

Vorabversion

Einzelhandelsmonitor Lübeck 2014



Lübeck, 08. September 2014

Dr. Björn P. Jacobsen



Einzelhandelsmonitor in der Übersicht

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

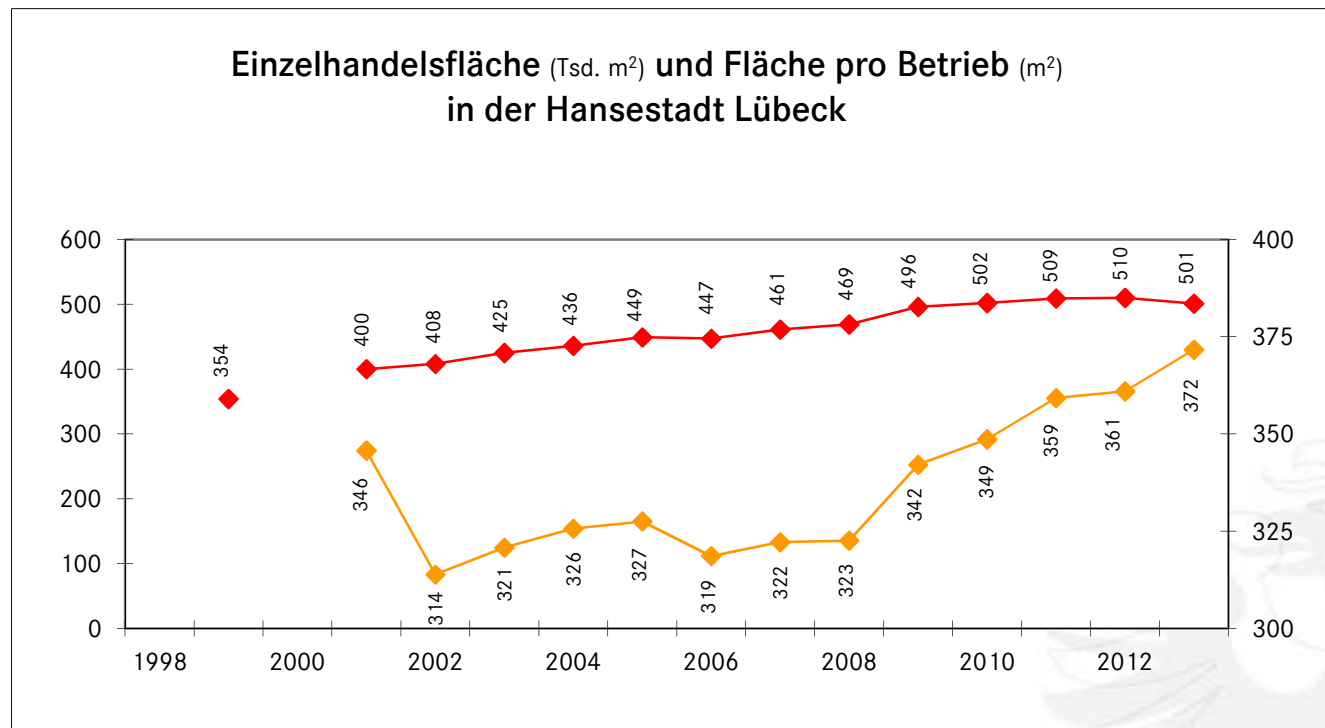
- Welche Daten beinhaltet der Einzelhandelsmonitor?
 - Themenschwerpunkt 1: **Flächenentwicklung**
 - Quelle: Eigene Erhebung (Jährliche Begehung aller ca. 1.400 Lübecker EZHbetriebe)
 - Daten verfügbar ab 2001
 - Themenschwerpunkt 2: **Umsatzentwicklung**
 - Quelle: GfK Geomarketing GmbH; Abgleich mit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

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)

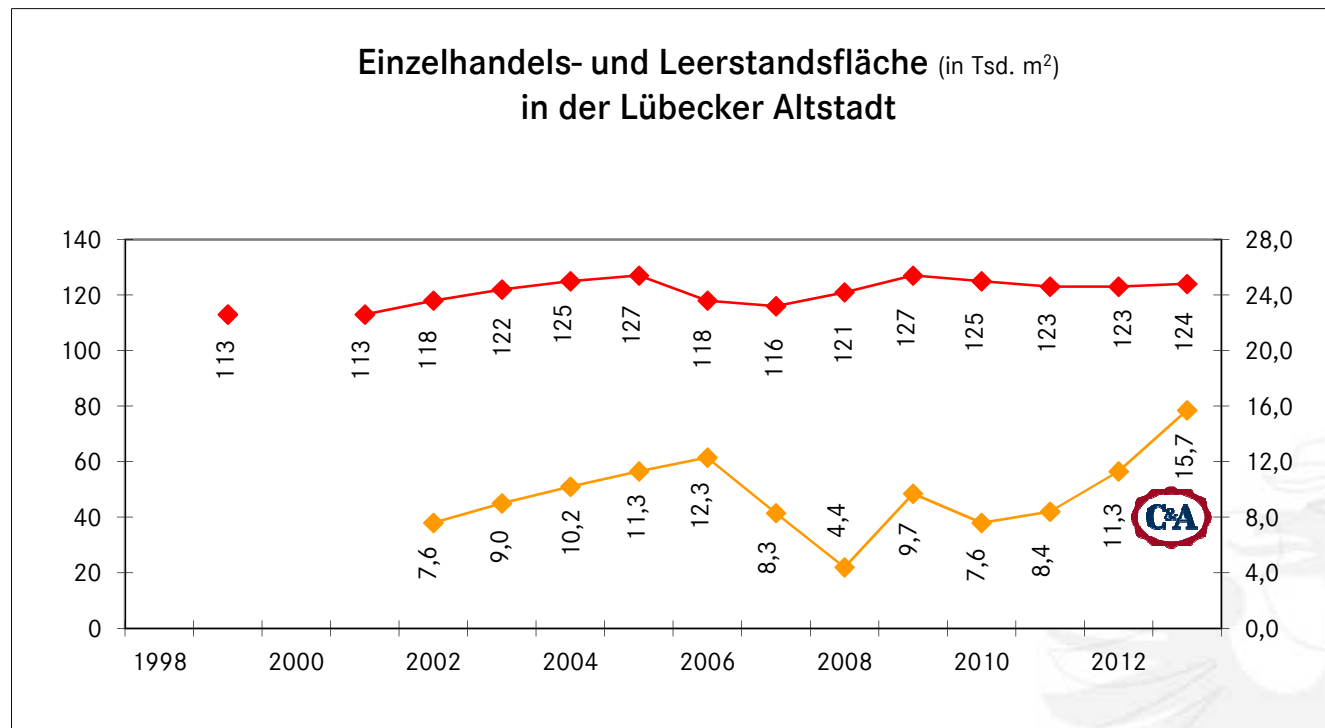
- Welche Datenquellen werden genutzt?
 - Eigene Komplettbegehung (jeweils im März des Folgejahres)
 - Datenzulieferung von Nutzern, schwerpunktmäßig im Lebensmitteleinzelhandel
 - Datenabgleich aus dem Facility Management Bereich
 - Daten aus Immobilienexposes (im Rahmen des Gewerbeimmobilienportals)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

Einzelhandelsfläche



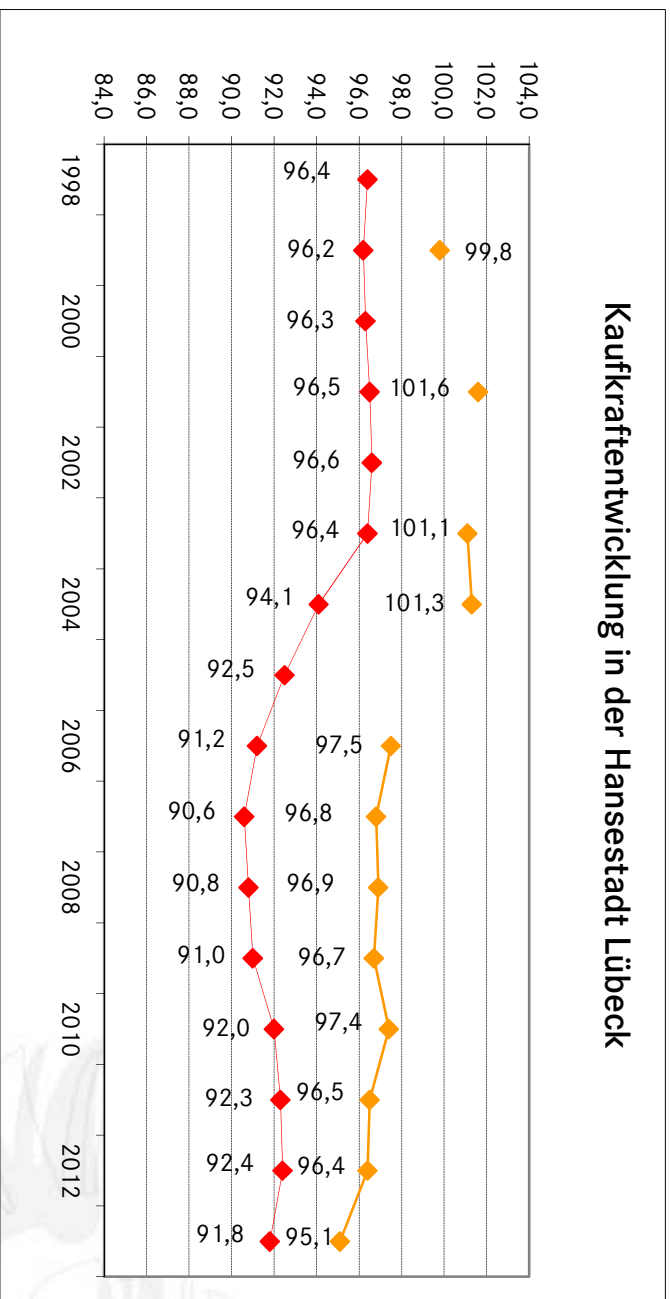
Die Einzelhandelsfläche ist erstmals seit 2006 rückläufig; unberücksichtigt ist das LUV Center. Der Trend zu großflächigeren Einheiten hält an.

Einzelhandelsfläche



Ohne den Leerstand »C&A Mühlenstraße« (4.900 m²) wäre die Leerstandsquote auf von 12,7 auf 8,7 gesunken.

Kaufkraftentwicklung – relativ zum Bund

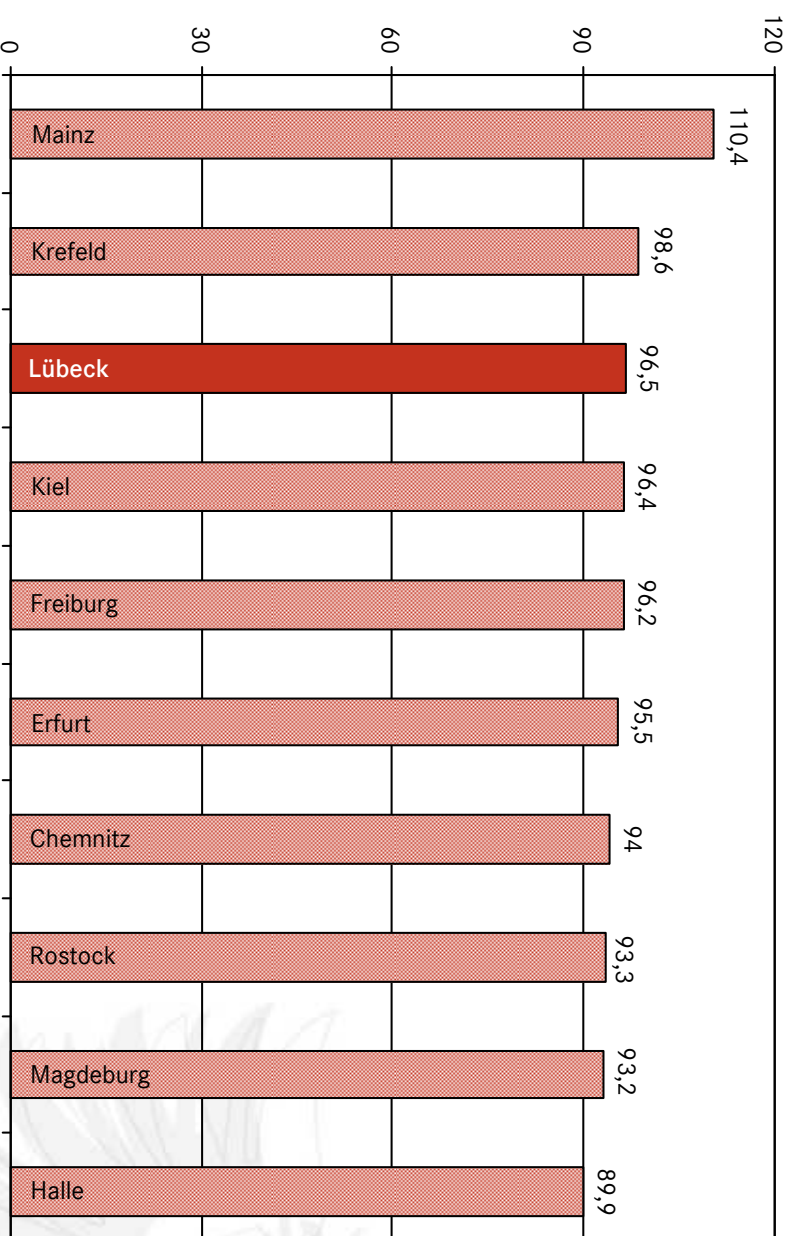


rot = Allgemeine Kaufkraft

ocker = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

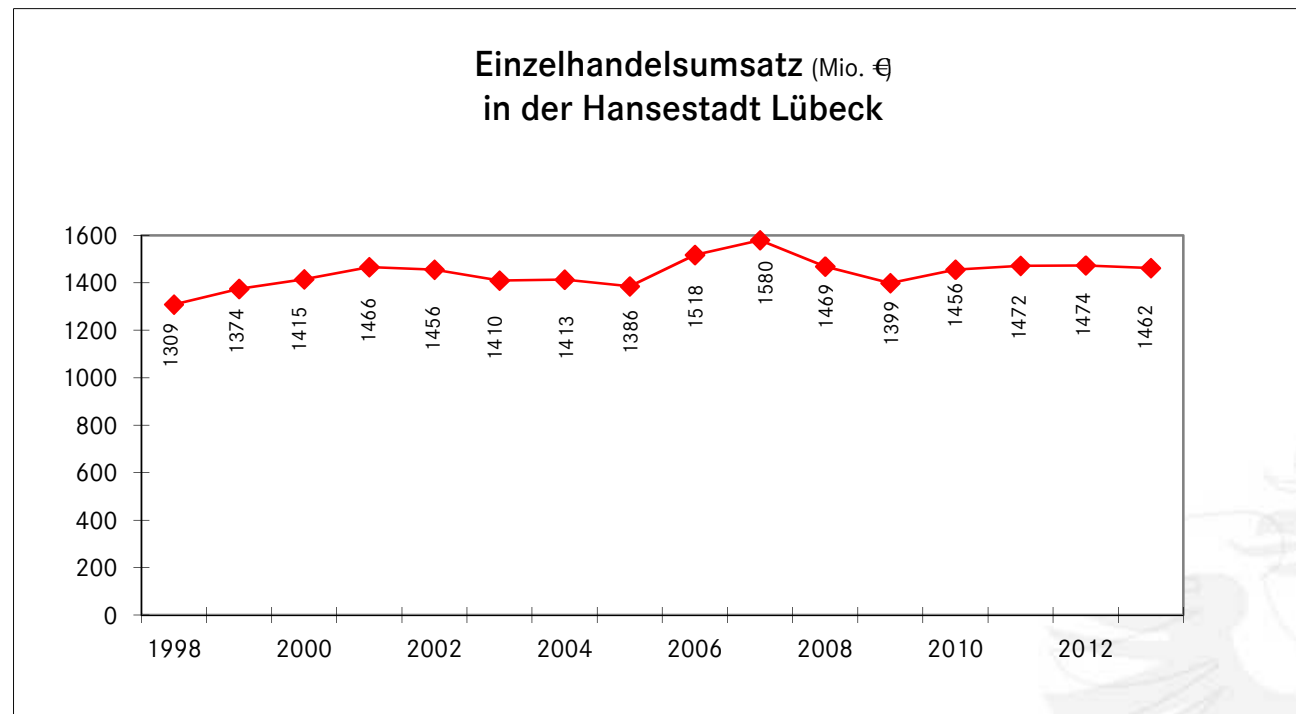
Quelle: GfK Geomarketing GmbH

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2011)

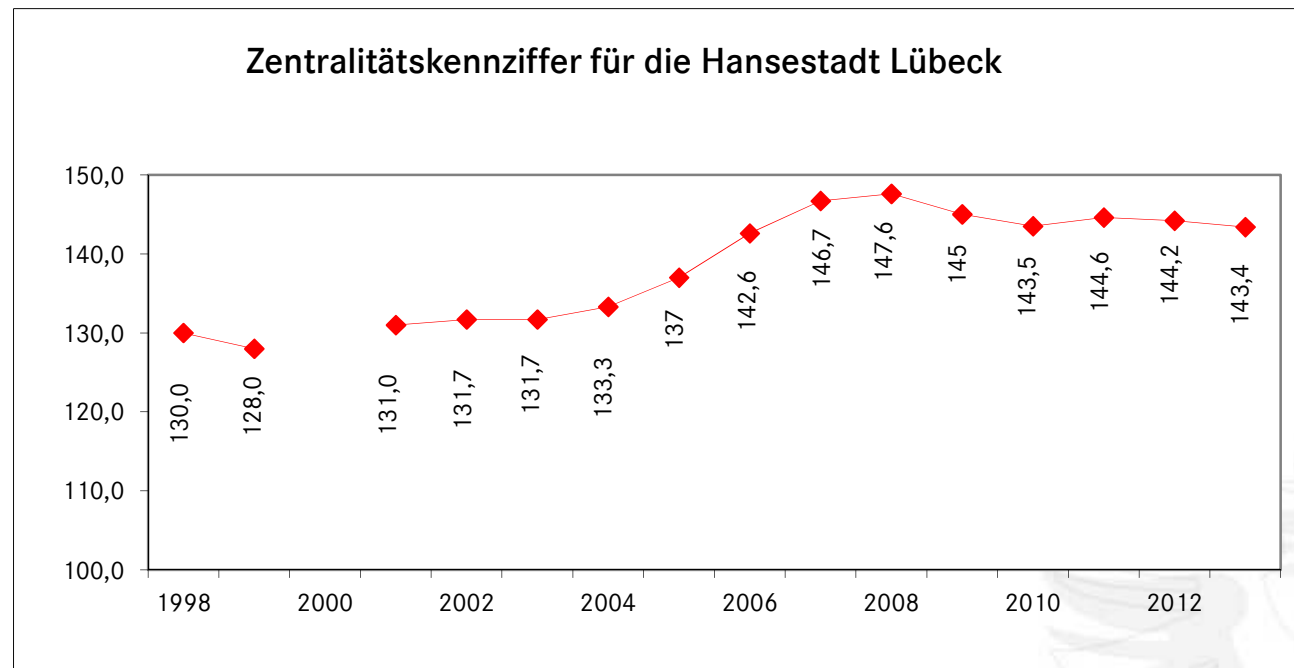
Stationärer Einzelhandelsumsatz



rot = Einzelhandelsumsatz (in Mio. €)

Quelle: GfK Geomarketing GmbH

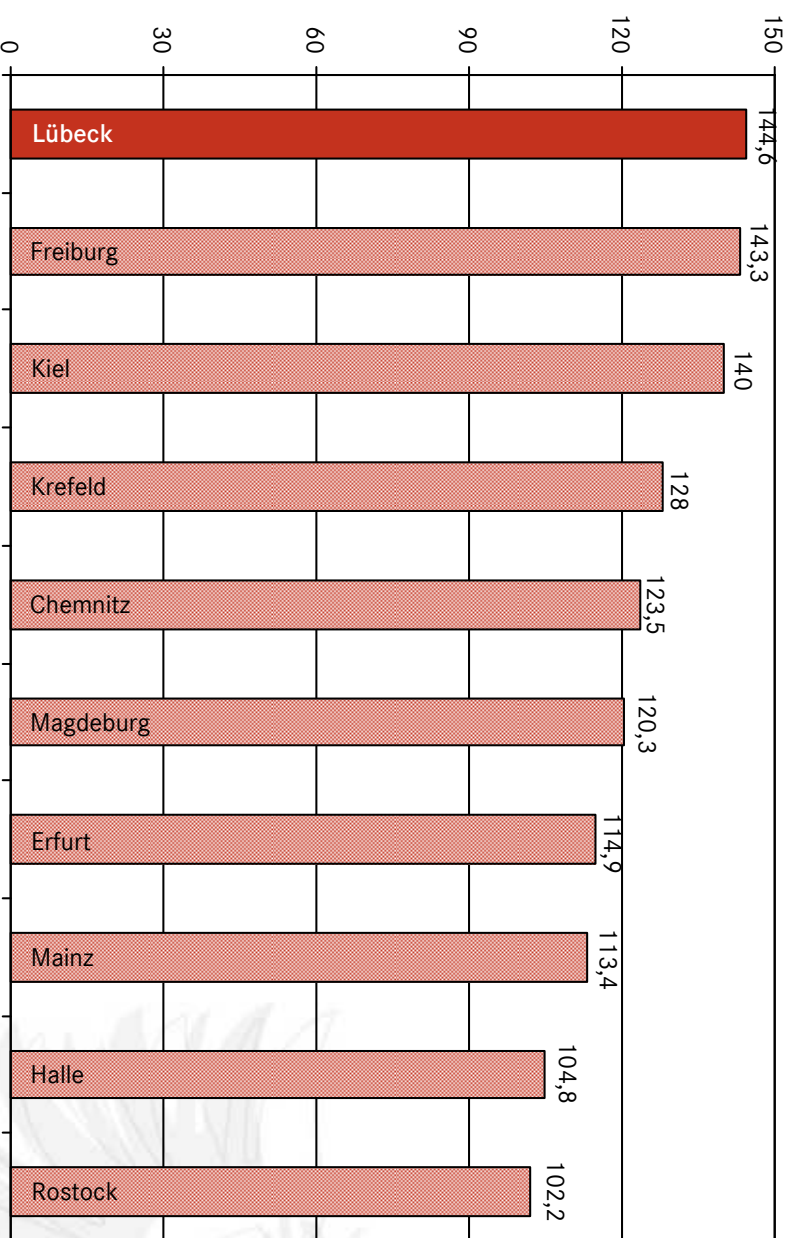
Zentralität



Quelle: GfK Geomarketing GmbH

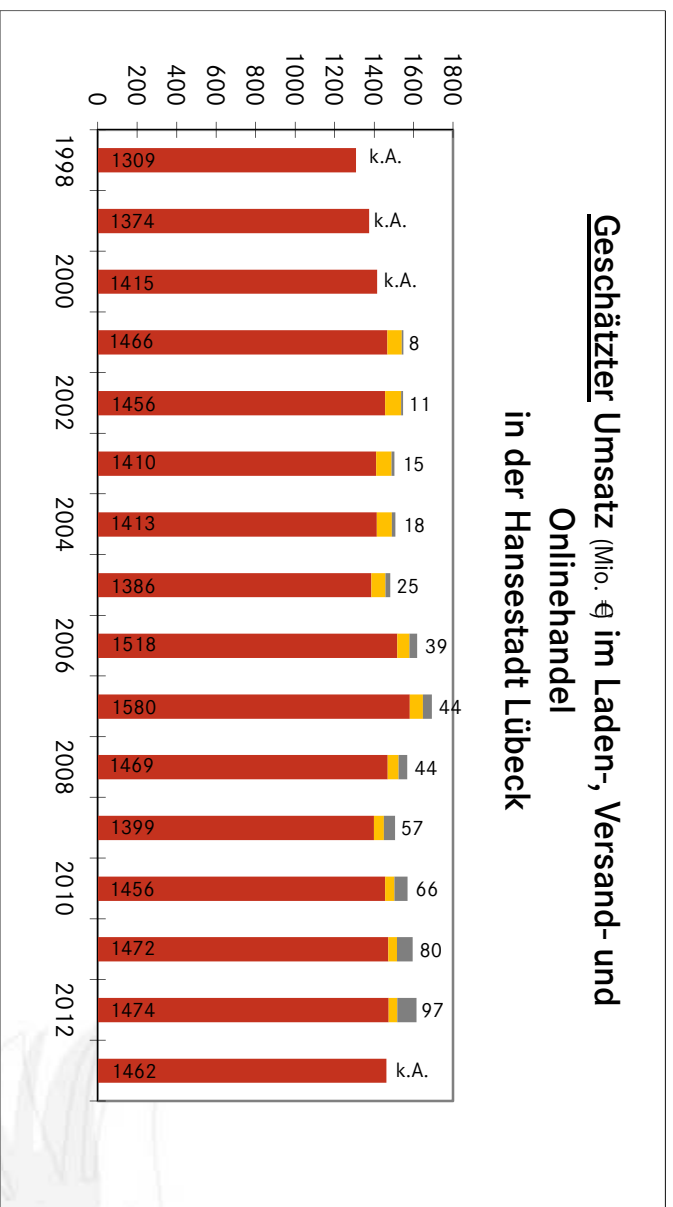
Der Einzelhandel profitiert (noch) nicht von steigenden Tourismuszahlen.
Der EZHumsatz mit auswärtigen Besuchern geht um €9 Millionen zurück.

Zentralität



Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2011)

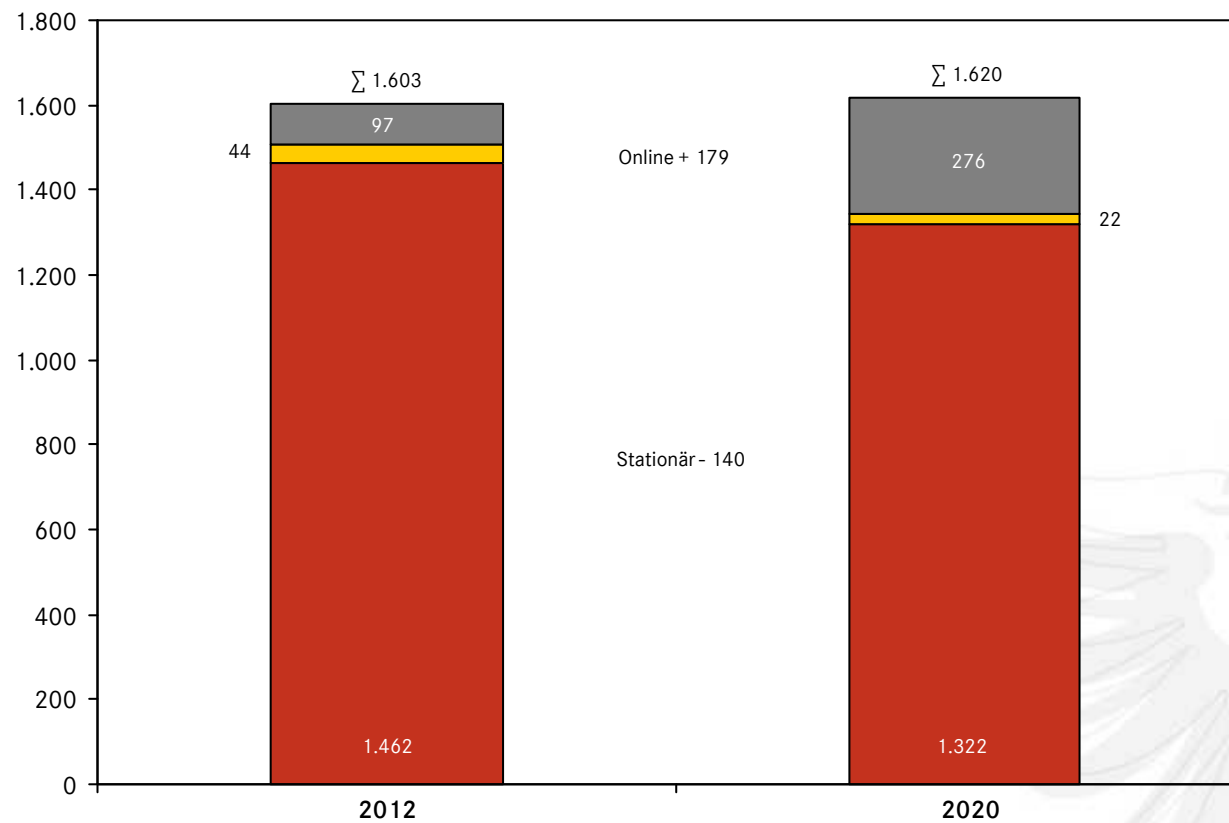
Einzelhandelsumsatz nach Vertriebskanal



Quelle: eigene Berechnung auf der Basis von GfK auf Basis bvH Bundesverband des Deutschen Versandhandels

Bisher ging die Umsatzverschiebung zulasten des Kataloghandels, zukünftig wird sie zulasten des stationären EZH gehen.


Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes




Quelle: eigene Berechnung auf der Basis
IFH Institut für Handelsforschung



Aktuelle Informationen (ab Oktober 2014):
www.luebeck.org/ezh



Wirtschaftsförderung LÜBECK  GmbH

LÜBECK  Business Development Corporation

Falkenstraße 11 | 23564 Lübeck | Germany

T.: +49(0)451/70655-0 | F.: +49(0)451/70655-20

E-Mail: info@luebeck.org

Internet: www.luebeck.org