

Einzelhandelsmonitor Lübeck 2015

Lübeck, 08. Februar 2016

Wirtschaftsausschuss und
Ausschuss für den „Kurbetrieb
Travemünde (KBT)“



Einzelhandelsmonitor in der Übersicht

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

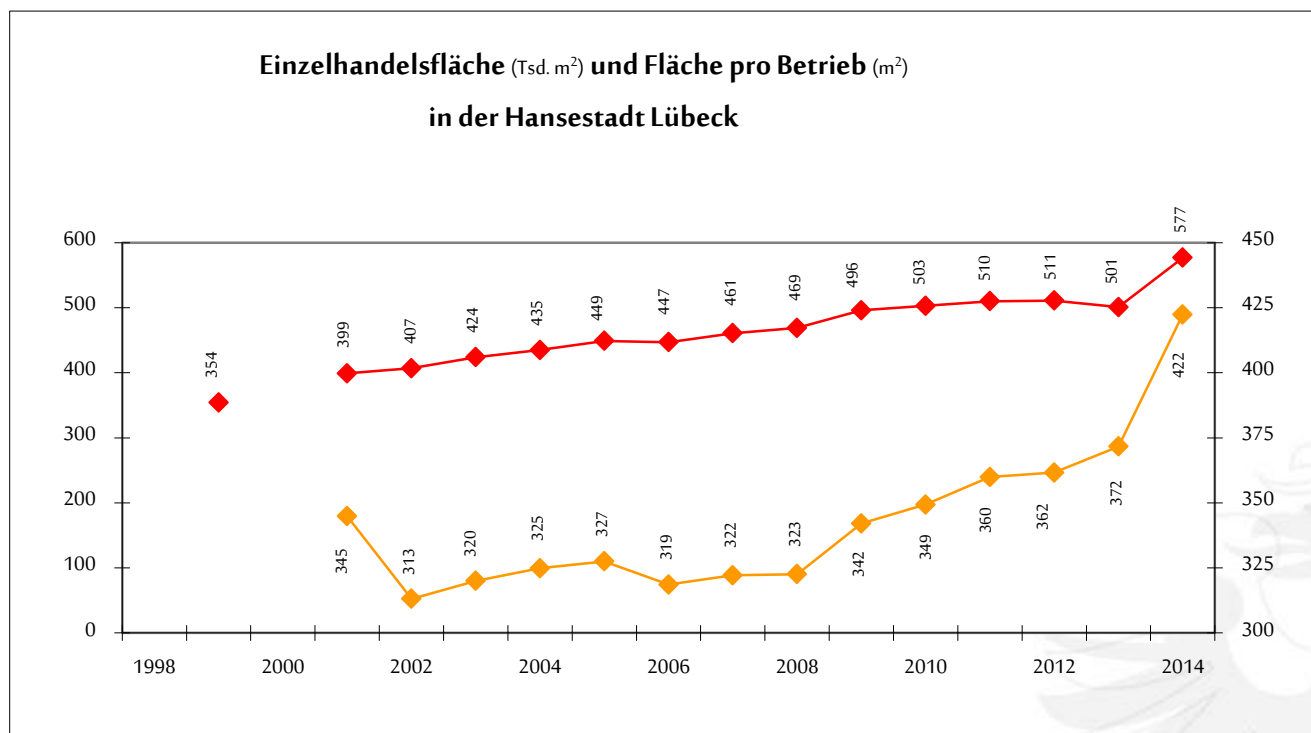
- Welche Daten beinhaltet der Einzelhandelsmonitor?
 - Themenschwerpunkt 1: **Flächenentwicklung**
 - Quelle: Eigene Erhebung (Jährliche Begehung aller ca. 1.400 Lübecker EZHbetriebe)
 - Daten verfügbar ab 2001
 - Themenschwerpunkt 2: **Umsatzentwicklung**
 - Quelle: GfK Geomarketing GmbH; Abgleich mit 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

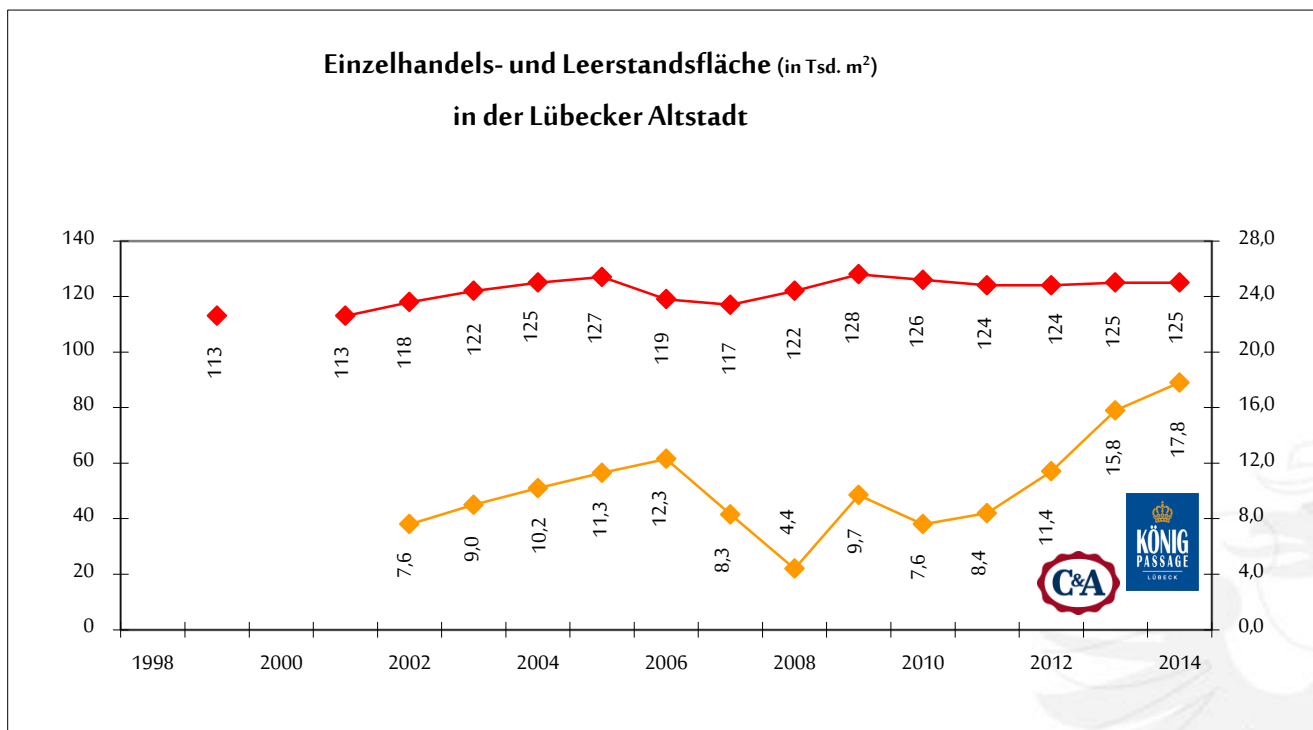
»Jährliche Flächenerhebung im Rahmen einer Komplettbodyerhebung aller rund 1.400 Einzelhandelsbetriebe durch die Wirtschaftsförderung Lübeck.«

Einzelhandelsfläche



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

Einzelhandelsfläche



rot = Einzelhandelsfläche (in 1000 m²)
 orange = Leerstandsfläche (in 1000 m²)

Quelle: Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH

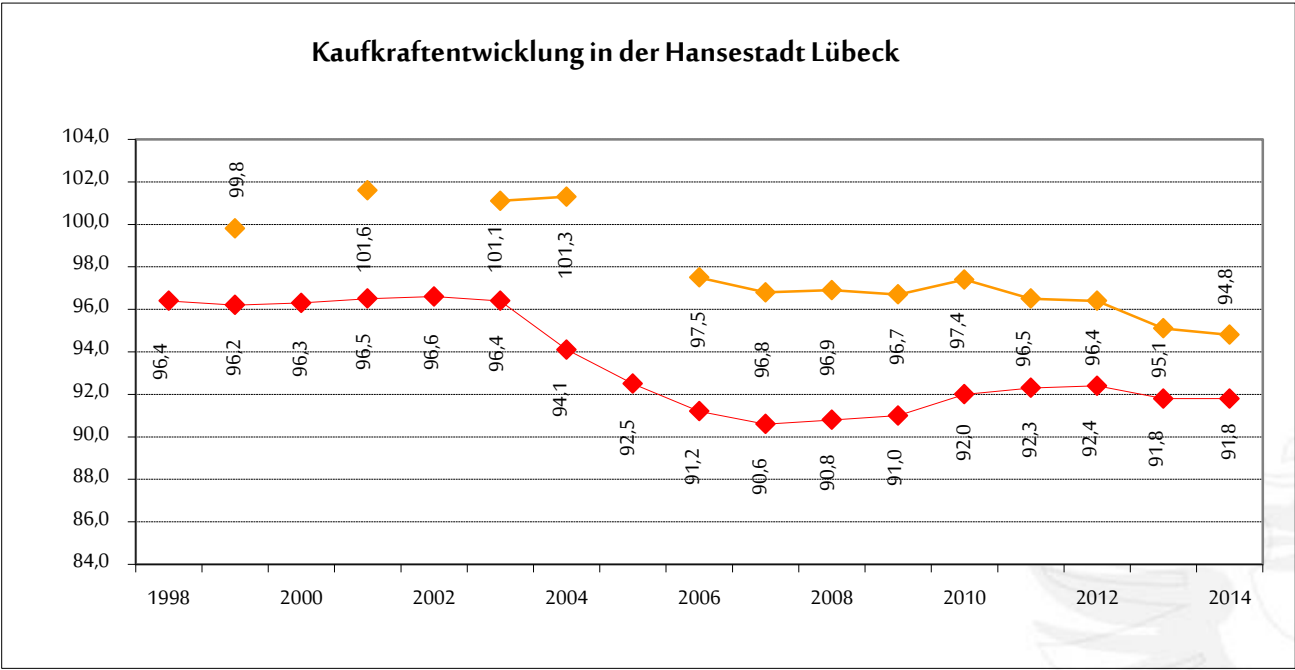
Die Leerstandsquote beträgt 14,2%. Ohne die Leerstände »Mühlenstraße 34« (4.900 m²) und »Königstraße 49« (5.810 m²) läge die Quote bei 5,7%.



Kaufkraft

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

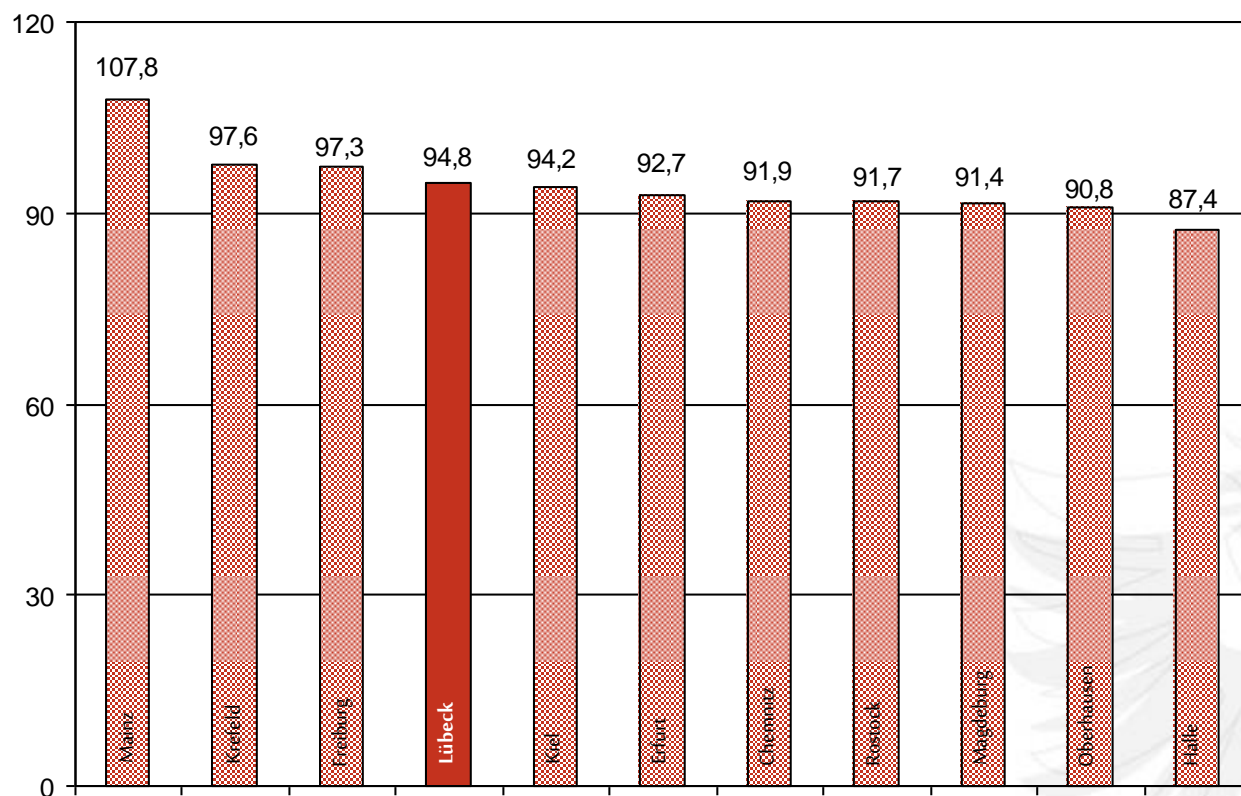
Kaufkraftentwicklung – relativ zum Bund



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.

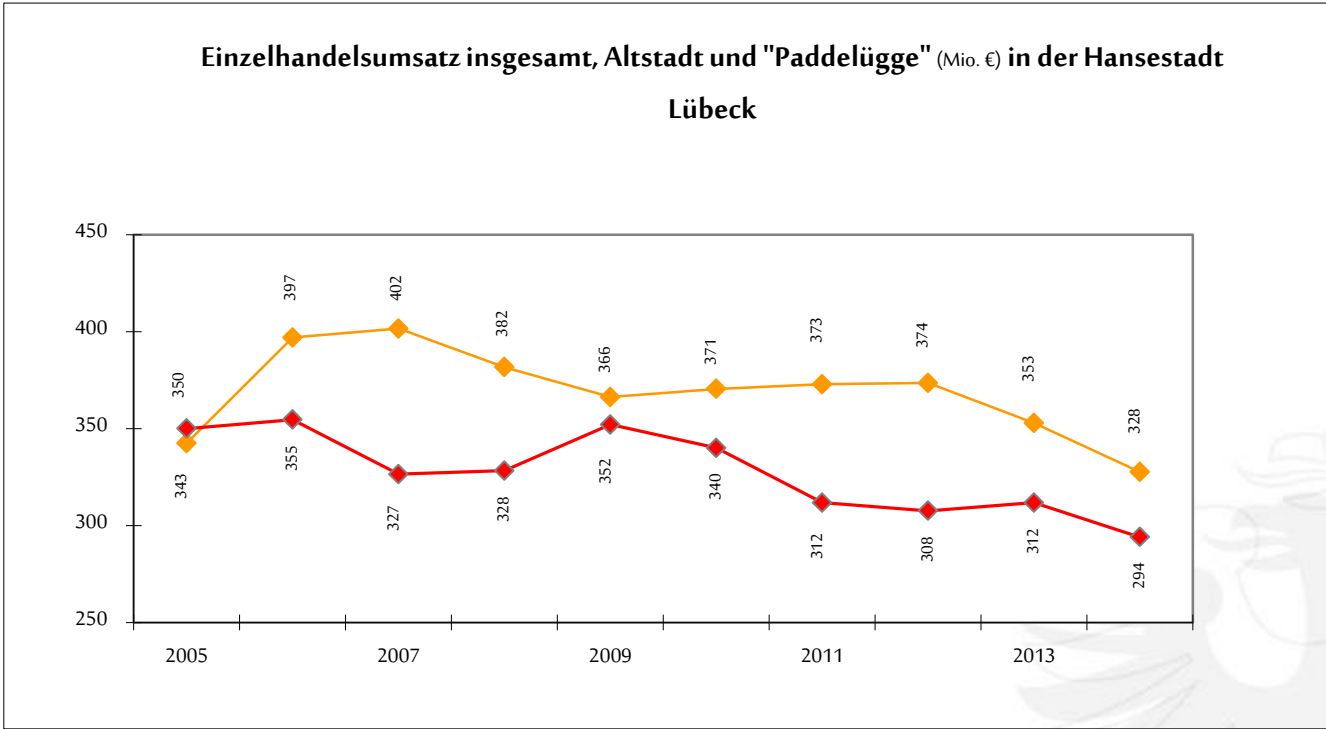
rot = Allgemeine Kaufkraft
orange = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft
Quelle: GfK Geomarketing GmbH

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2015)

Einzelhandelsumsatz



rot = Einzelhandelsumsatz „Grüne Wiese“ PLZ 23556 (in € Mio.)
ocker = Einzelhandelsumsatz „Innenstadt“ / PLZ 23552 (in € Mio.)

Quelle: GfK Geomarketing

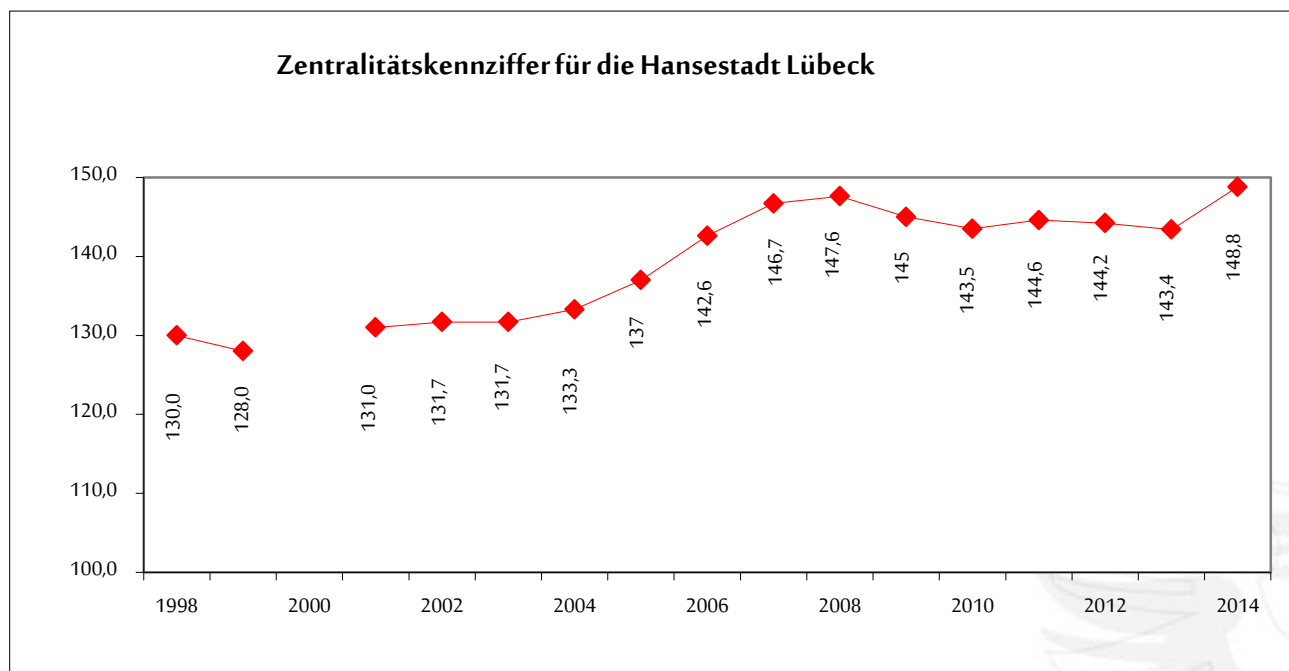
Auf der Altstadtinsel geht der Umsatz ggü. dem Vorjahr um € 25 Millionen zurück, im Bereich Herrenholz geht der Umsatz um € 18 Millionen zurück.



Zentralität

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

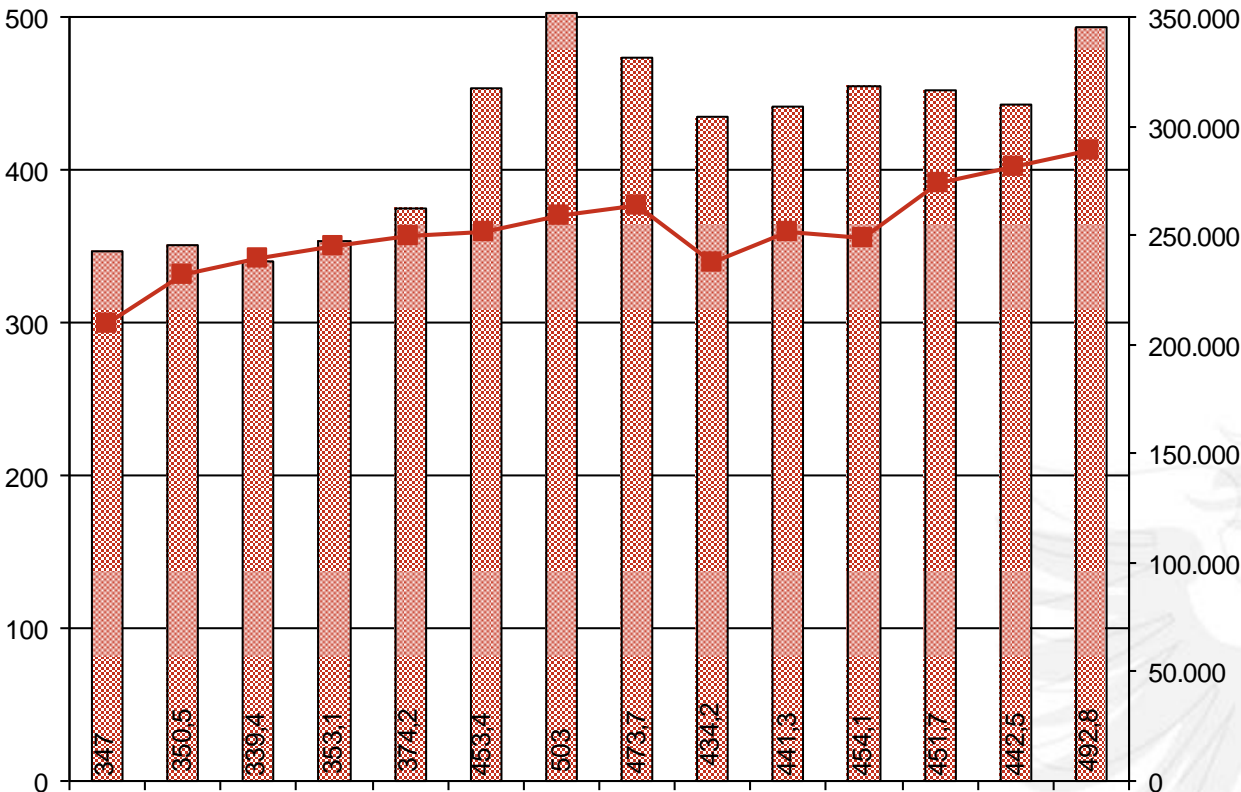
Zentralität



Quelle: GfK Geomarketing GmbH

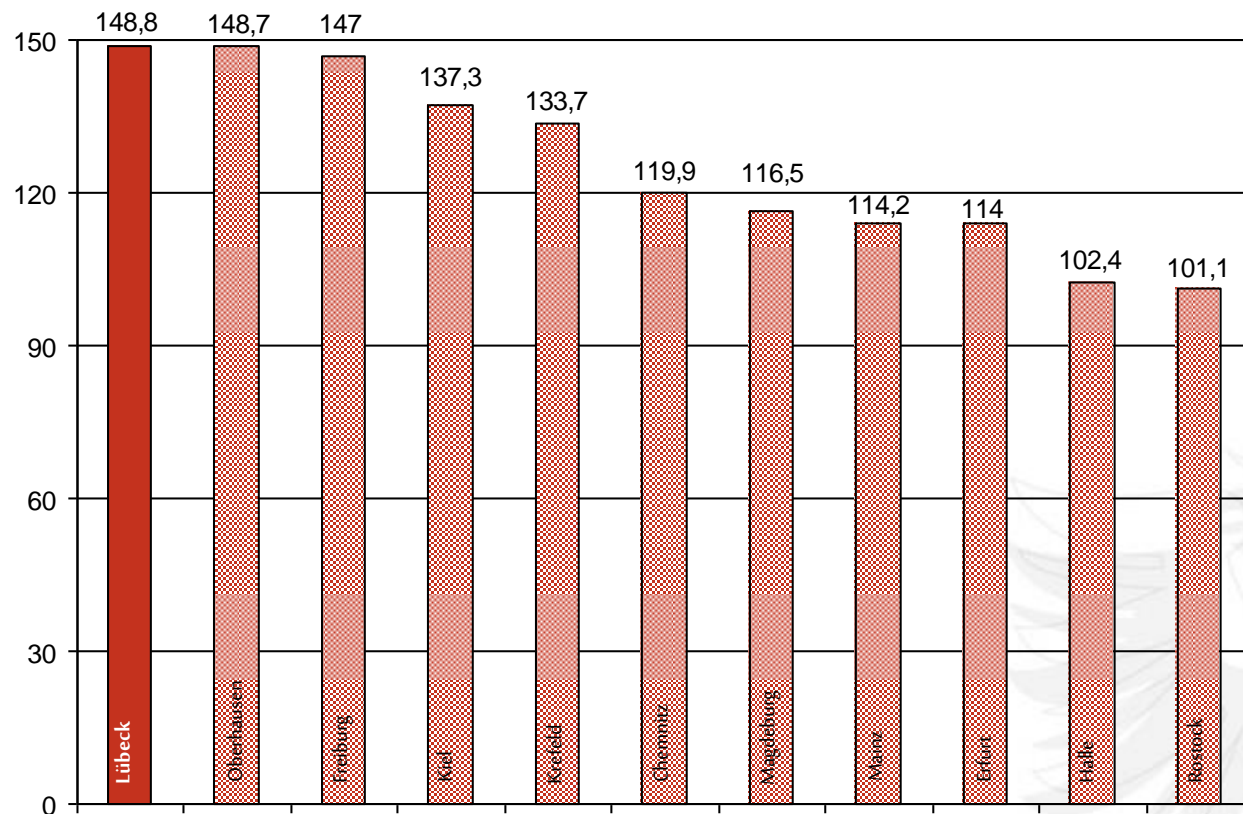
Die Zentralität erreicht einen Rekordwert: mit ausschlaggebend hierfür ist die erstmalige Berücksichtigung des Umsatzes im LUV Center.

EZHumsatz mit Nah- und Ferntouristen



Quelle: GfK Geomarketing GmbH; HL (2001-2014)

Zentralität



Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2015)



»Wie spiegelt sich die anhaltende Digitalisierung des Handels in Lübecks stationärem Einzelhandel wider?«

Digitalisierung im Lübecker Einzelhandel

■ Ausgangslage

- Das Marktvolumen des deutschen E-Commerce nimmt seit Jahren zu.
- Dem wachsenden E-Commerce steht ein geringes Wachstum des Einzelhandels insgesamt gegenüber => es findet eine Umverteilung der Umsätze zugunsten des E-Commerce statt.

■ **Zentrale Frage:** „Wie spiegelt sich die anhaltende Digitalisierung des Handels in Lübecks stationärem Einzelhandel wider?“ Hierzu wurden u.a. folgenden Fragen nachgegangen:

- „Wird eine Entwicklung verschlafen?“
- „Wird das Online Potential voll ausgenutzt?“
- „Gibt es Branchenvorreiter?“

■ Datengrundlage

- **1.211 genutzte Ladengeschäfte** ergeben - bereinigt um Filialgeschäfte (z.B. 19 Filialen von Aldi, 23 Filialen der Stadtbäckerei Junge, 10 Filialen von KiK, ...) 957 ansässige Einzelhändler.
- Die **957 ansässigen Einzelhändler** teilen sich auf in 661 Einzelhändler mit Stammgeschäft in Lübeck (69%) und 296 Einzelhändler im Filialbetrieb (31%).

»Worüber sprechen wir?«

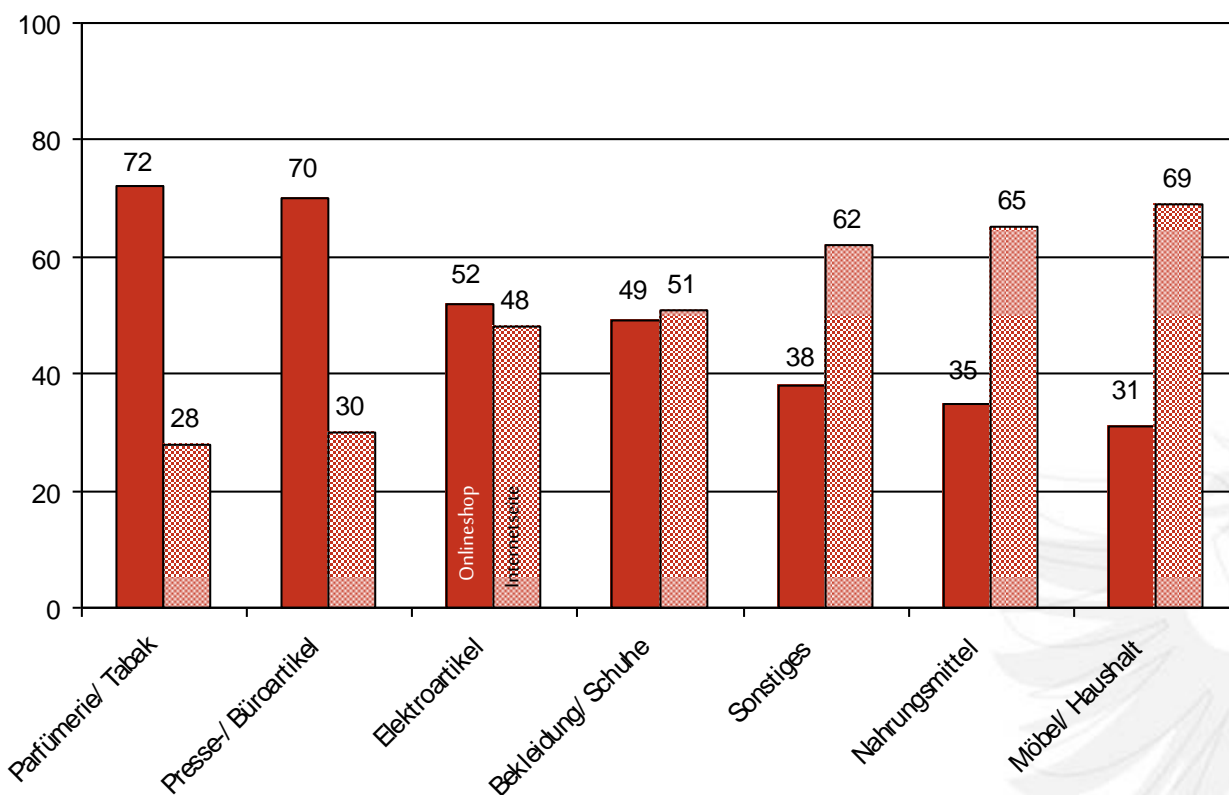
Die Onlinepräsenz des Lübecker Einzelhandels

Kateg.	Name	Beschreibung	Anzahl
0	Keine Präsenz	Es ist keine eigene Internetpräsenz vorhanden. Inhalte von Drittanbietern oder automatisch generierte Inhalte zählen nicht als eigene Internetpräsenz.	359 (29,6%)
1	Visitenkarte	Die Internetseite enthält lediglich Kontaktinformationen (Impressum; Informationen wie z. B. Anfahrt, Telefonnummer und Öffnungszeiten). Es wird erkennbar womit das Unternehmen zu tun hat, es gibt jedoch keine weiteren Informationen zum Sortiment.	22 (1,8%)
2	Unternehmensvorstellung	Die Internetseite präsentiert das Unternehmen und stellt das angebotene Sortiment vor. Es gibt Bilder z.B. von Ladengeschäft und von einzelnen Artikeln. Die Seite enthält Firmeninformationen die über die Kontaktdaten hinausgehen. Sortimente werden beschrieben, es werden keine einzelnen Artikel mit weiteren Informationen dargestellt.	253 (20,9%)
2	Produktsortiment	Die Internetseite enthält zusätzlich zu der Firmenvorstellung detaillierte Informationen über das Sortiment. Einzelne Produkte sind mit Produktspezifikationen abgebildet. Es kann eine Funktion „Einkaufsliste“ vorhanden sein. Eine Bestellung ist nicht möglich.	228 (18,8%)
4	Online Shop	Es handelt sich um einen funktionsfähigen Onlineshop. Das Sortiment wird nicht nur dargestellt, es kann auch jeder Artikel zur Bestellung in den Warenkorb gelegt werden. Die Artikel können ausgewählt, bestellt und auch bezahlt werden. Die Lieferung erfolgt ausschließlich an eine angegebene Adresse mit einem Paketdienst.	237 (19,6%)
5	Crosschannel/Omnichannel-Onlineshop	Es besteht eine Verbindung zwischen den Vertriebskanälen Stationär und Online – z. B. durch Click and Collect oder die Abrufbarkeit der Bestände im stationären Geschäft. Die Artikel sind auf allen Kanälen gleichermaßen verfügbar. Die Anzahl der angebotenen Artikel kann jedoch eingeschränkt sein.	112 (9,2%)

Quelle: eigene Darstellung

»Gibt es Branchenvorreiter?«

Das Online Angebot Lübecker Einzelhändler




Quelle: eigene Darstellung




Aktuelle Informationen (ab Dezember 2015):
www.luebeck.org/ezh

LÜBECK 
Auf nach oben!

NIEDERLÄNDISCHER
NIEDERLÄNDISCHER



Wirtschaftsförderung LÜBECK  GmbH

LÜBECK  Business Development Corporation

Falkenstraße 11 | 23564 Lübeck | Germany

T.: +49 (0) 451 / 7 06 55-0 | F.: +49 (0) 451 / 7 06 55-20

E-Mail: info@luebeck.org

Internet: www.luebeck.org