht mehr die alleinige Lösung für die Innenstadt sein wird, setzt die Stadt Halle (Saale) in Zukunft stark auf das Thema Grün und Gesundheit in einem weiteren Sinne unter dem Stichwort „GreenHealth“. Im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ des Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) verfolgt die Stadt Halle (Saale) das Ziel, die Innenstadt zukunftsfähig zu entwickeln und Bürgerinnen und Bürger für deren weitere Entwicklung zu begeistern. Wichtig sind hier vor allem langfristig angelegte strategische Prozesse, die der Innenstadt neues Leben einhauchen sollen, um damit einhergehend die Wirtschaftskraft, Vielfalt und Attraktivität zu erhalten, zu steigern und möglichst auszubauen. Dabei sollen modellhaft innovative Konzepte und Handlungsstrategien aus dem Bereich „GreenHealth“ entwickelt werden, die den Fokus auf die ökonomische Ausrichtung der Angebote und Nutzungen in der halleischen Innenstadt richten. Hierbei geht es um die Herausarbeitung von kreativen und innenstadtaffinen Potenzialen von Unternehmen, Angeboten und Nutzungen.

GreenHealth und (Innen)Stadt

Die Maßnahmen zur Entwicklung einer Stadt, die mit der Idee von „GreenHealth“ korrespondieren, beinhalten essenzielle Aspekte der aktuellen Stadtentwicklung und werden in Zukunft noch stärker das Fundament einer lebenswerten Stadt bilden. GreenHealth im engeren Sinne beschreibt das Zusammenwirken städtebaulicher Realität und Nutzungsformen auf die menschliche Gesundheit, sowohl körperlich als auch psychisch. Eine große Bedeutsamkeit erfahren dabei in jüngerer Zeit insbesondere städtebauliche Maßnahmen der klimaangepassten Stadt. Die grüne, nachhaltige und gesunde Transformation des städtischen Raums steigert die Lebensqualität für die Bewohnerinnen und Bewohner einer Stadt enorm, da Umweltaspekte und urbane Praktiken miteinander verknüpft werden. Es entstehen neue Potenziale in der Nutzungsvielfalt vormals eher eindimensional ausgerichteter Räume.

Naturräume, insbesondere urbane Grünräume (Stadtgrün) und Gewässer (Stadtblau) haben ein großes gesundheitsschützendes und -förderndes Potenzial und wirken sich in vielfältiger Weise positiv auf die psychische, physische und soziale Gesundheit von Menschen aus. Blau-grün multicodierte Stadträume führen verkehrliche, wasserwirtschaftliche, mikroklimatische und grünplanerische Belange zusammen und tragen zur Anpassung an den Klimawandel sowie zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität bei. Ein Beispiel: mehr Grün in den Innenstadtkernen wirkt sich positiv auf die Funktion des oftmals flächendeckend versiegelten, öffentlichen Raums aus. Zudem wirkt die mögliche Verschattung durch einen gezielt eingesetzten Baumbestand dem Hitzeinsel-Effekt in den Sommermonaten entgegen.

Im Rahmen von GreenHealth bzw. Grün und Gesundheit wird der Begriff der "Salutogenese" als ein Rahmenkonzept verstanden, dass sich auf Faktoren und dynamische Wechselwirkungen bezieht, die zur Förderung und Erhaltung von Gesundheit führen. Man spricht von der Transformation der medizinischen Salutogenese in die Stadt- und Freiraumplanung, wenn medizinisch-wissenschaftliche Parameter und Mindeststandards erfüllt und in den Prozess der Stadt- und Raumplanung integriert werden. So ist es auf der örtlichen Ebene u.a. gemäß § 1 Baugesetzbuch (BauGB) erklärtes Ziel, gesundheitsförderliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die zum einen die baulich-räumlichen Verhältnisse positiv beeinflussen, zum anderen mittelbar durch eine Veränderung dieser Verhältnisse eine gesündere Verhaltensweise der Individuen fördern. Dies geschieht zum Beispiel durch die Zonierung von Nutzungen oder Schaffung von attraktiven Fuß- und Radverbindungen. Ein weiteres Ziel einer gesundheitsfördernden Raumplanung besteht in der Aktivierung, Beteiligung und Befähigung der Öffentlichkeit (Partizipation und Empowerment). Die heutige Versorgung mit Dienstleistungen und Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, insbesondere die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung für alle Bevölkerungsgruppen, zählt zum Kern der struktur- und gesellschaftspolitischen Aufgabe der Raumplanung. Doch warum wird Stadt überhaupt aus Perspektive der Medizin und Gesundheit dis-

„Health equals wealth“

Prof. Dr. Flämig, Green Health City

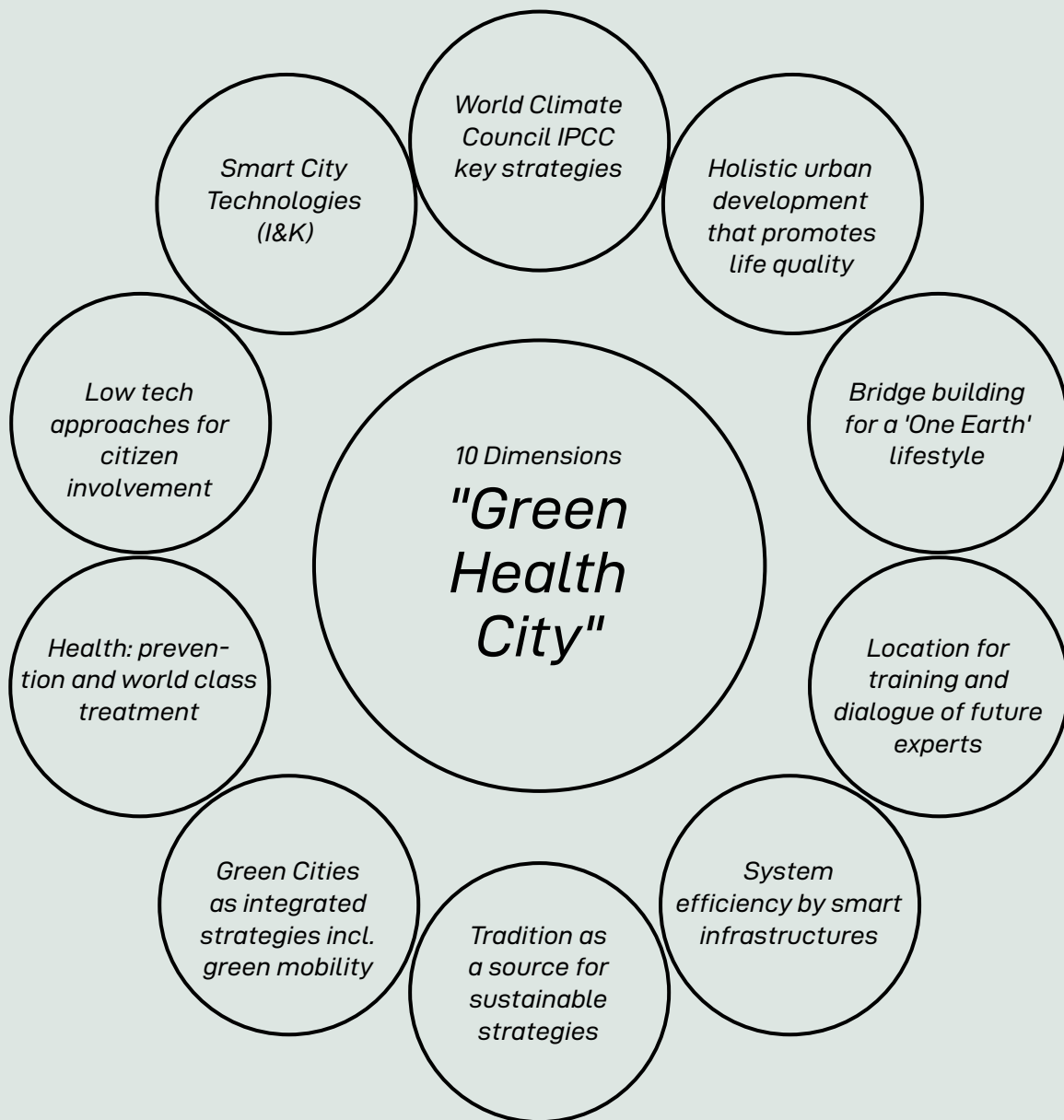


Abb. 1: Die 10 Dimensionen der Entwicklung einer "Green Health City" nach Prof. Dr. Flämig

kutiert? Der städtische Raum wird immer häufiger mit den sogenannten "environmental bads" assoziiert, die als belastende und gesundheitsschädigende Einwirkungen über Boden, Wasser, Luft sowie aus der baulich-technischen oder sozialen Umwelt zusammengefasst werden können. Hierzu zählen z.B. Lärm, Luft- und Bauschadstoffe, Altlasten in den Böden, Hitzeinseln. Aber auch Verkehrsunfälle, soziale Isolation und Gewalterfahrungen zählen zu den "environmental bads" (umweltschädliche Faktoren).

Diesen "bads" stehen gesundheitsförderliche, salutogene Ressourcen aus der Umwelt gegenüber - den sogenannten "environmental goods" (umweltfreundliche Faktoren). Diese können gesundheitliche Belastungen mildern, das allgemeine Wohlbefinden und die Gesundheit der Bevölkerung erhalten, aber auch steigern. Neben den Umweltaspekten zählen ebenso soziale Faktoren zu den "goods", wie z.B. Nachbarschaft, Quartiersidentität und gesundheitsrelevante Einrichtungen. Die gesundheitsvorsorgenden, gesundheitsfördernden und revitalisierenden Elemente des urbanen Grüns können sowohl durch direkte wie indirekte Wirkungen erzielt werden. Direkte Wirkungen werden durch die Minderung möglicher Risiken aus der Lebensumwelt (Lärm, Feinstaub, Hitze) sowie der psychisch-physiologischen Wirkung des Naturerlebnisses erzielt. Indirekt wirken Park- und Gartenanlagen beispielsweise über die Anregung gesundheitsförderlicher Aktivitäten (z.B. Anreiz für mehr Bewegung), über die Nutzung als Outdoortreffpunkt sowie daraus resultierende Effekte für das soziale Wohlbefinden (soziale Teilhabe, Integration und Inklusion) positiv.

Um sich dem Konzept von GreenHealth in Innenstädten und den verschiedenen Ansätzen anzunähern, soll ein Blick in die Praxis einer grünen und nachhaltigen Stadtentwicklung helfen und gleichzeitig als Motivation und Inspiration dienen. Ein in der Stadt breit angelegtes Netz aus Grünflächen und Parks sorgt für verbesserte klimatische Bedingung und fördert Freizeitaktivitäten. Neben Parkanlagen kann ein breites Angebot an öffentlichen Gärten, die auch gemeinschaftlich bewirtschaftet werden, ein Gemeinschafts- und Identitätsgefühl stärken. Diese „Grünen Lungen“ tragen maßgeblich zur Erholung für die Bürgerinnen und Bürger und damit zur Erhöhung der Lebensqualität bei. „Green Health“ bedeutet, sich den ursprünglichen Ideen der Natur zu bedienen und der zum Teil stark verdichteten Stadtstruktur entgegenzuwirken. In einigen Städten wird zunehmend die Renaturierung von Flüssen und Bächen vorangetrieben. Dabei ist es Ziel der Fließgewässerrenaturierung, Flüsse und Bäche wieder naturnäher zu gestalten und ihren ökologischen Zustand zu entwickeln. Sie steigern die Lebensqualität als prägende Elemente der Naherholung und reduzieren gleichzeitig die Hochwassergefahr.

Die Ergänzung der natürlichen Renaissance der Stadt durch neue Technologien und innovative Konzepte zeigt die Komplexität auf, die sich unter dem Stichwort „Green Health“ verbirgt. Der immense Flächenanspruch des motorisierten Individualverkehrs (MIV) muss in Zukunft neu gedacht und verändert werden, da die Mobilität ein zentraler Faktor für die Entwicklung einer „Green Health City“ darstellt. Die Förderung von E-Mobilität oder sonstigen, nachhaltigen Alternativen sowie der Ausbau der Angebote des öffentlichen Nahverkehrs sind ein fester Bestandteil einer nachhaltigen Transformation. Ergänzt durch die Einführung von Low-Emission-Zonen und der Rückkehr zu mehr Grün kann sinnbildlich von einer grünen, nachhaltigen und gesunden Stadt gesprochen werden.

Die Entwicklung einer „Green Health City“ kann jedoch noch viel weitreichender sein und die Planungen eine gänzlich neuen Stadt bestimmen. State of the Art in diesem Kontext ist die Idee der gleichnamigen „Green Health City“ in Boao, China. Die neu geplante Green Health City soll der Prototyp und Sinnbild einer internationalen, ökologisch-nachhaltigen Stadtentwicklung mit dem Schwerpunkt Gesundheit, Medizin und Vorsorge werden. Am Wanguan Fluss in der Provinz Hainan in China werden um fünf bestehende grüne Inseln städtebauliche Cluster entwickelt, die den 10 Dimensionen einer „Green Health City“ entsprechen (siehe Abbildung 1). Die verschiedenen Cluster stehen - ähnlich wie in Brasilia - für eine Funktionstrennung in der Stadt. Wichtig ist hier jedoch zu erwähnen, dass dieses Beispiel nicht auf Halle (Saale) übertragen werden kann und soll, da es sich hier um ein auf dem Reißbrett geplante, neu zu errichtendes Stadtkonzept handelt. Auch soll die Zonierung kein Gedankenkonstrukt darstellen, da die historische Altstadt in Halle (Saale) ihre Qualitäten in der Durchmischung aufweist, die durch die möglichen Entwicklungen unbedingt gestärkt und befördert werden soll.

Dennoch bietet uns der Blick auf die 10 Dimensionen einer GreenHealth City wichtige Impulse für unsere Perspektive auf die Stadt Halle (Saale), die einerseits die Strukturen der Stadt, andererseits die Ökonomie betreffen. Zu den Strukturen der Stadt aus Perspektive der Entwicklung von GreenHealth zählen u.a. die Stärkung von blauer und grüner Infrastruktur, der nachhaltige Neu- und Umbau von Gebäuden, Klimaanpassungsmaßnahmen im öffentlichen Raum sowie eine Neuorientierung im Bereich Mobilität und Logistik.

Was kann GreenHealth jedoch für die hallesche Innenstadt, die ökonomische Ausrichtung der Angebote und das Marktpotenzial bedeuten?

Nutzergetragene Modelle, gemeinwohlorientierte Ansätze, Funktionsmischungen in den Erdgeschosslagen – die hallesche Innenstadt möchte sich mit zukunftsfähigen Ideen neu positionieren. Dabei geht es auch um eine Neuinterpretation und Revision von Nutzung, Repräsentation und Funktion von Innenstadt. Die Innenstadt von Halle (Saale) hat das Potenzial, aufgrund der kurzen Wege, der Freiräume, der Akteurinnen und Akteure, der Lage und der wirtschaftlichen Situation ein Ort der Transformation zu sein. Nicht umsonst geht mit der Ansiedlung des Zukunftszentrums für Deutsche Einheit und Europäische Transformation ein großer Impuls durch die Stadt. Diese Energie sollte durch die ganze Stadt transportiert werden. Die Innenstadt dabei als „Schaufenster der Transformation“ zu verstehen und zu entwickeln kann eine Chance sein.

Für die Stadt Halle (Saale) stellte sich im Laufe des Projekts heraus, dass der Begriff „Green Health“ in einem erweiterten Sinn genutzt wird. Darin liegt eine Stärke: Halle (Saale) soll grüner, gesünder und nachhaltiger werden.

Damit das gelingen kann, geht die Marktstudie zunächst in den Bestand von „Green-Health“-Nutzungen und Ökonomien in der Innenstadt und untersucht diese nach entwickelten Branchenclustern. Akteurinnen und Akteure der jeweiligen Cluster wurden befragt und Potenziale der Innenstadt genauso wie der übergeordnete Wirtschaftsraum mit ihnen besprochen. Nicht selten sind dabei Ideen und Beispiele relevanter Nutzungsszenarien aufgekommen, die hier in einer Best-Practice Studie zusammengefasst sind. Was dafür auf Halle (Saale) adaptiert und transformiert werden kann, versucht die Studie zu skizzieren. Um zu erörtern, inwieweit Neugründungen in den dargelegten Clustern gefördert werden können, weitet die Studie den Blick auf den gesamstädtischen Raum aus. Wie steht der Wirtschaftsfaktor Weinbergcampus zur Innenstadt? Welche weiteren Inkubatoren gibt es? Welche versteckten Potenziale lassen sich für die Zukunft stärken? Zunächst sollen dazu Ideen für GreenHealth aus der halleschen Akteurslandschaft heraus skizziert werden.

Expertise aus Halle (Saale)

Um den Blick auf GreenHealth und Innenstadt nicht nur aus einer theoretischen Außenperspektive zu betrachten, sondern die vorab dargestellten Dimensionen auch auf die hallesche Innenstadt zu übertragen und zu verknüpfen, wurden verschiedene Gespräche mit Akteurinnen und Akteuren aus der Stadt Halle (Saale) geführt. Das Grün- und Freiraumkonzept Altstadt, welches im Januar 2023 vom Stadtrat beschlossen wurde, enthält zudem bereits Analysen und Vorschläge zu konkreten Einzelmaßnahmen für mehr Grün im öffentlichen Raum. Da auch die einzelnen Maßnahmen des ZIZ-Programms als planerisch umsetzbare Strategie nah an der Innenstadtentwicklung Halles auszurichten sind, sind demzufolge unbedingt planerische, strategische und wirtschaftliche Aspekte zusammenzudenken. Die Gesprächspartner und -partnerinnen setzten sich deshalb aus Verwaltung, Zivilgesellschaft und Ökonomie zusammen, um ein möglichst breites Spektrum an Perspektiven auf die Innenstadt zu erhalten. Der Fragenkatalog sowie die Liste der Interviewten kann im Anhang eingesehen werden.

Was verstehen Sie unter dem Begriff „GreenHealth“ in der Innenstadtentwicklung?

Die Vor-Ort-Expertise der jeweiligen Interviewten ließ einen tieferen Einblick über die Gegebenheiten der halleschen Innenstadt sowie ihrer Rolle in der Gesamtstadt zu. Gefiltert wurden die Aussagen zu genaueren Informationen über den möglichen Wirtschaftsbereich "GreenHealth" und bereits bestehende Angebote und Geschäftsformen. Mit der Kombination aus Informationen über die (aktive) Akteurslandschaft ergaben sich in den Gesprächen viele Ideen und praxisnahe Empfehlungen für die Umsetzung einer GreenHealth-Strategie in der Innenstadt. Zudem wurden mögliche Wirtschaftspotenziale für die Neuausrichtung diskutiert und in die realen Gegebenheiten eingeordnet. Wichtig war uns in allen Gesprächen, die "inneren" Potenziale der Stadt Halle (Saale) zu erfassen, um diese bestmöglich zusammenzuführen und Synergien entstehen zu lassen. Der Netzwerkaufbau und -ausbau ist für den weiteren Prozess und für das Gelingen einer solchen neuen Strategie unabdingbar. Die Interviewten bilden demnach den ersten Versuch einer "strategischen Allianz".

Welche Qualitäten hat die Stadt Halle (Saale) und die hallesche Innenstadt?

In den Interviews sollten gleichermaßen übergeordnete Fragestellungen und Perspektiven für die Innenstadtentwicklung thematisiert als auch praxisnahe Einblicke und Empfehlungen in und für den Wirtschaftsbereich fokussiert werden – immer verknüpft mit der Frage nach den Wirtschafts-, Raum- und Entwicklungspotenzialen für die hallesche Innenstadt. Aus den Gesprächen haben sich verschiedene Ideen in Bezug auf die Umsetzung von GreenHealth in der halleschen Innenstadt ergeben (siehe nächste Seite). Die Darstellung der wichtigsten Aussagen als ein Domino-Spielfeld ergab sich ebenfalls aus einem Gespräch und der Frage, welche "Spielsteine" gelegt bzw. Maßnahmen umgesetzt werden müssen, damit das Ziel einer GreenHealth-Strategie in Halle umzusetzen ist. Viele der Ideen können in den weiteren Prozess aufgenommen werden und bilden eine gute Grundlage, die eine mit diversen Maßnahmen und Handlungsempfehlungen untersetzte, nah an der halleschen Praxis ausgerichtete Strategie ermöglichen soll.

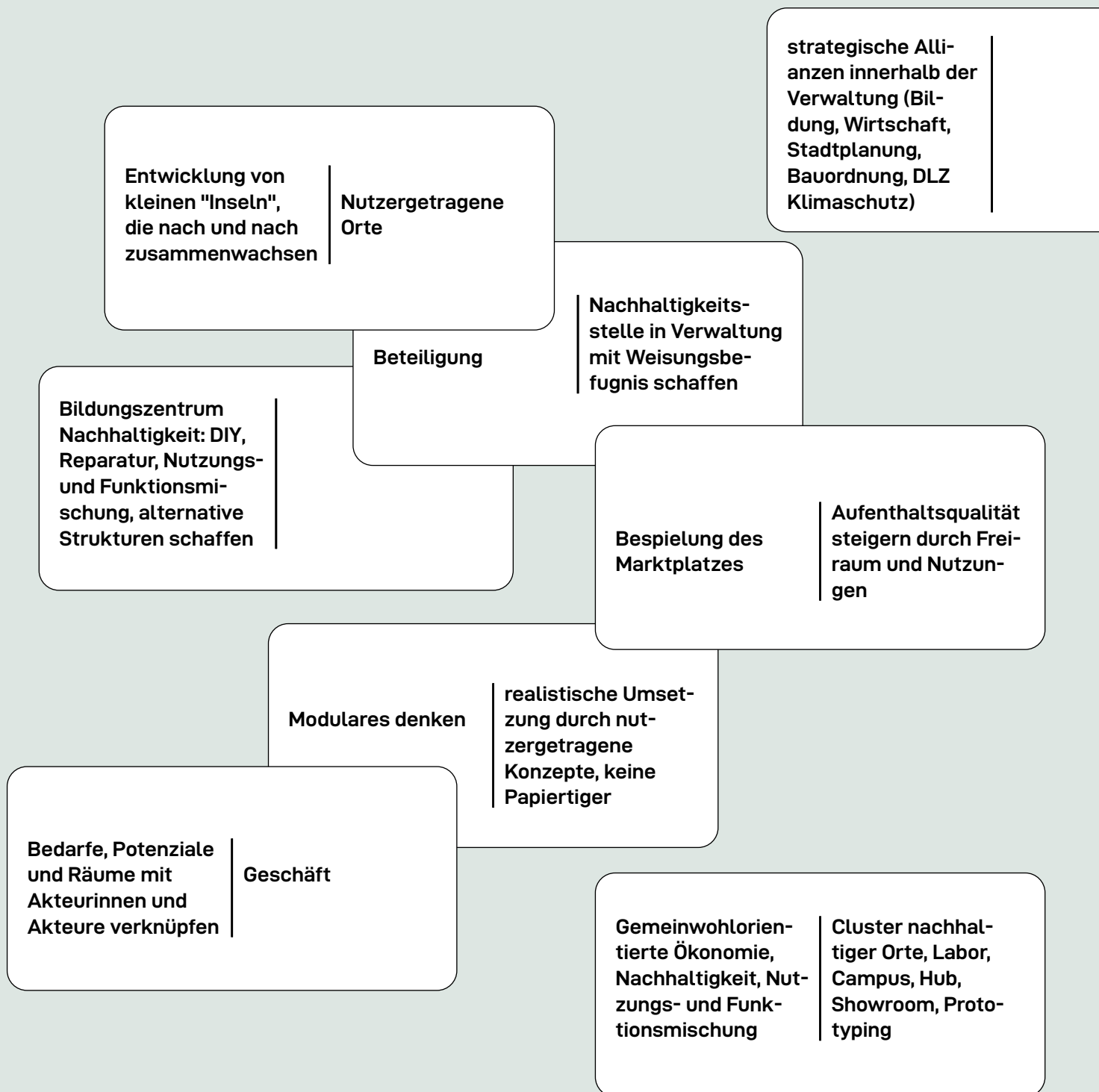
Wie kann aus Ihrer Sicht eine grüne und eine ökonomische Entwicklung der Innenstadt zusammengedacht werden?

Ideen für eine GreenHealthCity Halle (Saale)



Domino "GreenHealthCity"

- Ideen für eine G-H-City Halle (Saale)



Auszeichnung
für nachhaltige
Geschäfte

Kooperatives Kon-
strukt aus Eigentü-
mer, Investor, IHK

Eigentümerinnen und
Eigentümer ermuti-
gen und gemeinwohl-
orientierte Ansätze
vorschlagen

Innovation-Hub &
Bildungs-Hub zusam-
menbringen

Möglichkeit der
urbanen Produk-
tion?

Rückgewinnung
von Flächen durch
Stadt erleichtern

Innenstadt als
Repräsentations-
ort: Aufklärung,
Sichtbarmachung,
Erprobung

Rahmenbedingung
für eine nachhaltige
Stadtentwicklung
schaffen

Umnutzungsan-
träge und Nut-
zungsänderungs-
genehmigungen
erleichtern

ganzheitliches
und integriertes
Verständnis von
GreenHealth in der
Stadt

Kreativszene in die
Innenstadt holen

Grundförderung

temporäre Zwi-
schennutzungen
fördern, Angebote
kurzfristig ermög-
lichen

Herausforderung
Mischnutzung:
Umnutzungsan-
träge, Sondernut-
zung

Campus-Idee der
Innenstadt

Lebenswerte Stadt,
Transformation des
Verständnisses von
Stadt, Bildungshub
im Bildungszentrum

Nachhaltigkeit: DIY,
Reparatur, Nut-
zungs- und Funk-
tionsmischung

Ziel:
GreenHealth

Markt und Best Practice

Aufbauend auf der Desktoprecherche und den Interviews soll die Markt- & Best-Practice-Analyse die gewonnenen Erkenntnisse zusammenbringen. Es werden bestehende Angebote im Bereich GreenHealth erfasst, differenziert und analysiert. Um aufzuzeigen, welche neuen Nutzungen aus dem Bereich GreenHealth denkbar wären, werden Beispiele aus anderen Kommunen herangezogen, um die von uns definierten Branchencluster (S. 22) mit einer reellen Umsetzungsidee zu verknüpfen. Um die ökonomischen Entwicklungspotenziale für die halesche Innenstadt darzustellen, fokussiert sich die Analyse auf das Projektgebiet (Abb. 2) und zum Teil angrenzende Straßen.

Räumliche Fokussierung

Als das zu betrachtende Gebiet wurden die Altstadt mit den angrenzenden, gründerzeitlichen Geschäftsstraßen und den daran anschließenden Wohngebieten ausgewählt. Darüber hinaus bestehen inhaltliche und räumliche Verbindungen mit dem Städtebaufördergebiet "Lebendige Zentren", welches die Altstadt und die Nördliche Innenstadt umfasst. Zudem ist mit der Steinstraße das Tor zur Südlichen Innenstadt als Teil des Projektgebiets benannt worden, da die Steinstraße als Geschäftsstraße innerstädtische Funktion und Struktur in die südlichen Stadtlagen transportiert. Im Folgenden soll die Innenstadt in ihrem Charakter und Potenzial beschrieben werden.

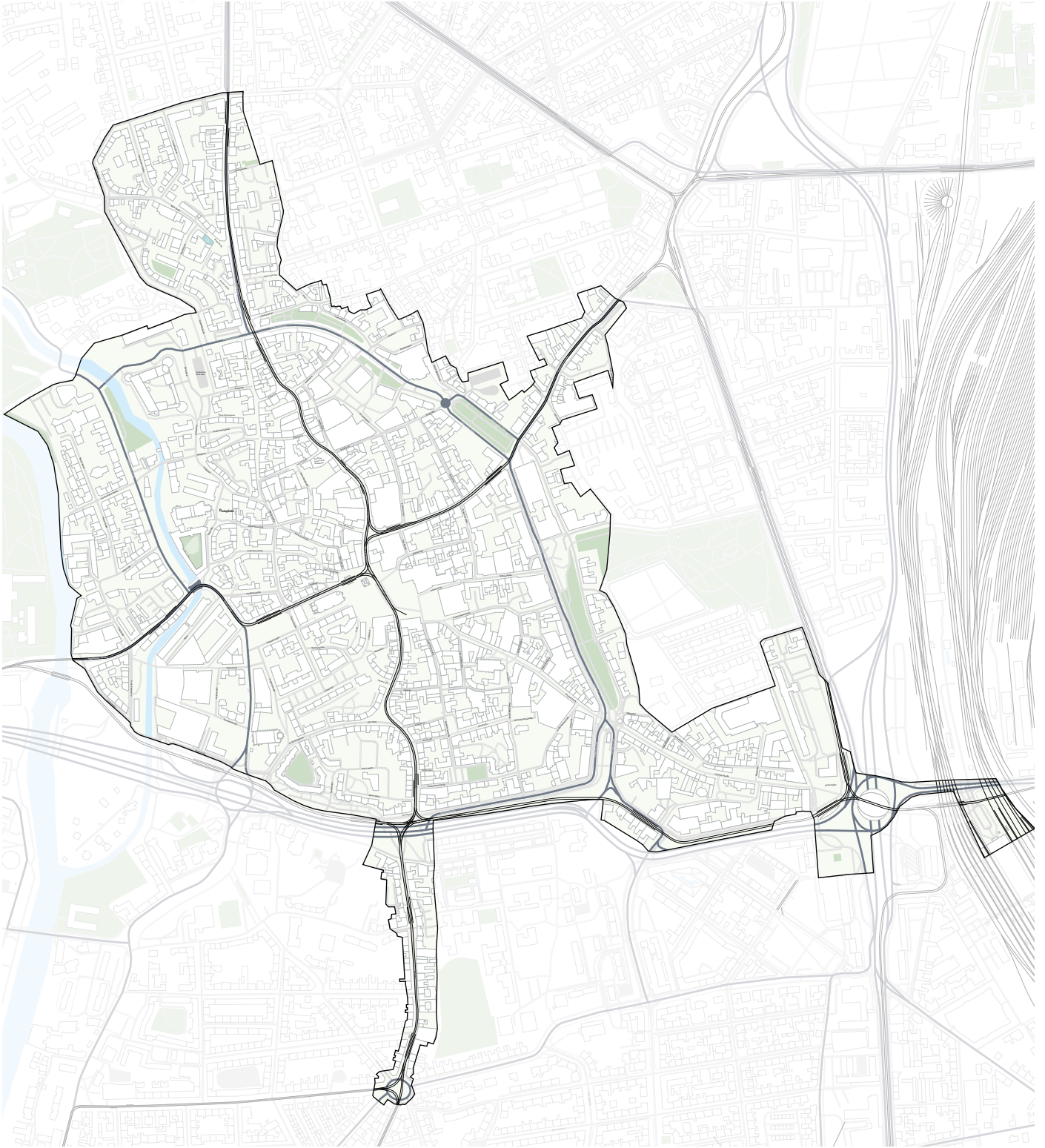


Abb. 2: Gebietsgrenze Fördergebiet "Zukunftsfähige Innenstadt und Zentren"

Die hallesche Innenstadt - der Stadtraum als Potenzial?

Die Innenstadt (Altstadt, Südliche Innenstadt, Nördliche Innenstadt) ist das gewachsene Zentrum der Stadt. Gleichzeitig Verkehrsknotenpunkt, Transitraum, aber eben auch Ort der Begegnung, des Einzelhandels, des Konsums, der Kultur, Politik und Verwaltung. Ebenso Spiegel der Gesellschaft und Gesicht der Stadt: arm und reich, grau und grün, geschäftig und gemütlich. Diese Charakteristika finden sich auch in den städtischen Strukturen und sind teilweise durch diese bedingt. Die ältesten, mittelalterlichen Orte der Stadt befinden sich im Untersuchungsgebiet. Fachwerk grüßt Spätgotik, Renaissance und Klassizismus. Die gründerzeitlichen Quartiere und Blockränder verdichten den urbanen Raum zu einem vielschichtigen, großstädtischen Bild. Der meist begrünte Stadtring hält die Altstadt zwischen den beiden Raumspannen Eisenbahngleise und Saale zusammen. Der hohe Anteil an Wohnnutzungen ist ein weiteres Charakteristikum der Innenstadt und stärkt das logische Argument die Innenstadt gesund für ihre Bewohnenden zu gestalten – besonders unter Aspekten des Klimawandels.

Die Altstadt von Halle (Saale) zeichnet sich durch eine reiche historische Architektur aus, die sich in prächtigen Gebäuden, engen Gassen und malerischen Plätzen widerspiegelt. Diese historische Kulisse bietet eine einzigartige Mischung aus Charme und Geschichte, die perfekt mit modernen Innovationen in Einklang gebracht werden kann. Die Kombination von Alt und Neu erzeugt eine inspirierende Umgebung für kreative Lösungen. Die weitestgehend sanierte Altstadt ist voll mit guten Beispielen transformativer Praktiken. Halle (Saale) beherbergt zudem renommierte Hochschulen und Forschungseinrichtungen, darunter die Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und die Kunsthochschule Burg Giebichenstein. Die innerstädtische Lage schafft ein fruchtbares Umfeld für den Austausch von Ideen und Innovationen. Die enge Zusammenarbeit zwischen Bildungseinrichtungen und der Geschäftswelt fördert die Entstehung von Start-ups und innovativen Unternehmen.

Die Innenstadt von Halle (Saale) ist geprägt von einer lebendigen kulturellen Szene, die Kunst, Musik, Theater und Gastronomie umfasst. Diese kulturelle Vielfalt zieht nicht nur Einheimische an, sondern auch Touristinnen und Touristen sowie kreative Köpfe aus der ganzen Welt. Die Kunsthochschule Burg Giebichenstein trägt ihren Teil dazu bei. Mit der Entwicklung des ehemaligen RAW-Gelände, einer Gewerbebrauche in innenstadtnaher Lage, sowie dem Zukunftszentrum für Deutsche Einheit und Europäische Transformation am Riebeckplatz, unweit des Hauptbahnhofes und des Eingangsbereiches zur Altstadt, werden weitere Wachstums- und Transformationsimpulse gesetzt, die auf die Alt- und Innenstadt wirken werden. Gleichzeitig muss sich die Stadt der Moderne, der Brüche, der Wiedervereinigung natürlich kritisch mit transformativem Potenzial auseinandersetzen. Inwieweit der Städtebau der autogerechten Stadt die strukturelle Förderung von Durchgangs- und Transitverkehr, die Veränderung hin zu der „Stadt der kurzen Wege“, der „15-Minuten-Stadt“ oder der „Slow City“ möglicherweise erschweren, kann und wird in dieser Studie nicht beantwortet. Es wird konsequente, aber auch nachvollziehbare Leitvisionen brauchen, um die Bereitschaft für einen Wandel und einer Neuinterpretation des Stadtzentrums zu fördern.

An dieser Stelle soll darauf hingewiesen werden, dass die Stadt laut Google Environmental Insights über die letzten fünf Jahre ein jährliches Wachstum an innerem MIV zu verzeichnen hat. Der innere Verkehr sorgt insgesamt für 52.600t CO₂ jährlich. Ein- und ausgehender Verkehr sind dabei nicht berücksichtigt. Vielmehr geht es um einen Punkt: Eine gesunde, grüne und nachhaltige Stadt sollte ihre Mobilität und entsprechende städtische Strukturen nach einer bestmöglichen Reduzierung von CO₂ ausrichten. Dies muss als politisches Ziel verankert sein.

Neben dem Thema Mobilität ist das Thema Grün natürlich essentiell für „Green-Health“ in Halle (Saale). Der Stadtpark, Mühlgraben und die Ziegelwiese sowie Peißnitz sind die wichtigsten Grün- und Freiräume im erweiterten Innenstadtbereich. In der Innenstadt selbst sind punktuelle Begrünungen und Platzgestaltungen zu finden, können den Bedarf aber nicht decken. Daher sind für die Entwicklung der Innenstadt im Sinne von „GreenHealth“ der öffentliche Raum und die Grünräume mitzudenken. Es geht darum ökonomische wie ökologische Potenziale in der Multicodierung der Stadt- und Naturräume zu entdecken und zu nutzen.

Das Potenzial „Stadtraum“ ist hoch, da aus den genannten Gründen ein attraktiver urbaner Raum mit Raum für „Transformation“ vorhanden ist. Der politische Wille dazu ist zu formulieren. Die öffentliche Hand hat die Möglichkeit Stadtstrukturen anzupassen, ökonomisches und ökologisches Handeln zu verbinden und zu fördern. Ansatzpunkte sind dabei die Geschäftsstraßen mit Leerstand, Stadtplätze mit hohem Versiegelungsgrad, Höfe, Nischen und Brachen. Die Nähe zu Bildungs- und Kulturorten sind Standortvorteile und bieten das Potenzial intrinsische, akteursgetriebene Strategien zu finden und zu implementieren.

Branchencluster

Die Europäische Union hat eine Reihe von Maßnahmen und Initiativen im Bereich „GreenHealth“ ergriffen, um die negativen Auswirkungen auf die Gesundheit und die Umwelt durch die hohen CO₂-Emissionen (ca. 5 % der Gesamtemissionen weltweit) zu minimieren und zugleich die Gesundheit ihrer Bürgerinnen und Bürger zu verbessern. Dazu gehören u.a. die Etablierung von Zielen und Indikatoren für „grüne“ Krankenhäuser, die Förderung von „grünen“ Technologien in der Gesundheitsversorgung und Medikamentenherstellung sowie die Integration von Umweltaspekten in die Gesundheitspolitik.

Das „klassische“ Verständnis von GreenHealth in der Ökonomie ist demnach dem Gesundheitswesen zugeordnet. Wenn wir uns die Stadt, vor allem aber auch die Innenstadt anschauen, dann spielt das Branchen-Cluster "Gesundheitswesen" immer eine zentrale Rolle, da diese Branche ein zentraler Bestandteil der Daseinsvorsorge ist. Aus diesem Grund muss das Verständnis von "GreenHealth" noch einmal differenziert und mit dem Konzept von "Green Economy" verknüpft werden. Green Economy steht für eine Wirtschaftsweise, die im Einklang mit Natur und Umwelt steht und "eine international wettbewerbsfähige, umwelt- und sozialverträgliche Wirtschaft" beschreibt (UN-Umweltprogramm (UNEP) 2012). Green Economy gilt demnach als ein Wirtschaftsmodell mit dem Ziel, Ökonomie und Ökologie positiv zu vereinen und ins Gleichgewicht zu bringen. So soll eine soziale, gesellschafts- und umweltverträgliche Wirtschaft gestaltet werden.

Das Hauptziel der Green Economy ist eine nachhaltige, ressourcen- und umweltschonende Wirtschaft, die sich positiv auf das soziale und gesellschaftliche Zusammenleben auswirkt. Für die Umsetzung dieser Ziele darf sich die Wirtschaft nicht mehr allein am Gewinn orientieren, sondern muss ökologische Ziele fest in ihrer Kultur verankern. Neben gesellschaftlichen und sozialen Faktoren spielt auch die Umstellung auf Green Tech eine wichtige Rolle, um den folgende Ziele der Green Economy zu verankern:

- » eine effiziente Ressourcennutzung in allen Wirtschaftsbereichen
- » vermehrte Nutzung erneuerbarer Energien und Ressourcen
- » Abfallvermeidung durch geschlossene Produktionskreisläufe
- » Nachhaltige Wirtschaftsweise
- » Schutz der Ökosysteme
- » Erhaltung der Gesundheit von Mensch, Tier und Umwelt

In der ökonomischen Ausrichtung von Unternehmen lassen sich also vielfältige Ideen für eine nachhaltigere Wirtschaft in der Praxis umsetzen, auch in ganz verschiedenen Branchen. Die Aufstellung der verschiedenen Branchencluster (siehe Abbildung 3) zeigt unsere Gedanken, wie die GreenHealth-Ökonomie in den einzelnen Bereichen gedacht und integriert werden kann und was die Hauptfaktoren sind, um im unseren Sinne als nachhaltig zu agieren.

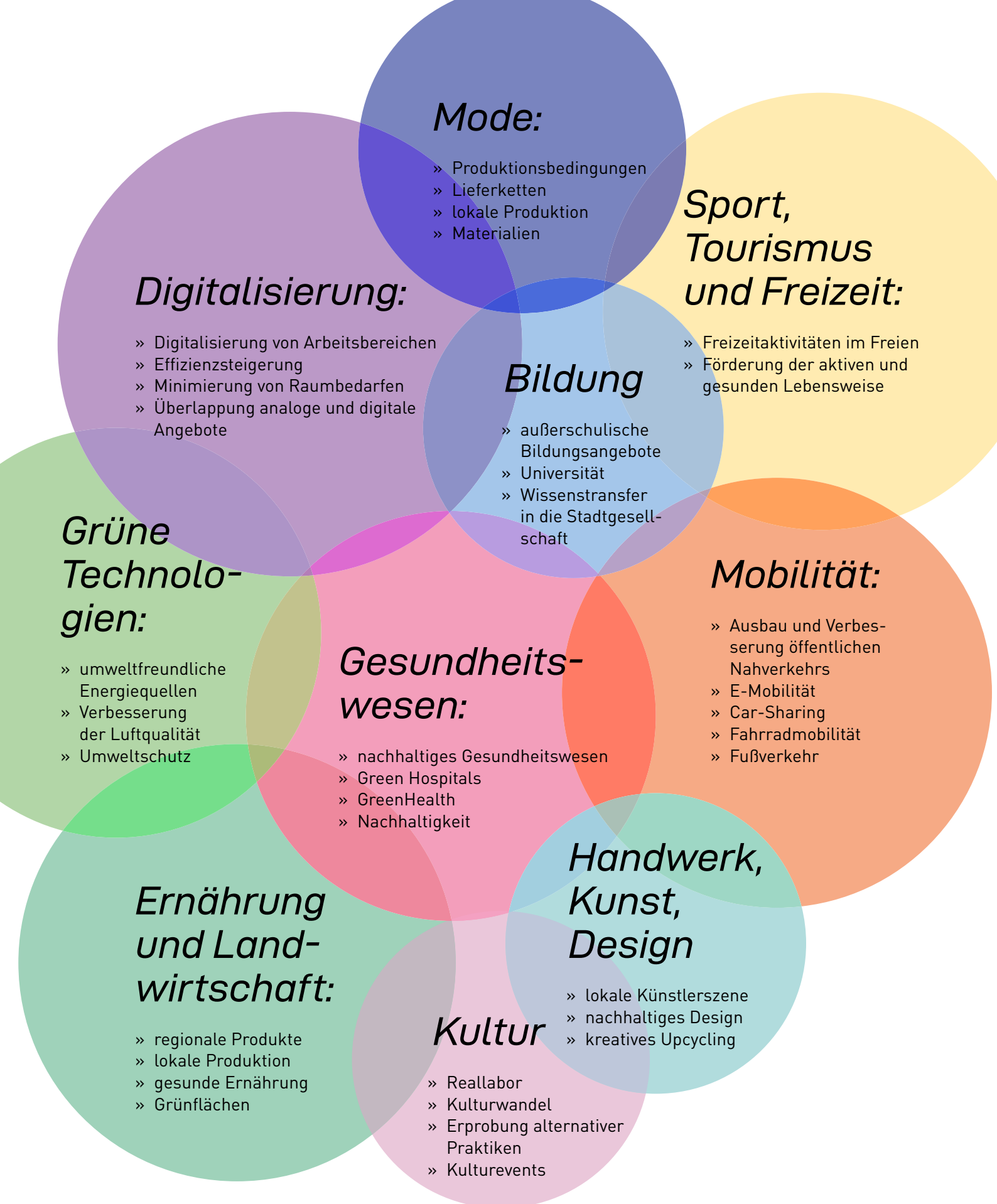


Abb. 3: Branchen-Cluster

Bestandserfassung „GreenHealth & Innenstadt“

Einzelhandel in der Innenstadt Halle (Saale) – Status quo und Prognosen

Aus der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale) 2020 lassen sich folgende Informationen über die Einzelhandelsstrukturen der Innenstadt entnehmen: Der Stadtbezirk Mitte umfasst die Altstadt sowie die Südliche und Nördliche Innenstadt. Die dominierende Agglomeration des Einzelhandels bezieht sich auf das Hauptzentrum Altstadt sowie die daran anschließenden innerstädtischen Quartiersgeschäftsstraßen, die eine überwiegend gründerzeitliche Bebauung vorweisen. Der für sie charakteristische Geschäftsbesatz in den Erdgeschosszonen der Hauptgeschäftsstraßen ist ein prägnantes Merkmal der halleschen Altstadt.

Für die Einzelhandelsstruktur sind ebenso die größeren Lebensmittelmärkte prägend, die wie in einem Rechteck um das Hauptzentrum herum verteilt sind. Insgesamt ist die Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Mitte als stabil einzustufen. Während das Hauptzentrum entgegen dem Bundestrend eine steigende Anzahl an Betrieben verzeichnet, sind in den Streulagen moderat rückläufige Betriebszahlen zu verzeichnen. In der oberen Leipziger Straße als zentrale Verbindungsachse zwischen dem Hauptbahnhof und dem Hauptzentrum konnte zum Zeitpunkt der städtebaulichen Analyse (März 2018) ein erhöhter Leerstandbesatz sowie ein teilweise banalisiertes Angebot (teilweise Vergnügungsstätten, discountorientiertes Angebot, wenig hochwertige Dienstleistungen) festgestellt werden. Im Laufe des Jahres 2019 konnte im Bereich der oberen Leipziger Straße der Leerstand reduziert werden, insgesamt deutet sich ein Wandel zu einer verstärkt gastronomiebetonten Nutzung an, der sich im Zuge der Aufwertung des Riebeckplatzes voraussichtlich weiter verstärken könnte. Als besonders dynamisch zeigt sich insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel. So kam es im Bereich des Hallmarktes aber auch im Bereich der Leipziger Straße zu Neuansiedlungen. Darüber hinaus wurde während der Erstellung der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Edeka-Supermarkt in der oberen Leipziger Straße zurückgebaut und neu errichtet.

Verkaufsflächen- und Leerstandsentwicklung in Halle (Saale) insgesamt

Aus dem Handelsatlas der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau (IHK) von 2022 lässt sich folgende Verkaufsflächenentwicklung für Halle (Saale) aus dem Zeitraum 2016 – 2022 ableiten: In der Gesamtbilanz der Schließungen und Neueröffnungen/Erweiterungen verzeichnet Halle (Saale) gegenüber den Vorjahren zum Erfassungszeitpunkt einen Rückgang um 5000 qm Verkaufsfläche. Die Branche Hausrat/Einrichtung/Möbel hat mit knapp -33,8 % und ca. 18.000 qm die größte Abnahme an Verkaufsflächen zu verzeichnen. Bekleidung/Schuhe/Sport hat an ca. 7.000 qm Fläche

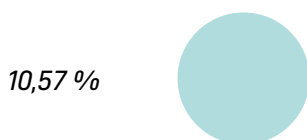
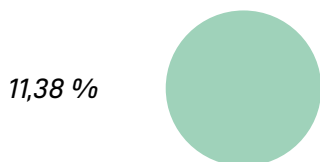
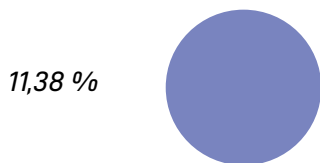
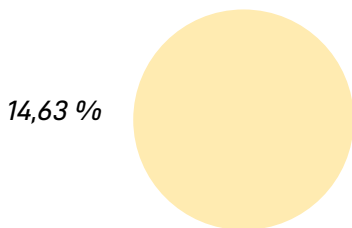
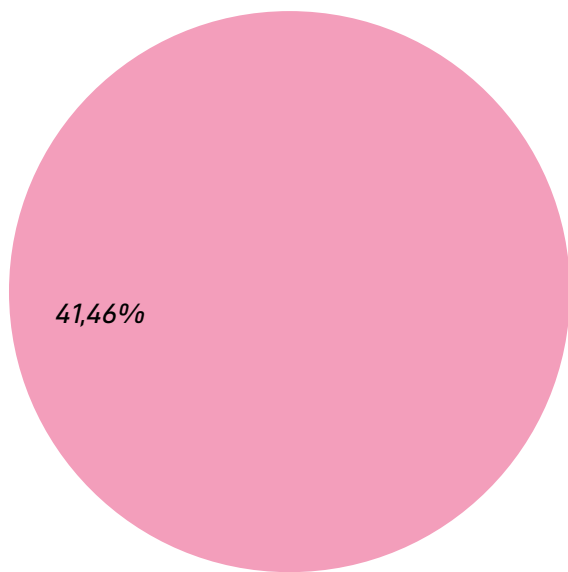
verloren (-11 %).

Der Einzelhandel an dezentralen Standortlagen ist mit -5,1 % und knapp 6.870 qm zurückgegangen, während die integrierten Standorte einen Verkaufsflächenzuwachs von ca. 9,2 % (11.400 qm) aufweisen. Fachmärkte haben insgesamt einen Rückgang von ca. 18.000 qm (-10 %) zu verzeichnen, wobei der Rückgang bei Fachgeschäften bei nur 1,1 % liegt (600 qm). Ein Zuwachs lässt sich bei Supermärkten und SB-Warenhäuser feststellen, deren Verkaufsflächen in Summe um ca. 8,6 % gestiegen sind. Auch wenn die Verkaufsflächen insgesamt um 1,4 % gesunken sind, hat der Leerstand in Halle (Saale) abgenommen: in den letzten sechs Jahren sind die Leerstandsflächen um 29,6 % gesunken, was einer Zunahme der Handelsfläche um 2.012 qm ehemaliger Leerstandsflächen entspricht. Es lassen sich an einigen Straßenzügen gewisse Leerstands-Cluster ausmachen, die sich wiederum gut für eine zusammenhängende Entwicklung eignen würden. Die zentrale Herausforderung besteht darin, die Eigentümerinnen und Eigentümer von einer alternativen Nutzung zu überzeugen.

Bestandserfassung GreenHealth (etabliert & alternativ)

Auf Grundlage der Bestandserfassung für den IHK-Handelsatlas 2022 sowie der Interviews und Internetrecherche haben wir die halesche Innenstadt nach den Unternehmen gescreent, die nach den definierten Branchenclustern als GreenHealth-Ökonomie definiert werden können. Der von der Industrie- und Handelskammer erfasste Einzelhandelsbestand der Stadt Halle (Saale) wurden nach verschiedenen Faktoren und Kriterien gefiltert. Das Betrachtungsgebiet wurde ein wenig über die Gebietsgrenzen des Programms Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren (ZIZ) erweitert und erstreckt sich in der Bestandserfassung über die Altstadt, Nördliche Innenstadt und Teile der Südlichen Innenstadt. Der Einzelhandel wurde mit Bezug zu den Branchenclustern gefiltert. Weiter sind aus der Betrachtung große, internationale Ketten herausgefallen, die bisher nicht damit in Erscheinung getreten sind, nachhaltige Produkte herzustellen und zu verkaufen. Vielmehr wurde der Fokus auf kleinere, inhabergeführte Läden gesetzt. Weitere Faktoren spielen Lokalität, Regionalität und Nachhaltigkeit bei der Auswahl der Unternehmen. Gastronomische Betriebe wurden aufgenommen, wenn Verarbeitung und Angebot biologisch und fair angebaute Speisen sowie allgemein gesunde Ernährung zutrifft.

Insgesamt umfasst die Bestandserfassung des Einzelhandels der IHK für den Stadtbezirk Mitte (Altstadt, Südliche Innenstadt und Nördliche Innenstadt) 482 Einträge. Nach unserer Durchsicht der Daten sowie Eigenrecherche und Hinweise aus den Gesprächen sind 123 Unternehmen den verschiedenen Branchenclustern im Sinne von GreenHealth zuzuordnen (siehe S. 26/27). Demnach beläuft sich der prozentuale Anteil von GreenHealth-Angeboten in Relation zum Gesamtangebot in der Innenstadt auf ca. 25,52 %. Mehr als ein Viertel des Einzelhandels inklusive gastronomischer Angebote sind in dieser Betrachtung in der haleschen Innenstadt vertreten, die im Sinne von "GreenHealth" funktionieren. Hierbei ist zu erwähnen, dass sich diese Erfassung auf den Gesamtbestand, resultierend aus etablierten und alternativeren Nutzungen, bezieht. Eine Differenzierung dieser beiden Nutzungsarten ist jedoch unbedingt notwendig, um die Entwicklungsspielräume und -potenziale für mögliche Neugründende darzustellen (siehe Seite 28 ff.).



Im Folgenden wird der Unternehmensbestand mit 123 Einträgen nach den 10 Branchenclustern aufgeschlüsselt. Diese Aufschlüsselung soll als Datengrundlage dienen, um die Profilierung der ökonomischen (Neu-) Ausrichtung der halleschen Innenstadt zu stärken.

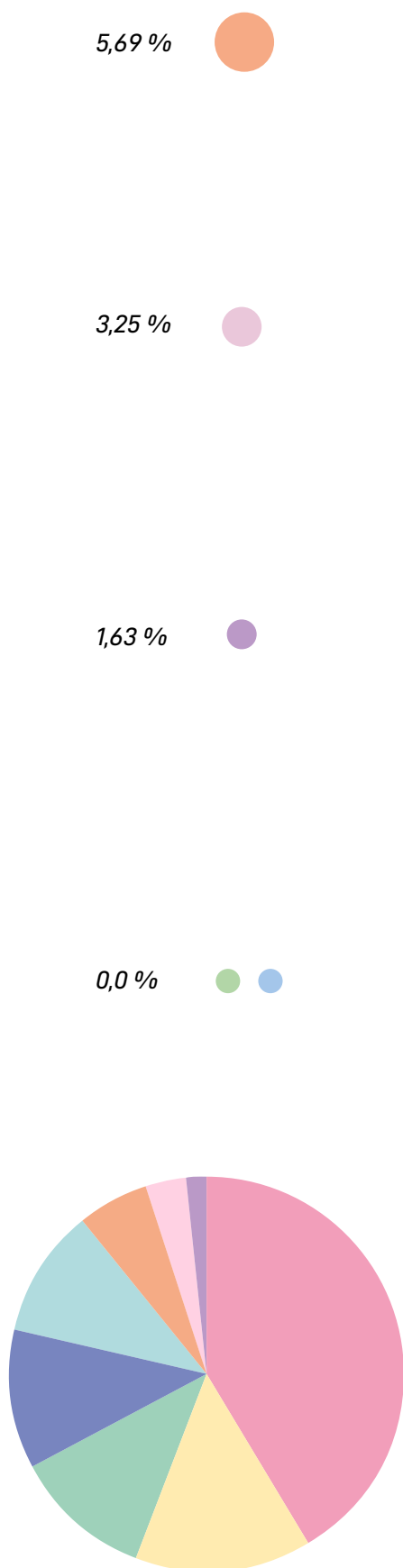
Das Branchencluster **"Gesundheitswesen"** ist mit 51 Einträgen und 41,46 % im gesamten GreenHealth-Clasement am stärksten repräsentiert. In das Cluster fallen neben Apotheken klassische Gesundheitshandwerke wie Sanitätshäuser, Orthopädie, Optik und Hörgeräteakustik sowie Medizin- und Zahntechnik. Arztpraxen wurden in dieser Betrachtung nicht berücksichtigt, weil es in dem Sinne der vorliegenden Arbeit kein ökonomischer Betrieb ist (auch wenn die Rechtsform häufig eine GbR ist).

Unter das Cluster **„Sport, Tourismus und Freizeit“** fallen zwei klassische Sportgeschäfte sowie zwei Läden für Sport- und Outdoorbekleidung, die durch den Verkauf von Sportartikeln und nachhaltiger Outdoor-Mode (indirekt) für die Förderung einer aktiven und gesunden Lebensweise stehen und Freizeitaktivitäten stärken. Weiter sind 14 Einrichtungen dem Cluster zuzuordnen, die durch ihr Angebot einen direkten Einfluss auf die Aktivität haben: Fitnessstudios, Tanzstudios und weitere Sporteinrichtungen. Insgesamt besteht das Cluster aus 18 Einträgen (14,63 %).

Im Bereich **„Mode“** lassen sich im Innenstadtbereich 14 Läden im Sinne einer nachhaltigen Ausrichtung ausmachen (11,38 %), die auf faire Produktions- und Lieferketten, lokale Produktion und nachhaltige Materialien setzen. Die Modeläden führen ausgewählte "Fair Fashion" oder produzieren selber - einige verkaufen auch Second-Hand-Kleidung. Zudem werden bei einigen Läden Reparaturservices oder Nähkurse angeboten.

Nach der Quantität der Angebote und 11,38 % prozentualen Anteil folgt das Cluster **„Ernährung und Landwirtschaft“**, dem hier 14 Unternehmen zugeordnet sind. In dieses Cluster fallen Bio-zertifizierte Lebensmittelhändler, Supermärkte und Gastronomiebetriebe, die primär oder ausschließlich faire, gesunde und nachhaltige Produkte verarbeiten und verkaufen. Auch die lokale Lebensmittelproduktion taucht in diesem Spektrum auf.

Unter **„Handwerk, Kunst und Design“** fallen 13 Läden (10,57 %), die sich auf (Kunst)Handwerk und Design spezialisiert haben. Festzustellen ist, dass das Gebiet der Altstadt eine Reihe von kleinen, inhabergeführten Läden aufweist, die ihre Produktion direkt an den Verkaufsraum angelagert haben.



Im Branchencluster „**Mobilität**“ (7) bilden sich derzeit sechs Fahrradläden ab, die zum Teil einen Werkstatt- und Reparaturservice anbieten. Da wir der Meinung sind, dass Fahrradfahren in den Innenstädten eine zukunftsweisende Mobilitätsstrategie ist, haben wir die sechs Unternehmen hier verortet. Hinzu kommt das HAVAG-Service-Center am Marktplatz, welches für die Förderung des ÖPNV, also für eine nachhaltige Mobilität, steht.

Auch das Branchencluster "**Kultur**" ist mit vier Orten (3,25 %) vertreten, die in unserem Verständnis nach GreenHealth betreffen. Kultur bedeutet in diesem Sinne die Erprobung und Umsetzung neuer gesellschaftlicher Ideen, die den Zugang zu Stadt und ihren Ressourcen alternativ begleitet, verändert und für die Stadtgesellschaft sichtbar macht. Hier beziehen wir uns demnach - ohne Anspruch auf Vollständigkeit - auf vier ausgewählte Beispiele (siehe S. 29), die diesen Zugang durch ihre Praxis offensichtlich erleichtern.

Unternehmen, die nach unserem Branchenverständnis zum Cluster „**Digitalisierung**“ zählen, sind ebenfalls zu finden (zwei Start-Ups, 1,63 %). Die Digitalisierung von Arbeitsbereichen und die damit einhergehende Minimierung von Raumbedarfen sehen wir als zukunftsweisend für Raumstrukturen in innerstädtischen Gebieten an. Dem hinzuzufügen ist die Überlappung analoger und digitaler Angebote des Einkaufserlebnisses in der Innenstadt. Die Stadt Halle (Saale) hat bereits einen Online-Marktplatz eingerichtet (mehr dazu auf S. 54).

Die beiden Cluster „**Grüne Technologien**“ (0) und „**Bildung**“ (0) sind in dieser Erfassung mit 0 zu bewerten. Dem Cluster "Grüne Technologien" sind keine Unternehmen im Betrachtungsgebiet zuordbar, lediglich Initiativen, unabhängige Forschungseinrichtungen und Vereine. Im Cluster Bildung sind ausschließlich Bildungseinrichtungen, Institutionen und Hochschulen in der Innenstadt angesiedelt, die jedoch nicht im Sinne einer ökonomischen Betrachtung und Bewertung funktionieren. Die wichtigsten Bildungs-, Forschungseinrichtungen und Initiativen im Sinne von "Grüner Technologie" werden allerdings bei den Inkubatoren aufgeführt (siehe S. 67). Schulen und Kitas sind gänzlich aus der Bestandserfassung gefallen, da hier keinerlei "Marktpotenzial" zu erwarten ist.

Abb. 4: Prozentuale Verteilung der GreenHealth-Branchencluster in der halleischen Innenstadt

GreenHealth-Unternehmen im Betrachtungsgebiet

Gesundheitswesen:

01. Die Schuhmacher
02. Orthopädie Schuhtechnik
03. Sanitätshaus & Orthopädie
04. **Laufstark**
05. Mediq direkt
06. Sanitätshaus Hellwig
07. Puffpaff-Gerhard-Sani-Haus
08. Augenoptik Ilgenstein
09. Amplifon Hörgeräte
10. Augenoptik GÖDEKE
11. Brillen Optik Becker
12. Geers Hörgeräte
13. Brillen Mäder
14. Böckhoff Hörgeräte,
15. Böckhoff Optik
16. Augenoptik Sander
17. Böhm Optik
18. Optik Donecker,
19. Brillenhalle
20. Flemming Optik
21. Brillenwelt Zscherben
22. Zeiss Optik
23. Trothe Optik
24. Robin Look Brillen
25. Apollo Optik
26. Fielmann
27. Hörgeräte Kind
28. Zahntechnik Halle Dentalservice
29. Dental Keramik Studio Gessner
30. Lilien Apotheke
31. August Bebel Apotheke
32. St. Elisabeth Apotheke
33. Neue Apotheke
34. Halloren Apotheke
35. Löwen Apotheke
36. Hirsch Apotheke
37. Apotheke zum weißen Engel
38. Victoria Apotheke
39. Stern Apotheke
40. Adler Apotheke
41. Steintor Apotheke
42. Apotheke am Händelhaus
43. Apotheke Galenus

44. Reha Aktiv 2000
45. Orthopädie Petters
46. Hörgeräte Studio CZMOK
47. Schröder Optik
48. Kronenapotheke
49. Waisenhausapotheke
50. Kohlschütter Apotheke
51. Apotheke am Frankenplatz

Mode:

01. **JuHu**
02. **Jinny Joe Vintage & Secondhand,**
03. **Zweimal schön**
04. **Polka Dots**
05. **Skrabak**
06. **Nähecht**
07. **Ateliergemeinschaft Frauenzimmer**
08. **Ankleidezimmer**
09. **Gewandhaus**
10. **Wiesenfein**
11. **Weltladen**
12. **Libelle**
13. **Lolalü-Laden**
14. **Shoes and City Vintage**

Mobilität:

01. **Radweg**
02. **The Hunt cycling**
03. **Fahrradies**
04. **Bike in Bicycle components**
05. **Fahrradladen Focken**
06. **Surf in bike out**
07. HAVAG Service Center Marktplatz

Ernährung und Landwirtschaft:

01. SAFT PRESSE
02. Obsthof Reinboth
03. Biotopia Biomarkt
04. Markt der Frischen Früchte
05. Öko-Halle
06. BIORIO Biomarkt
07. Abgefüllt
08. Kafferösterei ROY
09. Denn ´s Biomarkt
10. Hündorf Biofleischerei
11. Reformhaus Halle e.V.
12. Bioladen Naturell
13. Ökoase
14. Fräulein August

Handwerk, Kunst, Design:

01. Geigenbau Dudda
02. VU Gardinen und Nähstube
03. Atelier France
04. ANNE VIECENZ KERAMIK
05. VOGELVILLALAND
06. Lorettadesign
07. Feingemacht
08. Sattlerei Weidner
09. Leder Manufaktur
10. Lederwahn
11. Schneiderei Nelli
12. Schokolädchen
13. Blattgold

Kultur:

01. Kulturhaus Goldene Rose (HausHalten e.V.)
02. Schwemme (Schwemme e.V.)
03. Künstlerhaus Goldener Pflug (Haushalten e.V.)
04. Stadtmuseum

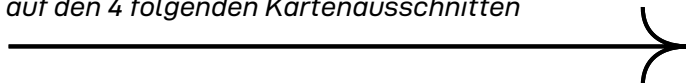
Digitalisierung:

01. Prefrontal Cortex
02. Flying Circus WEB HOSTING

Sport, Tourismus und Freizeit:

01. Sportgeist
02. Sportcenter Cierpinski
03. Pilates Studio Mitte
04. Yoga Atelier Halle
05. Das Bewegte Haus Halle
06. Sportstudio Mona Lisa
07. Tanz- und Sportverein StudioPeri e.V.
08. Tanzstudio Bella SoSo
09. Studio aria arte
10. Fitness 59 Activ Halle
11. GYM10 Halle
12. athletic woman
13. BODYSTREET
14. NEOSOMA EMS
15. Tanzschule Studio Vier
16. Gesundheitssportverein Halle e.V.
17. Payola
18. Ötzi











Stadträumliche Verortung der Unternehmen
auf den 4 folgenden Kartenausschnitten



ZOOM 1

Künstlerquartier, Große Ulrichstraße, Geiststraße

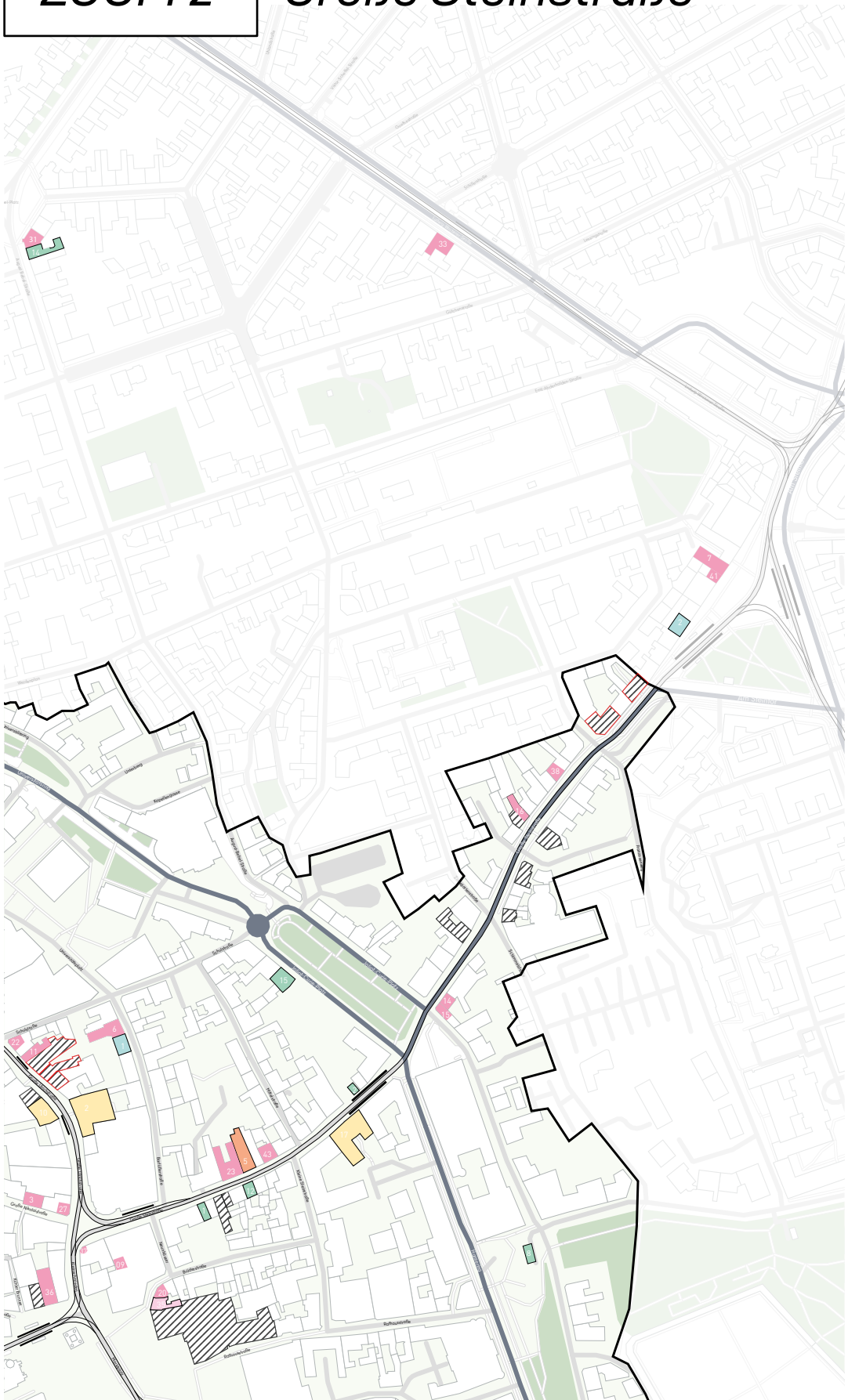
LEGENDE:

-  Leerstand
-  Baustelle/ nicht vermietbar
-  nachhaltige Mode
-  Tourismus, Sport und Freizeit
-  grüne Technologien
-  Gesundheitswesen
-  Digitalisierung
-  Ernährung und Landwirtschaft
-  Handwerk, Kunst und Design
-  Mobilität
-  Kultur



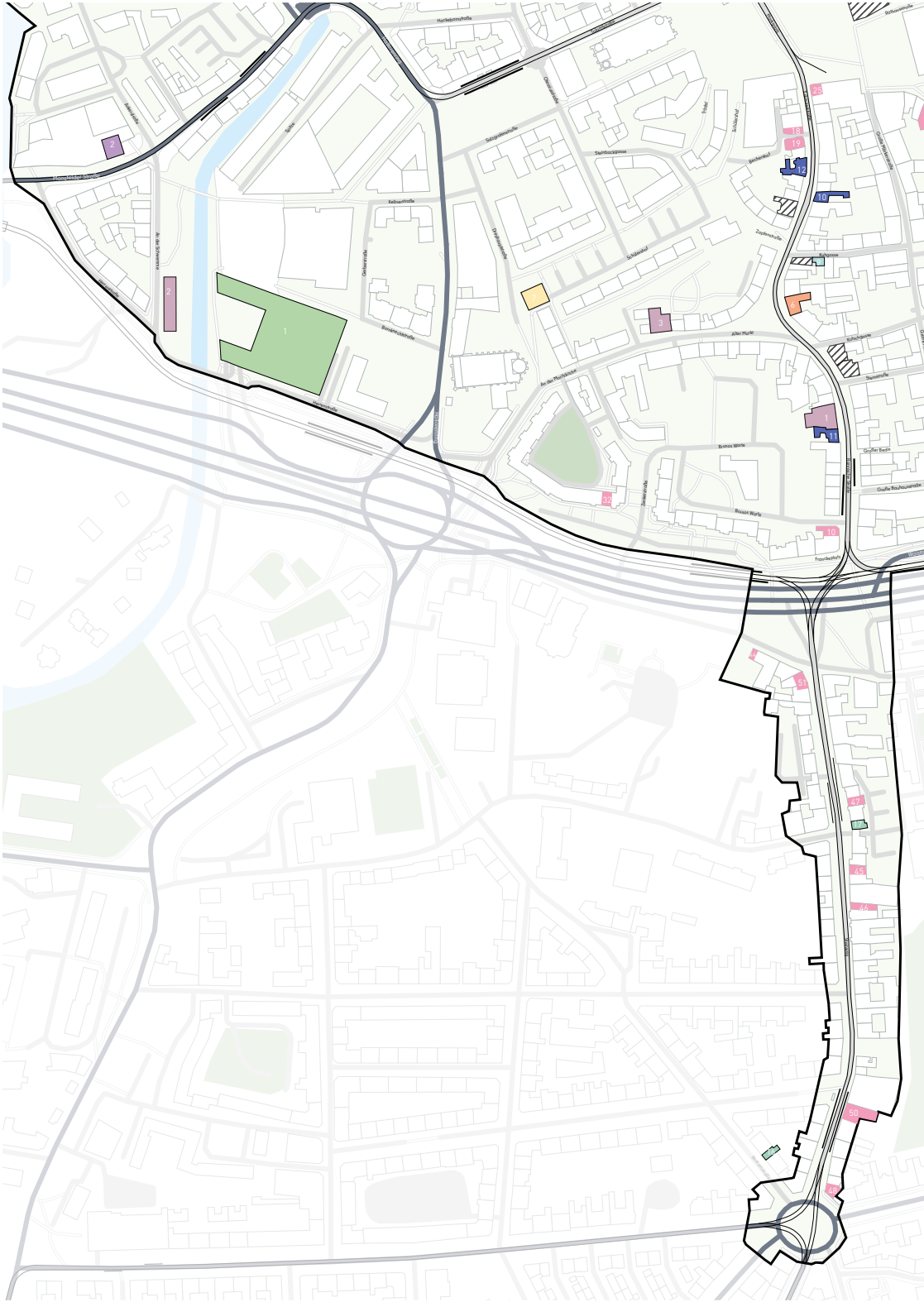
ZOOM 2

Große Steinstraße



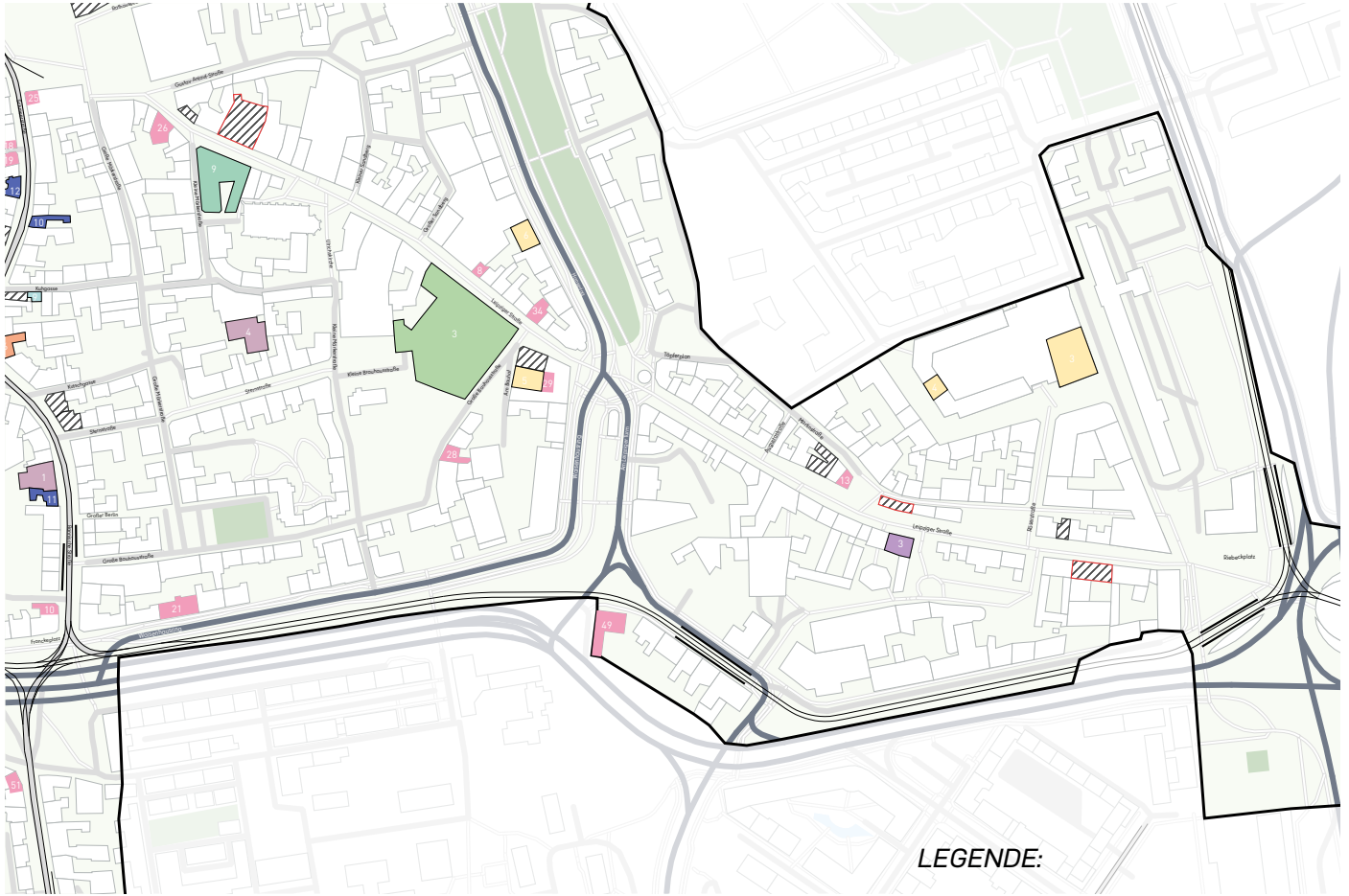
ZOOM 3

Alter Markt, Steinweg



ZOOM 4

Leipziger Straße



LEGENDE:

-  Leerstand
-  Baustelle/ nicht vermietbar
-  nachhaltige Mode
-  Tourismus, Sport und Freizeit
-  grüne Technologien
-  Gesundheitswesen
-  Digitalisierung
-  Ernährung und Landwirtschaft
-  Handwerk, Kunst und Design
-  Mobilität
-  Kultur

GreenHealth

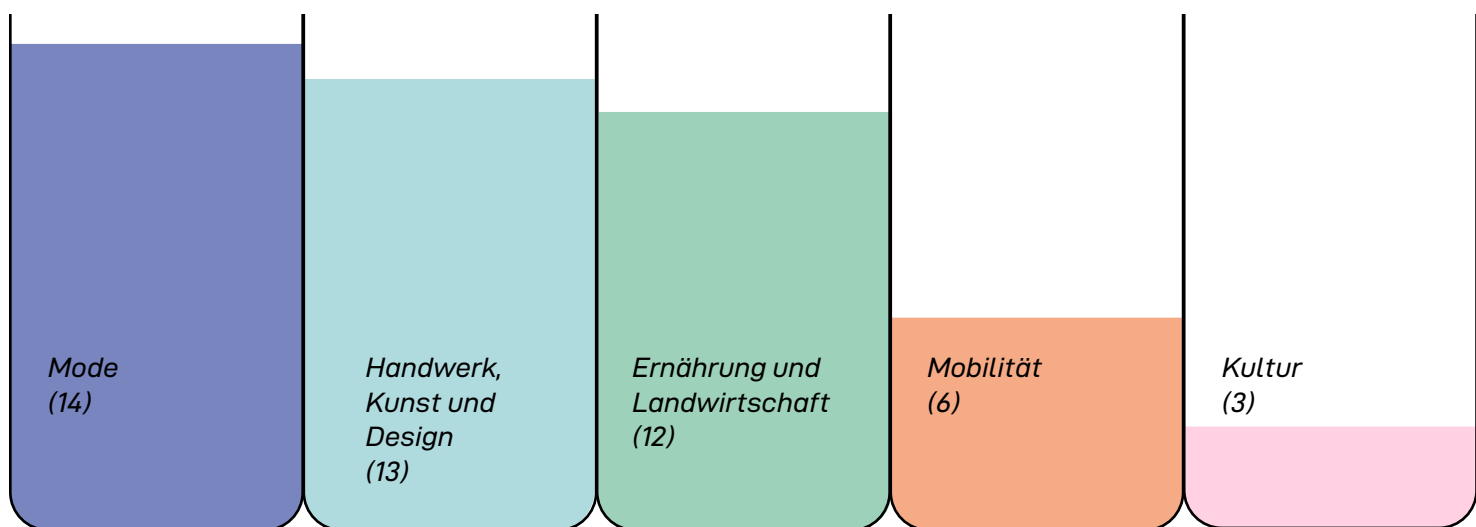
Neue alternativere Nutzungen (Marktpotenzial)

Bestandserfassung GreenHealth (alternativ)

Von den 482 Einträgen der Bestandserfassung der IHK haben wir in einem ersten Schritt 123 Unternehmen den verschiedenen Branchenclustern im Sinne von GreenHealth zugeordnet (siehe S. 28). Wie bereits erwähnt bezieht sich diese Erfassung auf den Gesamtbestand, resultierend aus etablierten und alternativeren Nutzungen. Eine Differenzierung dieser beiden Nutzungsarten soll nun stattfinden und die alternativeren Nutzungen in den Fokus genommen werden. Aufgrund des weitgefassten GreenHealth-Begriffes und der Unterteilung der Angebote in die 10 verschiedenen Branchencluster, die jeweils in ihrer eigenen Definition das Verständnis von GreenHealth für Halle (Saale) abbilden, fallen auch "etablierte" Nutzungen in die erste Bestandserfassung. Zu diesen Nutzungen zählen z.B. im Cluster "Gesundheitswesen" Apotheken, Sanitätshäuser, im Cluster "Sport, Tourismus und Freizeit" Fitnesscenter und andere Sport- und Bewegungseinrichtungen. Das Cluster "Bildung" würde durch die Aufnahme aller Schulen und Kitas das Bild verzerren, ebenso wie im Cluster "Kultur" die Theater, Galerien und Museen.

Hervorzuheben sind die "neueren, alternativeren" Nutzungen im Sinne unseres GreenHealth-Verständnisses für Halle. In der Regel sind es Unternehmen, die von den Geschäftsgründenden selbst geführt werden, also inhabergeführte Geschäfte und Einrichtungen. Darunter zählen kleinere Ladengeschäfte, Vereinsnutzungen, Handwerkseinrichtungen - eben Nutzungen im weitgespannten GreenHealth-Verständnis zu den verschiedenen Branchenclustern, insbesondere in den Clustern Mode, Ernährung und Landwirtschaft sowie Handwerk, Kunst und Design.

Abb. 5: Bestandserfassung der alternativen Nutzungen innerhalb der Branchencluster



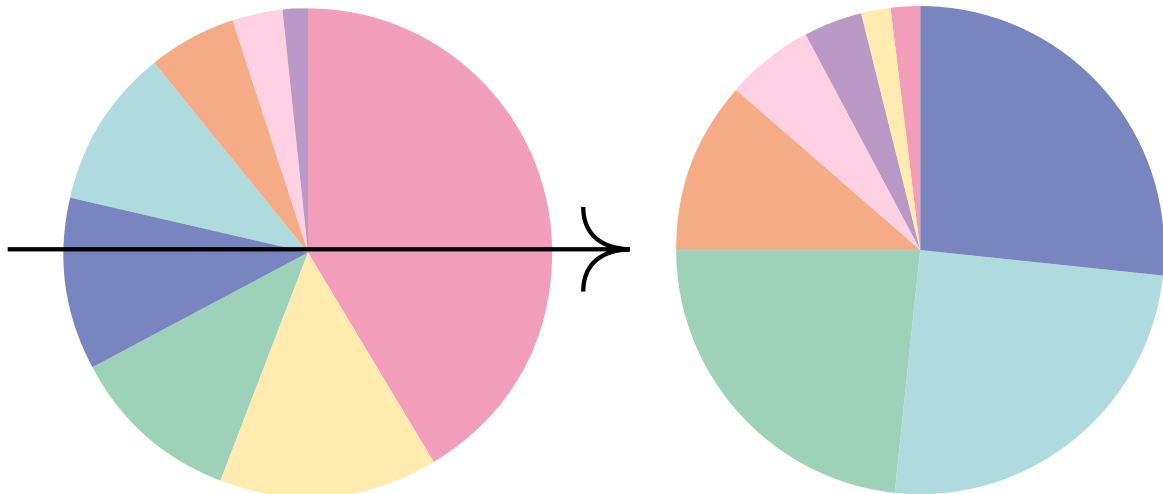
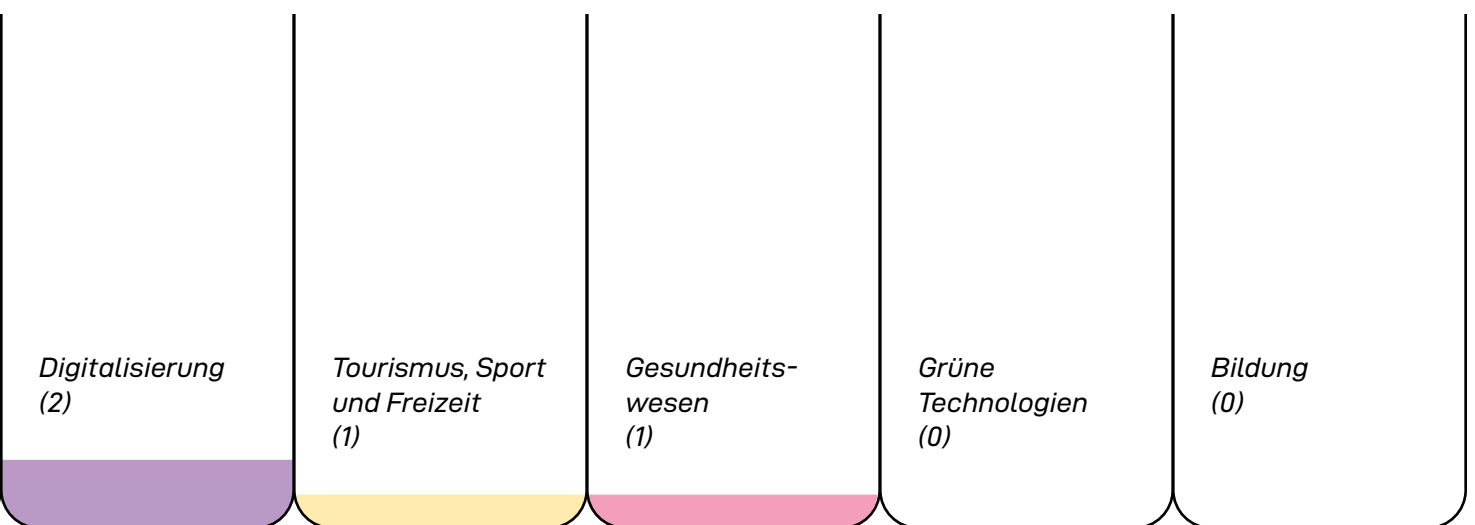


Abb. 6: Prozentuale Verteilung der alternativen Nutzungen der GreenHealth-Branchencluster in der halleischen Innenstadt

Nach dieser Differenzierung ergibt sich ein neues Datenbild: von den 123 Unternehmen können 52 Nutzungen als neu und alternativ und 71 als klassisch etabliert bewertet werden. In Relation zu den 482 Einträgen ergibt sich so ein prozentualer Anteil der neueren, alternativen Nutzungen im Verständnis von GreenHealth für die Stadt Halle (Saale) von knapp 10,79 %. Von diesen alternativeren, neuen Nutzungen bilden die Cluster Mode (26,92 %), Handwerk, Kunst und Design (25,00 %) sowie Ernährung und Landwirtschaft (23,08 %) die drei am stärksten vertretenen Cluster im Sinne von GreenHealth in der halleischen Innenstadt. Abbildung 6 zeigt, wie viele Angebote dem Branchencluster tatsächlich zuzuordnen sind. Auf Grundlage dieser Darstellung soll eine Bewertung stattfinden, wo Marktpotenziale zu erkennen sind und welche Bereiche ein deutliches Entwicklungspotenzial bieten.



Marktpotenziale

Welche GreenHealth-Nutzungen im Bestand in der halleschen Innenstadt bereits existieren und in welchem Umfang und Qualität diese sich darstellen, wurde in der Bestandserfassung herausgearbeitet. Vor allem wurde durch die Differenzierung von "etablierten" und "alternativen" Nutzungen ein Angebotspektrum herausgearbeitet, welches bereits als qualitativ eingestuft werden kann. Die folgende Bewertung bezieht sich ausschließlich auf die Bestandsanalyse zu den alternativen Nutzungen (S. 34/35).

Wo sehen wir das Marktpotenzial für die hallesche Innenstadt?

Durch die Bestandserfassung der alternativeren GreenHealth-Nutzungen sehen wir die Marktpotenziale aus dem halleschen Verständnis von GreenHealth in der Innenstadt heraus vor allem in den Branchenclustern Mode, Ernährung und Landwirtschaft sowie Handwerk, Kunst und Design. Das nachhaltige Angebot in diesen Clustern ist bereits vielfältig und ein Netzwerk lässt sich leicht aufbauen oder verstetigen. Eine weitere Stärkung dieser Bereiche könnte der ökonomischen Ausrichtung der halleschen Innenstadt einen "Roten Faden" geben und die Profilierung der Innenstadt stärken. Aus Gründen des Stadtmarketings könnte es von großer Bedeutung sein, diese Profilierung zu identifizieren und mit entsprechenden Maßnahmen zu unterlegen und durch öffentlichkeitswirksame Kampagnen und Aktionen manifestieren. Im Folgenden sollen die einzelnen Branchencluster in ihrem jeweiligen Potenzial bewertet werden.

MODE Im Bereich der nachhaltigen Mode ist die hallesche Innenstadt bereits gut versorgt. Durch die jährlich stattfindende Fashion Revolution Week in Halle (Saale) findet sowieso eine Profilierung dieses Clusters und der Ausbau und Festigung eines Netzwerkes statt. Die Kunsthochschule Burg Giebichenstein hat zudem mit dem Modedesign-Studiengang potenzielle Absolventen und Absolventinnen, die im Bereich der nachhaltigen Mode agieren. Ein Beispiel für ein bereits etabliertes Modegeschäft aus dem Umfeld der Kunsthochschule ist "Skrabak". Die Modebranche ist in den letzten Jahren durch Homogenisierungs-, Banalisierungs- und Filialisierungsprozesse unter Druck geraten. Modehandwerk, -upcycling, -reparatur und -unikate bieten nicht nur Abwechslung, sondern zeigen nachhaltige Strategien, die sich skalieren lassen. Das Thema Mode bietet ebenso ein großes Potenzial, das Thema Standort- und Stadtmarketing damit zu verknüpfen.

HANDWERK, KUNST UND DESIGN Bei der Bestandserfassung fällt auf, dass es in Halle (Saale) eine Reihe von kleinen, inhabergeführten Läden gibt, die sich bereits mittelfristig etabliert haben. Die Entwicklung einer Marke hinsichtlich der verbalen Ausprägung eines Manufaktur-Pfades kann zur Erhöhung der Sichtbarkeit der Ladengeschäfte beitragen. Auch hier bietet die Kunsthochschule Burg Giebichenstein ein großes Potenzial, das Branchencluster zu stärken. Die vorhandenen Strukturen im Norden der Innenstadt und rund um den Alten Markt ließen sich durch städtische Interventionen und Investitionen in den öffentlichen Raum stärken, um das Erlebnis Altstadt durch „Kunst- und Kulturquartiere“ zu stärken.

ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT Ernährung ist ein essentieller Bestandteil der nachhaltigen Ausrichtung einer Stadtgesellschaft. Das Angebot von Bio-Lebensmitteln in der halleschen Innenstadt ist in Bezug zu dem "banalen" Angebot eher gering. Ein bestehendes Marktpotenzial lässt sich im Bereich von Café-Nutzungen oder gastronomischen Betrieben ausmachen: das Neko-Café bietet neben dem klassischen Café-Angebot auch einen angegliederten Shop an, der sich auf japanische Produkte spezialisiert hat. Vegane Restaurants und Imbisse wie Vegan Bay oder Vöner erfreuen sich großer Beliebtheit und stellen ein alternatives Angebot zu den eher „klassischen“ Angeboten auf dem Markt dar. Die Bündelung von Lokalen im nördlichen Teil der Innenstadt (z.B. Kleine Ulrichstraße) ließe auch nachhaltige Ansätze realistisch erscheinen, in denen die Lebensmittelproduktion in Form von Manufakturen in die Innenstadt geholt wird, um neue Wertschöpfungsketten zu etablieren. Das Markt- und Entwicklungspotenzial in dem Bereich wird als hoch eingeschätzt.

Ein Blick auf die Quantität der Angebote in den jeweiligen Branchenclustern zeigt, dass die Cluster "Grüne Technologien" und "Bildung" bisher keine ökonomische Rolle in der halleschen Innenstadt einnehmen. Beide Cluster zeichnet jedoch aus, dass sie Nachhaltigkeitsthemen in die Stadtgesellschaft hineinbringen und über Praxiserprobungen ein Bewusstsein schaffen können. Da Bildung und Kultur eng miteinander verknüpft sind, fassen wir diese beiden Cluster in der Potenzialanalyse zusammen.

GRÜNE TECHNOLOGIEN Der Weinbergcampus hat im Stadtzentrum bisher keine Sichtbarkeit, so auch nicht die Unternehmen. Mit der Entwicklung des RAW-Geländes ist es möglich, dass weitere „green techs“ nach Halle (Saale) ziehen. Der Versuch, Repräsentationsräume dieses großen, wichtigen Clusters in der Innenstadt zu etablieren, könnte dann erneut aufgenommen werden. Die Geschäftigkeit der Unternehmen kann von der Zentralität und Schönheit der Altstadt profitieren – und vice versa.

BILDUNG/KULTUR GreenHealth, in dem hier dargestellten Verständnis, ist ein Transformationsprojekt. Transformation fordert Bildung, Bereitschaft zum Perspektivwechsel und setzt technische und strategische Antworten für gegenwärtige Fragestellungen voraus. Nicht umsonst sind Praxisbeispiele eng mit Bildungs- und Forschungseinrichtungen verbunden. Aber eben auch mit selbst organisierten, nachbarschaftlichen Initiativen und Netzwerken, die den grünen, sozialen Gedanken der Transformation mit urbaner Praxis füllen. Besonders neue, experimentelle und temporäre Strategien können durch die Nähe zu diesen Netzwerken und Einrichtungen entwickelt werden. Beim „Schwemme e.V.“ lässt sich sehen, inwiefern Nachhaltigkeit, Bildung, Produktion, Arbeit und Kultur ineinandergreifen können. Das Potenzial in dieser Richtung weiter zu agieren wird durch das hohe Bildungsniveau und institutionelle Unterfütterung für die Stadt als sehr hoch eingeordnet.

MOBILITÄT Die geplanten Maßnahmen im Bereich Klimaanpassung der Stadt Halle (Saale) mit der Errichtung von E-Mobilitätsstationen sind erste Boten eines Mobilitätswandels der Stadt. Diese Verkehrspunkte und Transiträume, die entstehen werden, erzeugen Frequenz und Interaktion. Sie bilden das Potenzial für wirtschaftliches Handeln. Im Untersuchungsgebiet gibt es sechs Radläden mit Reparaturangeboten. Das Thema Mobilitätswende bietet aber natürlich deutlich mehr Facetten: Leihstationen für Mobilitätsangebote, neue Formen der Logistik (Lieferung & Depots) und nicht zuletzt: Das riesige Raumangebot, was entstehen würde, wenn der MIV eingeschränkt und stark gebündelt wird. Durch die vielen Straßenbahnlinien, die durch die Altstadt und über den Marktplatz führen, ist die Nutzung des Automobils bereits kompensiert.

SPORT, FREIZEIT & TOURISMUS Grüne und gesunde Sport- und Freizeitangebote sind vermehrt um die Innenstadt herum zu entdecken. Bei künftigen Gestaltungen von Stadt- und Grünräumen ist eine Stärkung aus Sicht dieses Clusters aber zu erwarten. Das Erlebnis „Altstadt“, ein großer Faktor für Halle (Saale), kann durch lebendige, grüne und konsumfreie Orte gestärkt werden. Klimaanpassung multicodiert zu denken, kann das Potenzial haben, Ökonomie mit Ökologie stärker zu synthetisieren. Belebte, attraktive Orte an denen Frequenz und Verweildauer hoch sind, fördern die Ansiedlung von Gastronomie und Dienstleistungen. Die wenigen versteckten Orte in Höfen und Gassen können perspektivisch stärker herausgestellt werden und Besuchende wie Bewohnende der Stadt anlocken.

DIGITALISIERUNG Im Bereich Digitalisierung finden sich unzählige Entwicklungsmöglichkeiten, die eher als Querschnittsthema zu verstehen sind. Am greifbarsten wird das Thema anhand von Beispielen: im Bereich Mode ließen sich als Ergänzung zum bereits etablierten Online-Marktplatz weitere Funktionen einrichten, wie z.B. digitale „fitting rooms“, in denen digital Maß genommen wird und darauf von der „Stange“ oder „auf Maß“ eingekauft werden kann. Aspekte des öffentlichen und Stadtraums lassen sich ebenfalls durch „Digitalisierung“ stärken. Neben der Präsenz von grünen, gesunden und sozialen Angeboten kann auch das Thema Klima- und Hitzeschutz noch gestärkt werden. Wo finde ich kühle Räume? Wo gibt es gratis Trinkwasser? Welcher Spielplatz bietet Schatten und Wasser?

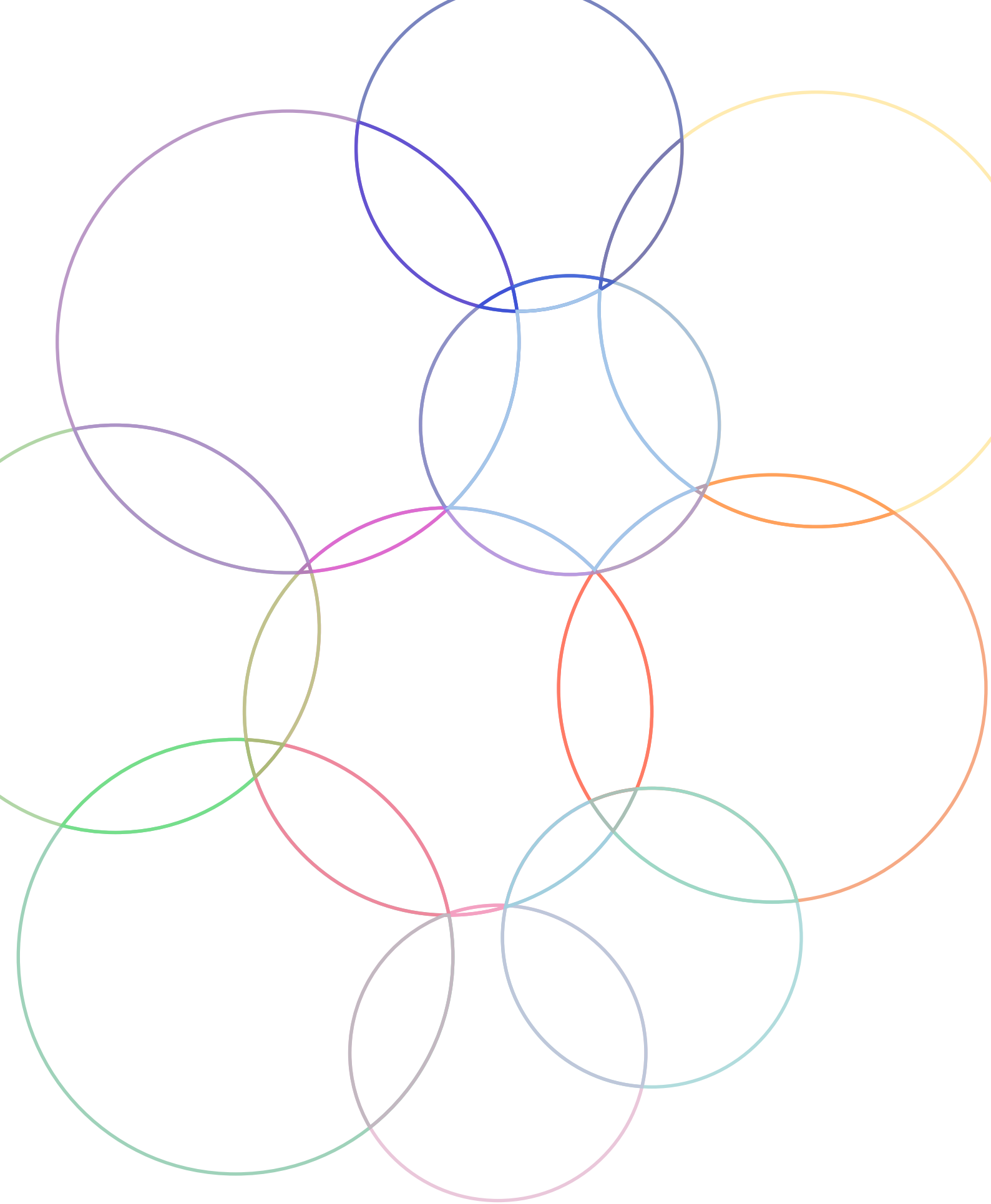
Digitalisierung durchzieht alle Bereiche und bietet stets Potenzial. Die Erfahrung zeigt aber auch: Es braucht nicht alles im Digitalen und das Andocken an bestehende Angebote ist oft erfolgreicher als immer etwas „Neues“ machen zu wollen. Denn: Digitale Angebote brauchen Reichweite – diese ist oft nur mit großer Anstrengung zu erreichen, wenn die Reichweite „von null“ an aufgebaut werden soll.

Best Practice und (Zukunfts-) Szenarien

Was kann aus anderen Städten für Halle (Saale) übernommen werden? Welche Beispiele können die Stadt inspirieren? Und welche neuen Nutzungen wären denkbar? Um wirtschaftliche Unternehmungsbestrebungen einzuordnen und die Bandbreite an Möglichkeiten und Ideen für die unternehmerische Perspektive auf die Innenstadt sichtbar zu machen, werden im Folgenden ausgewählte nationale und internationale Beispiele herangezogen. Es soll um Best-Practice-Beispiele und Zukunftsszenarien gehen, die in der halleschen Innenstadt im weiteren Verlauf des Förderprogramms "Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren" mitgedacht werden können. Dieses Kapitel soll vorerst losgelöst vom Status quo und den realen Umsetzungschancen der verschiedenen Beispiele beachtet werden. Hier soll vielmehr aufgezeigt werden, welche verschiedenen Ansätze innerhalb der Branchencluster gedacht und umgesetzt werden und wie weitreichend sich GreenHealth-Perspektiven in der ökonomischen Ausrichtung von Unternehmen darstellen können.

Wie bereits beschrieben gibt es viele Möglichkeiten, GreenHealth in der Innenstadt zu denken, zu implementieren und planerisch zu befördern. Die 10 Dimensionen von GreenHealth zeigen, wie weitreichend das Thema in der zukunftsfähigen Entwicklung verankert sein kann. Doch ist auch unbedingt der ökonomische Aspekt für die zukunftsfähige Entwicklung der Innenstädte mitzudenken. Das klassische Verständnis von Einzelhandel, Zulieferungsverkehr und Parkplatzflächen soll einem eher gemeinwohlökonomischen Ansatz weichen, der in der Innenstadt verschiedene Ebenen miteinander verknüpft: Freiflächenkonzeption, nachhaltiger Handel, Nutzungs- und Funktionsmischungen. Hierzu gibt es viele Branchen, Geschäftsbereiche und Querschnittsthemen, die für die hallesche Innenstadt interessant sein könnten – natürlich immer abhängig von den Bedürfnissen und Ressourcen der Stadt und ihrer Bevölkerung.

Im Folgenden zeigen wir (Zukunfts-)Szenarien der verschiedenen Branchencluster auf. Die Szenarien sollen Möglichkeiten für die nachhaltige und zukunftsorientierte Entwicklung der innerstädtischen Ökonomie aufzeigen und eine Art Utopie darstellen. Die Branchencluster werden mit Best-Practice-Beispielen verknüpft, um eine erste Orientierung für die Etablierung möglicher Geschäftsbereiche und -modelle zu geben und darzustellen, wie eine Umsetzung in der Innenstadt aussehen könnte.



CLUSTER 1:

Ernährung und Landwirtschaft

ZUKUNFTSSZENARIO Landwirtschaftliche Betriebe, die sich im unmittelbaren Umland von Halle (Saale) befinden, können ihre regionalen Erzeugnisse wie Obst, Gemüse und Milchprodukte ohne längere Transportwege in der halleschen Innenstadt vertreiben. Die Transparenz über Herkunft, Erzeugung und Transport schafft Vertrauen zwischen Händlerin und Käufer und stärkt das Interesse an saisonalen und regionalen Lebensmitteln. Die starke Frequentierung des "Wochenmarktes 2.0" in der Altstadt zeigt eine lebendige Altstadt, in der sich lokale und regionale Betriebe und Produkte einer großen Beliebtheit erfreuen. Die gastronomischen Angebote werden durch die nachhaltigen Restaurants erweitert, die ihre Waren direkt von den landwirtschaftlichen Betrieben auf dem Markt beziehen.

Zudem stärkt die Schaffung von Hoch- und Gemeinschaftsbeeten in unmittelbarer Umgebung des Innenstadtbereiches das Gefühl für eine gesunde Ernährung, z.B. durch ergänzende Workshopformate und Mitmach-Aktionen. Die Hochbeete, die von den Nutzenden selbst getragen werden, schaffen zugleich ein Gemeinschaftsgefühl und sorgen für eine Lebendigkeit auf den dafür genutzten Flächen. Denkbar wäre hier, eine Frei-, Brach- oder Dachfläche in unmittelbarer Umgebung des Innenstadtkerns rund um den Marktplatz zu nutzen, die durch die neue Nutzung zugleich die Funktion einer Grün- und Erholungsfläche bekommt.



Abb. 7: Der Østergro Dachgarten aus der Vogelperspektive. (Pontoppidan o. J.)

Kopenhagen, Dänemark

ØSTERGRO

Hier befindet sich ein 600 Quadratmeter großer Bio-Dachgarten fünf Stockwerke über einer alten Fabrik für Autoauktionen. Mit 90 Tonnen Boden in langen Hochbeeten entstand hier eine landwirtschaftlich genutzte Fläche, die neben dem Anbau von Gemüse auch Bienen und Hühner beherbergt. Die Menschen haben sich hier zu einem Verein zusammengeschlossen und bieten mehrmals die Woche Workshops an. Zu Beginn der Vegetationsperiode zahlen die Mitglieder des Vereins einen Mitgliedsbeitrag für ihren Anteil an der zu erwartenden Ernte.

Beginnt die Erntesaison, können die Mitglieder wöchentlich ihren Anteil an Gemüse, Eiern und Honig erhalten. (vgl. Rud o. J.)

Das Restaurant, welches sich ebenfalls auf dem Dachgarten befindet, kocht nur mit saisonalen und regionalen Produkten, die jedoch nicht von der Dachfarm stammen. Die Verzahnung des Restaurants mit der Dachfarm findet aber zum Beispiel dort statt, wo Essensreste oder Lebensmittelabfälle an die Hühner verfüttert oder kompostiert werden.

Das Konzept der selbstbewässernden ‚Kapillar-Boxen‘, auf denen ØsterGro beruht, hat sich so herumgesprochen, dass man diese Beete inzwischen in der ganzen Stadt findet.

CLUSTER 2:

Sport, Tourismus und Freizeit

ZUKUNFTSSZENARIO Läden, die sich durch ihre Produktpalette aus Sport- und Freizeitartikeln auszeichnen, fördern direkt oder indirekt eine aktive und gesunde Lebensweise. Der Verkauf gekoppelt mit Informationen über Ausflugsmöglichkeiten und Möglichkeiten zur sportlichen Betätigung in und um Halle (Saale) im innerstädtischen Bereich können Freizeitaktivitäten im Freien in den Fokus einer Gesellschaft rücken. Um sich neuen Sportarten und Freizeitaktivitäten anzunähern, wird auch der Verleih von Sportgeräten und des jeweiligen Equipments vorangetrieben. Um verschiedene Sportarten zu betreiben, bedarf es keiner eigenen Ausstattung mehr.

Die angebotene Ware ist nachhaltig produziert und bedient sich der Idee der Zirkularität. Die Fashion-Revolution-Week Halle 2023 wurde mit dem Fokus auf nachhaltige Sportkleidung umgesetzt. Die Kooperationen mit den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren soll weitergeführt werden, um die innovativen Ansätze auch zu realisieren, zu vermarkten und einen ökonomischen Zweig zu bilden.

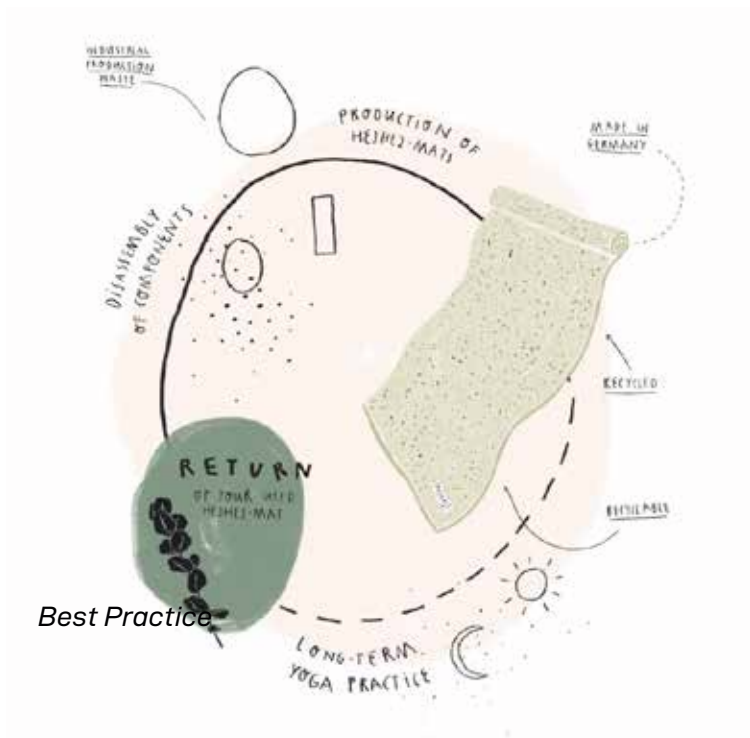


Abb. 8: Produktionskreislauf zur Herstellung der Yogamatten (hejhej)

...

hejhej

Die hejhej GmbH stellt in Deutschland aus industriellem Schaumstoffabfall Yogamatten her. Gleichzeitig bietet sie die Rücknahme der gebrauchten Matten an, um diese zu recyceln. Damit wird der Materialkreislauf geschlossen.

Mülheim

Sport und Bewegung

Initiativen von Sport in Metropolen haben zum Ziel, verschiedene Angebote zu vernetzen und Synergien im Sportbereich zu nutzen, um der Bevölkerung ein qualitativ und quantitativ besseres Sportangebot zu ermöglichen. Dabei sollen zentrale Anlaufstellen für Bürgerinnen und Bürger geschaffen und die lokalen Vereine und Institutionen vernetzt werden. In Mülheim wurden im Rahmen dieser Initiative diverse Projekte umgesetzt, wozu unter anderem eine Bambini-Kicker-Liga, offene Ballangebote in Jugendeinrichtungen und verschiedene Bewegungsangebote für Jugendeinrichtungen zählen.

CLUSTER 3:

Grüne Technologien und Kreislaufwirtschaft

ZUKUNFTSSZENARIO Ein Cluster aus Unternehmen, die sich der Erprobung und Erforschung grüner Technologien widmen, können ihre Projekte in Praxis in der Innenstadt testen. Das Ladenlokal mit der angrenzenden Freifläche kann als Showroom und Freiraumlabor dienen, beispielsweise um die Luftqualität durch Begrünungsmodule zu verbessern oder umweltfreundliche Energiequellen für ihren eigenen Standort zu testen. Alle möglichen Ideen zu Klimaanpassungsmaßnahmen setzen ein Screening voraus, um danach gezielte Maßnahmen zu etablieren und zu evaluieren.

Die Arbeit in den Räumen strahlt in den öffentlichen Raum aus und kann diesen gleichzeitig aufwerten. Eine Fassadenbegrünung, die mit einem zirkulären Regenwasser-System ausreichend mit Wasser versorgt wird, spendet Schatten und verbessert die Luftqualität - mögliche Kühlungseffekte auf die versiegelten vorgelagerten Flächen wären denkbar.



Abb. 9: Außenansicht von The Circl. (Van Duivenbode o. J.)

Amsterdam, Netherlands

THE CIRCL

Das Beispiel The Circl dient als Mikrokosmos der Zirkularität. Hier wird anhand eines Gebäudes mit multifunktionaler Programmierung deutlich, inwiefern Synergien genutzt werden können. Nachhaltigkeit wurde vor allem in der Architektur und im Bau sichergestellt. The Circl ist so konzipiert, dass die Bau-Materialien wiederverwendet werden können: nichts ist geleimt, alles wurde kalt montiert oder verschraubt (z.B. niederländisches Lärchenholz oder die recyclebare Aluminium-Fassade). Zudem stammen die Baumaterialien aus der Umgebung und/oder sind teilweise recycelt worden: Das Parkett kommt aus einem alten Kloster und einem Fußballverein, die Fliesen in Küche und Toilette sind aus recyceltem Beton, die Wände- und Deckenisolierung wurde aus 16.000 alten Jeanshosen hergestellt.

Vorbildlich in puncto Zirkularität ist vor allem der Dachgarten mit Rooftop-Bar und Sonnenpaneelen. Das Regenwasser, das dort in den Beeten versickert, gelangt in eine unterirdische Zisterne und wird für Toilettenspülung und Bewässerung der Pflanzen genutzt. Auch das Thema Transparenz wird in The Circl großgeschrieben: Die verwendeten Materialien sind ausnahmslos in einem digitalen Open-Source-Gebäudepass festgehalten.

CLUSTER 4:

Mobilität

ZUKUNFTSSZENARIO Mobility-Hubs sind wunderbar, um das Thema der nachhaltigen Mobilität in der Innenstadt zu erforschen, zu erproben, zu etablieren – und vor allem sichtbar zu machen. Durch die Schaffung eines Hubs, in dem gleichzeitig multiple Fortbewegungsmittel angeboten werden, wird die Notwendigkeit des MIV maximal verringert und der Vorteil von der mittlerweile enormen Vielfalt aufgezeigt.

Die Etablierung von E-Mobilität und Sharing-Angeboten in der Innenstadt spart CO₂-Emissionen und löst bestenfalls den großen Flächenbedarf für Parkflächen auf. Ein gut ausgebautes Netz an Fahrradwegen fördert direkt oder indirekt die Bewegung, reduziert den Lärm und fördert durch eine hohe Frequentierung des Netzes den weiteren Ausbau einer nachhaltigen Infrastruktur. In der Stadt der kurzen Wege erreicht man alles bequem zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln.



Abb. 10: Tretty-Fuhrpark im öffentlichen Raum in Münster (tretty. green mobility)

Münster, Deutschland

tretty. green Mobility

Tretty ist ein eigenständiges, emissionsfreies Sharing System für Münster. Ausleihbar sind Fahrräder, Tretroller und Lastenräder, die ausschließlich mit eigener Muskelkraft angetrieben werden und somit zu 100 % emissionsfrei sind. Das Mieten gestaltet sich flexibel, da die Fahrzeuge im Geschäftsgebiet von tretty ausgeliehen und wieder abgestellt werden. Über die App können Mietvorgänge durchgeführt werden.

Tretty bietet neben der Möglichkeit zur privaten Nutzung auch eine Vielzahl von Angeboten für Geschäftskunden an, um z.B. die grüne Mobilität auf Events zu unterstützen oder einen eigenen Lastenrad-Fuhrpark für die Mitarbeitenden aufzubauen.

CLUSTER 5:

Gesundheitswesen

ZUKUNFTSSZENARIO Gesundheit ist ein wesentlicher Aspekt, der im Begriff „GreenHealth“ verankert ist. Eine immer älter werdende Bevölkerung ist auf ein gutes und niederschwelliges Gesundheitswesen und entsprechende Angebote angewiesen, um sich weiterhin als Teil der lebendigen Stadt zu fühlen und am Innenstadtleben teilzunehmen – zu spazieren, sich aufzuhalten, zu genießen.

Das Gesundheitswesen spielt eine sehr große Rolle im ökonomischen Verständnis der Innenstadt – deshalb ist es wichtig, dass dieser Geschäftszweig so nachhaltig wie möglich ausgebildet wird. 3D-gedruckte Prothesen oder fair produzierte orthopädische Einlagen können beispielsweise einen neuen ökonomischen Zweig bilden. Zum Vorbild soll das Green Hospital Bergmannstrost werden, welches Teil der Initiative „Green Global Healthy Hospitals“ ist.



Best Practice

Abb. 11: Innenansicht Ottobock-Campus Prenzlauer Berg

Berlin, Deutschland

Ottobock -Campus

Die Medizintechnikfirma Ottobock entwickelt in historischen Strukturen ein neues Quartier und definiert das Arbeiten neu: Ein neuer „High Tech Kiez“. Auf dem Gelände der ehemaligen Bötzw-Brauerei an der Prenzlauer Allee im Pankower Stadtteil Prenzlauer Berg entsteht seit 2013 ein Medizin-Campus, der vorwiegend vom Prothesenhersteller genutzt werden soll.

Neben Büro- und Therapieflächen sowie hochmodernen Produktionsbereichen soll es auf dem zukünftigen Campus viele öffentliche Bereiche wie Cafés, Restaurants und frei zugängliche Stadtplätze geben. Die Nutzungs- und Funktionsmischung beinhaltet eine kommunikative Werkstatt (mit Clusteranordnung), Test- und Übungsräumen (Garten, Rampen etc.), Ausstellungsräume, Gastronomie und Wohnungen.

CLUSTER 6:

Mode

ZUKUNFTSSZENARIO Nachhaltige Mode ist in den letzten Jahren mehr und mehr zum „Trend“ geworden, die Branche wächst. In Halle (Saale) gibt es bereits viele inhabergeführte Läden, die sich auf Handel und Produktion von Fair Fashion spezialisiert haben. Für Konsumentinnen und Konsumenten ist es zunehmend wichtiger geworden, dass Produktions- und Lieferketten nachhaltig gestaltet sind und gute Arbeitsbedingungen sichergestellt werden.

Ein Komplex aus Verkauf von lokal produzierter Mode, einem angedockten Reparaturservice, Möglichkeiten von Do it yourself-Workshops (DIY) und Second-Hand-Mode könnte die Fragen zum Thema Nachhaltigkeit in der Mode beantworten. Der Komplex dient ebenso als Ort der Wissensproduktion und Zentrum für den Austausch: die Prozesse werden transparent dargestellt, um die Bildung in diesem Bereich allen Menschen zu ermöglichen.

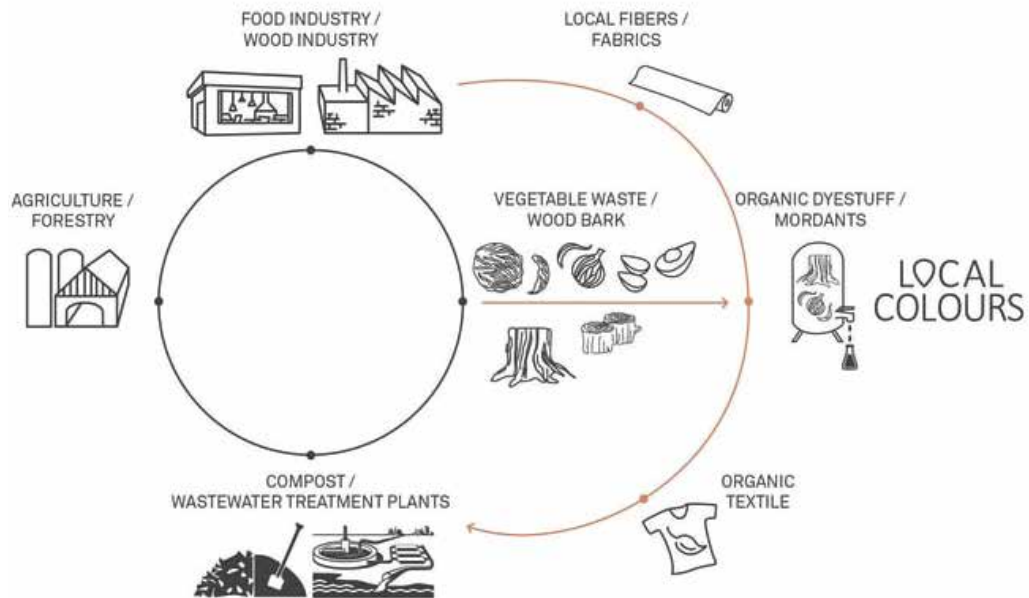


Abb. 12: Produktionskreislauf zur Herstellung organischer Farbstoffe (Local Colours)

Zürich, Schweiz

Local Colours

Das Projekt Local Colours hat zum Ziel, aus Abfällen lokaler Nahrungsmittelproduktionsbetriebe Farbstoffe zu gewinnen, um damit nachhaltige Textilien auch nachhaltig färben zu können. Das Projekt verfolgt damit in zweierlei Hinsicht die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft: einerseits indem es sich durch die zusätzliche Nutzung von Abfällen in die bestehenden Kreisläufe integriert und andererseits indem es durch das Färben mit pflanzlichen Farbstoffen auch das Recycling der gefärbten Textilien in einem biologischen Kreislauf zu verbessern hilft.

Addis Abeba, Äthiopien

soleRebels

soleRebels setzt in ihrer Schuhproduktion auf eine garantierte Herkunft, echtes Handwerk, Upcycling und Nachhaltigkeit. Sole Rebels ist kein externes Nonprofit-Programm, das auf Spenden angewiesen ist: die Produktion sitzt in Äthiopien, um Wohlstand für die Gemeinde zu generieren und Arbeiterinnen und Arbeiter in Äthiopien am Wachstum der Firma aktiv zu beteiligen. Die Schuhsohlen werden aus alten Autoreifen gefertigt und anstelle der Nutzung von Chemikalien werden Lebensmittelfarben zum Färben genutzt. All dies geschieht ohne jeglichem vermeidbaren CO₂-Ausstoß.

CLUSTER 7:

Digitalisierung

ZUKUNFTSSZENARIO Die Digitalisierung hat einen großen Einfluss auf alle bestehenden Prozesse der Innenstadt. Der vermehrte Online-Handel führt zu verringerten Einnahmen des lokalen Einzelhandels. Die an vielen Stellen kritisierte Verödung der Innenstadt lässt sich auch zum Teil mit der Digitalisierung in Verbindung bringen. Auch Arbeitswelten befinden sich im Transformationsprozess: durch die Corona-Pandemie wurde deutlich, dass viele Arbeitsbereiche auch ohne gezielten Raumbedarf erfolgreich gestaltet werden können. Prozesse wurden durch die Digitalisierung effizienter gestaltet, „Remote-Work“ von quasi überall ist mittlerweile in vielen Bereichen die neue Norm. Was bedeutet das für die Innenstadt? Viele Büroflächen werden nicht mehr gebraucht und können anders genutzt bzw. müssen anders gedacht werden: multifunktional, flexibel, kooperativ.

In Zukunft wird es für den Einzelhandel dementsprechend wichtig sein, digitale Angebote mit dem analogen Vor-Ort-Erlebnis zu überlagern: über ein freies WLAN-Angebot in der Innenstadt kann die Kundschaft Informationen auf einem Webshop über Angebot und Lagerbestände in Echtzeit bekommen, durch ein Click & Collect-System spart man zeitliche und personelle Ressourcen. Das Angebot in „Live-Concept-Stores“ beispielsweise richtet sich direkt nach den Daten, die über die Online-Nachfrage gesammelt wurden und wird dementsprechend fast in Echtzeit angepasst. Ebenso möglich sind Schnittstellen zur Warenwirtschaft oder die Integration des Online Shops in stationäre Geschäfte. Auf diese Weise können im Laden nicht vorrätige Produkte direkt online bestellt und nach Hause oder in den Laden geliefert werden.

Die Stadt Halle (Saale) hat bereits einen Online-Marktplatz für stationäre Händlerinnen und Händler und lokale Produkte etabliert. Teilnehmende Händler können ihre Angebotsvielfalt darstellen und brauchen keinen eigenen Webauftritt mehr. Selbst die Same-Day-Delivery-Option ist über den digitalen Marktplatz möglich. <https://atalanda.com/halle-saale/>



Best Practice

Abb. 13: Verwendung eines Touchscreens (digital signage) zur Ansicht der Passform eines Kleidungsstücks

Ortsunabhängig

Digital Stores

Digitale Technologien (Digital Signage) am Point of Sale sind stark im Kommen, sei es durch Displays / Flachbildschirme, interaktive Touchscreens / Kiosksysteme oder Innenleuchtkästen. Je nach Digital Signage-System können Verbraucherinnen und Verbraucher jederzeit auf aktuelle Informationen zugreifen und sich zu Stoßzeiten, wenn eine Beratung mit Wartezeiten verbunden ist, selbst über das gesamte Produktportfolio informieren. Geschäfte mit mehreren Filialen haben durch vernetzte, digitale Lösungen die Möglichkeit, Kampagnen buchstäblich auf Knopfdruck zu ändern und den aktuellen Gegebenheiten anzupassen.

Klima-Taler

Die Klima-Taler-App verwandelt eingespartes CO₂ der Bürgerinnen und Bürger in Klima-Taler, die bei lokalen Partnern in Vergünstigungen eingetauscht werden können. Die Klima-Taler-App unterstützt so neben den ökologischen Zielen auch ökonomische Ziele. Die lokalen Händler können sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen auf dem Marktplatz in der App bestmöglich präsentieren und so dem globalen Onlinehandel etwas entgegensetzen.

CLUSTER 8:

Bildung und Forschung

ZUKUNFTSSZENARIO Bildungs- und Forschungseinrichtungen sind in diesem Bereich ein übergeordnetes Cluster, da verschiedene Aspekte von GreenHealth in einer ineinandergreifenden Bildungsarbeit thematisiert werden können. Hierbei sind die Einrichtungen weniger klassisch ausgerichtet, sondern bedienen sich der Elemente von Kulturstätten und richten sich vermehrt für die Öffentlichkeit aus.

„Bildungshubs“ im innerstädtischen Bereich können einer breiteren Zielgruppe den Wissenstransfer und den Austausch zu wissenschaftlichen Themen ermöglichen. Themen wie z.B. Klima, Ernährung, Co-Working-Konzepte, Funktions- und Nutzungsmischung, Workshops zu Circular Economy oder Radical Materials – alles ist möglich und lässt sich zentral steuern. Diese Hubs können auch Angebote der bestehenden Forschungseinrichtungen erweitern und als eine Art „Showroom“ funktionieren, beispielsweise als Veranstaltungsort für die Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle, der Martin-Luther-Universität (MLU) oder des Weinberg Campus Innovation Hubs (WBC Innovation Hubs).



Best Practice

Abb. 14: Mediamatic-Gelände mit dem Myco Design Lab im Hintergrund

Amsterdam, Netherlands

Mediamatic

Mediamatic ist ein Bildungszentrum, das sich mit neuen Entwicklungen in der Gesellschaft beschäftigt und über das Zusammenspiel von Kunst, Design und Wissenschaft einen neuen Zugang zu Lebensmitteln, Abfall und anderen Materialien sucht. In organisierten Vorlesungen, Workshops und Kunstprojekten werden Themen aus Natur, Biotechnologie und Kunst mit einem breiten Netzwerk geteilt. Im Myco Design Lab werden beispielsweise Möglichkeiten zur Herstellung von Materialien aus lebenden Organismen untersucht. Die Alte Scheune wurde im Zuge der Forschung mit einem Dämmmaterial aus Pilzmyzel ausgestattet.

CLUSTER 9:

Handwerk, Kunst und Design

ZUKUNFTSSZENARIO Der New-Local-Trend ist in den vergangenen Jahren rasant gestiegen. Als Small open local connected werden Produktions- und Verkaufsflächen definiert, die sich auf regionale und lokale Produktionsweisen und Lieferketten fokussieren. Gemeinschaftliche Nutzungen von Werkstätten, Einbezug regionaler Lieferanten und Produkte, gemeinsame Verkaufsräume und offene Reparatur-Angebote – das ist die Zukunft von innerstädtischer Produktion durch eine kooperative Nutzung von bestehenden Flächen.

In Halle (Saale) gibt es viele kleine, inhabergeführte Läden, die sich auf (Kunst-)Handwerk spezialisiert haben: vorne der Verkaufsraum, hinten angelagert die eigene Werkstatt zur Produktion. Maschinen und Produktionsräume werden geteilt, da sich die Läden räumlich in der Innenstadt zentrieren. Dieser Manufaktur-Pfad kann das Profil der Innenstadt von Halle (Saale) stärken und eine neue, ökonomische Ausrichtung mit sich bringen. Die Kunsthochschule Burg Giebichenstein hat vereinzelt kleinere Ladengeschäfte angemietet, um den Studierenden die Möglichkeit zu geben, ihre Produkte anzubieten. Dabei können sie von den Produktionsweisen der "etablierten" lernen.



Abb. 15: Innenansicht des Ladengeschäftes der Bremer Stadtfabrikanten

Bremen, Deutschland

Die Bremer Stadtfabrikanten

Bremen beherbergt viele Manufakturen, die ihre Ware handwerklich herstellen. Bei den Bremer Stadtfabrikanten geht es allerdings nicht nur um den Verkauf, sondern auch um den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln und Produkten. Die Betriebe, die alle familien- oder personengeführt sind, wollen gemeinsam ein Zeichen für Bremen setzen. Gleichzeitig bewahren sie Traditionen und schaffen Arbeitsplätze.

Bern, Schweiz

Quartierwerkstatt Viktoria

Initiativen wie die Quartierwerkstatt Viktoria bieten die Chance, dass Ressourcen wie Raum, Maschinen und Werkzeug gemeinschaftlich genutzt werden können und somit der entsprechende Verbrauch reduziert wird. Gleichzeitig fördern sie den Austausch und die Verstärkung von Wissen und Expertise.

CLUSTER 10:

Kultur

ZUKUNFTSSZENARIO Kultur ist ein zentraler Bestandteil des städtischen Lebens. Bei der Entwicklung einer zukunftsfähigen Stadt ist es wichtig, dass auf mehreren Ebenen ein Kulturwandel stattfindet: das klassische Verständnis von Innenstadt kann einem gemeinwohlorientierten Ansatz weichen - zumindest in der Theorie. Kultur bedeutet gleichzeitig die Erprobung und Umsetzung neuer gesellschaftlicher Ideen, die den Zugang zu Stadt und ihren Ressourcen alternativ begleitet und verändert.

In der gelebten Praxis werden Möglichkeitsräume für Utopien geschaffen, die modellhaft auf andere Bereiche in der Stadt angewendet werden können. Ohne Orte für Kultur wird kein Kulturwandel entstehen, ohne Freiräume werden Denkmuster nicht durchbrochen. Die Schwemme, Goldene Rose oder Goldener Pflug als Orte der Transformation und Erprobung zeigen, wie es gelingen kann, neue zentrale Orte in der Stadt zu öffnen, zu entwickeln und neu zu denken. Die etablierten Kultureinrichtungen der Kulturinsel, die Oper, Konzerthallen und (Kunst-)Museen öffnen sich - wie das Theater auf dem Uniplatz oder bei der Bespielung des Moritzburggraben - in den Stadtraum und verlagern Ausstellungen, Konzerte oder andere künstlerische Praktiken in die Innenstadt.



Best Practice

Abb. 16: Außenansicht des Holzmarkt-Komplexes in Berlin-Friedrichshain

Berlin, Deutschland

Holzmarkt

Der Holzmarkt ist ein Versuch, die temporäre Aneignung von Räumen – die in Berlin eine lange Tradition hat – Schritt für Schritt in eine neue Dauerhaftigkeit zu überführen. Ein urbanes Dorf, offen zur Stadt, kleinteilig und grün – das ist die Antwort auf die Mediaspree. Eine nutzergetriebene Projektentwicklung, die weder von der Immobilienwirtschaft noch durch städtische Planung von „oben“ bestimmt ist. Eigene, gemeinschaftliche Initiative, die einen Mehrwert für unsere Stadt schaffen soll. Der Holzmarkt denkt Natur, Wirtschaft und Kultur zusammen. Der Holzmarkt bietet Räume für Kreativität, zum Leben und Arbeiten.

Zürich, Schweiz

Dynamo

Die ehemalige Brauerei wurde über Jahrzehnte hinweg umgenutzt, das vielfältige Angebot wird stetig an die Bedürfnisse der Bewohnerschaft angepasst. Die Angebote des Kulturhauses Dynamo in Zürich reicht von Konzerten und Partys über offene Werkstätten für Handwerk, Gastronomie bis zur Raumvermietung und bietet somit Raum für verschiedenste Initiativen und Ideen.

Green Economy

Gründungen & Betriebsmodelle

Die Auseinandersetzung mit dem Markt und Best-Practice hat Aufschluss darüber gegeben, welche Angebote aus dem Bereich GreenHealth in Halle (Saale) bereits existieren, in welchem Umfang diese sich darstellen und welche neuen Nutzungen und Szenarien für die ökonomische Ausrichtung in der halleschen Innenstadt denkbar wären. Die vorgelagerten Beispiele sollen eine Inspiration für mögliche Unternehmungsbestrebungen liefern, doch: was haben Gründende für Möglichkeiten, ihre Ideen wirklich umzusetzen? Welche Rechtsform ist die richtige? Und in welchem Feld bewege ich mich eigentlich, wenn ich im Bereich der Green Economy gründen möchte? Zunächst ist es notwendig zu differenzieren, welche Akteurinnen und Akteure überhaupt in Frage kämen, grüne, umweltgerechte, soziale und innovative Unternehmensgründungen zu forcieren.

Bevor ein genauerer Blick in die Green Economy und der verschiedenen Betriebsmodelle und Inkubatoren erfolgt, soll der Fokus auf mögliche Akteurinnen und Akteuren gelenkt werden, die für eine Gründung in Frage kommen würden. Hierzu hilft ein Blick in die Zusammenfassung der globalen Gründungsaktivitäten des Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023: Die Krisen der letzten Jahre, die Rezessionen und Ressourcenknappheit haben in den globalen Arbeitsmarkt Dynamiken entfacht. Die Autorenschaft des GEM kommt für das Jahr 2022 zu der Feststellung, dass das Adaptieren an die neuen Normalitäten (Klimakrise, globale Konflikte und Ressourcenknappheit) besonders in den Bereichen, die in der vorliegenden Marktstudie unter „Green Health“ verstanden werden, als wachsende Gründungsmärkte gelten.

Auf Deutschland bezogen lässt sich ebenfalls eine wachsende Dynamik im Bereich der Gründungen feststellen: etwa 9 % der Erwerbstätigen befanden sich 2022 in einem Unternehmensgründungsprozess. 4 % der Erwerbstätigen haben ein etabliertes Unternehmen gegründet. Die Trends der Sparten und Branchen folgen dem globalen Trend: GreenHealth. Der Trend von etablierten Gründungen setzt sich laut der GEM Jahresberichte in den Bereichen Dienstleistungen, Gesundheitswesen, Informationstechnologien und Kreativwirtschaft bereits seit Jahren fort. Spannend dabei sind auch die Motivationen: Diejenigen, die für den Wohlstand gründen, sind nur noch knapp in der Mehrheit gegenüber denjenigen, die aus Gemeinwohlaspekten gründen („to make a difference in the world“).

Eine Annäherung an die Begriffe von GreenHealth und Green Economy erfolgte bereits unter den Branchenclustern. Da GreenHealth aus dem Verständnis für die Stadt Halle (Saale) heraus mit Grün und Nachhaltigkeit übersetzt werden kann, sollen nun wirtschaftliche Konzepte aus dem Bereich der Green Economy vorgestellt werden. Dieser Leitfaden soll Gründenden dabei helfen, ihre Ideen anhand von Nachhaltigkeitsfaktoren einzuordnen. Green Economy bezieht sich auf verschiedene Handlungsfelder rund um die Nachhaltigkeit von Produktion und Konsum, Energie, Mobilität sowie zukunftsfähiger Stadtgestaltung. Die Schaffung neuer Arbeitsplätze und der nachhaltigere Umgang mit der „Ressource Mensch“ soll sich langfristig positiv auf die Gesellschaft und die Work-Life-Balance auswirken. Neben diesen gesellschaftlichen und sozialen Faktoren spielt vor allem die Umsetzung von GreenTech eine wichtige Rolle in der ökonomischen Ausrichtung von Unternehmen: umweltfreundliche Energieerzeugung / Energieeffizienz / Rohstoff- und Materialeffizienz / nachhaltige Mobilität / Kreislaufwirtschaft / nachhaltige Wasserwirtschaft / nachhaltige Forst- und Agrarwirtschaft.

Die sogenannten "grünen Zukunftsmärkte" zeichnen sich durch die Etablierung und Anwendung dieser Instrumente aus. In Halle (Saale) existiert mit dem Innovation Hub auf dem Weinbergcampus bereits ein Unternehmenscluster aus Green Tech-Unternehmen. Wir haben versucht herauszufinden, ob die Lage in der Innenstadt für diese attraktiv wären.

EXKURS: Green Tech und der Weinbergcampus - Innenstadtlagen attraktiv?

Im Austausch mit den Green Tech-Unternehmen des Weinbergcampus wurden die aus ihrer unternehmerischen Sicht zentralen Potenziale der Innenstadt mit Hilfe eines Fragebogens erfragt. Die Innenstadt wird dabei als attraktiver Wohn- und Kulturort angesehen. Ebenso wurden der halleschen Innenstadt repräsentative Potenziale zugesprochen: die Nähe zum Bahnhof und die historische Bausubstanz böten sich demnach an, den Standort Halle (Saale) und die Unternehmen gleichermaßen zu repräsentieren. Es gab zudem seitens des Innovations Hubs bereits Bestrebungen, Ladenlokale, Meeting-Rooms, Co-Working Angebote und Showrooms in der Innenstadt anzubieten, die jedoch aufgrund mangelnder Nachfrage oder gegebenenfalls erfolgloser Öffentlichkeitskampagnen versandeten. Dennoch wurden die Potenziale der Innenstadt weiterhin als eher hoch eingeschätzt, sodass eine gemeinsame Entwicklungsstrategie mit dem innovativen Potenzial des Campus sinnvoll sein könnte.

Die Unternehmen des Weinbergcampus sind ansonsten mit ihren Räumen auf dem Campus weitgehend zufrieden und sehen besonders die Stärke darin, dass sie sich im Neubau passgenau auf ihre unternehmerischen Ansprüche aufstellen können. Die historischen, denkmalgeschützten Substanzen der Altstadt seien teils schwierig mit den unternehmerischen Anforderungen zu vereinbaren. Bei geeigneten Räumen für Labore und Produktionsstätten wäre die Innenstadt aufgrund der kurzen Wege und der zentralen Lage hingegen ein interessanter Standort. Ebenso wurde deutlich, dass die Potenziale des Co-Working in den Unternehmensbranchen des Campus nicht überschätzt werden sollten, da das Angebot am Campus selten ausgelastet ist.

Wirtschaftliche Konzepte und Ideen für eine Green Economy

Laut Gründerplattform wird sich das Marktvolumen der grünen Zukunftsmärkte seit 2011 bis 2025 mehr als verdoppelt haben. Dennoch ist Green Economy gesamtwirtschaftlich längst kein Standard. Aber welche ökonomischen Konzepte und Ideen können der Green Economy genau zugeschrieben werden?

CRADLE-TO-CRADLE Dieses Konzept strebt ein ökoeffektives Wirtschaften an. Dabei orientiert es sich an drei Grundsätzen: Alle in der Produktion verwendeten Rohstoffe sollen in gleicher Qualität wiederverwendet werden können oder biologisch abbaubar sein. Außerdem setzen C2C-Unternehmen auf erneuerbare Energien, und die Produktion soll unter Einbezug biologischer und kultureller Vielfalt erfolgen. Das Ideal der Cradle-to-Cradle-Bewegung besteht in geschlossenen biologischen oder technischen Kreisläufen.

CIRCULAR ECONOMY Eine funktionierende Kreislaufwirtschaft zählt zu den wichtigsten Zielen der Green Economy, wobei sich der Begriff auf mehr als Abfallwirtschaft und Recycling bezieht. Es geht vielmehr darum, von Beginn an nachhaltige und geschlossene Produktionskreisläufe zu etablieren. Das beginnt schon bei der Produktentwicklung und Rohstoffwahl.

GREEN TECH Umweltfreundliche Technologien werden gerade in einer digital vernetzten Welt immer wichtiger. Nicht nur die Endgeräte wie Laptop und Smartphone, sondern auch online gespeicherte Daten verbrauchen große Mengen an Energie. Mit Ökostrom und nachhaltigen Server-Infrastrukturen sowie energieeffizienteren Technologien können auch diese Wirtschaftsbereiche nachhaltiger gestaltet werden. Ein weiteres Beispiel für Green Tech sind Elektrofahrzeuge.

Green Economy und Sozialunternehmen

Um eine Geschäftsidee umzusetzen, muss sich ein Gründender früher oder später mit seiner unternehmerischen Ausrichtung auseinandersetzen. Das Konzept „Social Entrepreneurship“ hat sich in den letzten Jahren zu einem großen, internationalen Trend entwickelt. Doch was bedeutet das genau? Diesem Trend liegt die Überzeugung zugrunde, dass mit einer wirtschaftlichen Unabhängigkeit des Unternehmens nachhaltig gesellschaftlicher Mehrwert erzielt werden kann. Sozialunternehmen liegen demnach in der Mitte zwischen rein wohltätigen und rein kommerziellen Organisationen. Sie streben eigene Gewinne an, die aber nur in einem kleinen Maße abgeschöpft werden. Größtenteils werden die Gewinne reinvestiert, um die Finanzierung und Wirkung zu sichern.

Wie sich Sozialunternehmen organisieren und welche Rechtsformen möglich wären, soll auf den nächsten Seiten dargestellt werden. Die Organisations- und Rechtsform ist entscheidend, möchte man mit einer Idee neu gründen. Mittlerweile setzen sich immer mehr Mischformen durch, in denen sozialunternehmerische Ansätze in gewerblich verfassten, profitorientierten Strukturen funktionieren.

EXKURS: Alternative Potenziale & Gemeinwohlorientierung in Halle (Saale)

GreenHealth und Green Economy sehen auch vor, Prioritäten und Faktoren für ein gesundes Leben zu hinterfragen. Stichworte wie Suffizienz, Gemeinwohloökonomie, Kreislaufwirtschaft sind Aspekte, die im Sinne von Nachhaltigkeit und Gesundheit für die Stadt eine Kraft entwickeln können. Unternehmen, Supermärkte und Warenhäuser geben sich und anderem Siegel, Ethik und Nachhaltigkeitsstrategien. Das Potenzial von grünem, nachhaltigem Wirtschaften ist weiterhin dynamisch – ebenso wie das des green washing. Neben diesen unternehmerischen Ansätzen gibt es für „GreenHealth“ eine weitere Ebene: die akteursbezogenen Potenziale. Dabei handelt es sich um Netzwerke, Engagement und tägliche, gelebte Praxis. Davon zu lernen, zu informieren, zu adaptieren und in die Innenstadt zu bringen, wird wichtig sein.

Food-Retterinnen und -Retter: Die Masse an Lebensmitteln, die täglich vernichtet werden, sorgt global für Entsetzen. Auch in Halle (Saale) haben sich Menschen organisiert, um nicht gebrauchte Lebensmittel zu nutzen statt wegzuerwerfen. Firmen wie Too Good To Go haben stetig Neunutzende in Halle (Saale), bislang sind aber nur ein paar wenige Bäckereien und Tankstellen involviert. Daneben gibt es aber auch selbstorganisierte, unkommerzielle Bestrebungen. An zwei Standorten in der Stadt finden sich Lebensmittelboxen: Vor der Francke-Bibliothek und dem Kulturort Hühnermanhattan. Im Crummes Eck werden Lebensmittel gerettet und 180 Menschen folgen den täglichen Updates auf dem Messenger „Telegram“. Im gleichen Messenger finden sich in der Gruppe „Lebensmittel teilen in Halle“ über 1.200 Menschen, die dort ungebrauchte Lebensmittel mit anderen teilen.

Teilen & Schenken: Über das Thema Lebensmittel hinaus hat sich eine Tauschökonomie etabliert. Knapp 5.000 Hallenserinnen und Hallenser organisieren sich in der Gruppe „Halle is caring. teilen, schenken, freuen in Halle“ und bieten Hilfe, Arbeit und Werkzeug in dieser Gruppe an. Umsonst oder zur einzig erlaubten Währung: eine Packung Hafermilch. Taschenrechner, Töpfe und Tücher wechseln die Besitzerinnen und Besitzer oder werden verliehen. Eine räumliche Manifestation hat diese Gruppe nicht. Das digitale Netzwerk wird moderiert und durch Administratorinnen und Administratoren wird aufgepasst, dass keine dem „Kodex“ widersprechenden Inhalte geteilt werden können.

Grün & Gesund: Die Lebensmittel kommen ja auch irgendwo her: Oft aus dem Boden. In einer weiteren Gruppe „Garten und Pflanzen in Halle (Saale)“ tauschen sich knapp 900 Nutzerinnen und Nutzer zu gärtnerischen Tätigkeiten aus. Von ökologischer Schädlingsbekämpfung bis hin zu Workshops zum Thema „Kleinbiogasanlage im Garten – Kochen ohne Holz“ werden Erfahrungen und Wissen ausgetauscht sowie Einladungen ausgesprochen. Städtische Strategien zu Begrünung und Bewirtschaftung können sicherlich fruchtbar implementiert werden und vom kollektiven Wissen profitieren.

Organisations- und Rechtsformen

Abb. 17: Eigene Darstellung nach BMVI (Hrsg) (2015): „Herausforderungen bei der Gründung und Skalierung von Sozialunternehmen. Welche Rahmenbedingungen benötigen Social Entrepreneurs?“

<i>Sozial motivierte Organisationen</i>		
	<i>Reine Wohltätigkeitsorganisation</i>	<i>Wohltätigkeitsorganisation mit Erwerbselementen</i>
<i>Primärer Geschäftszweck</i>	Soziale Mission	
<i>Typische Rechtsform</i>	e.V., gUG, gGmbH, gAG	
<i>Finanzielle Nachhaltigkeit</i>	Begrenzt kommerzielle Umsätze, größtenteils abhängig von Spenden und Zuschüssen	50–70 % Kostendeckung durch kommerzielle Umsätze, z.T. abhängig von Spenden und Zuschüssen
<i>Gewinnausschüttung</i>	Nein	
<i>Satzungsgemäße Mission</i>	Ja	

Die folgende Tabelle soll einen Überblick über das ganze Spektrum von wohltätigen bis zu rein kommerziellen Organisationen zeigen.

			Kommerzielle Organisationen	
	<i>Gemeinnützig verfasstes Sozialunternehmen</i>	<i>Gewerblich verfasstes Sozialunternehmen</i>	<i>Sozial verantwortliches Unternehmen</i>	<i>Rein kommerzielles Unternehmen</i>
	Soziale Mission mit Gewinn als Nebenprodukt	Soziale Mission in Übereinstimmung mit Gewinnerwirtschaftung	Sozial verantwortliche Gewinnmaximierung	Gewinnmaximierung
	eG, gUG, gGmbH, gAG (teilweise hybride Strukturen)	eG, gUG, gGmbH, AG	UG, gGmbH, AG	
	Kostendeckend, (potenziell) wirtschaftlich tragfähig	(Potenziell) wirtschaftlich tragfähig		
	Typischerweise nein (Ausnahmen möglich)	Typischerweise ja (in begrenztem Rahmen)	Ja	
	Ja	Typischerweise nein (Ausnahmen möglich)	Nein	

Betriebsmodelle

für innovative, ökonomische Ansätze und Gründungen im Geschäftsbereich "GreenHealth"

Um den Fokus darauf zu richten, wie all diese Ideen in der halleschen Innenstadt wirtschaftlich tragfähig umgesetzt werden können, sollen im Folgenden verschiedene Betriebsmodelle dargestellt werden, die sich für kleinere, innovationsorientierte Unternehmen und Start-ups eignen könnten. Es werden zudem weitere Möglichkeiten aufgezeigt, wie der Privatsektor mit der öffentlichen Hand zusammen agieren kann, um die Innenstadt gemeinsam in einer strategischen Allianz Gemeinwohlorientierter und Sozialer zu entwickeln.

Die passende Finanzierungsform zu finden, ist oft ein entscheidender Knackpunkt. Passende Förderansätze sind noch in der Entwicklung, doch als Sozialunternehmen ist die Breite der Finanzierungsmöglichkeiten größer als bei rein sozialen oder rein profitorientierten Strukturen, da Gelder gleichzeitig aus verschiedenen Sektoren mobilisiert werden können. Man kann eigenes Einkommen generieren, z.B. aus Produktverkäufen, Dienstleistungen, Mitglieds- und Nutzerbeiträgen – als auch Spenden durch Crowdfunding und zusätzliche Zuschüsse der öffentlichen Hand einwerben.

Bootstrapping

Bootstrapping beschreibt eine Finanzierungsform der Existenzgründung, bei der auf fremdes Kapital bewusst verzichtet wird. Das Ziel ist es, das eigene Unternehmen aus eigener Kraft zu gründen und aufzubauen. Unternehmen, die mittels einer Bootstrapping-Finanzierungsstrategie gegründet wurden, sind meist schlanker und effizienter aufgestellt als Unternehmen mit ausreichend Kapital zu Beginn.

Lean-Startup

Bei diesem Ansatz stehen schlanke Prozesse und das Lernen durch iteratives und kundenzentriertes Testen im Fokus. Durch kontinuierliches Kundenfeedback und das Testen von Hypothesen werden möglichst frühzeitig Rückschlüsse in der Produktentwicklung gezogen. Der Prozess wird schlank gehalten und die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns reduziert.

Kooperationen & Partnerschaften

Kleine Unternehmen können von Kooperationen und Partnerschaften mit etablierten Unternehmen oder anderen Start-ups profitieren. Durch den Zugang zu Ressourcen, Erfahrungen und Kundenstamm des Partners können sie schneller wachsen und Einnahmen generieren. Solche Partnerschaften können in Form von Joint Ventures, strategischen Allianzen oder Lieferantenbeziehungen bestehen.

Crowdfunding

Eine weitere Option für die Finanzierung von innovativen Unternehmen ist das Crowdfunding. Hierbei können Unternehmen Kapital von einer großen Anzahl von Unterstützern sammeln, indem sie ihre Ideen und Projekte über Crowdfunding-Plattformen präsentieren. Durch das Crowdfunding können Unternehmen nicht nur finanzielle Mittel erhalten, sondern auch frühzeitig die Marktnachfrage validieren und ihre Reichweite erhöhen.

Mitgliedschaftsmodell

Durch den Aufbau einer treuen Kundenbasis über wiederkehrende Zahlungen können kleine Unternehmen ein stabiles Einnahmenmodell entwickeln. Dieses Modell eignet sich insbesondere für Unternehmen, die wiederkehrende Dienstleistungen oder den Zugang zu regelmäßig aktualisierten Inhalten anbieten können.

Betriebsmodelle

die durch die öffentliche Hand gefördert und unterstützt werden können

Erfolgreiche (Sozial)Unternehmen finanzieren sich durch einen kreativen Mix aus öffentlichen und privaten Mitteln solide und nachhaltig. Im Folgenden sollen dafür mehrere Modelle dargestellt werden.

Genossenschaft

Genossenschaftliche Geschäftsmodelle ermöglichen es Unternehmen, gemeinschaftliche Ressourcen und Verantwortung zu teilen. Durch den Zusammenschluss von Unternehmen können sie Mietkosten, Marketingausgaben und andere gemeinsame Aufgaben gemeinsam bewältigen. Genossenschaften fördern demokratische Entscheidungsfindung, Gleichberechtigung und einen fairen Umgang mit den Interessen aller Beteiligten.

Sozial- unternehmen

Sozialunternehmen verfolgen primär soziale oder ökologische Ziele und integrieren diese in ihre Geschäftsstrategie. Diese Unternehmen sind bestrebt, einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft zu nehmen und arbeiten oft mit benachteiligten Bevölkerungsgruppen oder in ökologisch sensiblen Bereichen zusammen. Durch ihre soziale Ausrichtung können Sozialunternehmen Fördermittel, Stipendien oder Investitionen aus spezialisierten Fonds erhalten.

Co-Working

Co-Working Spaces bieten Raum für Kollaboration und Austausch zwischen verschiedenen Unternehmen. Indem mehrere Unternehmen sich gemeinsam Mietkosten, Büroinfrastruktur und andere Ressourcen teilen, können sie finanzielle Belastungen reduzieren. Co-Working Spaces fördern auch die Vernetzung und Zusammenarbeit unter den Unternehmen, was zu Synergien und neuen Geschäftsmöglichkeiten führen kann.

Community-Investitionen

Durch die Einbeziehung der Gemeinschaft in den Finanzierungsprozess können Unternehmen Unterstützung und Investitionen von Einzelpersonen und Organisationen erhalten. Crowdfunding-Plattformen ermöglichen es Unternehmen, ihre Ideen und Projekte einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und finanzielle Unterstützung zu erhalten. Community-Investitionen, bei denen lokale Bewohnende Anteile am Unternehmen erwerben, können ebenfalls helfen, die Finanzierungsherausforderungen zu bewältigen.

Öffentliche Partnerschaften & Fördermittel

Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand, Stiftungen und anderen gemeinnützigen Organisationen kann helfen, die Kosten für Mieten und andere betriebliche Ausgaben zu decken. Es gibt Programme und Zuschüsse, die speziell auf nachhaltige Unternehmen und gemeinnützige Initiativen ausgerichtet sind. Die Zusammenarbeit mit diesen Partnern kann den Zugang zu finanziellen Ressourcen erleichtern und das Überleben von Unternehmen in teuren Innenstadtlagen unterstützen.

Inkubatoren & Akteure



Inkubatoren & Akteure

als innovationsfördernde Motoren der GreenHealth-Transformation

Bei Inkubatoren handelt es sich um Einrichtungen oder Programme, die Start-ups und Unternehmensgründer unterstützen, indem sie ihnen Ressourcen, Mentoring und Infrastruktur zur Verfügung stellen. Es gibt verschiedene Arten von Inkubatoren, die je nach Zielgruppe und Branche unterschiedliche Schwerpunkte haben.

Diese Beispiele dienen zur Veranschaulichung der verschiedenen Arten von Inkubatoren, die es gibt. Es gibt jedoch viele weitere Inkubatoren auf globaler, nationaler und regionaler Ebene, die sich auf verschiedene Branchen, Technologien und Zielgruppen konzentrieren.

Die aufgeführten Orte, Vereine, Initiativen und Akteure stehen für starke, lokale Partner aus der halleschen Akteurslandschaft, die mit ihren verschiedenen Ideen, Ansätzen und Modellen als geeignet für eine kooperative Umsetzung von Maßnahmen in den Bereichen bewertet werden können. Außerdem haben die Institutionen eine große Strahlkraft in die Stadt und Stadtgesellschaft, sodass diese unbedingt in den weiteren Prozess mit eingebunden werden müssen. Wir halten eine Kooperation mit den vorhandenen Strukturen für unabdingbar und wollen anregen, themenbezogene Netzwerk- und Kooperationsformen zu etablieren. Die Auflistung der Orte hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit und soll und kann stets weitergedacht werden.

Technologie

Technologie-Inkubatoren konzentrieren sich auf technologieorientierte Start-ups, insbesondere im Bereich der Informationstechnologie, künstlichen Intelligenz, Biotechnologie oder der sauberen Technologien. Beispiele dafür sind Y Combinator, Techstars oder das Berliner Technologiezentrum.

Zukunftszentrum Halle, WBC Innovation Hub, Kompetenzzentrum für Energieeffizienz durch Digitalisierung in Industrie und Gebäuden (KEDi) (in Planung),...

Social Impact

Inkubatoren aus dem Bereich Social Impact fördern Start-ups und Unternehmen, die soziale oder umweltbezogene Probleme angehen und positive gesellschaftliche Auswirkungen erzielen wollen. Ein bekanntes Beispiel ist Ashoka, eine weltweite Organisation für Sozialunternehmen.

Energieinitiative Halle, Kompetenzzentrum kommunale Wärmewende, Make Science Bürgerforschungsschiff, Unabhängiges Institut für Umweltfragen Halle (Saale),...

Branchenorientiert

Branchenorientierte Inkubatoren sind auf spezifische Branchen oder Sektoren spezialisiert, wie zum Beispiel Mode, Energie, Lebensmittel oder Handwerk. Beispiele sind das Fashion for Good Accelerator-Programm für nachhaltige Mode und das Food-X Accelerator-Programm für Lebensmittel-Start-ups.

Fashion Revolution Week, Crummes Eck, Haemd, Eigenbaukombinat,...

Regional orientiert

Regional orientierte Inkubatoren konzentrieren sich auf die Förderung von Start-ups und Unternehmen in einer bestimmten Region oder Stadt. Sie bieten spezifische Unterstützung und Zugang zu lokalen Ressourcen und Netzwerken. Ein Beispiel ist der High-Tech Gründerfonds in Deutschland, der Start-ups im High-Tech-Bereich unterstützt.

WBC Innovation Hub, Co-Working-Spaces (u.a. SaltLabs, Hafenmeister & Docks),...

Universität/ Bildung

Diese Inkubatoren sind in der Regel mit einer Hochschule oder Universität verbunden und bieten Unterstützung für Gründungen, die aus der Forschung oder akademischem Umfeld entstehen. Ein Beispiel ist das MIT Media Lab in den USA, das eine Vielzahl von innovativen Start-ups hervorgebracht hat.

Martin-Luther-Universität, Kunsthochschule Burg Giebichenstein, Volkshochschule, Botanischer Garten, Leopoldina, Umweltforschungszentrum Halle, Fraunhofer Institut,...

Kunst und Kultur

Kulturelle Einrichtungen können einen Perspektivwechsel auf gesellschafts- und wirtschaftspolitische Themen schaffen. Dadurch haben diese Institutionen oft auch einen Bildungscharakter. Dies hängt jedoch sehr stark mit der inhaltlichen Ausrichtung und Niedrigschwelligkeit des angebotenen Programms sowie der Sichtbarkeit der künstlerischen Auseinandersetzung zusammen.

Kunstmuseum Moritzburg, Kulturinsel Halle, BÜHNEN HALLE, Freiraumgalerie, Freiraumbüro, Passage 13,...

Empfehlung GreenHealth & Innenstadt Halle

Gründerzeitliche Gründerstadt Halle an der Saale?

Die Attraktivität, die Frequenz und Zentralität der Innenstadt spielt eine übergeordnete Rolle und wird als wichtiges Marktpotenzial und Standortfaktor für Halle (Saale) angesehen. Die Hochschulstandorte der MLU und der Burg Giebichenstein bringen Jahr für Jahr Absolventinnen und Absolventen hervor, die die Stadt halten möchte und sollte, um eine dynamische, attraktive, junge und gesunde Stadt zu bleiben. Im Bereich Technologie und Forschung funktioniert der Campus am Weinberg, bedient viele Potenziale und hält diese auch am wachsenden Standort. Die intrinsischen Potenziale im Bereich Neugründungen lassen sich entsprechend festhalten.

In der Innenstadt und in den Bereichen Mode, Handwerk, Kunst und Design, Gemeinwohlorientierung, Soziales & Kulturelles, Gesundheit, Gastronomie und Dienstleistungen sieht die Investitions- und Risikobereitschaft bei der Beschaffung von „Startkapital“ schwieriger aus. Wie lassen sich dennoch unternehmerische Gehversuche in diesen Bereichen in der Stadt Halle (Saale) fördern? Wie lässt sich dadurch die Krise der Innenstadt überwinden und die Bereitschaft, in diese zu investieren und sie neu zu denken, wieder erhöhen? Wie können sich innovative Konzepte von Neugründenden wirtschaftlich tragen?

AUF BESTEHENDE STRUKTUREN AUFBAUEN Es gibt sie bereits, die kleinen Entrepreneurs, die Upcycling-, Tausch-, Nachhaltigkeitshandel betreiben. Bislang erscheint die Innenstadt allerdings zu teuer, sodass sich diese Initiativen und Netzwerke eher um die Innenstadt herumbewegen. Bewusst wird hier darauf verzichtet, zu empfehlen, dass diese Netzwerke und Initiativen per Förderung aufgebaut und gehalten werden müssen. Denn was passiert mit ihnen nach der Förderung? Nachhaltiger erscheint eher die Bündelung eines innerstädtischen Hubs dafür. Ein Ort für nachhaltige Waren, gerettetes Essen, Kunst, Kultur und Bildung, Arbeit und Produktion. Den Start dafür kann die öffentliche Hand fördern und der Betrieb muss nach Ende der Förderung über eine Umlage der involvierten Unternehmen und Einzelpersonen geleistet werden.

CLUSTER ENTDECKEN UND STÄRKEN Design und Dienstleistungen in der nördlichen Innenstadt, Handwerk und Mode rund um den Alten Markt, Gastronomie und Essen rund um die Martin-Luther-Universität. Aktivitäten, die im Sinne von „GreenHealth“ zu verstehen sind, bündeln sich bereits und haben gute Nachbarschaften begonnen. Diese Cluster können unternehmerisch, spielerisch, interventionistisch im öffentlichen und digitalen Raum gestärkt werden und ein stärkeres Image dieser Cluster entwickelt werden, das nach Leipzig, Berlin und darüber hinaus strahlt.

GRÜNDUNG SOZIALER UND DEMOKRATISCHER UNTERNEHMEN Sozialunternehmen und Genossenschaften eignen sich nicht nur für öffentliche Förderungen, sondern sind auch langfristig aufgrund der Möglichkeit von öffentlicher und Selbstkontrolle aufgestellt. Der vermeintlich hohe Aufwand von Vereinen und Genossenschaften, lässt zunehmend die gGmbH attraktiv werden. „GreenHealth“-Entrepreneurs sollten keine Schwierigkeit bekommen, die Gemeinnützigkeit anerkannt zu bekommen. Ebenfalls ist die gGmbH sehr gut geeignet, Förderungen und Investitionen annehmen zu können, was den Konzepten eines Hubs oder einer Dachmarke entgegenkommt.

KOOPERATION IM ÖFFENTLICHEN RAUM Unternehmerische Verantwortung für den öffentlichen Raum wahrzunehmen kann für die öffentliche Hand und die Unternehmen ein Gewinn sein. Die Aussage ist kein Plädoyer für unternehmerische Werbung und Aneignung des öffentlichen Raums -eher das Gegenteil. Ein Beispiel hilft die Aussage besser zu greifen: Im Rahmen einer Projektidee oder Maßnahme könnte ein Stadtplatz umgestaltet und mit Sport- und Bewegungsangeboten gestaltet werden. Ein ansässiges Fitnessstudio, Café oder Restaurant könnte in Form einer Patenschaft für die Pflege des Ortes gewonnen werden, sodass sich die Nutzungen ergänzen und Synergien entstehen.

RESSOURCEN HEBEN Die Wichtigkeit und die Zusammenhänge von Stadtgrün, Stadtraum, Wirtschaft und Gemeinschaft sind hinreichend unterstrichen worden. Weil kühles, atmendes, verschieden nutzbares Grün aber rar in der steinernen Stadt ist, gibt es besonders im Sommer eine Übernutzung der vorhandenen Orte. Lässt sich aus der unter Pizzakartons und Einweggrills erstickenden Ziegelwiese nicht eine Idee entwickeln, wie Stadtplätze und Konsum müllarm und ressourcenschonend genutzt werden können? Kann es eine unternehmerische Idee geben, wie die Ressourcen recycelt werden oder der Müll von Anfang an vermieden wird? Kann das Thema Lebensmittelrettung seitens der Lokale und Restaurants aufgenommen werden? Oder können weitere cradle-to-cradle-Ansätze entwickelt werden, wie öffentlicher Raum vielleicht auch zur Lebensmittelproduktion der Innenstadt beiträgt und gleichzeitig einen klimatischen Beitrag leistet?

Fazit

Ist GreenHealth eine geeignete Perspektive für die hallesche Innenstadt?

Die angeführten best-practice Beispiele verdeutlichen, dass das Thema Green Health mit reichlich Innovation in verschiedenen Wirtschaftsklustern verbunden werden kann. Dabei wird auch unterstrichen, dass sich der urbane Raum und auch der der Stadt Halle (Saale) für den transformativen Kontext anbieten.

Betriebsmodelle und Unternehmensgründungen sind unkomplizierter denn je, werden gefördert und können je nach Rechtsform oder Satzung sogar über längere Zeit gefördert werden. Sozialunternehmen eignen sich besonders, um die aufgezeigten Netzwerke und Akteurinnen und Akteure unternehmerisch und inhaltlich zu einen. Green Health lässt sich auf vielen Ebenen denken. Vom großen Green-Tech-Player eben bis zur Initiative von Nachbarinnen und Nachbarn, die sich ressourcensensibel um ihr Quartier kümmern wollen.

Halle (Saale) hat das Potenzial für Gründerinnen und Gründer ein attraktiver Ort für Innovation und Transformation zu sein. Eine aktive Vermarktung des Standorts in Richtung Leipzig, Berlin und darüber hinaus, kann den nötigen "drive" in Branchen, Leerstand und Lücken bringen. Leerstand ist vor allem eine Chance, Neues zu versuchen und erst im Dauerzustand schädlich für die Innenstadt.

Green Health bietet für Halle (Saale) die Möglichkeit, Klimaanpassung, Innovation und Transformation mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten zu verknüpfen und mit geeigneten Maßnahmen und Bündnissen zu untersetzen.

Es ist eine wichtige Aufgabe, eine politische Willensbildung für Green Health in der Stadt und eine Transformation anhand konkreter Maßnahmen zu beginnen. Green Health bietet einen unternehmerischen, positiv konotierten Ansatz, die gegenwärtigen Herausforderungen von Städten anzunehmen und könnte ein breites Bündnis

S

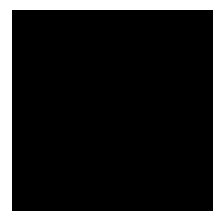


ABB. VERZEICHNIS

Abb. 1: Die 10 Dimensionen der Entwicklung einer "Green Health City" nach Prof. Dr. Flämig S. 10

Abb. 2: Gebietsgrenze Fördergebiet "Zukunftsfähige Innenstadt und Zentren" S. 19

Abb. 3: Branchen-Cluster S. 23

Abb. 4: Prozentuale Verteilung der Green-Health-Branchencluster in der halleschen Innenstadt S. 27

Abb. 5: Prozentuale Verteilung der alternativen Nutzungen der GreenHealth-Branchencluster in der halleschen Innenstadt S. 35

Abb. 6: Bestandserfassung der alternativen Nutzungen innerhalb der Branchencluster S. 35

Abb. 7: Der Østergro Dachgarten aus der Vogelperspektive. (Pontopiddan o.J.) S. 43

Abb. 8: Produktionskreislauf zur Herstellung der Yogamatten (hejhej) S. 45

Abb. 9: Außenansicht von The Circl. (Van Duivenbode o.J.) S. 47

Abb. 10: Tretty-Fuhrpark im öffentlichen Raum in Münster (tretty. green mobility) S. 49

Abb. 11: Innenansicht Ottobock-Campus Prenzlauer Berg S. 51

Abb. 12: Produktionskreislauf zur Herstellung organischer Farbstoffe (Local Colours) S. 53

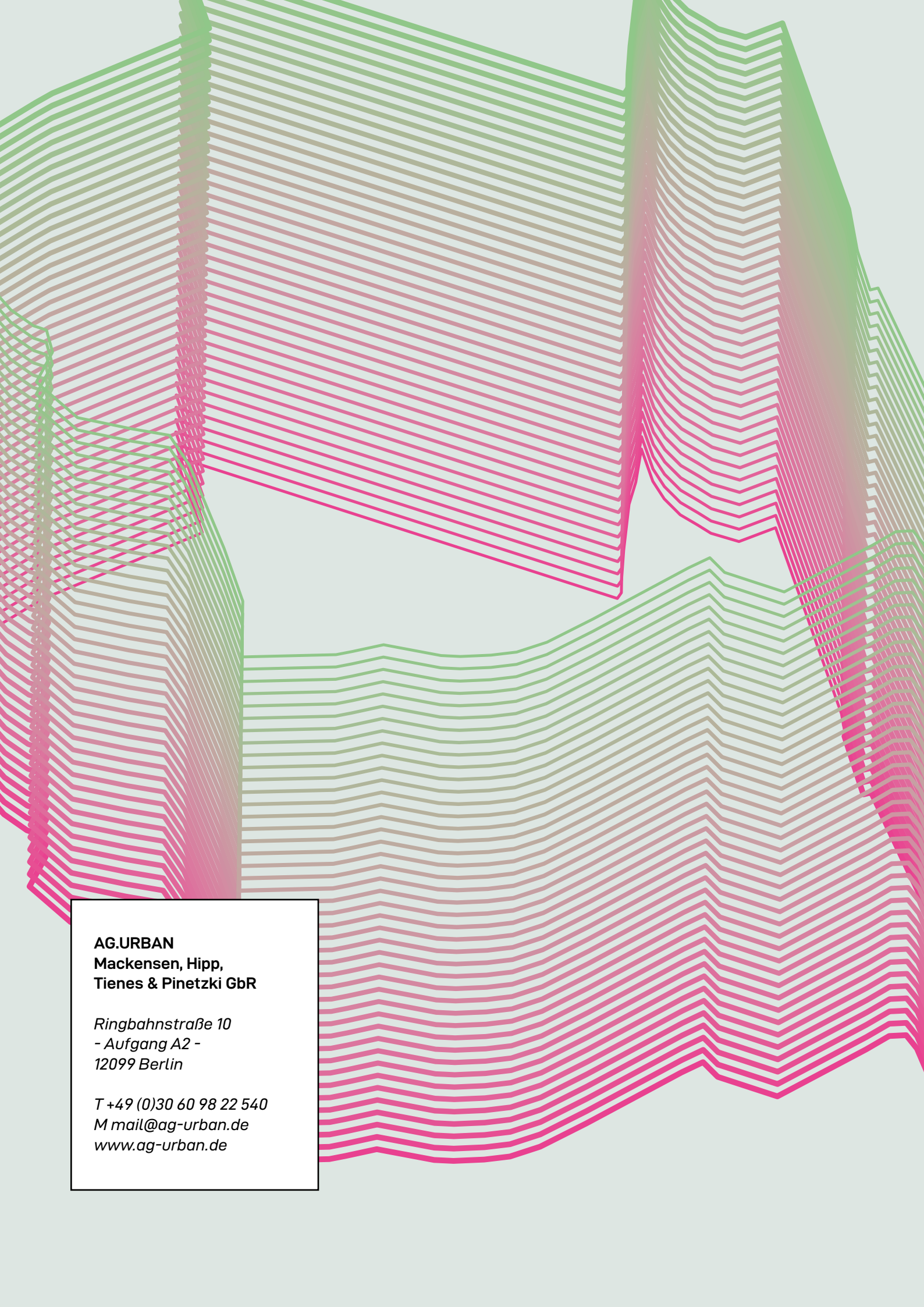
Abb. 13: Verwendung eines Touchscreens (digital signage) zur Ansicht der Passform eines Kleidungsstücks S. 55

Abb. 14: Mediamatic-Gelände mit dem Myco Design Lab im Hintergrund S. 57

Abb. 15: Innenansicht des Ladengeschäftes der Bremer Stadtfabrikanten S. 59

Abb. 16: Außenansicht des Holzmarkt-Komplexes in Berlin Friedrichshain S. 61

Abb. 17: Eigene Darstellung nach BMVI (Hrsg) (2015): „Herausforderungen bei der Gründung und Skalierung von Sozialunternehmen. Welche Rahmenbedingungen benötigen Social Entrepreneurs?“ S. 66



AG.URBAN
Mackensen, Hipp,
Tienes & Pinetzki GbR

Ringbahnstraße 10
- Ausgang A2 -
12099 Berlin

T +49 (0)30 60 98 22 540
M mail@ag-urban.de
www.ag-urban.de