

Einzelhandelsmonitor Lübeck 2016

Lübeck, 11. November 2016



Einzelhandelsmonitor in der Übersicht

- Was ist der Einzelhandelsmonitor?
 - Langjährige Datenerhebung zur Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Lübeck

- Welche Daten beinhaltet der Einzelhandelsmonitor?
 - Themenschwerpunkt 1: **Flächenentwicklung**
 - Quelle: Eigene Erhebung (Jährliche Begehung aller ca. 1.400 Lübecker EZHbetriebe)
 - Daten verfügbar ab 2001
 - Themenschwerpunkt 2: **Umsatzentwicklung**
 - Quelle: GfK Geomarketing GmbH; Abgleich mit Kemper's, BulwienGesa ...
 - Daten gesamtstädtisch verfügbar ab 1997; PLZ-genau ab 2004
 - Themenschwerpunkt 3: **Kaufkraftentwicklung**
 - Quelle: GfK Geomarketing GmbH; Abgleich mit Kemper's, BulwienGesa ...
 - Daten gesamtstädtisch verfügbar ab 1997; PLZ-genau ab 2004



Flächenentwicklung

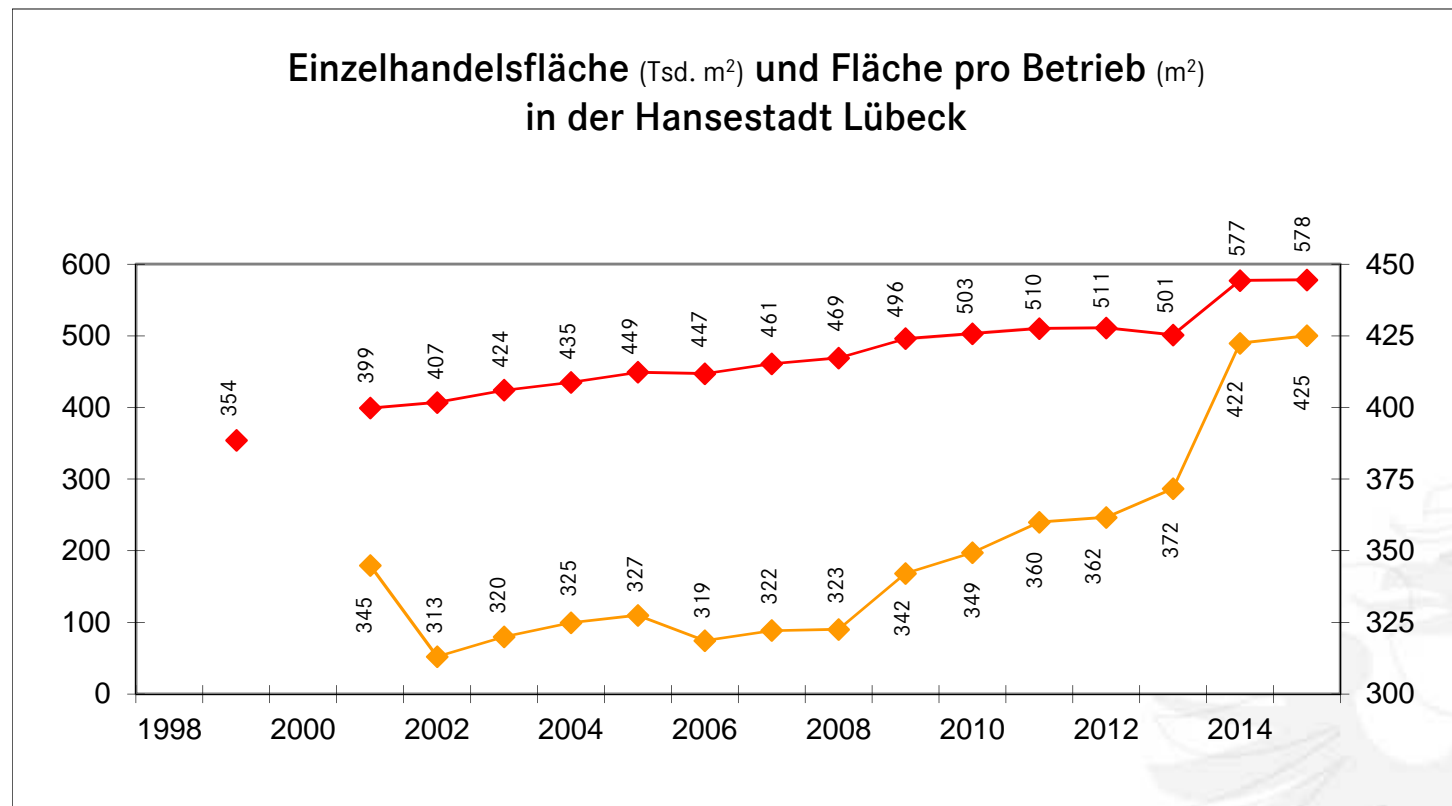
»Jährliche Flächenerhebung im Rahmen einer Komplettbegehung aller rund 1.400 Einzelhandelsbetriebe durch die Wirtschaftsförderung Lübeck.«

Schwerpunkt: Flächenentwicklung

- Welche Daten werden erhoben?
 - Name
 - Netto-Verkaufsfläche (genutzt | ungenutzt = Leerstand | umgenutzt = Flächenumsatz)
 - Hauptsortiment basierend auf WZ 5-Steller
 - Georeferenz
 - Photomaterial (2001-2013: teilweise; ab 2014: komplett)

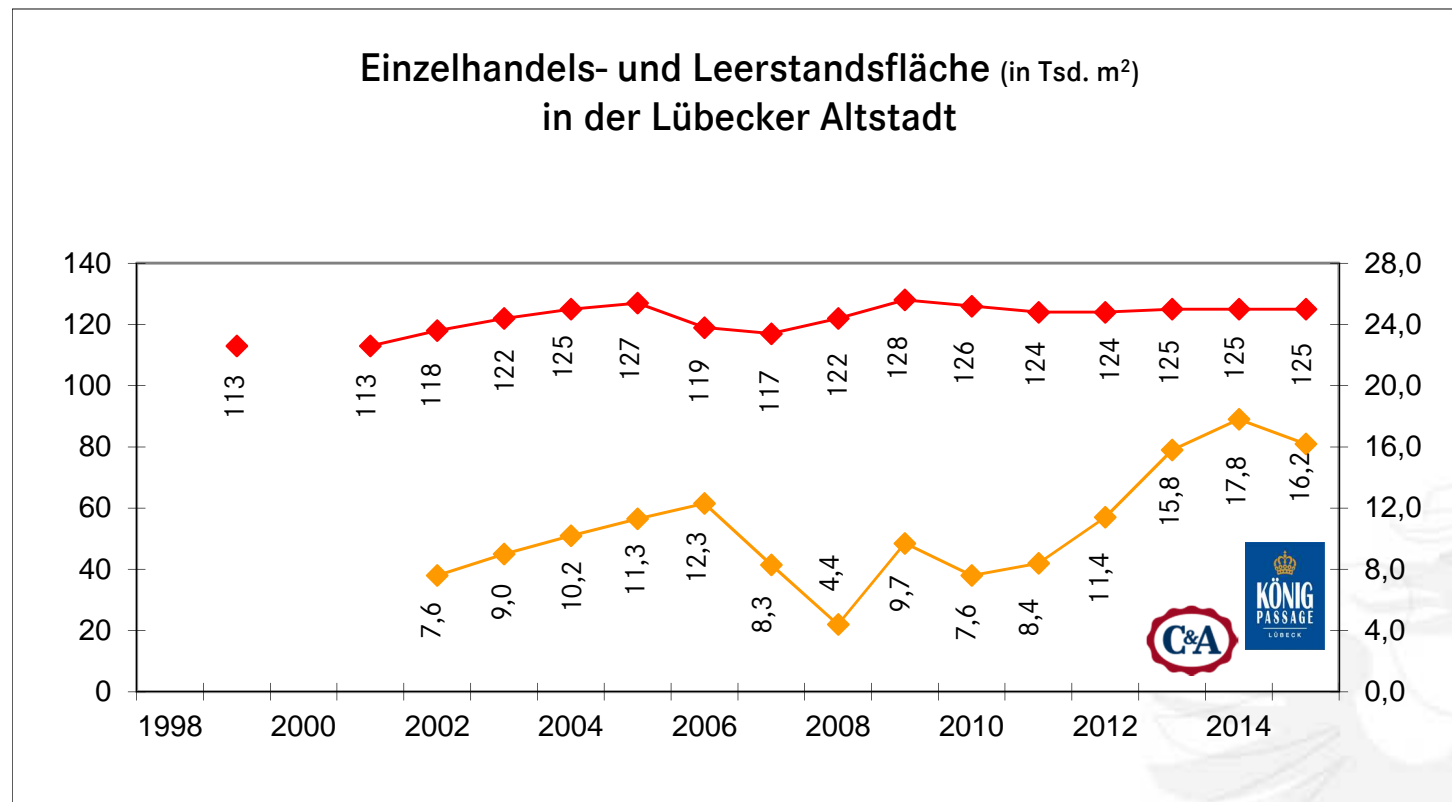
- Welche Datenquellen werden genutzt?
 - Eigene Komplettbegehung (jeweils im März des Folgejahres)
 - Datenlieferung von Nutzern, schwerpunktmäßig im Lebensmitteleinzelhandel
 - Datenabgleich aus dem Facility Management Bereich
 - Daten aus Immobilienexposes (im Rahmen des Gewerbeimmobilienportals)
 - Daten aus Gesprächen im Rahmen der Unternehmensbetreuung

Einzelhandelsfläche



Die Einzelhandelsfläche hat v.a. durch das LUV Center - um 15%
zugenommen. Der Trend zu großflächigeren Einheiten hält an.

Einzelhandelsfläche



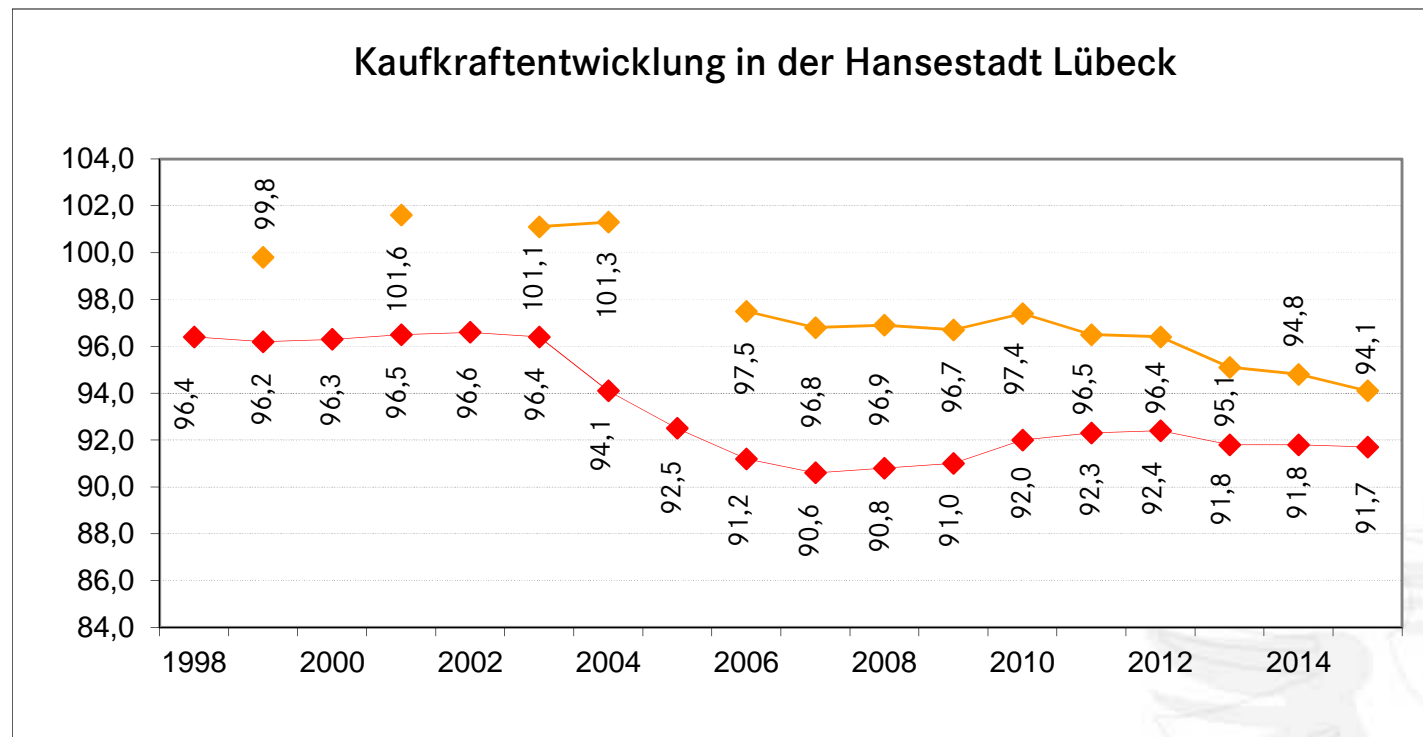
Die Leerstandsquote beträgt 12,9%. Ohne die Leerstände »Mühlenstraße 34« (4.900 m²) und »Königstraße 49« (5.810 m²) läge die Quote bei 4,4%.



Kaufkraft

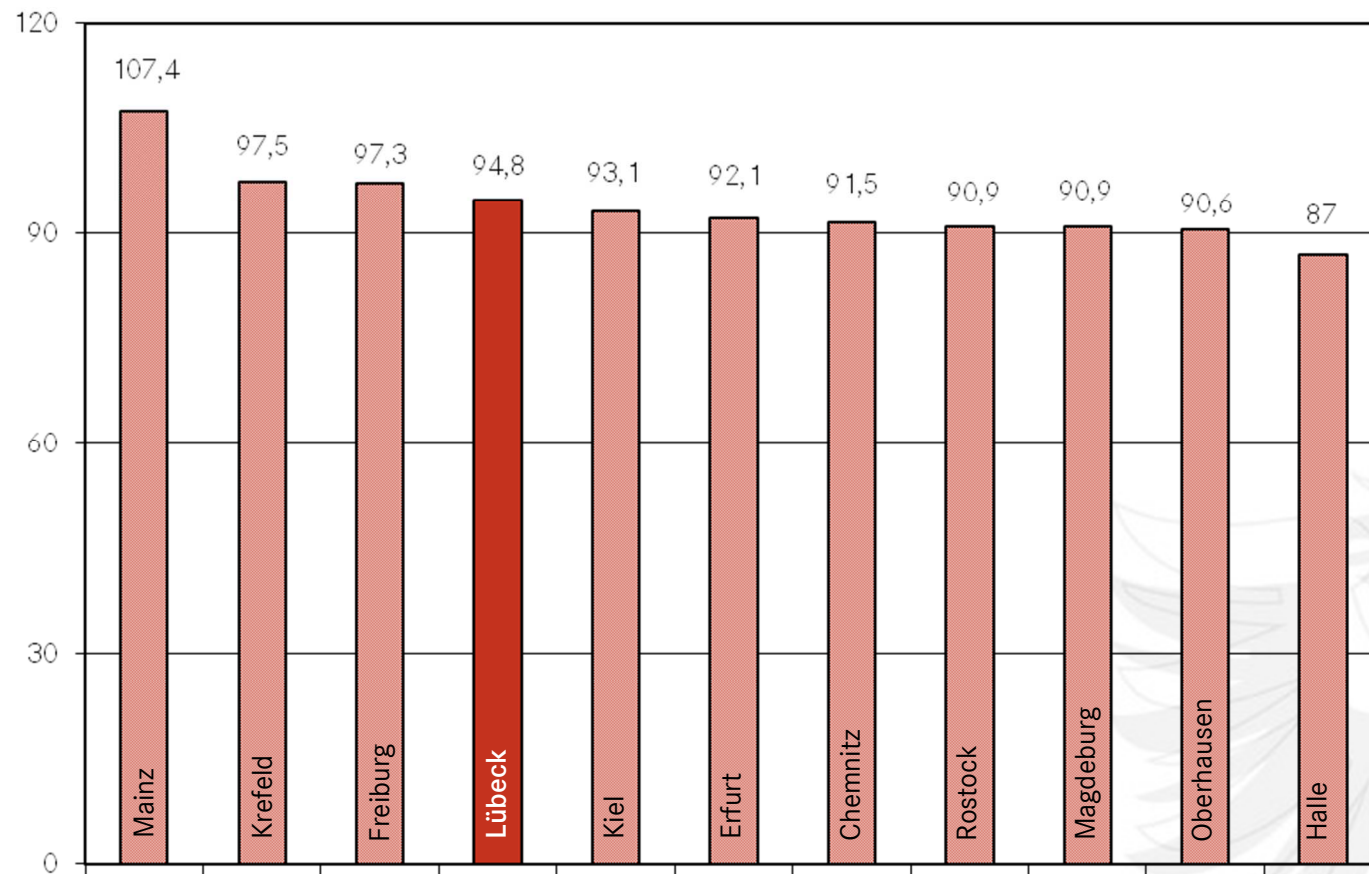
»Die allgemeine Kaufkraft errechnet sich als die Summe aller Nettoeinkünfte in der Hansestadt Lübeck.«

Kaufkraftentwicklung – relativ zum Bund



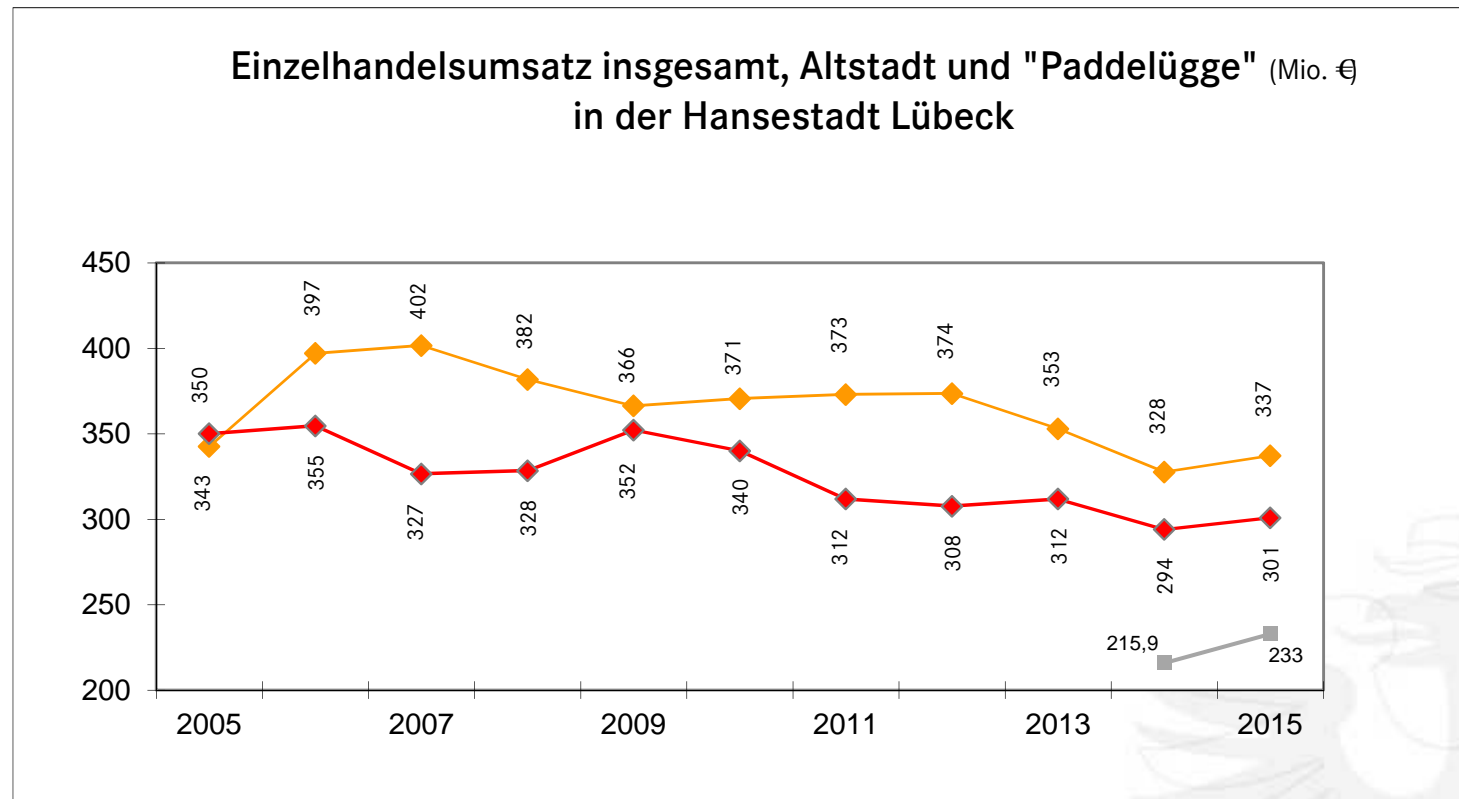
Von den Nettoeinkünften geben LübeckerInnen im Vergleich weniger für Mieten, Hypotheken, Kfz, Energie oder Reisen aus. Die Ausgaben in diesen Bereichen steigen jedoch stärker als im Bundesdurchschnitt.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2016)

Einzelhandelsumsatz



rot = Einzelhandelsumsatz „Grüne Wiese“ (PLZ 23556)
 orange = Einzelhandelsumsatz „Innenstadt“ (PLZ 23552)
 grau = Einzelhandelsumsatz Grüne Wiese IKEA / LUV (PLZ 23569)
 Quelle: GfK Geomarketing

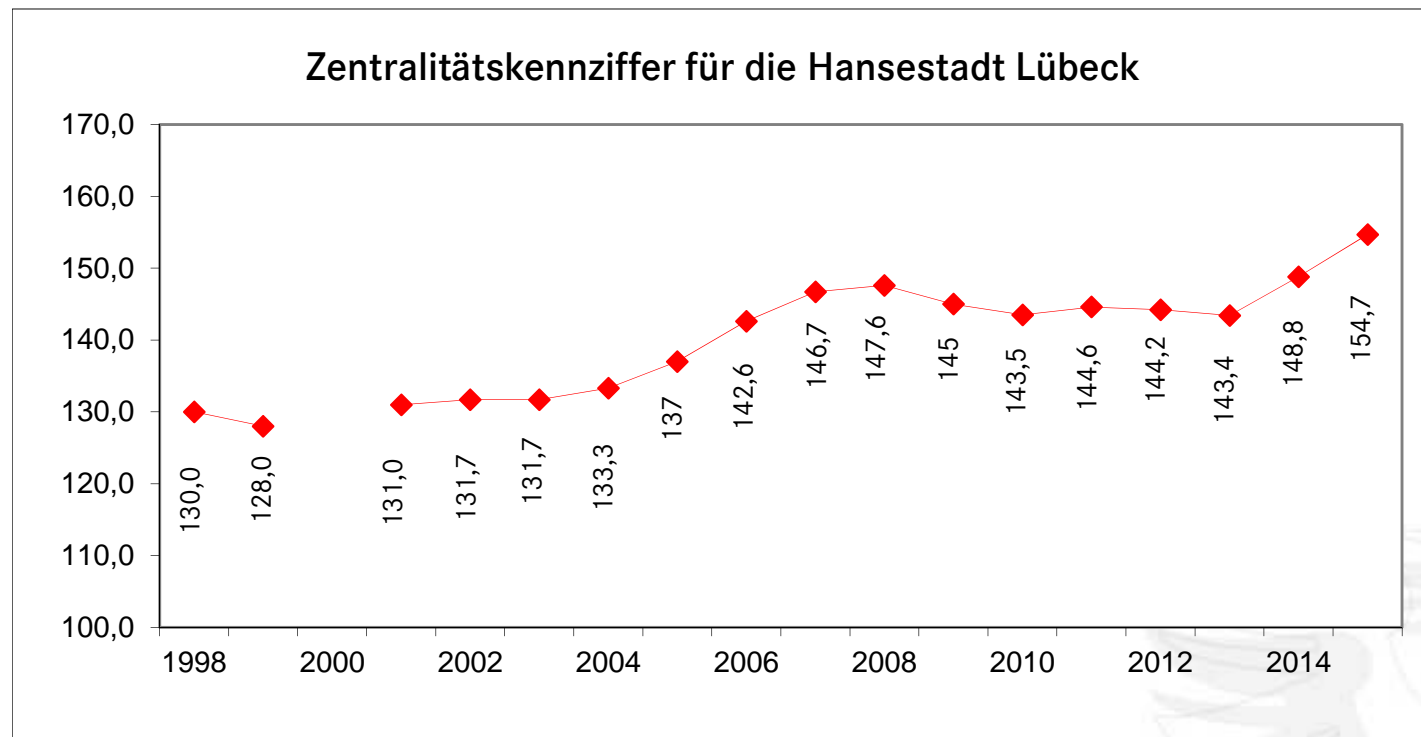
Auf der Altstadtinsel stieg der Umsatz ggü. dem Vorjahr um €9,5 Mio., im Bereich Herrenholz stieg der Umsatz um €7 Mio. Seit der Eröffnung des IKEA/LUV verdreifachte sich der Umsatz in Küchnitz/ Dänischburg, um dann im Jahr 2015 noch einmal deutlich um € 17,1 Millionen zu steigen.



Zentralität

»Eine Zentralität von über 100 belegt, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet sowie dem Tourismus die Abflüsse aus dem Stadtgebiet übersteigen.«

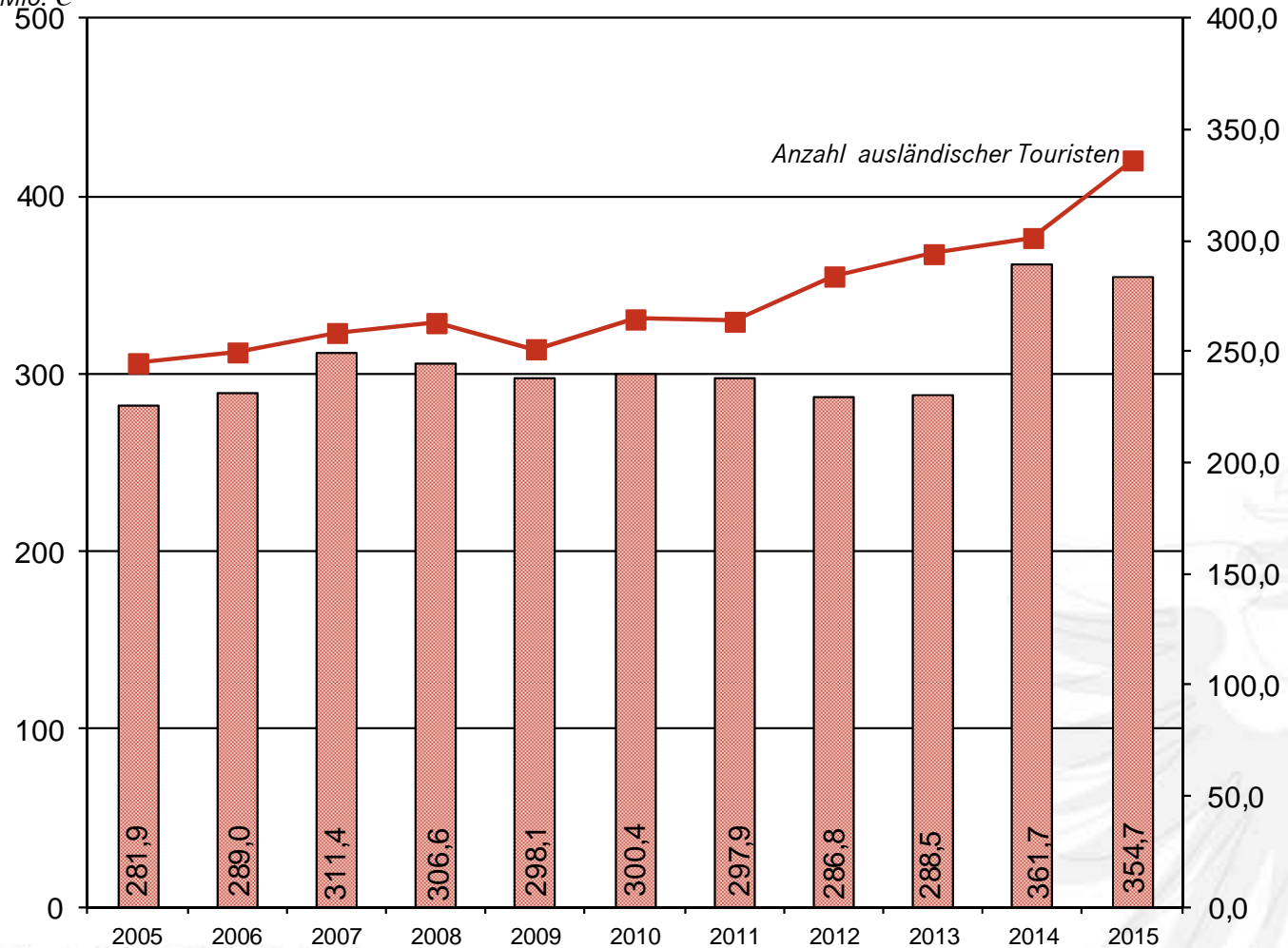
Zentralität



Die Zentralität erreicht einen Rekordwert: mit ausschlaggebend hierfür ist die erstmalige Berücksichtigung des Umsatzes im LUV Center und die damit verbundene Sogwirkung für den Standort Lübeck

EzH Umsatz mit Nah- und Ferntouristen

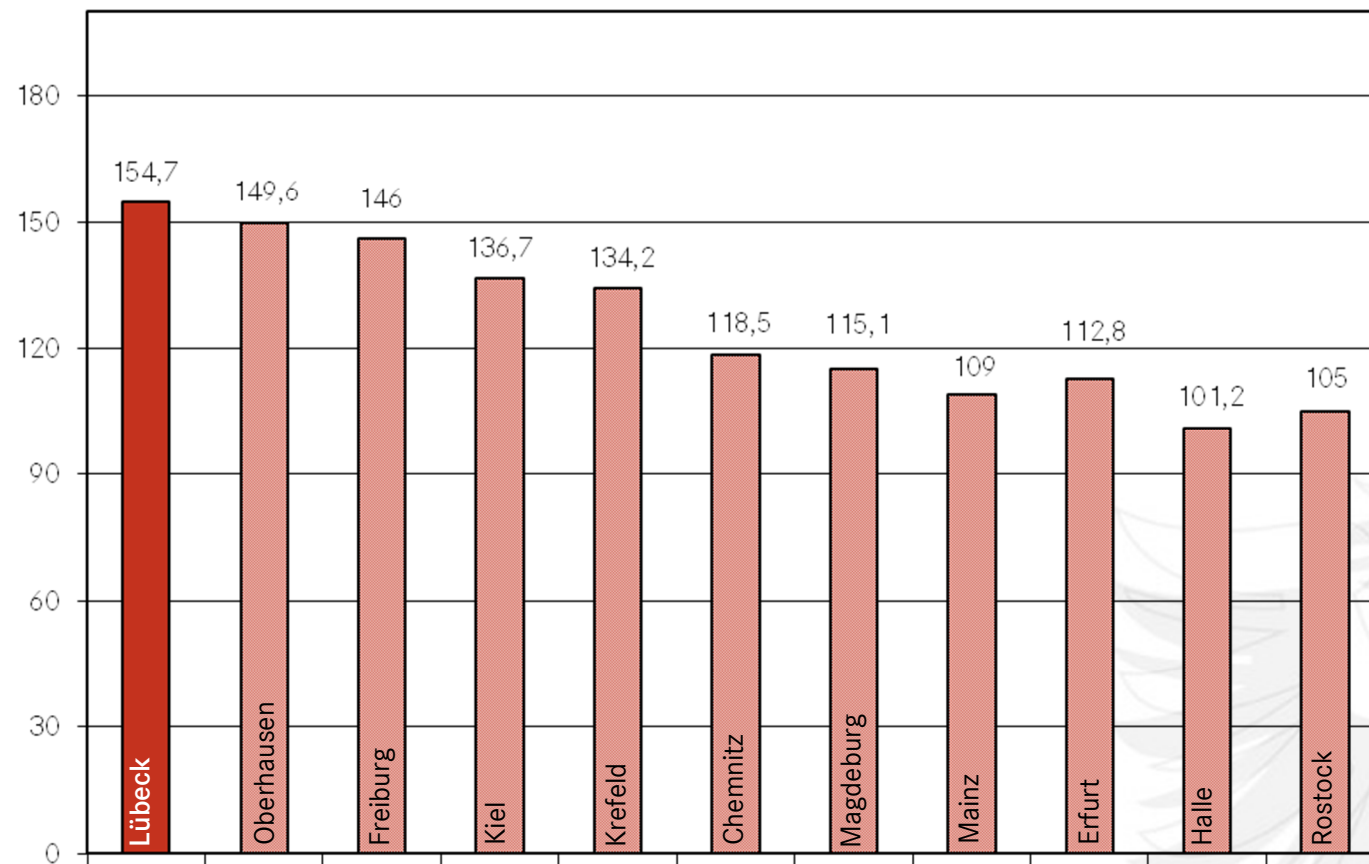
EzH Umsatz m.
Touristen in Mio. €



Umsatzanteil bezogen auf die PLZ-Bereiche
23552 - Innensadt
23556 - CITTI
23569 - IKEA/LUV
23570 - Travemünde

Quelle: GfK, Stat. JB HL (2001-2015); eigene Berechnungen


Zentralität




Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2016)



Aktuelle Informationen (ab November 2016):
www.luebeck.org/ezh



Wirtschaftsförderung LÜBECK  GmbH

LÜBECK  Business Development Corporation

Falkenstraße 11 | 23564 Lübeck | Germany
T.: +49 (0) 451 706 55-0 | F.: +49 (0) 451 706 55-20
E-Mail: info@luebeck.org
Internet: www.luebeck.org