



► Nr. VO/2013/00803
öffentlich

Lübeck, 10.10.2013

Bericht

Bereiche:
5.610 - Stadtplanung

Bearbeitung: Katharina Belchhaus (E-Mail: katharina.belchhaus@luebeck.de Telefon: 122-6110)

Gutachten: Einzelhandelsmonitoring für die Lübecker Innenstadt - Einzelhandelsentwicklung 2009 bis 2013 -

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
04.11.2013	Senat	Nichtöffentlich	zur Senatsberatung
18.11.2013	Bauausschuss	Öffentlich	zur Kenntnisnahme
09.12.2013	Wirtschaftsausschuss und Ausschuss für den "Kurbetrieb Travemünde (KBT)"	Öffentlich	zur Kenntnisnahme
30.01.2014	Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck	Öffentlich	zur Kenntnisnahme

Anlass:
Fortschreibung der Einzelhandelserhebung von 2009 als Grundlage für die Beurteilung von Ansiedlungswünschen außerhalb der Innenstadt

Berichterstattung zur Kenntnisnahme

Verfahren:

Beteiligte Bereiche/Projektgruppen: 2.280 Wirtschaft und Liegenschaften
Ergebnis: zur Kenntnis genommen

Beteiligung von Kindern und Jugendlichen gem. § 47 f GO ist erfolgt:
Begründung:

Ja
 Nein

Eine Beteiligung von Kindern und Jugendlichen ist nicht vorgesehen, da die Belange von Kindern und Jugendlichen durch das Gutachten nicht in besonderem Maße berührt werden.

Die Maßnahme ist:

neu
 freiwillig
 vorgeschrieben durch:

Finanzielle Auswirkungen:

Nein

Bericht:

Begründung: Siehe Anlage 1

Gutachten: Siehe Anlage 2

Anlagen :

1 Begründung

2 Gutachten: Einzelhandelsmonitoring für die Lübecker Innenstadt

Senator/in F. - P. Boden

Begründung

für die erfolgte Durchführung eines Einzelhandelsmonitorings Innenstadt und die wesentlichen Ergebnisse des Verkaufsflächenvergleichs 2009 mit 2013

Ausgangssituation:

Im Januar 2009 wurde im Auftrag des Einzelhandelsforums der Wirtschaftsregion Lübeck in den jeweiligen Mitgliedsgemeinden und somit auch in Lübeck der Einzelhandelsbestand sortimentsgenau erhoben. Auf dieser Grundlage wurde eine regionale Datenbasis erstellt, die u.a. auch der Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben in der Region dient.

Die Hansestadt Lübeck hat mit dem Lübecker Datensatz das Gutachten „Bausteine zu einem Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept für die Hansestadt Lübeck“ vom August 2009 erstellt, welches die Herleitung und Grundlage für das im Januar 2011 beschlossene Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept (Zentrenkonzept) darstellt. Weiterhin wurden die Bestandserhebungen von 2009 in das Verträglichkeitsgutachten (März 2011) zur Ansiedlung von IKEA und dem IKEA-Einkaufszentrum sowie für die Erweiterung des Einkaufszentrums CITTI-Park eingestellt.

Im Januar 2011 wurde das Zentrenkonzept der Hansestadt Lübeck als Grundlage der räumlichen Einzelhandelsentwicklung beschlossen. Als dessen hauptsächliches Ziel hat die Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck die Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Innenstadt beschlossen. Dieses Ziel der Innenstadttärkung spezifiziert der Leitsatz 2 des Zentrenkonzepts mit der Maßgabe, dass bei Ansiedlungen von zentrenrelevantem Einzelhandel die Innenstadt zu favorisieren ist und dass Ansiedlungen an den beiden Sonderstandorten Herrenholz und Dänischburg nur in einem solchen Umfang zulässig sind, wie nachweislich sichergestellt ist, dass das Hauptzentrum Innenstadt nicht wesentlich beeinträchtigt wird.

Dieser Nachweis ist in dem o.a. Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung von IKEA und dem IKEA-Einkaufszentrum sowie für die Erweiterung des Einkaufszentrums CITTI-Park mit der Ermittlung von Verkaufsflächenobergrenzen für beide Sonderstandorte erbracht worden.

Gründe für ein Einzelhandelsmonitoring Innenstadt:

Im Verlauf der Bebauungsplanverfahren für die beiden Großvorhaben haben deren Geschäftsinhaber angefragt, ob ihnen noch weitere Verkaufsflächen - ggf. auch durch Wegnahme von Nutzungsrechten an anderen peripheren Standorten - ermöglicht werden können. Die Stadt ist diesen Anliegen nicht gefolgt, da das Verträglichkeitsgutachten für IKEA und CITTI deutliche Obergrenzen ermittelt hat, die teilweise nur durch Reduzierung von beantragten Verkaufsflächen erreicht werden konnten. Eine Überschreitung der als verträglich ermittelten Verkaufsflächenobergrenze könnte demnach im Umkehrschluss zu einer wesentlichen Beeinträchtigung der Lübecker Innenstadt führen. Die Stadtverwaltung hat gleichfalls dem Vorschlag, das Erstgutachten mit einem weiteren Gutachten zu ergänzen nicht stattgegeben, da diese Ergänzung nur auf den Prognosen des Erstgutachtens mit neuen Prognosen aufbauen könnte. Ein neues Gutachten könnte derzeit nur die in 2011 prognostizierten Auswirkungen einstellen und nicht auf tatsächliche Datenerhebungen zurückgreifen, da die geplanten und als verträglich beurteilten Ansiedlungen in Herrenholz und Dänischburg bisher noch nicht umgesetzt sind und noch nicht am Markt wirken. Deren tatsächliche Auswirkungen auf die Innenstadt können somit derzeit noch nicht festgestellt werden. Vor jeder weiteren Begutachtung müsste somit erst überprüft werden, ob die Auswirkungen der geplanten Ansiedlungen und Erweiterungen von IKEA und CITTI auf die Innenstadt wie prognostiziert eintreten, oder ob die Auswirkungen in Wirklichkeit milder oder schwerwiegender ausfallen.

Um die tatsächlich eintretenden Auswirkungen nach Markteintritt der beiden Großvorhaben ermitteln zu können und mögliche Auswirkungen weiterer potentieller Ansiedlungen an den Sonderstandorten fundiert einschätzen zu können, hat der Bereich Stadtplanung im Dezember 2012 ein Einzelhandelsmonitoring Innenstadt beauftragt.

Untersuchungsauftrag:

Die Hansestadt Lübeck hat auf Grundlage der Bestandsaufnahme von 2009, die als Basisvergleich dient, ein Monitoring über die Entwicklung des Einzelhandels im Hauptzentrum Innenstadt eingeführt.

Ziel ist, die Entwicklung der Verkaufsflächen 2009 bis 2013 quantitativ und qualitativ nach Sortimenten sowie die Entwicklung der Leerstände zu vergleichen. Die Hansestadt Lübeck strebt an, ca. 2017, also wiederum vier Jahre später, erneut einen Datenvergleich zu beauftragen, da dann voraussichtlich IKEA und das IKEA-Einkaufszentrum und die Erweiterung des CITTI-Park-Einkaufszentrums drei Jahre am Markt wirksam sind.

Ergebnisse des Verkaufsflächenvergleichs in der Innenstadt 2009 mit 2013¹

Von 2009 bis 2013 hat die **genutzte Verkaufsfläche** um 3 % von 111.205 qm auf 108.360 qm abgenommen (d.h. minus 2.845 qm genutzte Verkaufsfläche).

Die **Anzahl der Geschäfte** ging von 644 auf 614 zurück (minus 30 Geschäfte).

In den letzten vier Jahren hat die **leerstehende Verkaufsfläche** von 6.800 qm auf 11.800 qm zugenommen (d.h. plus 5.000 qm leerstehende Verkaufsfläche). Die Anzahl der **leerstehenden Geschäfte** stieg von 79 auf 122 (d.h. plus 43 leerstehende Geschäfte).

Die **Leerstandsquote** stieg dabei von 6 % auf einen kritischen Schwellenwert von 10 %. In der Regel kann ab einer Leerstandsquote von 10 % davon ausgegangen werden, dass strukturelle Probleme mit negativen Wirkungen entstehen.

Bezogen auf die Sortimentsbereiche nahmen die ausschlaggebenden **Verkaufsflächen für zentrenrelevante Sortimente** um 2.195 qm ab (Gesamtabnahme 2.845 qm, s.o.). Hiervon sind besonders Bekleidung und Schuhe mit minus 1.170 qm und Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und Computer mit minus 1.420 qm betroffen. Zunahmen gab es insb. bei den Sortimenten Hausrat / Geschenkartikel / Wohnaccessoires sowie Heimtextilien mit zus. 835 qm.

Bezogen auf die **Standortlagen** (s. Gutachten S. 12) sank in den zentralen A- und B-Lagen die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente um 2.615 qm, während in der C-Lage diese Verkaufsfläche um 1.415 qm gestiegen ist.

Im Vergleich zu 2009 ist der **Einzelhandelsumsatz** bei den zentrenrelevanten Sortimenten um 12,2 Mio. EUR auf 302,2 Mio. EUR zurückgegangen.

Im **Städtevergleich** mit Osnabrück (165.000 EW) und Augsburg (270.000 EW) ist die innerstädtische **Verkaufsflächendichte** für zentrenrelevante Sortimente in Lübeck mit 423 qm VK je 1.000 Einwohner am geringsten (z. Vgl. 2009: 433 qm). Augsburg weist mit 504 qm je 1.000 Einwohner eine um 19 % höhere Verkaufsflächendichte auf und Osnabrück hat mit 603 qm je 1.000 Einwohner einen um 43 % höheren Wert.

¹ In diesem Zeitraum gab es keine relevante Zunahme von zentrenrelevanten Verkaufsflächen an dezentralen Standorten.

Der Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche ist in Lübeck mit 23 % am geringsten. In Osnabrück beträgt der **Cityverkaufsflächenanteil** 29 % und in Augsburg 28 %.

Empfehlungen zur Stärkung der Innenstadt:

Der innerstädtische Einzelhandel hat sich von 2009 bis 2013 negativ entwickelt, obgleich die Großvorhaben Dänischburg und Herrenholz noch nicht am Markt wirksam sind. Mit der bevorstehenden Schließung des C & A-Geschäftes in der Mühlenstraße wird der Leerstand weiter zunehmen.

Es ist jedoch möglich, dass die Kenntnis über die geplanten Vorhaben an diesen Standorten mit einer zusätzlichen Verkaufsfläche von gut 34.000 qm für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente eine Zurückhaltung bei der Überlegung, ein Geschäft zu eröffnen, erzeugen.

Um die Innenstadt nicht weiter zu schwächen, empfiehlt der Bereich Stadtplanung zumindest bis zum nächsten Monitoring 2017 keine weitere Zunahme von zentrenrelevanten Verkaufsflächen außerhalb der Innenstadt und der zentralen Versorgungsbereiche zuzulassen. Dies auch nicht, wenn zentrenrelevante Verkaufsflächen an anderer Stelle aufgegeben und an Standorte außerhalb der Versorgungszentren verlagert werden sollen.

Um eine weitere Stärkung der beiden peripheren Einkaufszentren zu vermeiden, sollen dort darüber hinaus auch keine weiteren Dienstleistungsflächen zugelassen werden.

Die Sonderstandorte verfügen über den entscheidenden Vorteil einer großzügigen und kostenfreien Parkplatzsituation und einer guten überörtlichen Verkehrsanbindung.

Aus diesem Grund geben bereits seit vielen Jahren die Bundes- und Landesregierungen den Kommunen Gesetze und Instrumente anhand, um dem entgegenzusteuern und die Innenstädte als Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens zu erhalten. Die Innenstädte stellen mit ihrer öffentlichen Infrastruktur, den Kulturangeboten und teilweise auch historischem Erbe enorme finanzielle Anforderungen an die Städte und die steuerzahlenden Bürger, diese zu erhalten und zu erneuern. Diese Investitionen machen aber nur Sinn, wenn die Innenstädte auch als wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Mittelpunkt durch die Bürger wahrgenommen und genutzt werden.

Die Erhaltung und die Stärkung der Innenstadt im Einklang mit den Zielen des Zentrenkonzepts und den übergeordneten Bundes- und Landesgesetzen sollte daher weiterhin oberstes Ziel sein.

Zur Verfolgung dieser Ziele sind nicht allein die Hansestadt Lübeck sondern auch die GeschäftsinhaberInnen in der Innenstadt im Hinblick auf eine Attraktivitätssteigerung aufgerufen, Eigenverantwortung zu übernehmen und sich kreativ von der normalen Filialistenstruktur abzuheben.



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Einzelhandelsmonitoring für die Lübecker Innenstadt

Einzelhandelsentwicklung 2009 bis 2013



im Auftrag der Hansestadt Lübeck
Bereich Stadtplanung
Hamburg, Juni 2013



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Einzelhandelsmonitoring für die Lübecker Innenstadt

Einzelhandelsentwicklung 2009 bis 2013

Projektnummer: 13DLP1469
Exemplarnummer: 01

Projektleitung: Uwe Seidel
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Michael Schmidt, Philip Kähler

im Auftrag der
Hansestadt Lübeck
Bereich Stadtplanung
Mühlendamm 12 • 23539 Lübeck

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
1	Grundlagen	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungsdesign	1
2	Einzelhandelsstruktur in der Lübecker Innenstadt	3
2.1	Verkaufsflächenentwicklung in der Lübecker Innenstadt	3
2.1.1	Raumstruktur des Lübecker Innenstadteinzelhandels	12
2.1.2	Branchen- und Betriebsgrößenstruktur	15
2.2	Verkaufsflächendichte in der Lübecker Innenstadt (Citydichte)	23
2.3	Leerstandssituation	26
2.4	Umsatzsituation des Innenstadteinzelhandels in der Hansestadt Lübeck	32
3	Zusammenfassende Schussbemerkungen	36
	Anhang	37

Abbildungsverzeichnis

■	Abbildung 1: Entwicklung der potenziellen Gesamtverkaufsfläche in der Lübecker Innenstadt	3
■	Abbildung 2: Entwicklung des aktiv betriebenen Einzelhandels in der Lübecker Innenstadt	4
■	Abbildung 3: Die Lübecker Innenstadtverkaufsfläche im Städtevergleich	5
■	Abbildung 4: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen im Zeitvergleich	6



■ Abbildung 5: Anzahl der Betriebe nach Sortimentsbereichen im Zeitvergleich	7
■ Abbildung 6: Verkaufsflächen der zentrenrelevanten Sortimente (1) im Zeitvergleich	9
■ Abbildung 7: Verkaufsflächen der zentrenrelevanten Sortimente (2) im Zeitvergleich	10
■ Abbildung 8: Verkaufsflächen der nahversorgungsrelevanten Sortimente im Zeitvergleich	10
■ Abbildung 9: Verkaufsflächen der nicht-zentrenrelevanten Sortimente im Zeitvergleich	11
■ Abbildung 10: Die Lübecker Innenstadt nach Standortlagen	12
■ Abbildung 11: Räumlich-funktionale Struktur des Lübecker Innenstadteinzelhandels 2013	13
■ Abbildung 12: Verkaufsflächenentwicklung nach Standortlagen	14
■ Abbildung 13: Entwicklung der Anzahl der Ladengeschäfte nach Standortlagen	15
■ Abbildung 14: Branchenstruktur des Einzelhandels in der Lübecker Innenstadt im Zeitvergleich	16
■ Abbildung 15: Zentrenrelevante Innenstadtverkaufsfläche im Städtevergleich	17
■ Abbildung 16: Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Zeitvergleich	18
■ Abbildung 17: Verkaufsfläche der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Zeitvergleich	19
■ Abbildung 18: Verkaufsfläche der nicht-zentrenrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Zeitvergleich	20
■ Abbildung 19: Citydichten Lübeck nach Sortimenten 2009 und 2013	24
■ Abbildung 20: Citydichte der zentrenrelevanten Sortimente im Städtevergleich	25
■ Abbildung 21: Entwicklung der Leerstandsflächen in der Lübecker Innenstadt	27



■ Abbildung 22: Die Leerstandsflächen in der Lübecker Innenstadt 2013	28
■ Abbildung 23: Potenzielle Verkaufsfläche nach Standortlagen 2013	29
■ Abbildung 24: Potenzielle Verkaufsfläche nach Standortlagen 2009	30
■ Abbildung 25: Entwicklung der Leerstandsflächen nach Standortlagen	31
■ Abbildung 26: Umsatz nach Sortimentsbereichen im Zeitvergleich	34
■ Abbildung 27: Umsatzentwicklung nach Standortlagen	35
■ Abbildung 28: Der Lübecker Innenstadthandel 2013 nach Lagen	37
■ Abbildung 29: Die Einzelhandelsstruktur in der A-Lage 2013	38
■ Abbildung 30: Die Einzelhandelsstruktur in den B-Lagen 2013	39
■ Abbildung 31: Die Einzelhandelsstruktur in den C-Lagen 2013	40
■ Abbildung 32: die Einzelhandelsstruktur in den D-Lagen 2013	41
■ Abbildung 33: Die Einzelhandelsstruktur in den sonstigen Lagen 2013	42
■ Abbildung 34: Die zentrenprägenden Dienstleistungsnutzungen 2013	43

Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Einzelhandelsstruktur der Lübecker Innenstadt in Zeitvergleich	8
■ Tabelle 2: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in der Lübecker Innenstadt nach Standortbereichen	21
■ Tabelle 3: Verkaufsflächendichten in der Lübecker Innenstadt 2013	23
■ Tabelle 4: Umsatzstruktur des Lübecker Innenstadteinzelhandels	33



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Hansestadt Lübeck plant die Einführung eines Einzelhandelsmonitoring für die Lübecker Innenstadt. Als Grundlage hierfür dient die Einzelhandelserhebung aus dem Jahr 2008/2009, die im Auftrag des Einzelhandelsforums von der CIMA Beratung + Management GmbH Lübeck durchgeführt wurde.

Vor diesem Hintergrund beauftragte die Hansestadt Lübeck, Bereich Stadtplanung, Dr. Lademann und Partner im Dezember 2012 mit der Aufbereitung und Auswertung der Einzelhandelsbestandsdaten aus 2008/2009 unter Berücksichtigung der „Lübecker Sortimentsliste“ sowie einer aktualisierenden Bestandserhebung und -auswertung in 2013.

Im März 2013 wurde ergänzend für das Einzelhandelsmonitoring die Erhebung der wesentlichen Dienstleistungsnutzungen in der Lübecker Innenstadt beauftragt.

Das Monitoring dient dazu, die Folgen der Neuansiedlung des Ikea-Einkaufszentrum sowie der Erweiterung des CITTI-Parks zu untersuchen. Hierzu strebt die Stadt an, 2017/2018 bzw. mindestens drei Jahre nach der Marktwirkbarkeit der beiden Vorhaben einen erneuten Datenvergleich zu beauftragen.

1.2 Untersuchungsdesign

Folgende Untersuchungsschritte wurden durchgeführt:

- Die CIMA-Bestandsdaten für die Lübecker Innenstadt von 2008/2009 wurden unter Berücksichtigung der „Lübecker Sortimentsliste“ aufbereitet und ausgewertet. Die Sortimente dieser Liste wurden in Absprache mit dem Auftraggeber für diese Untersuchung tlw. neu abgegrenzt.
- Hierbei wurden die Ladengeschäfte nach gängigen Ladengrößenkategorien (Betriebsformen) differenziert. Zusätzlich wurden für die Innenstadt abgestufte Einkaufslagen definiert und mit dem Auftraggeber abgestimmt.



- Je nach Lage, Geschäftskategorie und Sortiment wurden auf Grundlage der Flächenproduktivitäten der BBE-Handelsberatung München (Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel)¹ differenziert Umsätze generiert.
- Die Ergebnisse wurden differenziert in einem Bericht zusammengefasst, der sowohl umfangreiche Tabellen und Charts als auch kartografische Darstellungen (mit Luftbildern) enthält.
- Im März 2013 hat Dr. Lademann & Partner mit eigenen, qualifizierten Mitarbeitern unter Verwendung der bislang von der CIMA in 2008/2009 erhobenen Daten eigene Bestandserhebungen durchgeführt. Erhoben wurde nach dem so genannten Angebotsprinzip. Das heißt, großflächige Betriebe werden auch hinsichtlich ihrer Teilsortimente systematisch erfasst. Die Grundlage für die Systematik bildeten die mit dem Auftraggeber abgestimmten Sortimente.
- Die Bestandserhebung erfolgte durch physische Begehung der einzelnen Ladenlokale, wobei die Erheber selbst mit einem Legitimationsschreiben des Auftraggebers ausgestattet waren.
- Sofern vorhanden, wurden auch leer stehende Ladenlokale systematisch erfasst (und mit ihrer geschätzten potenziellen Verkaufsfläche aufgenommen).
- Alle Daten wurden analog den o.g. Kriterien ausgewertet und den Ergebnissen aus 2008/2009 gegenübergestellt.
- Ergänzend wurden im Rahmen der Einzelhandelserhebung 2013 als Zusatzauftrag die wesentlichen Dienstleistungsnutzungen in der Lübecker Innenstadt erhoben.
- Zusätzlich wurden zwei Microsoft-Access-Datenbanken programmiert, in die alle Erhebungsdaten (2009 bzw. 2013) importiert wurden. Die Datenbanken wurden mit je einem Frontend bzw. einer Eingabemaske ausgestattet, mit der eine einfache Auswertung, Analyse, Darstellung und Pflege der Bestandsdaten möglich sein wird.
- Mit diesen Microsoft Access-gestützten Datenbanken ist der Auftraggeber jeweils in der Lage, Auswertungen nach räumlichen Kriterien als auch nach sektoralen Kriterien selbst vorzunehmen, sich anzeigen zu lassen, auszudrucken oder in andere Anwendungen zu exportieren.

¹ Vorgabe des Auftraggebers.



2 Einzelhandelsstruktur in der Lübecker Innenstadt

2.1 Verkaufsflächenentwicklung in der Lübecker Innenstadt

Nach den Erhebungen von Dr. Lademann & Partner verfügt die Innenstadt von Lübeck im März 2013 über eine potenzielle Gesamtverkaufsfläche von

rd. 120.200 qm.

Im Vergleich zu 2009 ist diese Fläche um rd. 3,3% bzw. + 0,8 % p.a. (+ 3.890 qm) angestiegen².

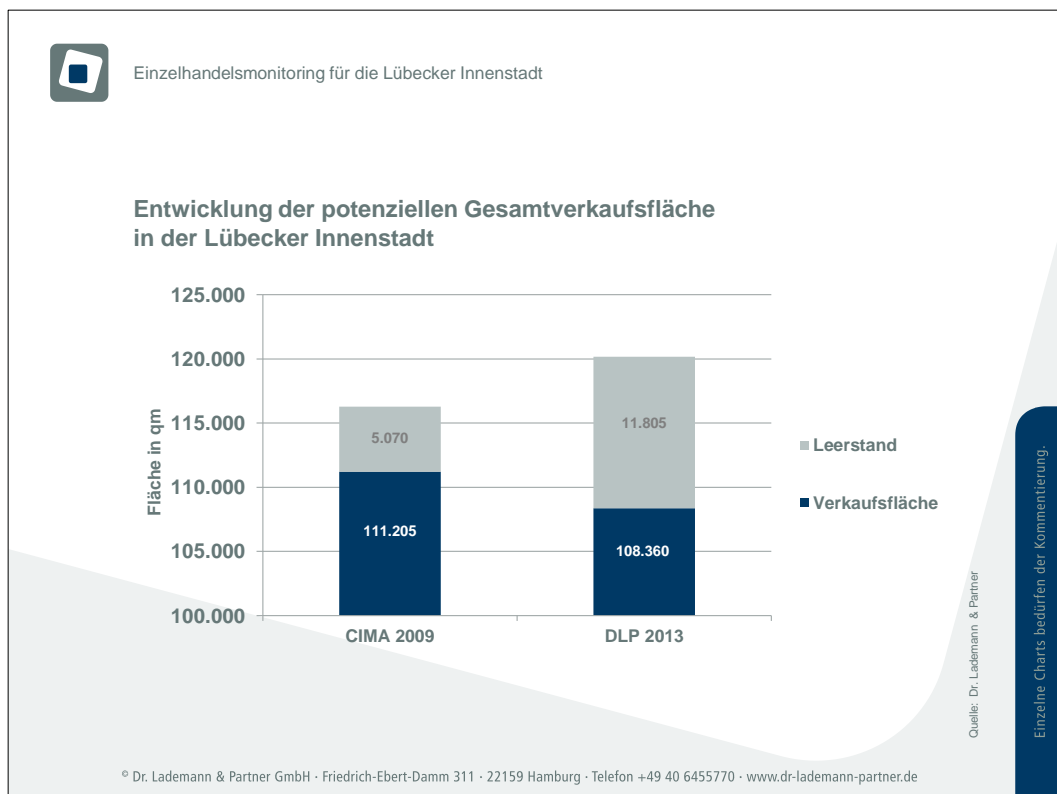


Abbildung 1: Entwicklung der potenziellen Gesamtverkaufsfläche in der Lübecker Innenstadt

² Hierbei ist zu berücksichtigen, dass rd. 1.700 qm Leerstandsfläche im UG der Königspassage 2009 nicht erfasst wurden. Unter Berücksichtigung dieser potenziellen Verkaufsfläche beträgt die Steigerung rd. 1,9 % (+ 0,5 % p.a.).



Die aktiv betriebene einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche beträgt aktuell in 614 Ladengeschäften insgesamt

rd. 108.400 qm.

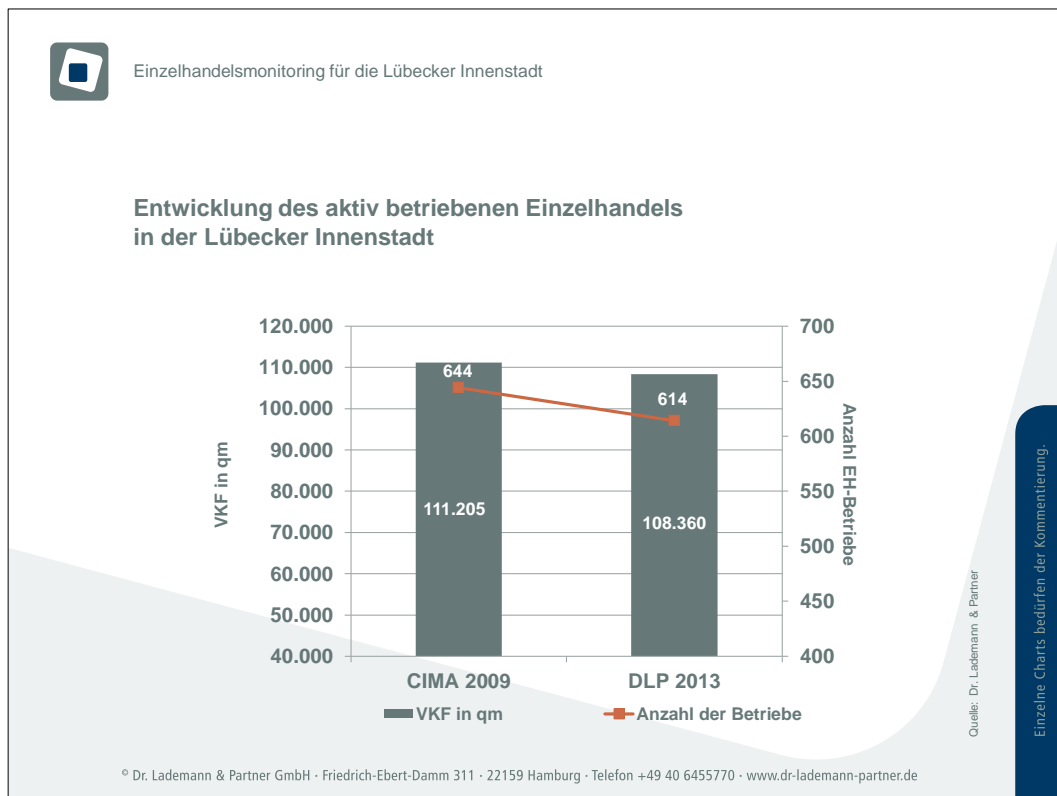


Abbildung 2: Entwicklung des aktiv betriebenen Einzelhandels in der Lübecker Innenstadt

Im zeitlichen Vergleich zur Situation in 2009³ zeigt sich insgesamt eine leichte Abnahme der Verkaufsfläche von rd. 2,6 % bzw. – 0,6 % p.a. (- 2.845 qm), die schwerpunktmäßig durch die Leerstandsflächen in der Königspassage induziert ist. Die Anzahl der Ladengeschäfte ist im selben Zeitraum um rd. 4,7 % bzw. – 1,2 % p.a. (- 30) zurückgegangen. Diese Entwicklung ist dagegen überwiegend auf den allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel (Trend zu größerflächigen Ladenlokalen zu Lasten von Klein- bzw. nicht mehr marktfähigen Flächen) zurückzuführen.

³ Vgl. Einzelhandelszentren und Nahversorgungskonzept Hansestadt Lübeck, CIMA Beratung + Management GmbH Lübeck, August 2009.



Im Vergleich zu den Oberzentren Osnabrück und Augsburg⁴ verfügt der Lübecker Innenstadt Einzelhandel über eine leicht geringere Verkaufsfläche (- 5 %) als die Osnabrücker City (rd. 114.300 qm) und um eine rd. 31 % geringere Verkaufsfläche als Augsburg (rd. 157.400 qm). Hierbei ist allerdings das aufgrund seiner Lage deutlich größere Marktgebiet der Stadt Augsburg mit rd. 1 Mio. Einwohner (Lübeck rd. 600.000 EW) zu berücksichtigen. Bei der Betrachtung der Cityverkaufsflächenanteile an der Gesamtverkaufsfläche der jeweiligen Stadt zeigt sich für Lübeck mit rd. 23 % allerdings ein leicht unterdurchschnittlicher Wert. In Osnabrück und Augsburg beträgt der Anteil rd. 29 bzw. rd. 28 %.

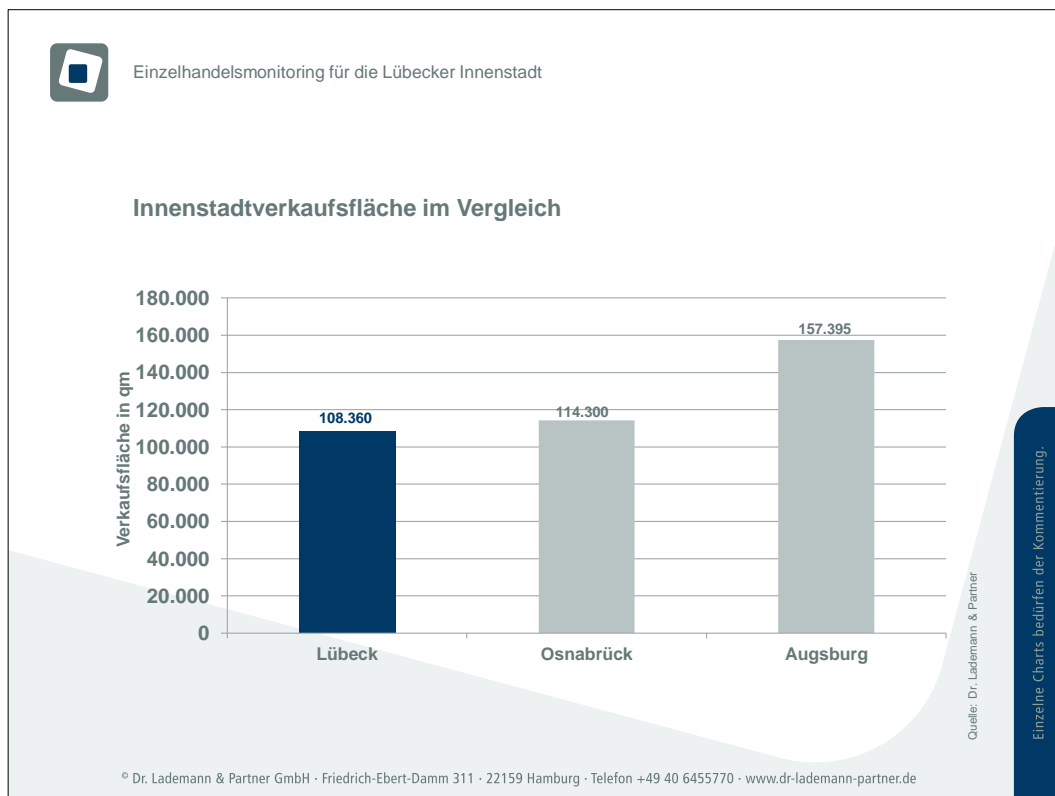


Abbildung 3: Die Lübecker Innenstadtverkaufsfläche im Städtevergleich

⁴ Vgl. bzgl. der nachfolgenden Städtevergleichsdaten Märkte- und Zentrenkonzept für die Stadt Osnabrück, CIMA 2010 sowie Einzelhandelsentwicklungskonzeption für die Stadt Augsburg A Hauptband Zentrenkonzept und C Die Innenstadt als Handels- und Dienstleistungsstandort, GMA 2010. Die Angaben sind aufgrund der unterschiedlichen Jahreszahlen nur eingeschränkt vergleichbar.



Bei Betrachtung der Lübecker Innenstadtverkaufsflächen nach Sortimentsbereichen⁵ zeigt sich im Vergleich zu 2009 im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente ein marginaler Verkaufsflächenrückgang von rd. - 1 % (- 190 qm), bei den zentrenrelevanten Sortimenten von rd. - 3 % (- 2.195 qm), während sich die Verkaufsflächen im nicht-zentrenrelevanten Bedarf um rd. - 11 % (- 460 qm) verringerten, allerdings auf einem ohnehin innenstadttypisch geringem Niveau.

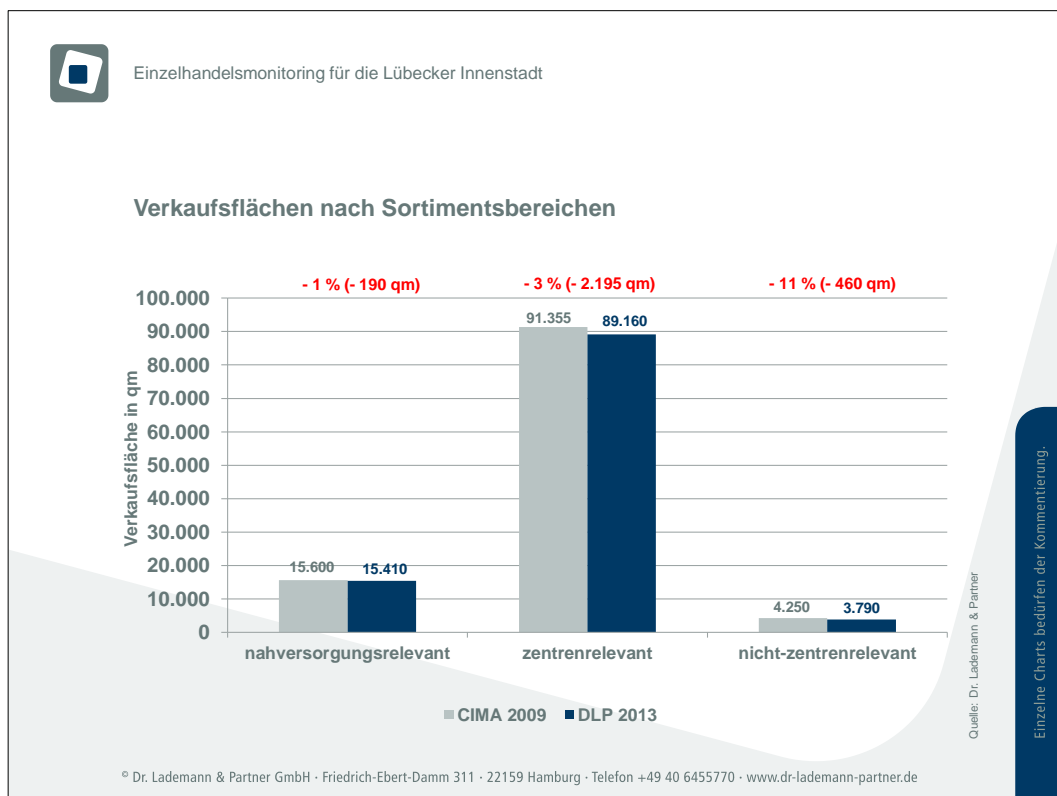


Abbildung 4: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen im Zeitvergleich

Die Anzahl der Ladengeschäfte weist im selben Zeitraum schwerpunktmäßig bei den nahversorgungsrelevanten Angeboten mit -15 % (- 25) eine rückläufige Tendenz auf, während im zentrenrelevanten Bedarfsbereich der Rückgang nur rd. - 2 % (- 7) beträgt bzw. im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente ein Zuwachs von + 10 % (+ 2) zu verzeichnen ist.

⁵ Aufgrund der Umkodierungen der Sortimente ergeben sich für das Jahr 2009 für die einzelnen Sortimentsbereiche leichte Verkaufsflächendifferenzen zu den CIMA-Zahlen.

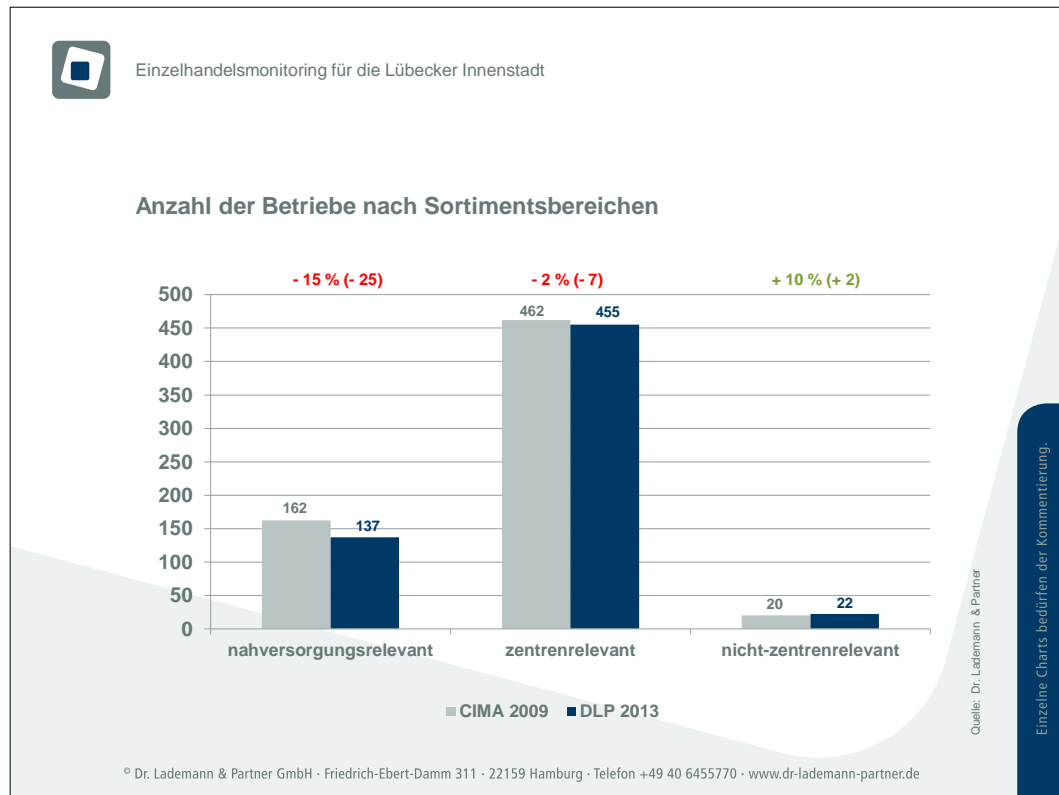


Abbildung 5: Anzahl der Betriebe nach Sortimentsbereichen im Zeitvergleich

Bezogen auf die einzelnen Sortimente der modifizierten „Lübecker Liste“ zeigt die Angebotsstruktur des Lübecker Innenstadteinzelhandels im Zeitvergleich das nachfolgende Bild:



Einzelhandelsstruktur der Lübecker Innenstadt 2009 bis 2013								
Branchen	Verkaufsfläche in qm		+/- 13/09		Anzahl der Betriebe		+/- 13/09	
	2009	2013	abs.	in %	2009	2013	abs.	in %
Lebensmittel	8.970	9.610	640	7,1	93	84	- 9	- 9,7
Drogerie-, Parfümerieartikel	4.660	4.020	- 640	- 13,7	28	16	- 12	-42,9
Apotheken	960	940	- 20	- 2,1	17	16	- 1	- 5,9
Schnittblumen	460	440	- 20	- 4,3	9	9	-	-
Kiosksortiment	550	400	- 150	- 27,3	15	12	- 3	-20,0
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	15.600	15.410	- 190	- 1,2	162	137	- 25	-15,4
Bekleidung (Damen, Herren, Kinder, Baby)	42.400	41.420	- 980	- 2,3	108	112	4	3,7
Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung	3.740	3.995	255	6,8	12	10	- 2	-16,7
Schuhe	5.450	5.260	- 190	- 3,5	24	23	- 1	- 4,2
Lederwaren, Kürschnerwaren	1.210	1.115	- 95	- 7,9	9	7	- 2	-22,2
Sportartikel (inkl. Sportschuhe u. Sportbekleidung, Outdoorbekleidung)	4.610	4.850	240	5,2	16	19	3	18,8
Bücher	3.710	3.625	- 85	- 2,3	21	19	- 2	- 9,5
Schreibwaren	1.550	1.590	40	2,6	11	8	- 3	-27,3
Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln)	1.830	1.770	- 60	- 3,3	14	9	- 5	-35,7
Musikinstrumente	910	620	- 290	- 31,9	11	7	- 4	-36,4
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Wohnaccessoires.	6.485	6.920	435	6,7	49	48	- 1	- 2,0
Foto, Film	460	350	- 110	- 23,9	7	7	-	-
Optik (Optiker, Hörgeräteakustiker)	1.480	1.440	- 40	- 2,7	21	22	1	4,8
Unterhaltungselektronik	2.300	1.385	- 915	- 39,8	12	9	- 3	-25,0
Elektrogeräte	1.550	1.465	- 85	- 5,5	5	7	2	40,0
Beleuchtung	280	300	20	7,1	3	4	1	33,3
Computer, Telekommunikation	1.460	1.040	- 420	- 28,8	24	23	- 1	- 4,2
Uhren, Schmuck	1.850	2.005	155	8,4	44	48	4	9,1
Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware)	5.580	5.980	400	7,2	19	22	3	15,8
Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen, Klein-Antiquitäten)	2.770	2.680	- 90	- 3,2	42	44	2	4,8
Fahrräder (inkl. Zubehör)	1.550	1.210	- 340	- 21,9	6	4	- 2	-33,3
Sanitätswaren	180	140	- 40	- 22,2	4	3	- 1	-25,0
Zentrenrelevanter Bedarf	91.355	89.160	- 2.195	- 2,4	462	455	- 7	- 1,5
Möbel (inkl. Matratzen)	2.560	2.770	210	8,2	9	12	3	33,3
Antiquitäten (Möbel)	30	160	130	433,3	1	1	-	-
Sportgroßgeräte (einschl. Campinggroßgeräte)	50	50	-	-	-	-	-	-
Baumarktartikel (inkl. Teppichrollen, Laminat)	1.380	580	- 800	- 58,0	7	6	- 1	-14,3
Kfz-Zubehör	-	-	-	-	-	-	-	-
Büromaschinen (inkl. Büroeinrichtung)	-	-	-	-	-	-	-	-
Zoobedarf	230	230	-	-	3	3	-	-
Gartenbedarf	-	-	-	-	-	-	-	-
Babybedarf	-	-	-	-	-	-	-	-
Nicht-zentrenrelevanter Bedarf	4.250	3.790	- 460	- 10,8	20	22	2	10,0
Summe/Mittelwert	111.205	108.360	- 2.845	- 2,6	644	614	- 30	- 4,7

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 1: Einzelhandelsstruktur der Lübecker Innenstadt in Zeitvergleich

Wie die Auflistung dokumentiert, bildet den Angebotsschwerpunkt des Lübecker Innenstadteinzelhandels funktionsgerecht das Segment zentrenrelevanter Bedarf und hierbei insbesondere die Sortimente Bekleidung/Wäsche/Schuhe sowie Hausrat, Heimtextilien und Sportbedarf.

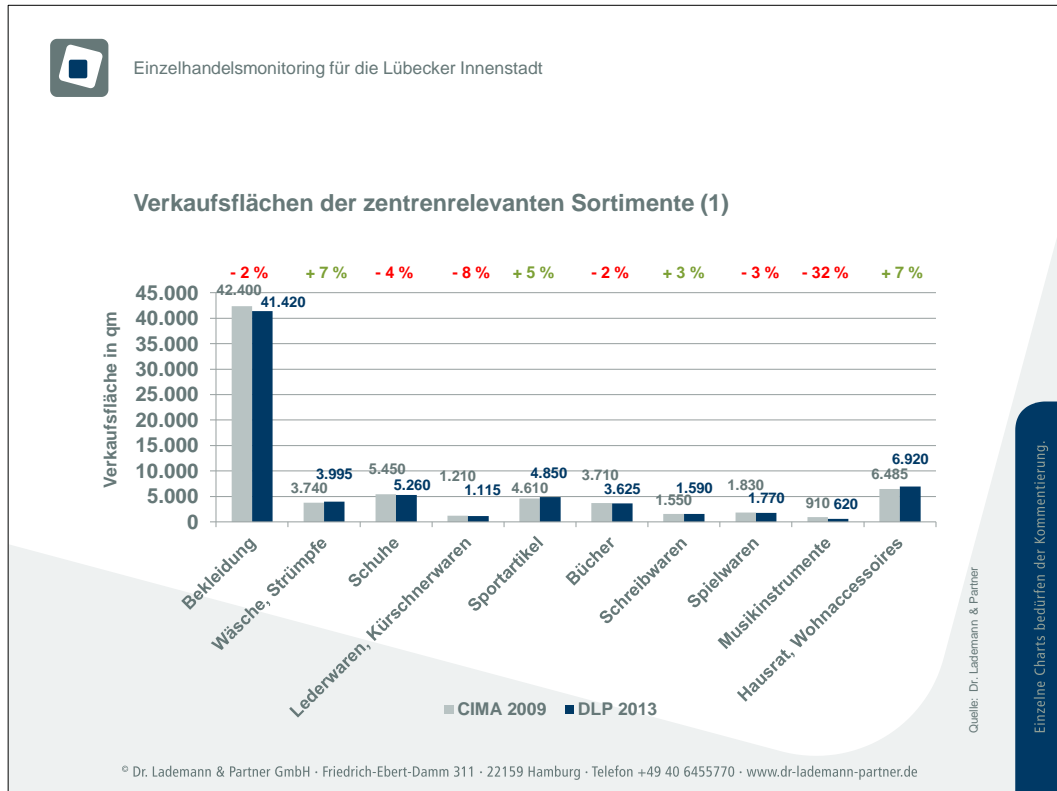


Abbildung 6: Verkaufsflächen der zentrenrelevanten Sortimente (1) im Zeitvergleich

Bei der Betrachtung der Verkaufsflächenentwicklung einzelner Sortimentsgruppen im Zeitvergleich zeigen sich beim zentrenrelevanten Bedarf seit 2009 positive Entwicklungen in den Sortimenten Wäsche/Strümpfe (+ 7 %, + 255 qm), Sportartikel (+ 5 %, + 240 qm), Schreibwaren (+ 3 %, + 40 qm), Hausrat/Wohnaccessoires (+ 7 %, + 435 qm), Uhren/Schmuck (+ 8 %, + 155 qm) sowie Heimtextilien (+ 7 %, + 400 qm). In allen anderen Sortimenten sind die Verkaufsflächen gesunken. Während das innenstadtprägende Sortiment Bekleidung nur eine leicht rückläufige Tendenz aufweist (- 2 %, - 980 qm), verzeichnen die Sortimente Musikinstrumente (- 32 %, - 290 qm), Unterhaltungselektronik (- 40 %, - 915 qm) sowie Computer/Telekommunikation (- 29 %, - 420 qm) deutliche Rückgänge. Die Verkaufsflächenentwicklung in den beiden letztgenannten Segmenten ist überwiegend auf die Umstrukturierung (Aufgabe der Elektroabteilung) im Karstadt-Warenhaus zurückzuführen.

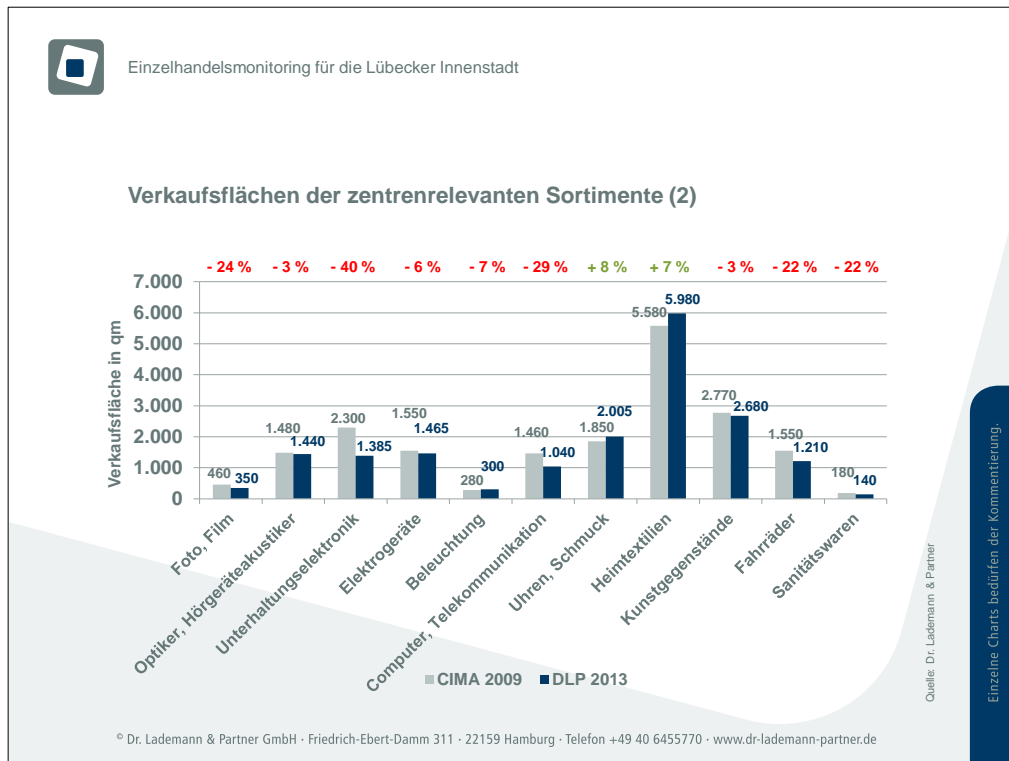


Abbildung 7: Verkaufsflächen der zentrenrelevanten Sortimente (2) im Zeitvergleich

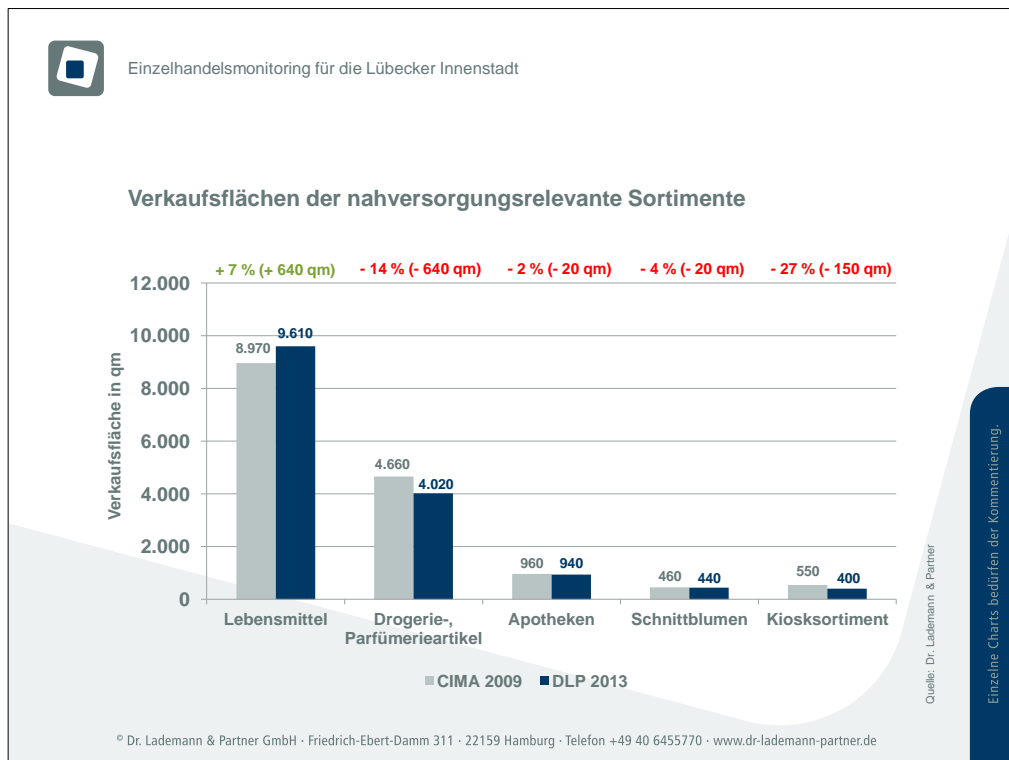


Abbildung 8: Verkaufsflächen der nahversorgungsrelevanten Sortimente im Zeitvergleich



Im periodischen Bedarf zeigt sich, dass nur das Sortiment Lebensmittel einen Zuwachs von rd. 7 % (+ 640 qm) aufweist, während die übrigen Sortimente Rückgänge zwischen – 2 und – 27 % aufweisen. Bei der Entwicklung der Verkaufsflächen im Bereich Drogerie- und Parfümeriebedarf ist allerdings die Aufgabe der Schlecker-Filialen zu berücksichtigen.

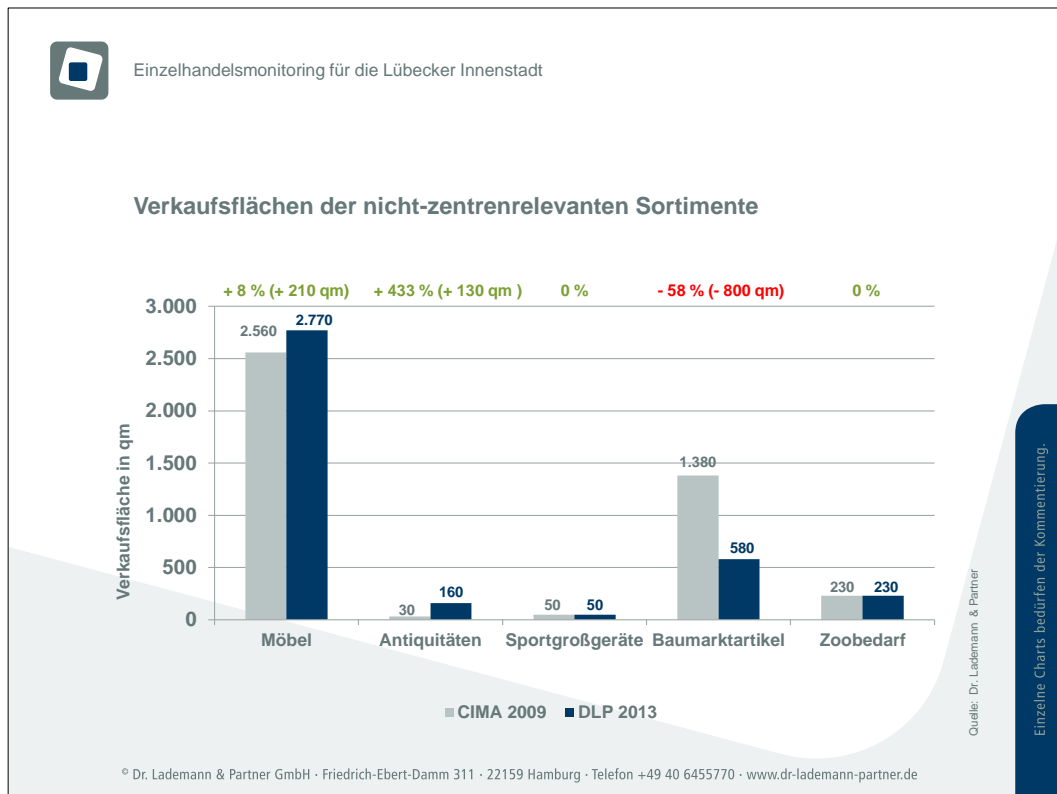


Abbildung 9: Verkaufsflächen der nicht-zentrenrelevanten Sortimente im Zeitvergleich

Im Segment des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs sind im Zeitvergleich die Verkaufsflächen im Bereich Möbel (+ 7 %, + 210 qm) und Antiquitäten (+ 433 %, + 130 qm) gestiegen, während Baumarktartikel rückläufig sind (- 58 %, - 800 qm).

2.1.1 Raumstruktur des Lübecker Innenstadt Einzelhandels

Im Hinblick auf die Entwicklung des Innenstadt Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der aktuellen Flächenerhebung 2013 sowie die Erhebungsdaten aus dem Jahr 2009 in Abstimmung mit dem Bereich Stadtplanung räumlich analog der nachfolgenden Darstellung in A-, B-, C- und D-Lage bzw. Sonstige Lage (übriges Innenstadtgebiet) differenziert:

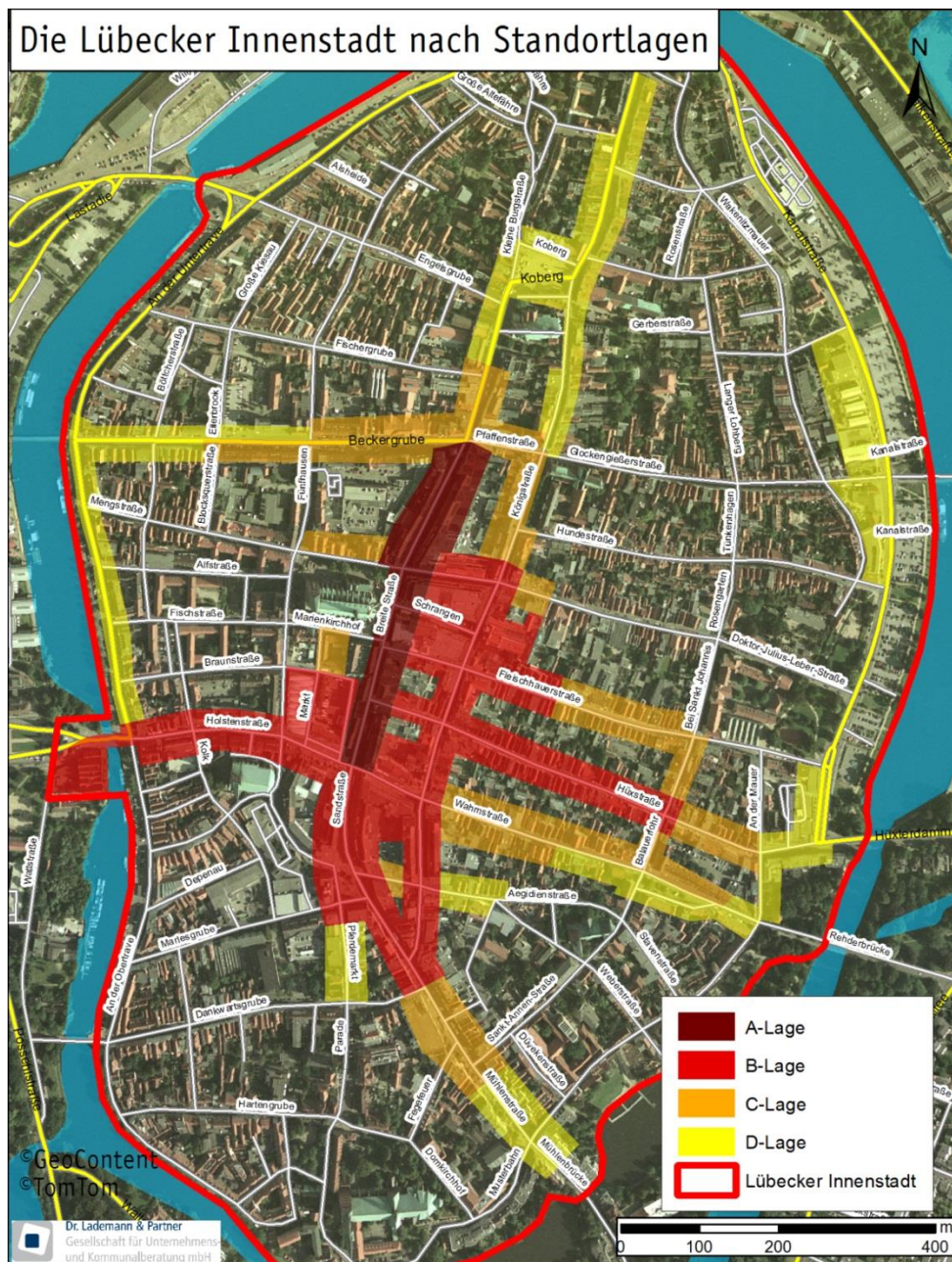


Abbildung 10: Die Lübecker Innenstadt nach Standortlagen

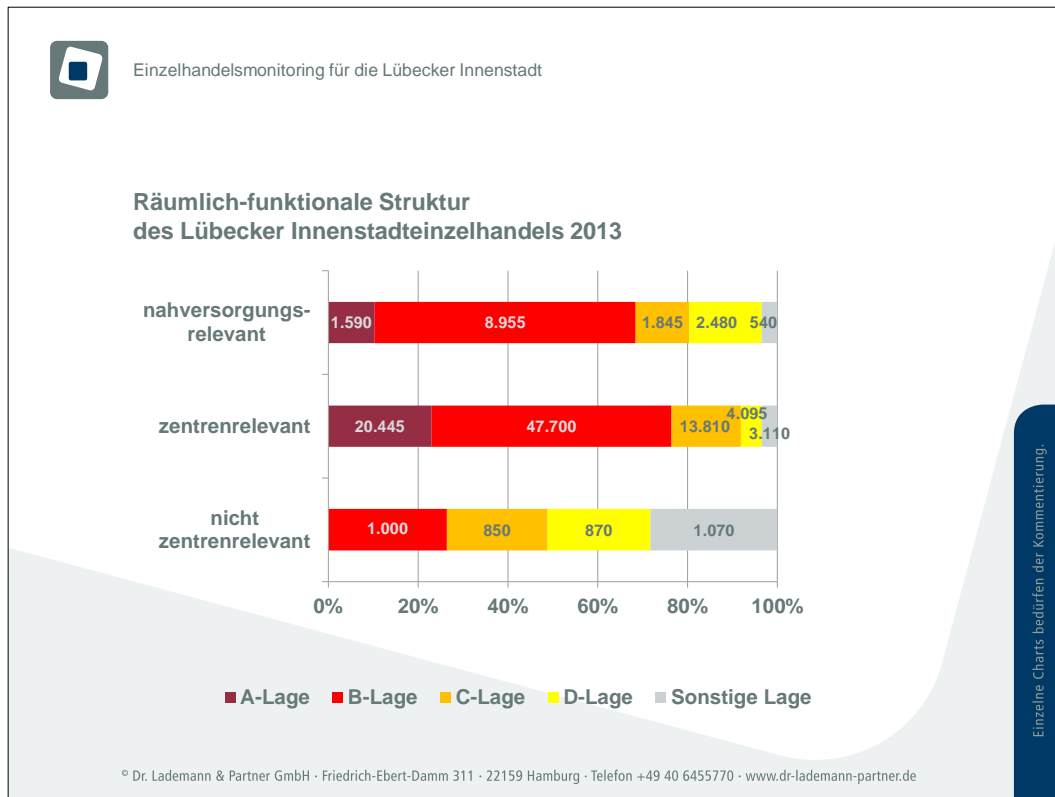


Abbildung 11: Räumlich-funktionale Struktur des Lübecker Innenstadteinzelhandels 2013

Hinsichtlich der Unterscheidung nach Standortlagen zeigt sich die deutliche Kernkompetenz der A-Lage und B-Lagen im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente. Rd. 76 % des zentrenrelevanten Bedarfs (gut 68.100 qm) und rd. 68 % des Nahversorgungsbedarfs (rd. 10.500 qm) sind hier verortet. Das nicht-zentrenrelevante Angebot ist dagegen annähernd gleichmäßig auf alle Innenstadtlagen verteilt.

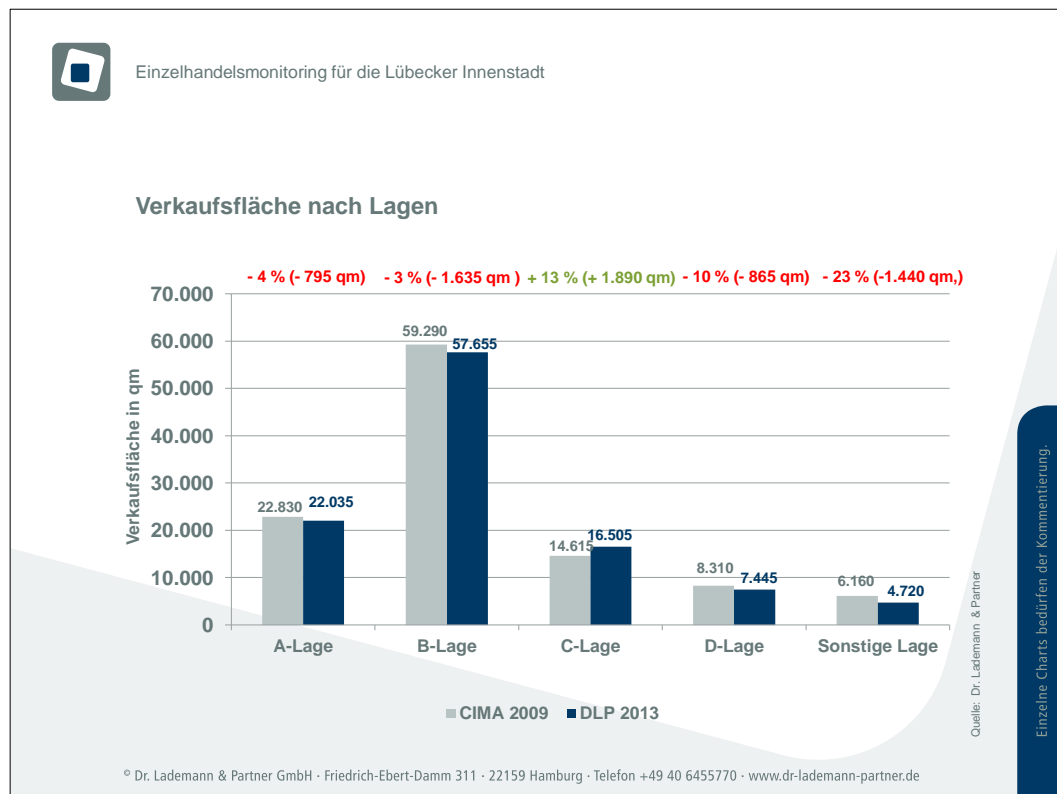


Abbildung 12: Verkaufsflächenentwicklung nach Standortlagen

Bei der räumlichen Differenzierung der Verkaufsflächenentwicklung seit 2009 nach den einzelnen Innenstadtlagen zeigt sich, dass vom Rückgang der Einzelhandelsverkaufsfläche mit Ausnahme der C-Lagen (+ 13 %, + 1.890 qm) alle übrigen Standortbereiche betroffen sind, insbesondere jedoch die D-Lagen und Sonstigen Lagen.

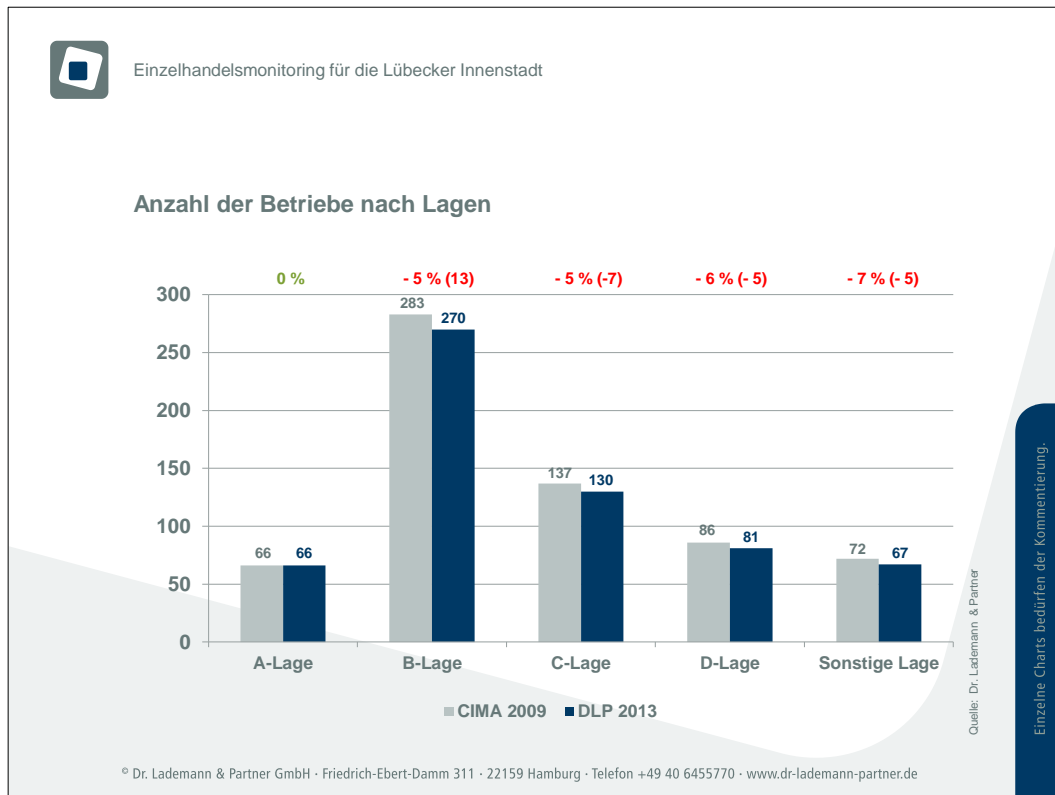


Abbildung 13: Entwicklung der Anzahl der Ladengeschäfte nach Standortlagen

Die Anzahl der Betriebe nach Lagen ist seit 2009 nur in der A-Lage stabil geblieben. Die negative Entwicklung in allen übrigen Innenstadtlagen ist annähernd gleich verlaufen.

2.1.2 Branchen- und Betriebsgrößenstruktur

- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfallen mit rd. 89.200 qm funktionsgerecht rd. 82 % der Verkaufsfläche.
- Mit rd. 15.400 qm entfallen rd. 14 % der Gesamtverkaufsfläche der Lübecker Innenstadt auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.
- Der nicht-zentrenrelevante Bedarf verfügt innenstadttypisch nur über einen geringen Anteil von rd. 4 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 3.800 qm).

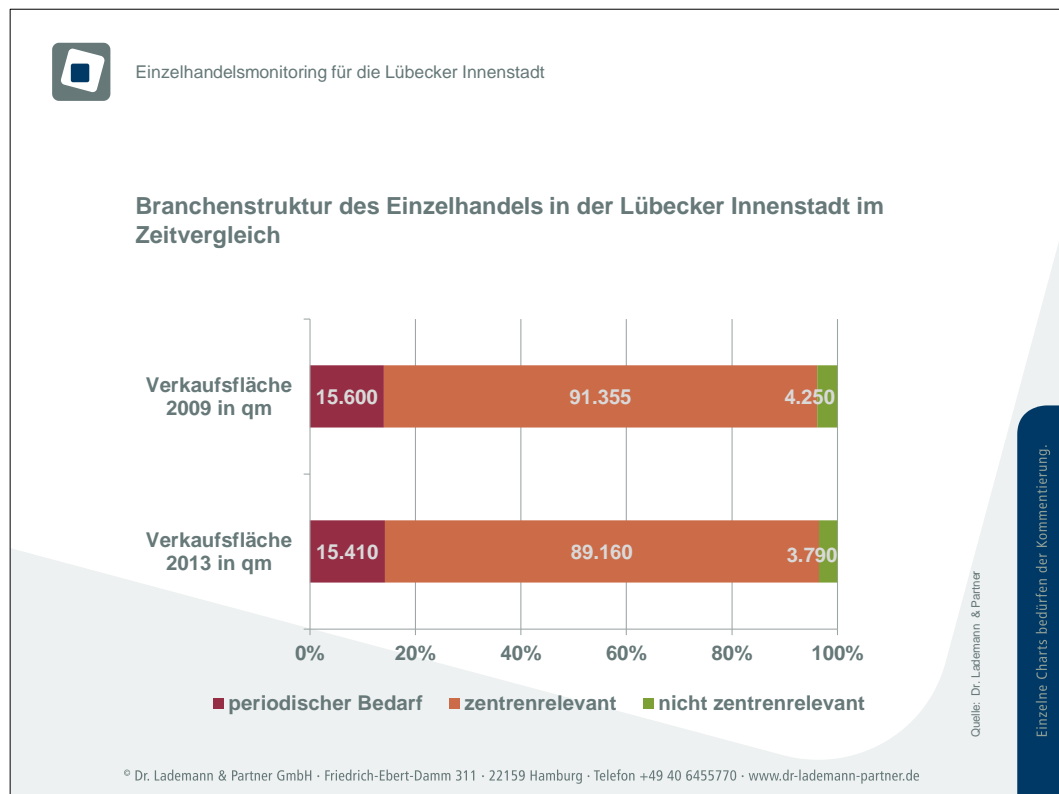


Abbildung 14: Branchenstruktur des Einzelhandels in der Lübecker Innenstadt im Zeitvergleich

Im Vergleich zu 2009 ergeben sich in der Branchenstruktur trotz der insgesamt geringeren Verkaufsfläche in der Lübecker Innenstadt nur marginale Veränderungen im Nachkommastellenbereich.

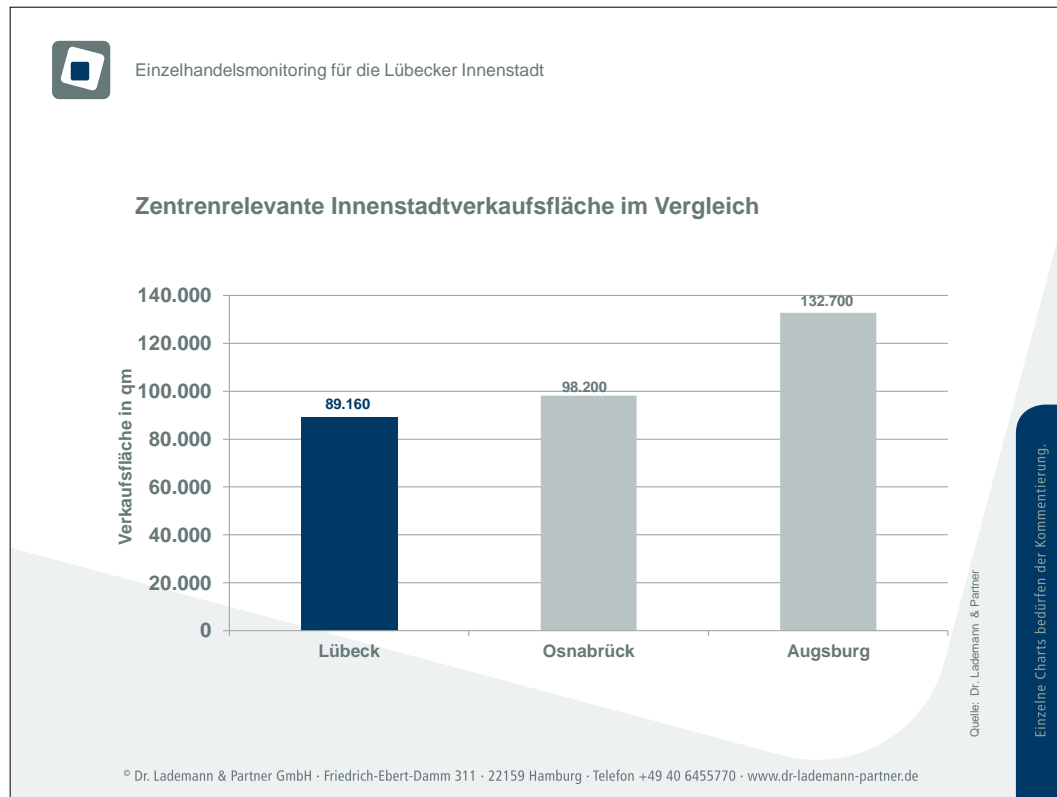


Abbildung 15: Zentrenrelevante Innenstadtverkaufsfläche im Städtevergleich

Innerhalb der untersuchten Vergleichsstädte weist Lübeck mit rd. 82 % (rd. 89.160 qm) einen leicht geringeren Anteil an zentrenrelevanter Verkaufsfläche auf. In Osnabrück beträgt der Anteil rd. 86 % (rd. 98.200 qm)⁶ und in Augsburg entsprechend rd. 84 % (rd. 132.700 qm).

⁶ Aufgrund leicht abweichender Sortimente wurden die zentrenrelevanten Verkaufsflächen von Dr. Lademann & Partner geschätzt.



Bei der Entwicklung der Lübecker Branchenstruktur nach Lagen zeigt sich im Vergleich zu 2009 bei den zentrenrelevanten Sortimenten, dass Verkaufsflächenzuwächse in den C-Lagen (+ 11 %, + rd. 1.400 qm) feststellbar sind, während sich die Verkaufsflächen in den Sonstige Lagen deutlich um 18 % (- 670 qm) verringert haben. Der Rückgang in der A-Lage beträgt dagegen nur - 3 % (- 575 qm).

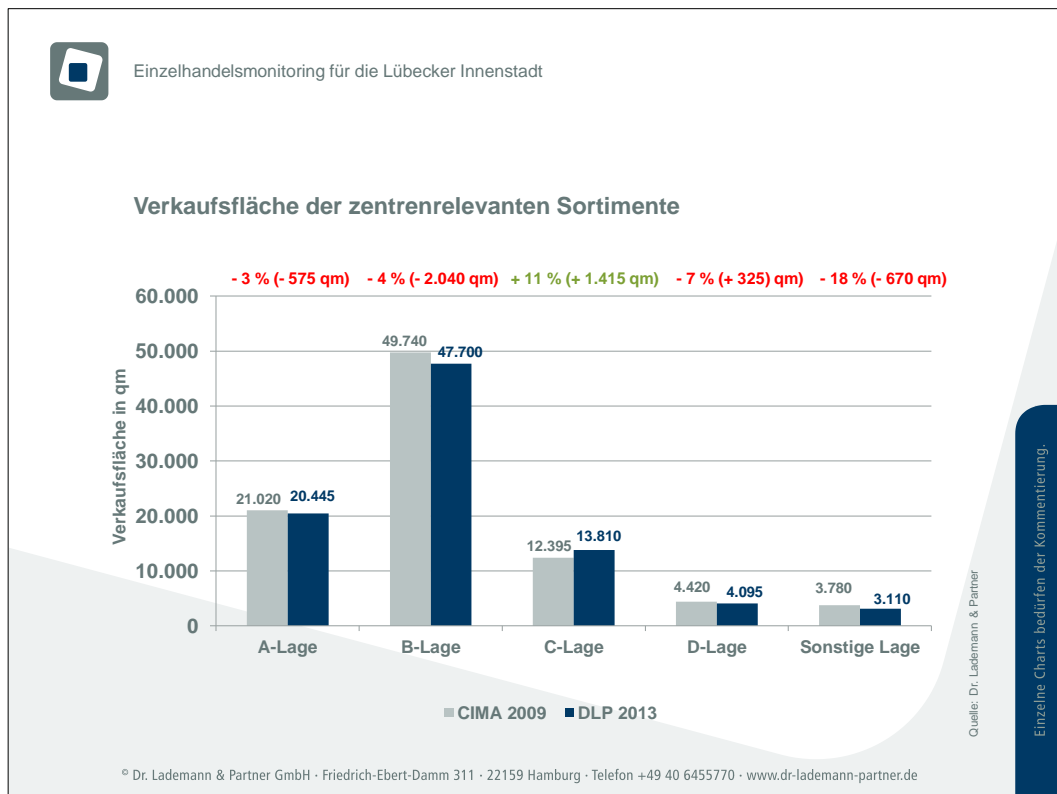


Abbildung 16: Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Zeitvergleich



Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist ein Zuwachs der Verkaufsfläche in den C-Lagen (+ 17 %, + 285 qm) und Verkaufsflächenrückgänge in der A-Lage (- 12 %, -220 qm) sowie den D-Lagen (- 8 %, - 210 qm) und Sonstigen Lagen (- 20 %, - 110 qm) feststellbar.

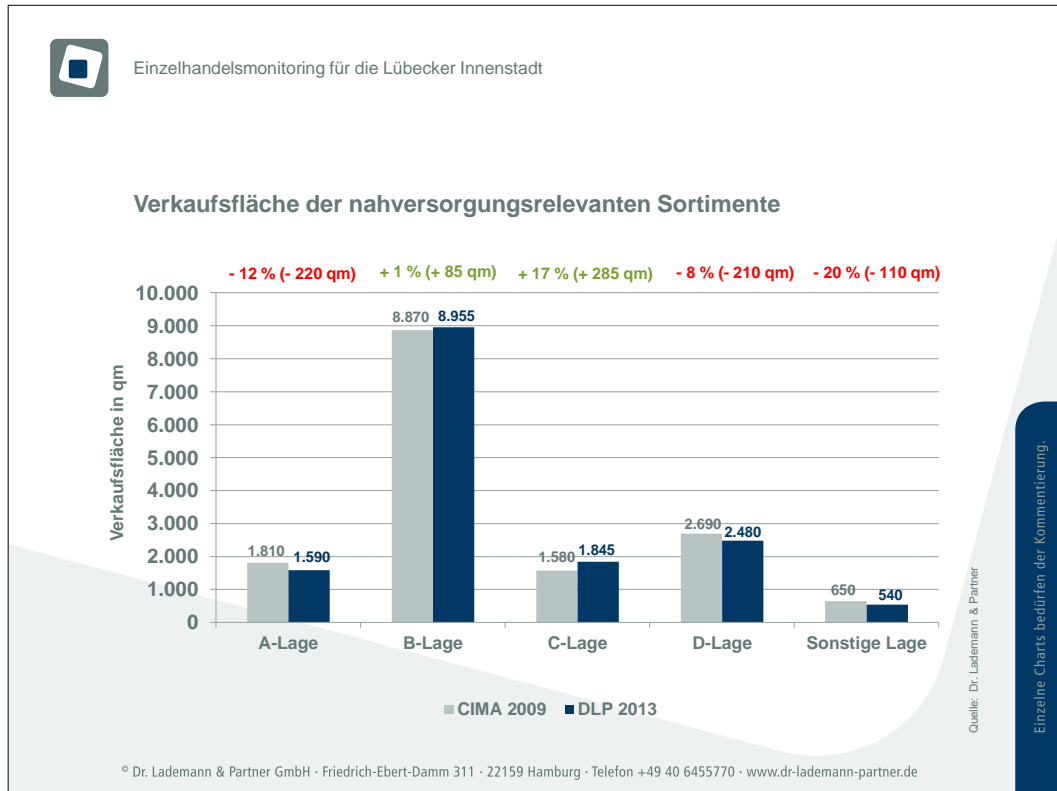


Abbildung 17: Verkaufsfläche der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Zeitvergleich

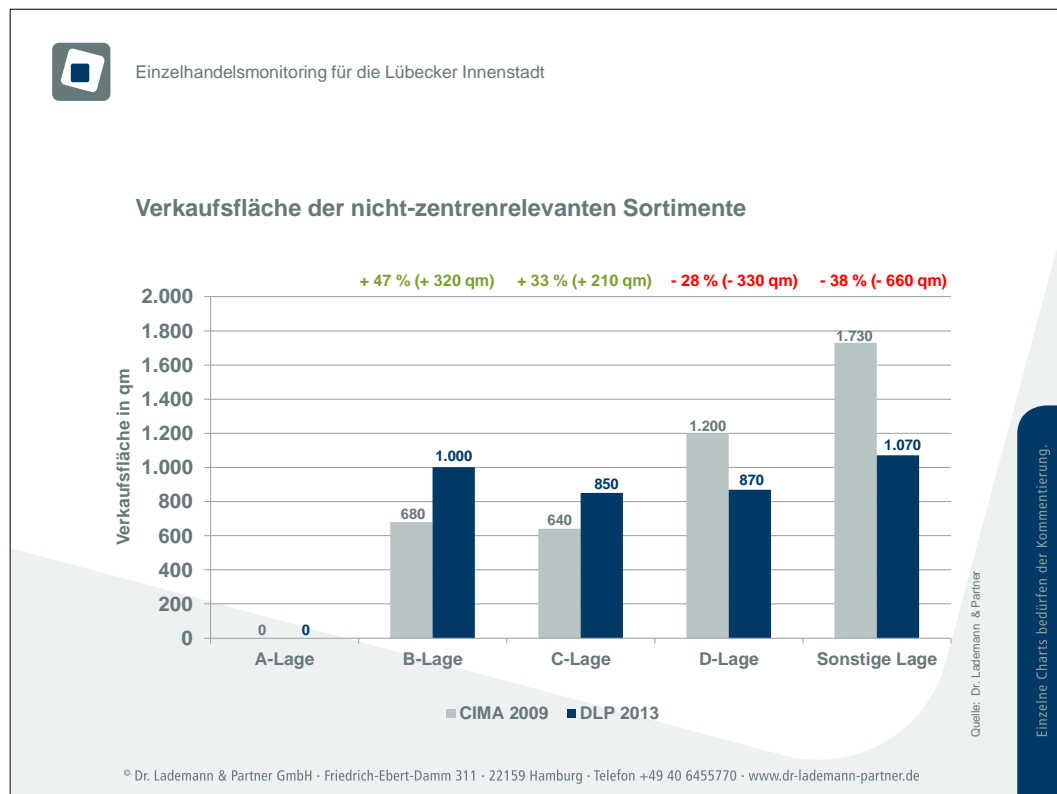


Abbildung 18: Verkaufsfläche der nicht-zentrenrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Zeitvergleich

Im Bereich des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs zeigen sich gegenüber 2009 Verkaufsflächenzuwächse in den B- und C-Lagen (+ 47 %, + 320 qm bzw. + 33 %, + 210 qm) zu Lasten der D- und Sonstigen Lagen (- 28 %, - 330 qm bzw. - 38 %, - 660 qm).



Hinsichtlich der Betriebsgrößen weist der Lübecker Innenstadteinzelhandel eine heterogene Struktur auf: Während der Einzelhandel in den Top-Lagen (A und B) vergleichsweise hohe Mittelwerte aufweist, sind die übrigen Standortlagen innerhalb der Lübecker Innenstadt sehr kleinflächig strukturiert. In der innenstadtprägenden, zentrenrelevanten Sortimentskategorie beträgt die Durchschnittsgröße in der A-Lage 386 qm, in den B-Lagen 231 qm sowie in den C-Lagen 120 qm. Im Vergleich zu 2009 sind die Durchschnittsgrößen dieser Bedarfsgruppe in der A-Lage (- 18 qm) und in den B-Lagen (- 13 qm) leicht gesunken, während in den C-Lagen eine Erhöhung (+ 19 qm) feststellbar ist.

Nach den einzelnen Standortbereichen ergibt sich im Vergleich folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels nach Standortbereichen 2009												
Sortiments-kategorie	A-Lage		B-Lage		C-Lage		D-Lage		Sonstige Lage		Gesamt	
	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe
nahversorgungsrelevant	14	129	80	111	27	59	24	112	17	38	162	96
zentrenrelevant	52	404	202	246	103	120	56	79	49	77	462	198
nicht-zentrenrelevant	0	0	1	680	7	91	6	200	6	288	20	213
Summe	66	346	283	210	137	107	86	97	72	86	644	173

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels nach Standortbereichen 2013												
Sortiments-kategorie	A-Lage		B-Lage		C-Lage		D-Lage		Sonstige Lage		Gesamt	
	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe	Anzahl Betriebe	Durchschn. Größe
nahversorgungsrelevant	13	122	61	147	26	71	23	108	14	39	137	112
zentrenrelevant	53	386	205	233	99	139	53	77	45	69	455	196
nicht-zentrenrelevant	0	0	4	250	5	170	5	174	8	134	22	172
Summe	66	334	270	214	130	127	81	92	67	70	614	176

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 2: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in der Lübecker Innenstadt nach Standortbereichen

In der Lübecker Innenstadt entfallen aktuell mit 60.500 qm insgesamt rd. 56 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 25 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

2009 waren 28 großflächige Betriebe mit rd. 62.800 qm Verkaufsfläche in der Innenstadt verortet. Der Verkaufsflächenanteil betrug aufgrund der höheren Gesamtverkaufsfläche ebenfalls rd. 56 %. Die Differenz zu 2009 ergibt sich überwiegend durch die Schließung von Betrieben im Sortimentsbereich Bekleidung (u.a. Bekleidungskaufhaus Rieckmann und Olymp & Hades).

Die größten Betriebe für den zentrenrelevanten Bedarf sind innerhalb der Lübecker Innenstadt 20 Betriebe (≥ 800 qm VKF) angesiedelt, überwiegend in der A-Lage und in den B-Lagen, was die Dominanz in diesem Segment sehr deutlich charakterisiert. Zu den größten Ladeneinheiten zählen u.a. das Karstadt-SB-Warenhaus in der Königstraße (B-Lage), das C & A-Bekleidungskaufhaus in der



Mühlenstraße (C-Lage), das Karstadt-Living-Haus in der Königstraße (B-Lage), das Peek & Cloppenburg-Bekleidungskaufhaus am Markt (B-Lage), T K Maxx in der Breiten Straße (A-Lage) sowie Karstadt Sport in der Holstenstraße (B-Lage).

Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sind die größten Ladeneinheiten überwiegend in den B-Lagen ansässig. Neben dem Perfetto-Verbrauchermarkt (im Karstadt) in der Königstraße befinden sich ein Sky-Verbrauchermarkt in der Sandstraße sowie im Haerder-Center in der Königstraße (bzw. Sandstraße) ein Rewe-Verbrauchermarkt. Zusätzlich ist in der Kanalstraße (D-Lage) ein Aldi-Lebensmitteldiscounter ansässig.

Im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich sind die Betriebe in der Innenstadt kleinflächiger strukturiert⁷.

Das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Lübecker Innenstadt beträgt aktuell rd. 108.400 qm und ist im Vergleich zu 2009 um rd. 3 % gesunken. Die Branchenstruktur hat sich durch den Rückgang nur marginal verändert. Die zentrenrelevanten Sortimente dominieren mit mehr als 82 % weiterhin funktionsgerecht den Innenseite Einzelhandel und sind überwiegend in der A-Lage und den B-Lagen verortet. Vom Verkaufsflächenrückgang sind insgesamt schwerpunktmäßig die D- und Sonstigen Lagen betroffen.

⁷ Betten Struwe in der Königstraße (B-Lage) ist zwar wegen des Hauptsortiments als großflächiger Betrieb im Segment nicht-zentrelevanter Bedarf einzustufen, allerdings überwiegen in Summe die zentrenrelevanten Randsortimente.



2.2 Verkaufsflächendichte in der Lübecker Innenstadt (Citydichte)

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Lübecker Innenstadt (Citydichte) 2013 einen Wert von

rd. 515 qm je 1.000 Einwohner.

Einzelhandelsstruktur 2013			
Branchen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Citydichte*
Lebensmittel	84	9.610	46
Drogerie-, Parfümerieartikel	16	4.020	19
Apotheken	16	940	4
Schnittblumen	9	440	2
Kiosksortiment	12	400	2
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	137	15.410	73
Bekleidung (Damen, Herren, Kinder, Baby)	113	41.420	197
Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung	10	3.995	19
Schuhe	23	5.260	25
Lederwaren, Kürschnerwaren	7	1.115	5
Sportartikel (inkl. Sportschuhe und Sportbekleidung, Outdoorbekleidung)	19	4.850	23
Bücher	19	3.625	17
Schreibwaren	8	1.590	8
Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln)	9	1.770	8
Musikinstrumente	7	620	3
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Wohnaccessoires	48	6.920	33
Foto, Film	7	350	2
Optik (Optiker, Hörgeräteakustiker)	22	1.440	7
Unterhaltungselektronik	9	1.385	7
Elektrogeräte	7	1.465	7
Beleuchtung	4	300	1
Computer, Telekommunikation	22	1.040	5
Uhren, Schmuck	48	2.005	10
Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware)	22	5.980	28
Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen, Klein-Antiquitäten)	44	2.680	13
Fahrräder (inkl. Zubehör)	4	1.210	6
Sanitätswaren	3	140	1
Zentrenrelevanter Bedarf	455	89.160	423
Möbel (inkl. Matratzen)	12	2.770	13
Antiquitäten (Möbel)	1	160	1
Sportgroßgeräte (einschl. Campinggroßgeräte)	-	50	0
Baumarktartikel (inkl. Teppichrollen, Laminat)	6	580	3
Kfz-Zubehör	-	-	-
Büromaschinen (inkl. Büroeinrichtung)	-	-	-
Zoobedarf	3	230	1
Gartenbedarf	-	-	-
Babybedarf	-	-	-
Nicht-zentrenrelevanter Bedarf	22	3.790	18
Gesamt	614	108.360	515

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen, * in qm je 1.000 Einwohner

Tabelle 3: Verkaufsflächendichten in der Lübecker Innenstadt 2013



Für die innenstadtprägende Sortimentsgruppe zentrenrelevanter Bedarf beträgt der Wert

rd. 423 qm je 1.000 Einwohner.

Im Vergleich zu 2009 (433 qm je 1.000 Einwohner) hat sich die Citydichte in diesem Segment um rd. - 2,3 % (- 10) verringert. In der nachfolgenden Tabelle ist die Entwicklung in den einzelnen Sortimenten dargestellt:

Citydichte Lübeck 2009 und 2013				
Branchen	Citydichte in qm je 1.000 Einwohner		+/- 13/09	
	2009	2013	abs.	in %
Lebensmittel	43	46	3,1	7,3
Drogerie-, Parfümerieartikel	22	19	- 3,0	- 13,6
Apotheken	5	4	- 0,1	- 1,9
Schnittblumen	2	2	- 0,1	- 4,2
Kiosksortiment	3	2	- 0,7	- 27,2
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	74	73	- 0,8	- 1,1
Bekleidung (Damen, Herren, Kinder, Baby)	201	197	- 4,4	- 2,2
Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung	18	19	1,2	7,0
Schuhe	26	25	- 0,9	- 3,3
Lederwaren, Kürschnerwaren	6	5	- 0,4	- 7,7
Sportartikel (inkl. Sportschuhe u. Sportbekleidung, Outdoorbekleidung)	22	23	1,2	5,4
Bücher	18	17	- 0,4	- 2,1
Schreibwaren	7	8	0,2	2,7
Spielwaren (inkl. Hobbybedarf , Basteln)	9	8	- 0,3	- 3,1
Musikinstrumente	4	3	- 1,4	- 31,8
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Wohnaccessoires	31	33	2,1	6,9
Foto, Film	2	2	- 0,5	- 23,8
Optik (Optiker, Hörgeräteakustiker)	7	7	- 0,2	- 2,6
Unterhaltungselektronik	11	7	- 4,3	- 39,7
Elektrogeräte	7	7	- 0,4	- 5,3
Beleuchtung	1	1	0,1	7,3
Computer, Telekommunikation	7	5	- 2,0	- 28,7
Uhren, Schmuck	9	10	0,7	8,5
Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware)	26	28	1,9	7,3
Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen, Klein-Antiquitäten)	13	13	- 0,4	- 3,1
Fahrräder (inkl. Zubehör)	7	6	- 1,6	- 21,8
Sanitätswaren	1	1	- 0,2	- 22,1
Zentrenrelevanter Bedarf	433	423	- 9,8	- 2,3
Möbel (inkl. Matratzen)	12	13	1,0	8,4
Antiquitäten (Möbel)	0	1	0,6	434,1
Sportgroßgeräte (einschl. Campinggroßgeräte)	0	0	0,0	0,1
Baumarktartikel (inkl. Teppichrollen, Laminat)	7	3	- 3,8	- 57,9
Kfz-Zubehör	-	-	-	-
Büromaschinen (inkl. Büroeinrichtung)	-	-	-	-
Zoobedarf	1	1	0,0	0,1
Gartenbedarf	-	-	-	-
Babybedarf	-	-	-	-
Nicht-zentrenrelevanter Bedarf	20	18	- 2,2	- 10,7
Summe/Mittelwert	527	515	- 12,7	- 2,4

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Abbildung 19: Citydichten Lübeck nach Sortimenten 2009 und 2013



Die durchschnittliche Citydichte im Segment der innenstadtprägenden zentrenrelevanten Sortimente erreicht in Lübeck mit rd. 423 qm je 1.000 Einwohner nicht das Niveau der untersuchten Vergleichsstädte. Augsburg mit knapp 504 qm je 1.000 Einwohner weist einen um 19 % höheren Wert auf, die relevante Citydichte für die Sortimentsgruppe erreicht in Osnabrück sogar einen Wert von rd. 603 qm je 1.000 Einwohner (+ 43 %). Insgesamt ist die Verkaufsflächendichte im Bereich des zentrenrelevanten Bedarfs bezogen auf die untersuchten Städte als unterdurchschnittlich zu betrachten.

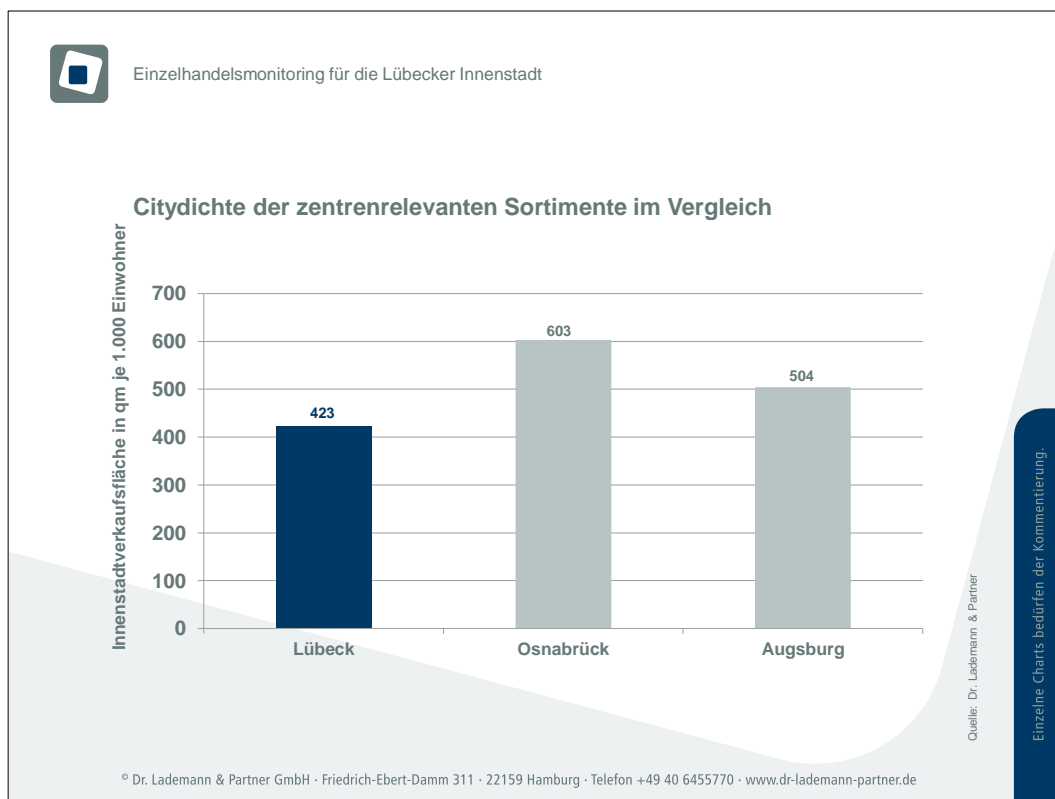


Abbildung 20: Citydichte der zentrenrelevanten Sortimente im Städtevergleich

Die Citydichte im zentrenrelevanten Bedarf in Lübeck weist aktuell im Vergleich zu den untersuchten Vergleichsstädten mit rd. 423 qm je 1.000 Einwohner einen unterdurchschnittlichen Wert auf, der allerdings noch steigerbar ist.



2.3 Leerstandssituation

Im März 2013 standen in der Innenstadt von Lübeck 122 Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche⁸

von gut 11.800 qm leer,

was einer innerstädtischen Leerstandsquote von knapp 10 % der Verkaufsfläche und rd. 17 % der Ladeneinheiten entspricht. Der Leerstandsanteil ist somit als relativ hoch zu bewerten, da in der Regel ab einer Leerstandsquote von 10 % gemessen an der potenziellen Gesamtverkaufsfläche – insbesondere wenn einzelne Lagen verstärkt davon betroffen sind - davon ausgegangen werden kann, dass strukturelle Probleme mit resultierenden negativen Wirkungen entstehen. Im Jahr 2009 standen in der Innenstadt noch 78 Ladenlokale mit etwa 5.100 qm leer. Die Leerstandsquote betrug nur gut 4 %⁹.

⁸Diese konnte jedoch in den meisten Fällen nur von außen geschätzt werden und war auch nicht immer voll einsehbar.

⁹ Unter Berücksichtigung der rd. 1.700 qm Leerstandsfläche im UG der Königspassage, die 2009 nicht erfasst wurden, betrug die Leerstandsquote 2009 knapp 6 %, die Steigerung entsprechen nur rd. 4 % .

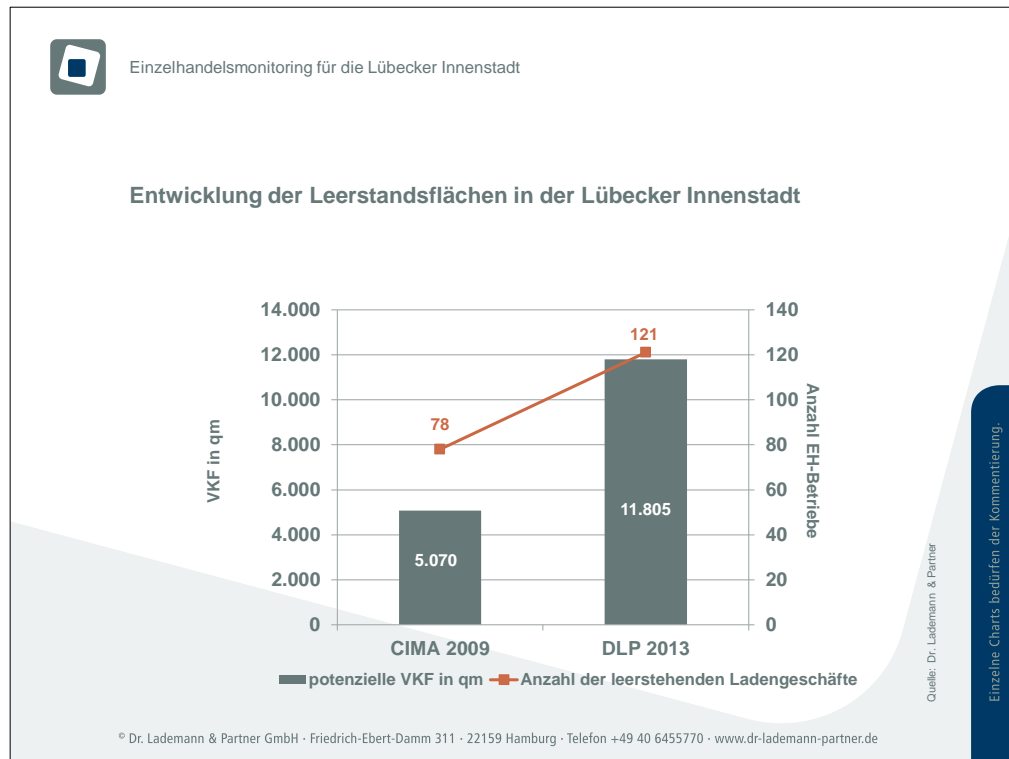


Abbildung 21: Entwicklung der Leerstandsflächen in der Lübecker Innenstadt

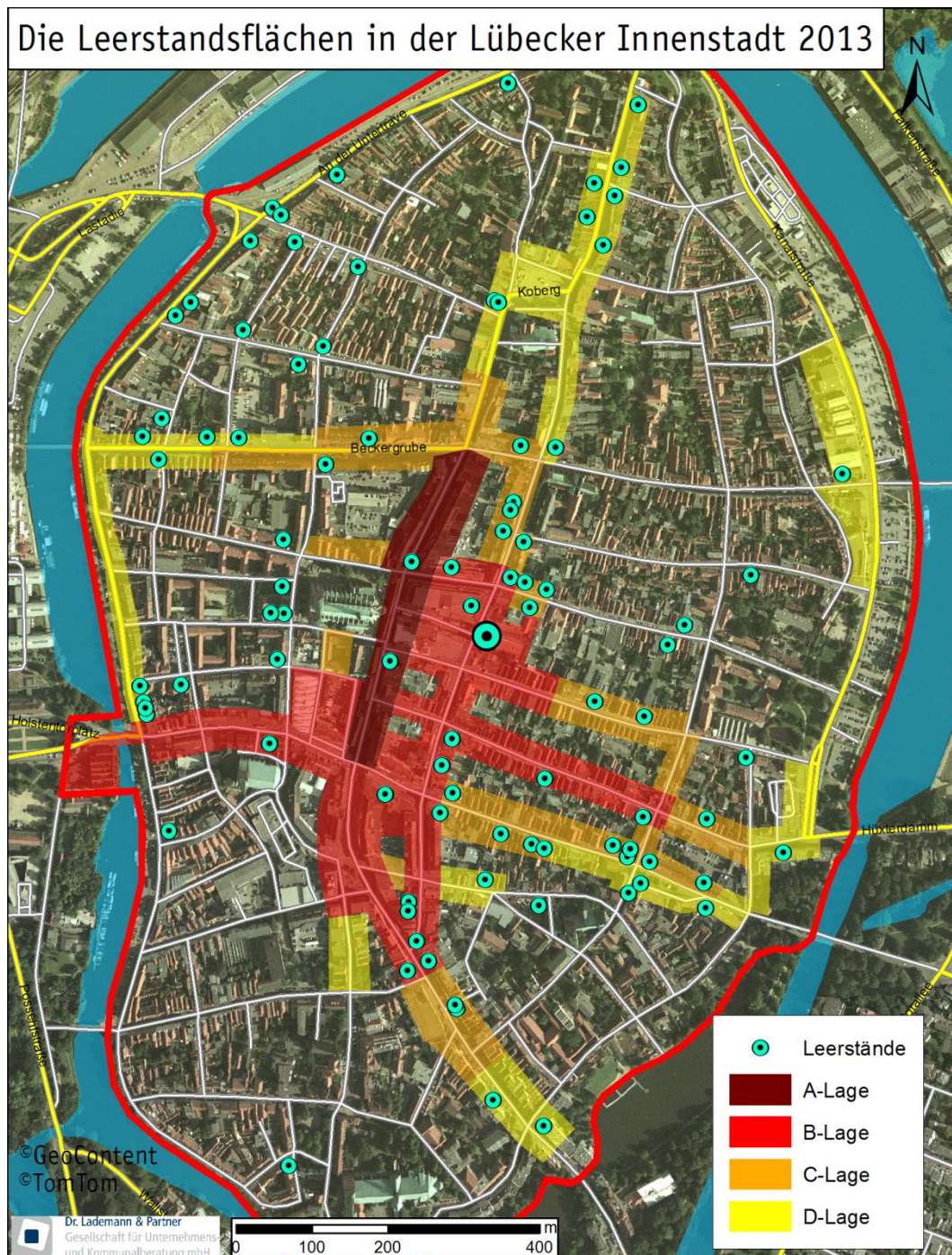


Abbildung 22: Die Leerstandsflächen in der Lübecker Innenstadt 2013

Bei der differenzierten Betrachtung der aktuellen Leerstandssituation in einzelnen Standortlagen fällt auf, dass in Relation zur aktiv betriebenen Einzelhandelsfläche v.a. die B- und D- sowie die Sonstigen Lagen stärker vom Leerstand betroffen sind.

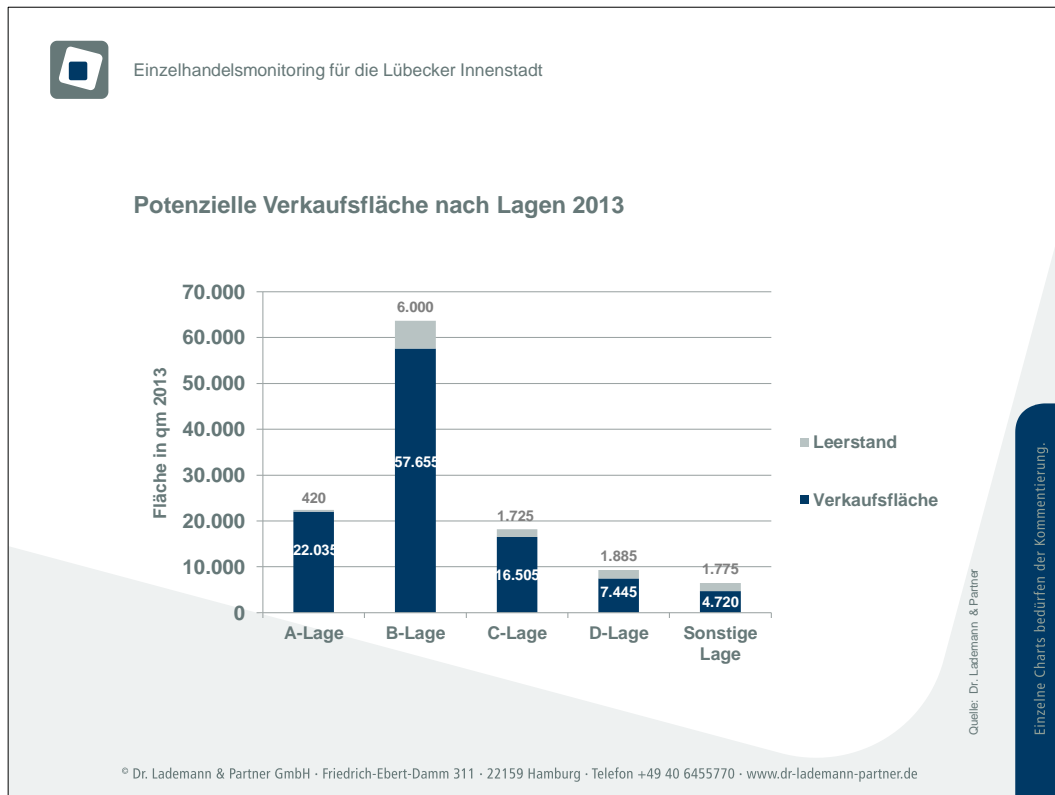


Abbildung 23: Potenzielle Verkaufsfläche nach Standortlagen 2013

Die A-Lage verfügt aktuell mit rd. 420 qm inaktiver Verkaufsfläche nur über eine geringe Leerstandsquote von 1,9 %. Bei der Erhebung im März 2013 konnten zudem nur zwei leer stehende Ladengeschäfte lokalisiert werden. Die Leerstandsquote 2009 betrug 1,3 % (300 qm).

In den B-Lagen dagegen beträgt die Leerstandsquote 9,4 % (Leerstandsfläche rd. 6.000 qm) und entfällt überwiegend auf den Bereich Königstraße mit der tlw. leer stehenden Königspassage. Aber auch im Haerder-Center sind Leerstände verortet. Gegenüber 2009 (2,8%, 1.680 qm) ist die Leerstandsquote an diesem Standortbereich um 6,6 %-Punkte gestiegen¹⁰.

In den C-Lagen sind gut 1.700 qm Leerstandsfläche vorhanden, die durchgängig kleinstrukturiert sind (u.a. ehemalige Schlecker-Filialen). Ein gewisser Schwerpunkt ist in der Wahnstraße sowie im nördlichen Bereich der Königstraße erkennbar. Die Leerstandsquote beträgt 9,5 % (2009: 4,8 %, 740 qm).

¹⁰ Unter Berücksichtigung der zusätzlich rd. 1.700 qm Leerstandsfläche im UG der Königspassage 2009 + 4 %.



Die D-Lagen verfügen über Leerstände in einer Größenordnung von knapp 1.900 qm, was einer Leerstandsquote von 20,2 % entspricht. Gegenüber 2009 (18,4 %) ist nur eine leichte Steigerung um 1,8 %-Punkte feststellbar. Ein erhöhte Anzahl an leer stehenden Ladengeschäften ist in der Großen Burgstraße, der westlichen Beckergrube sowie am südlichen Ende des Straßenzuges ‚An der Untertrave‘ lokalisierbar.

Im übrigen Bereich der Innenstadt sind rd. 1.800 qm inaktiver Verkaufsfläche verortet. Die Leerstandsquote beträgt hier 27,3 % und weist damit die größte Steigerung (+ 20,2 %-Punkte) gegenüber 2009 (7,1 %, 470 qm) auf. Ein Schwerpunkt besteht im nördlichen Bereich der Straße ‚An der Untertrave‘.

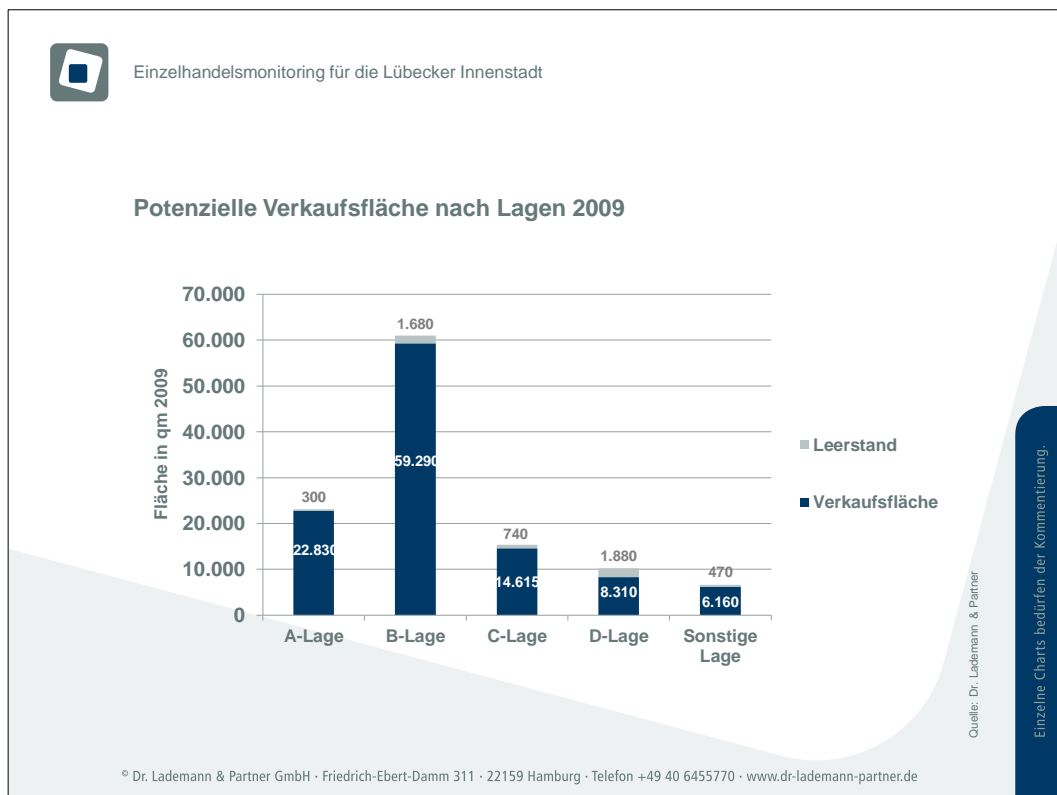


Abbildung 24: Potenzielle Verkaufsfläche nach Standortlagen 2009



Die nachfolgende Abbildung zeigt noch einmal die absolute Veränderung der Leerstandsflächen zwischen 2009 und 2013 und den deutlichen Leerstandszuwachs (+ 257 %, + 4.320 qm) in den B-Lagen:

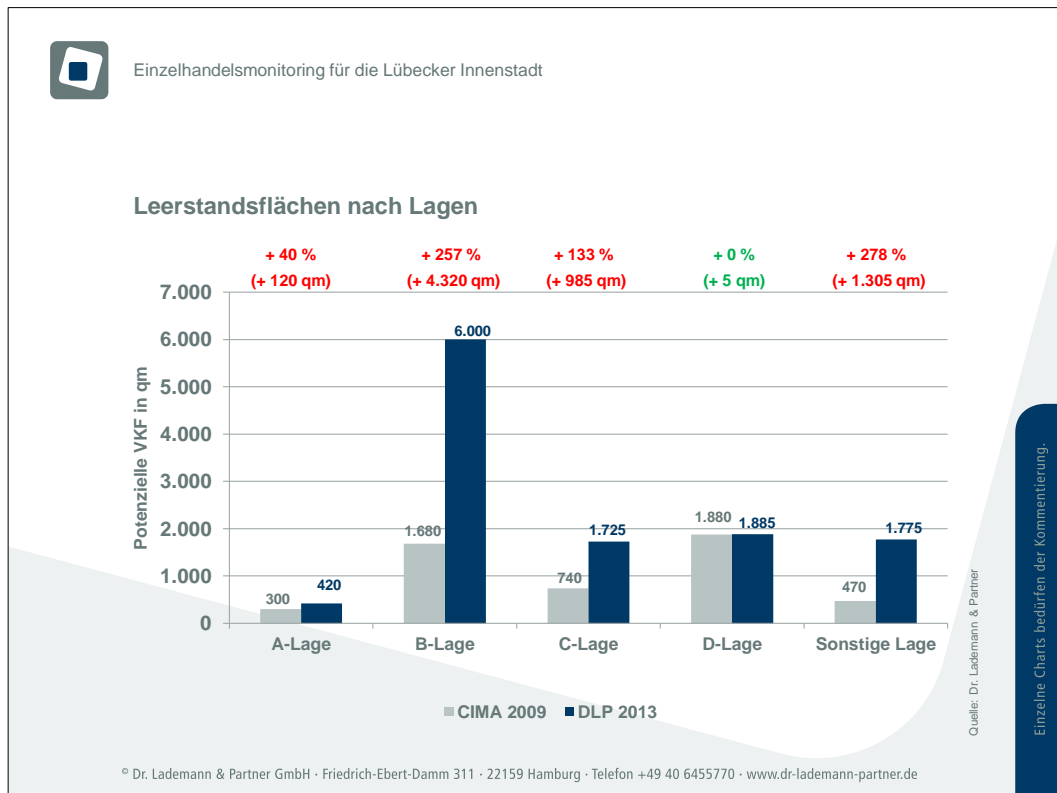


Abbildung 25: Entwicklung der Leerstandsflächen nach Standortlagen

Die Leerstandsquote in der Lübecker Innenstadt ist seit 2009 deutlich gestiegen und mit rd. 10 % als erhöht zu charakterisieren. Insbesondere die Leerstandssituation in einem Teilbereich der B-Lagen ist auffällig.



2.4 Umsatzsituation des Innenstadt Einzelhandels in der Hansestadt Lübeck

Die Umsätze des Innenstadt Einzelhandels für die neu abgegrenzten Sortimente wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Als Grundlagen dienten hierbei die Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel der BBE Handelsberatung München¹¹ sowie die Marktstudie ‚Stationärer Einzelhandel Deutschland 2012 +‘ des EHI Köln. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Lübecker Innenstadt im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2012 auf insgesamt

rd. 404,6 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 3.730 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr. Im Vergleich zu 2009 (rd. 417 Mio. €)¹² hat sich der Umsatz überwiegend aufgrund der rückläufigen aktiv betriebenen Verkaufsfläche um rd. 12,4 Mio. € (- 2,9 %) verringert.

¹¹ Vorgabe des Auftraggebers.

¹² Eigene Berechnungen von Dr. Lademann & Partner nach Anpassung der Sortimente auf Grundlage der CIMA-Verkaufsflächen 2009.



Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Lübecker Innenstadt Einzelhandels 2013			
Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenpro- duktivität*
Lebensmittel	9.610	47,9	4.985
Drogerie-, Parfümerieartikel	4.020	19,1	4.752
Apotheken	940	22,1	23.511
Schnittblumen	440	1,5	3.500
Kiosksortiment	400	5,1	12.800
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	15.410	95,8	6.210
Bekleidung (Damen, Herren, Kinder, Baby)	41.420	138,2	3.337
Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung	3.995	12,6	3.152
Schuhe	5.260	16,4	3.114
Lederwaren, Kürschnerwaren	1.115	3,8	3.410
Sportartikel (inkl. Sportschuhe und Sportbekleidung, Outdoorbekleidung)	4.850	14,0	2.878
Bücher	3.625	14,6	4.037
Schreibwaren	1.590	7,0	4.374
Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln)	1.770	5,0	2.840
Musikinstrumente	620	2,5	4.000
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Wohnaccessoires	6.920	15,2	2.196
Foto, Film	350	1,9	5.500
Optik (Optiker, Hörgeräteakustiker)	1.440	9,2	6.400
Unterhaltungselektronik	1.385	6,6	4.747
Elektrogeräte	1.465	6,6	4.500
Beleuchtung	300	1,2	4.000
Computer, Telekommunikation	1.040	4,6	4.452
Uhren, Schmuck	2.005	22,1	11.000
Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware)	5.980	10,2	1.701
Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen, Klein-Antiquitäten)	2.680	6,7	2.500
Fahrräder (inkl. Zubehör)	1.210	3,0	2.500
Sanitätswaren	140	0,8	6.000
Zentrenrelevante Sortimente	89.160	302,2	3.390
Möbel (inkl. Matratzen)	2.770	4,7	1.699
Antiquitäten (Möbel)	160	0,4	2.350
Sportgroßgeräte (einschl. Campinggroßgeräte)	50	0,1	2.300
Baumarktartikel (inkl. Teppichrollen, Laminat)	580	1,0	1.800
Kfz-Zubehör	-	-	-
Büromaschinen (inkl. Büroeinrichtung)	-	-	-
Zoobedarf	230	0,4	1.600
Gartenbedarf	-	-	-
Babybedarf	-	-	-
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	3.790	6,6	1.740
Summe/Mittelwert	108.360	404,6	3.730

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *€ je qm Verkaufsfläche.

Tabelle 4: Umsatzstruktur des Lübecker Innenstadt Einzelhandels

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfallen ca. 74,7 % (rd. 302,2 Mio. €) des Gesamtumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 3.400 € je qm Verkaufsfläche.
- Der Umsatzanteil des nahversorgungsrelevanten Bedarfs beträgt rd. 23,7 % (rd. 95,8 Mio. €). Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 6.200 € je qm Verkaufsfläche.



- Der Umsatzanteil bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei etwa 1,6 % (rd. 6,6 Mio. €). Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.700 € je qm Verkaufsfläche.

Im Vergleich zu 2009 hat sich der Umsatz bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten aufgrund der leicht gestiegenen Lebensmittelverkaufsfläche um rd. 0,7 % (+ 0,7 Mio. €) erhöht, während Umsatzrückgänge im zentrenrelevanten Bedarfsbereich um rd. 3,9 % (- 12,2 Mio. €) sowie im Segment der nicht-zentrenrelevanten Sortimente um rd. 11,7 % (- 0,9 Mio. €) feststellbar sind.

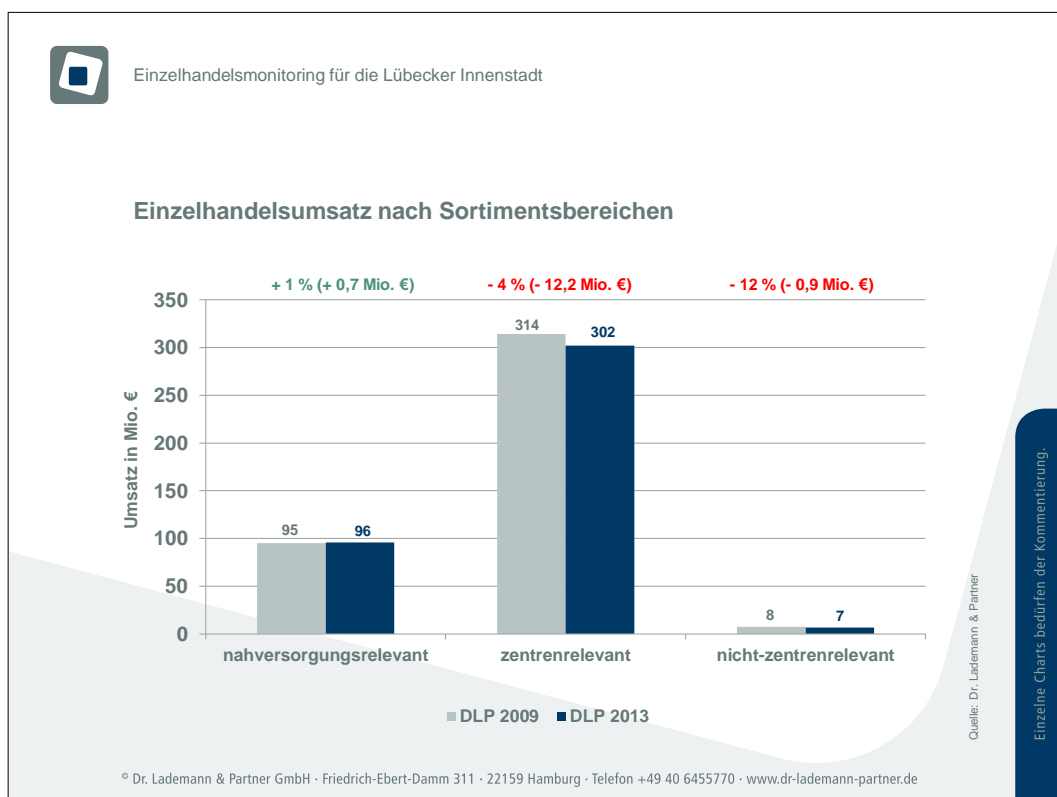


Abbildung 26: Umsatz nach Sortimentsbereichen im Zeitvergleich

Von dem gesamten Umsatzvolumen werden aktuell in der A-Lage rd. 21 % (rd. 83,0 Mio. €) und in den B-Lagen ca. 53 % (rd. 216,3 Mio. €) erwirtschaftet (zusammen funktionsgerecht knapp 74 %). Die B-Lagen sind somit als umsatzstärkste Einzelhandelslagen einzuordnen. Die Anteile des Umsatzes betragen dagegen in den C-Lagen nur rd. 16 % (rd. 62,9 Mio. €), in den D-Lagen rd. 7 % (rd. 27,9 Mio. €) sowie in der übrigen Innenstadt rd. 4 % (rd. 14,4 Mio. €).



3 Zusammenfassende Schussbemerkungen

Aktuell werden in der Lübecker Innenstadt rd. 108.400 qm Einzelhandelsverkaufsfläche vorgehalten, die im Vergleich zu 2009 leicht um rd. 2,9 % (- 0,7 % p.a.) zurückgegangen ist. Die Verkaufsflächendichte der innenstadtprägenden Sortimentsgruppe zentrenrelevanter Bedarf hat sich leicht von rd. 433 auf rd. 423 qm je 1.000 Einwohner verringert.

Die Branchenstruktur nach Sortimentsgruppen hat sich trotz der insgesamt geringeren Verkaufsfläche nur marginal verändert, die zentrenrelevanten Sortimente dominieren mit mehr als 82 % weiterhin funktionsgerecht den Innenstadteinzelhandel.

In der A-Lage und in den B-Lagen sind rd. 76 % des zentrenrelevanten und rd. 68 % des nahversorgungsrelevanten Bedarfs verortet; dies zeigt die deutliche Kernkompetenz dieser beiden Einzelhandelslagen.

Im Vergleich zu 2009 sind vom Verkaufsflächenrückgang schwerpunktmäßig die D- und Sonstigen Lagen betroffen, während die C-Lagen Verkaufsflächenzuwächse verzeichnen.

Die Leerstandsquote in der Lübecker Innenstadt ist seit 2009 von rd. 4 % deutlich auf knapp 10 % gestiegen. Die Leerstandssituation hat sich insbesondere in den B- und Sonstigen Lagen negativ entwickelt. Der Anstieg in den B-Lagen ist hierbei schwerpunktmäßig durch die Leerstandssituation in der Königspassage (Königstraße) induziert.

Der Einzelhandelsumsatz in der Lübecker Innenstadt beträgt aktuell knapp 405 Mio. € und wird vom zentrenrelevanten Bedarf geprägt.

Hamburg, Juni 2013

Uwe Seidel

Michael Schmidt

Dr. Lademann & Partner GmbH



Anhang

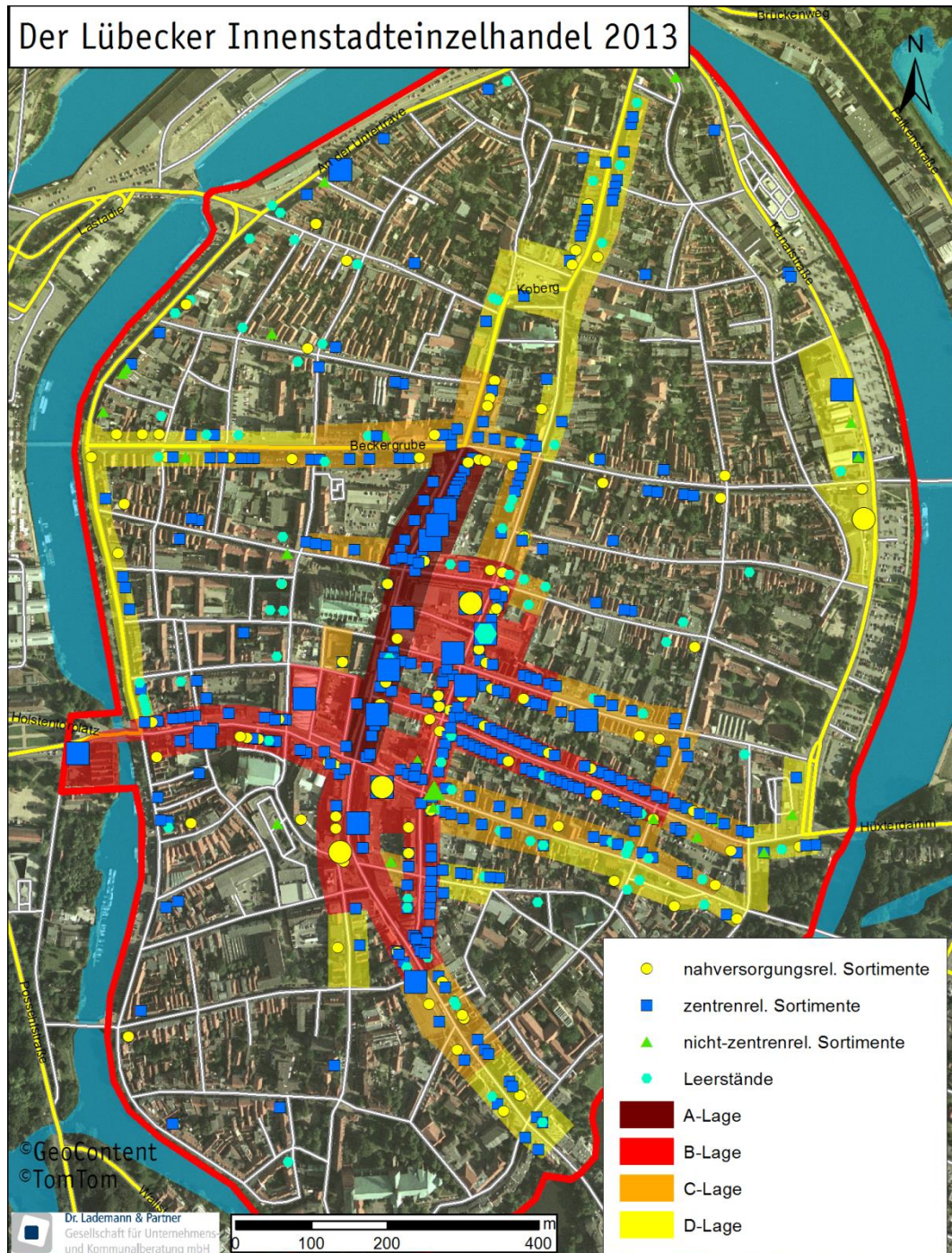


Abbildung 28: Der Lübecker Innenstadt Handel 2013 nach Lagen



Abbildung 29: Die Einzelhandelsstruktur in der A-Lage 2013

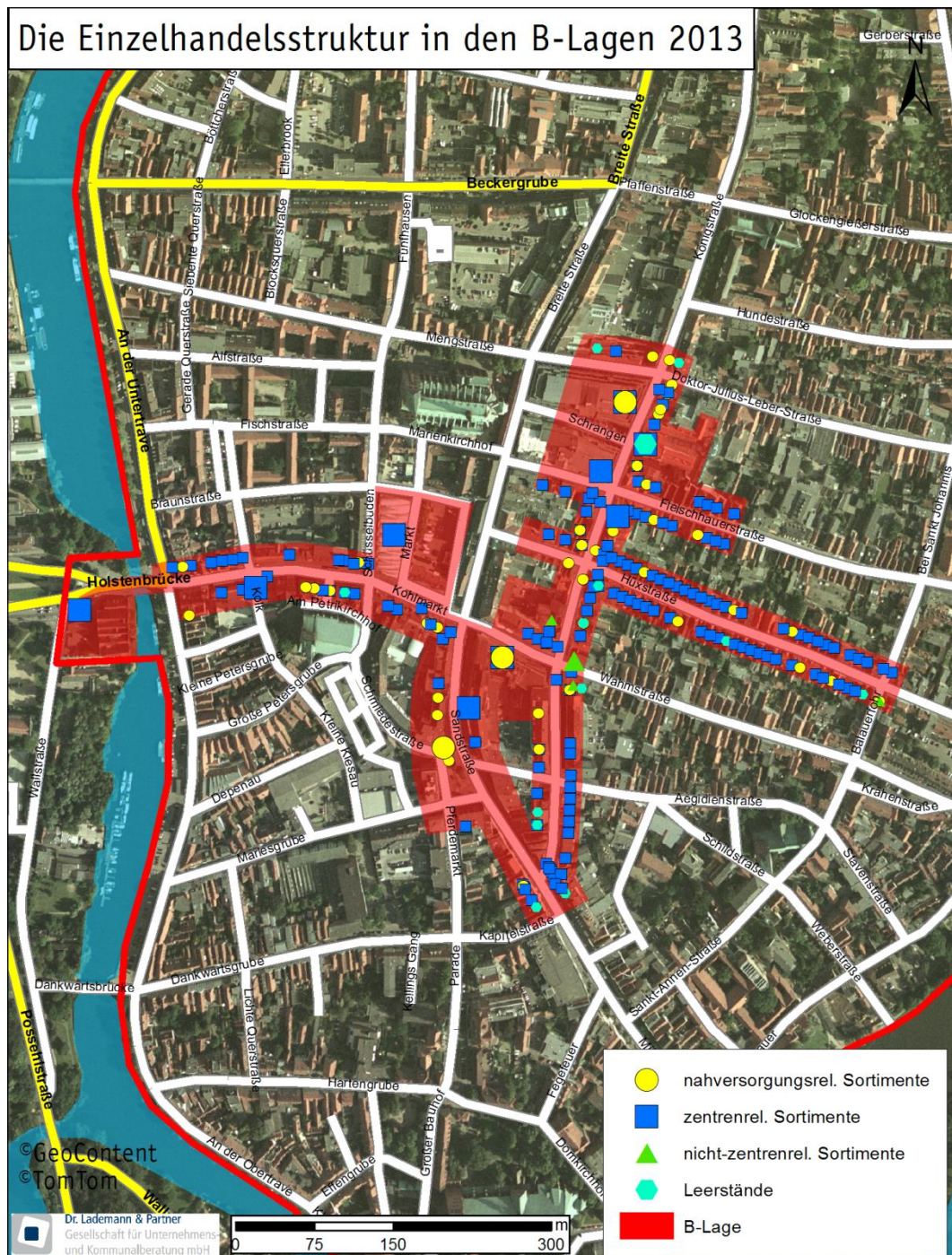


Abbildung 30: Die Einzelhandelsstruktur in den B-Lagen 2013



Abbildung 31: Die Einzelhandelsstruktur in den C-Lagen 2013



Abbildung 32: die Einzelhandelsstruktur in den D-Lagen 2013



Abbildung 33: Die Einzelhandelsstruktur in den sonstigen Lagen 2013

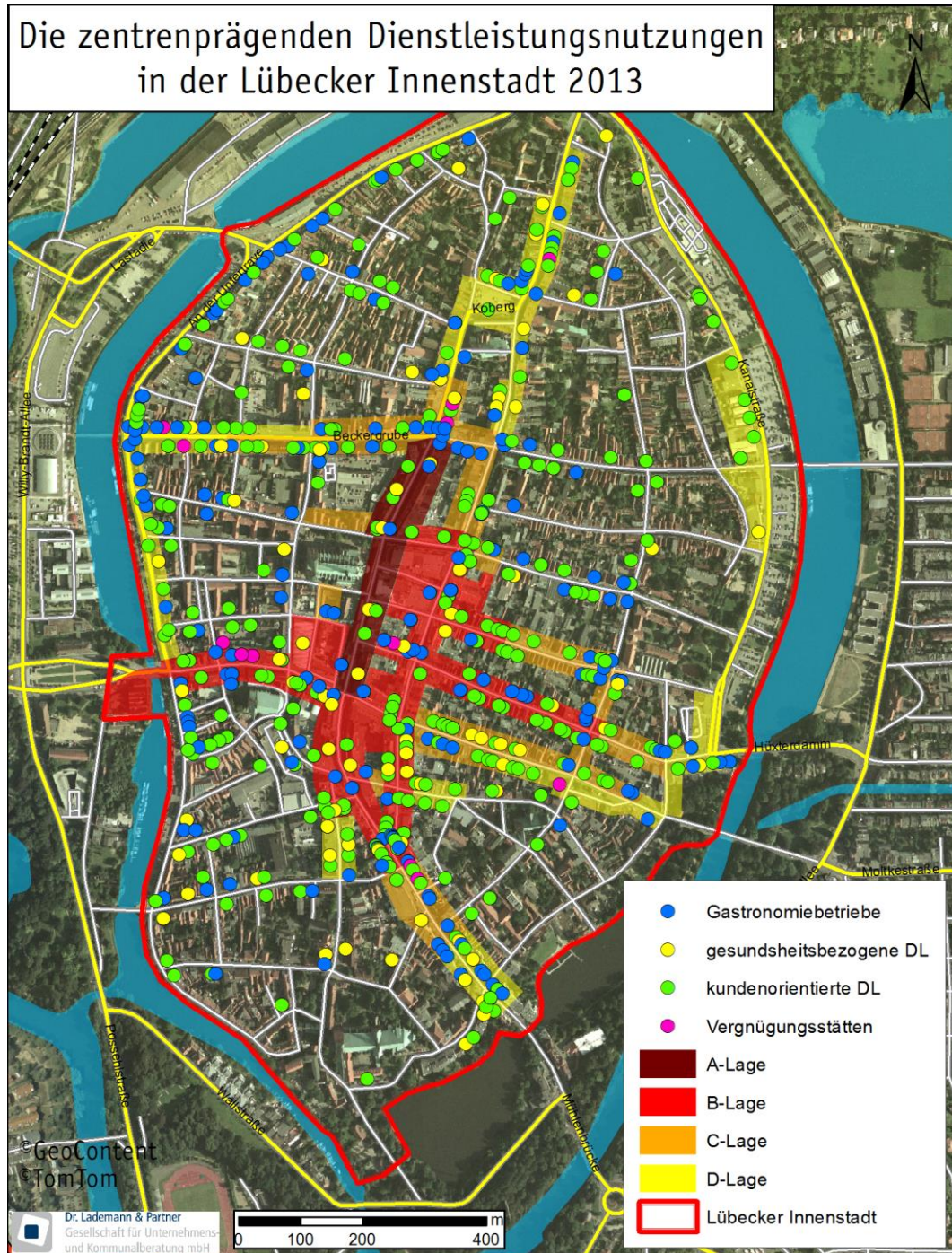


Abbildung 34: Die zentrenprägenden Dienstleistungsnutzungen 2013