

Einzelhandelsmonitor Lübeck 2021



Methodik des Einzelhandelsmonitors

- Was ist der Einzelhandelsmonitor: Seit 2003 Datenerhebung der Wifö zur Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Lübeck
- Eigene Erhebung durch jährliche Begehung aller Lübecker EzH-Betriebe
 - Betrachtungszeitraum zwölf Monate, Begehung im Frühjahr
 - Zukauf von externen Daten zu EzH-relevanten Kennziffern
 - Erfassung der Einzelhandelsnutzungen nach Quadratmetern mit speziellem Fokus auf die Hotspots (nach PLZ)
 - Aufnahme der Leerstände und Berechnung der Leerstandsquoten

Wesentliche Kennziffern

- Die Einzelhandelszentralität lag 2020 mit 145,1 nach wie vor hoch
- Der Wert misst den Zufluss der Kaufkraft von außen in den Standort
- Lübeck und lag im Peergroup-Städtevergleich wieder auf Platz 2 nach Freiburg und deutlich vor Kiel (133,4) und Rostock (102,7)
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Lübecker:innen liegt bei 1,31 Mrd. €, umgesetzt wurden im EzH jedoch 1,54 Mrd. € (- 25 Mio. €)
- Der Beschäftigungsanteil im EzH liegt bei 8.187 Menschen, entspricht 8 % aller sozial.versich.pflichtig Beschäftigten in Lübeck (- 0,3 %)

Einzelhandel in Lübeck

- Gesamtfläche 550.000 m² mit 1.284 Ladengeschäften (- 20.600 m²)
- Innenstadt: 546 Geschäfte mit 110.000 m² (= 20 % aller EzH-Flächen, Rückgang um 4.900 m²), 293 Mio. € Umsatz (= 19 % vom Gesamtumsatz; Rückgang um 32,1 Mio. €); Leerstandsquote 15 % (+ 1,4 %)
- PLZ 23556 (CITTI/REWE): 140 Geschäfte mit ca.120.000 m² (= 22 % der Gesamtfläche Stadt, Rückgang um 4.300 m²), 320 Mio. € Umsatz
- PLZ 23569 (LUV): 87.000 m² mit 74 Geschäften, 220 Mio. € Umsatz
- Travemünde 20.200 m², 125 Geschäfte, insgesamt 76,5 Mio.€ Umsatz
- Hochschulstadtteil: 42.800 m² mit 79 Läden, 109 Mio. € Umsatz

Veränderungen in den Einzelhandelslagen

- „Beach Bay“ Travemünde neu auf dem Priwall, 1.000 m² Shops + Gastro
- Karstadt Holstenstraße nicht mehr als EzH-Fläche behandelt (- 3.500 m²)
- Wicky Breite 31 bezieht größere Fläche Breite 79 (vorher Breite Straße 31 - 620 m² Leerstand lt. Exposé) = Leerstandsverlagerung
- Easy Fitness eröffnet in ex-V&B Bäderausstellung im LUV 1. OG (-1.020 m²)
- Hans-Sachs-Straße 1, seit 2020 „Wir kaufen Dein Auto.de“ vormals Sky (864 m²)
- GASTRO auf dem Vormarsch: Holstenstr. 20: „Elara“ Mode Verlagerung auf die ggü. liegende Straßenseite Holstenstr. 7; in Nr. 20 türkisches Restaurant Mem U Zin, Eröffnung August 2021; Sandstr. 14: in ehemaliger „Ernstings Family“ Fläche türkisches Döner-Restaurant „Antalya“ Oktober 2021 eröffnet
- ehem. „Praktiker“ 6.900 m² Geniner Straße, jetzt Kamux Gebrauchtwagen Halle





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



EINZELHANDELSMONITOR LÜBECK 2021



ÜBER DEN MONITOR

Seit 2003 erfasst die Wirtschaftsförderung den Einzelhandel im Lübecker Stadtgebiet. Der Erhebungszeitraum für den vorliegenden Einzelhandelsmonitor umfasst 12 Monate. Die Begehung der Läden in den Quartieren findet immer im Frühjahr statt und bein-

haltet eine Rückbetrachtung der Veränderungen zum Vorjahr. Ergänzt werden die Daten aus der eigenen Erhebung durch Informationen externer Dienstleister aus dem Handels- und Immobiliensektor.

DER STANDORT ALS RAHMENBEDINGUNG

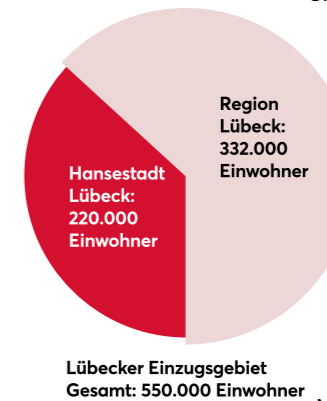
Shopping in historischem Ambiente. Dafür ist die Hansestadt seit jeher bei Einheimischen und Besucher:innen bekannt – und wird seit vielen Jahren als etablierter und renommierter Einzelhandelsstandort in Norddeutschland geschätzt. Lübeck nimmt als Oberzentrum in der Region eine herausragende Rolle ein. Zu den rund 220.000 Einwohner:innen der Hansestadt kommen rund 350.000 weitere Menschen aus den umliegenden Kreisen hinzu, die zum Shoppen nach Lübeck kommen – von Segeberg über Eutin und Fehmarn bis an den Rand von Hamburg und Wismar.

Einen wichtigen Teil zur Umsatzentwicklung im Einzelhandel trägt der Tourismus bei. Das belegen die Untersuchungen im Rahmen der touristischen Entwicklungskonzepte aus den vergangenen Jahren. Das UNESCO-Weltkulturerbe Lübeck und der Strand von Travemünde locken jährlich Tourist:innen aus Deutschland, den Nachbarländern und insbesondere Skandinavien in die Stadt, auch wenn es in dem Berichtsjahr durch die Corona-Pandemie und die verhängten Lockdowns zu Einschnitten gekommen ist. Nach Angaben der Lübecker Tourismusagentur LTM gab es Corona-bedingt durch das Beherbergungsverbot für Privatreisende von Mitte März bis Mitte Mai und im November/Dezember 2020 lediglich rund 510.000 Ankünfte mit 1,57 Millionen Übernachtungen (-23,3%). Hinzu kommen jährlich – ohne Corona - rund 18 Millionen Tagestouristen:innen.

Die Beschäftigtenzahlen im Einzelhandel blieben 2020 mit 8.187 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unter dem Niveau des Vorjahrs (8.351), entsprechend etwa zwei Prozent weniger. Dem steht ein Zuwachs der Beschäftigtenzahlen branchenübergreifend gegenüber: Hatten 2019 insgesamt 100.342 sozialversicherungspflichtig Be-

schäftigte ihren Arbeitsplatz in Lübeck, stieg die Zahl im Jahr 2020 auf 101.396, ein Plus von einem Prozent.

Bei der Einzelhandelszentralität ist ebenfalls ein Rückgang bemerkbar. Diese Kennziffer zeigt an, wie stark der Umsatz einer Stadt von Konsumenten aus dem Umland geprägt ist und indiziert die Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandorts wie Lübeck im Vergleich zu anderen Einzelhandelsstandorten. Ein Wert von über 100 belegt, dass die Kaufkraftzuflüsse die Abflüsse übersteigen. Trotz einem leichtem Rückgang zum



Vorjahr ist Lübecks Zentralitätswert mit 145,1 nach wie vor stark (siehe auch Peergroup-Vergleich S. 10). Dies spiegelt sich auch im Umsatz wider: Während die für den Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraft der Lübecker Bevölkerung bei rund 1,31

Milliarden Euro liegt, werden tatsächlich rund 1,54 Milliarden Euro im Lübecker Einzelhandel umgesetzt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt bei 93,5 (Vorjahr 93,1). Der Wert misst diejenigen Anteile der Kaufkraft, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen. Erfasst wird der Teil des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte, von dem die Einkäufe im Einzelhandel getätigt werden. Die allgemeine Kaufkraft der Lübecker Bevölkerung liegt im Jahr 2021 bei rund 4,61 Mrd. Euro, dies entspricht einem Rückgang um 0,06 Mrd. Euro.

DER EINZELHANDEL IN LÜBECK

Im Jahr 2020 reduzierte sich die Einzelhandelsfläche im Stadtgebiet erneut. Sie betrug inklusive der Leerstände von Handelsflächen insgesamt 550.000 m² mit 1.284 Ladengeschäften. Gegenüber 2019 standen 47 Einzelhandelsläden mit 20.600 m² Verkaufsfläche weniger zur Verfügung (2019: 571.000 m²; 1.331 Ladengeschäfte), dies entspricht einem prozentualen Rückgang der Flächen um 3,6 Prozent.

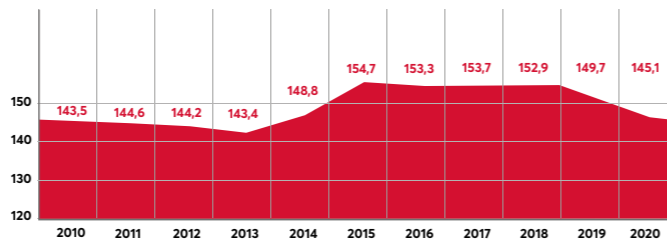
Bezogen auf die Innenstadt sank die nutzbare Einzelhandelsfläche in 2020 (inkl. Leerstand) auf 110.000 m² mit 546 Ladengeschäften. Dieser Wert entspricht etwa einem Fünftel aller Einzelhandelsflächen in der Gesamtstadt. Im Vorjahresvergleich drückt dies einen Rückgang von gut 5.000 m² und 25 Ladengeschäften aus, umgerechnet ein Minus der Einzelhandelsflächen um 4,3 %.

Im Stadtgebiet betrug die Leerstandssumme gut 26.000 m², verteilt auf 108 Ladengeschäfte. Die Leerstandsquote betrug in 2020 4,7 % und verringerte sich somit um 1,1 %. Dieser rechnerische Rückgang ist u.a. bedingt durch einen Flächenentzug, indem ehemalige Einzelhandelsflächen aufgegeben und nicht mehr dem Markt zur Verfügung stehen. Dazu gehört z.B. das ehemalige Karstadt Sporthaus in der Holstenstraße, das abgebrochen und durch einen Neubau ohne Einzelhandelsnutzung ersetzt werden soll.

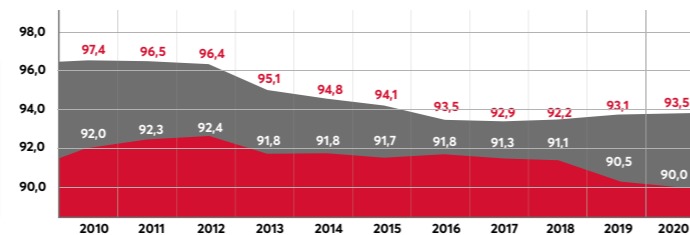
Bei der Betrachtung der Verteilung der Einzelhandelsflächen in Lübeck fällt auf, dass die großflächigen Handelsstandorte größtenteils außerhalb der Innenstadt liegen.

Sie sind überwiegend auf den täglichen Bedarf ausgerichtet. Die Flächen von Aldi, Edeka, Famila, Lidl, Net-

to, Penny, Real und Rewe weisen im Mittel über 1.400 m² je Standort auf und belegen in Summe gut 100.000 m² aller Einzelhandelsflächen in Lübeck. 67 Geschäfte haben stadtwweit mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche, was einem Anteil von gut 58 % ausmacht. Dennoch ist Lübecks Einzelhandel überwiegend durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt. Besonders deutlich ist dies auf Lübecks Altstadtinsel. Die am häufigsten genutzten Ladenflächen sind dort bis einschließlich 50 m² groß. Sie machen gut 44 % aller Flächen aus (239 Geschäfte). Die Größenklasse bis 100 m² macht mit 390 Geschäften 71 % an der Gesamtverkaufsfläche der Altstadt aus. Auf die Flächen von 101 bis 500 m² entfallen weitere 22 Prozent. Nur 10 Flächen dort haben Verkaufsflächen von über 1.500 m², machen aber damit gut 36 % aus.

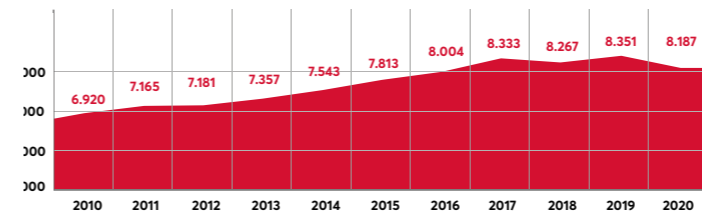


■ Zentralitätskennziffer



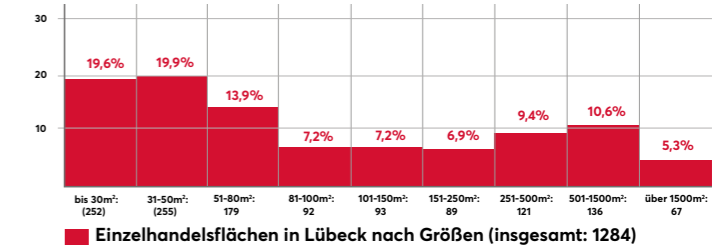
■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft ■ Allgemeine Kaufkraft

Im gesamten Stadtgebiet gab es 51 Händlerwechsel in der Größenordnung von 6.000 m², in 2019 waren dies 8.000 m² und 54 Einzelhändler. Der Einzelhändlerwechsel in der Innenstadt umfasste 1.800 m² mit 22 Einzelhändlern. Im Jahr 2019 waren dies noch 4.500 m² und 36 Einzelhändler.



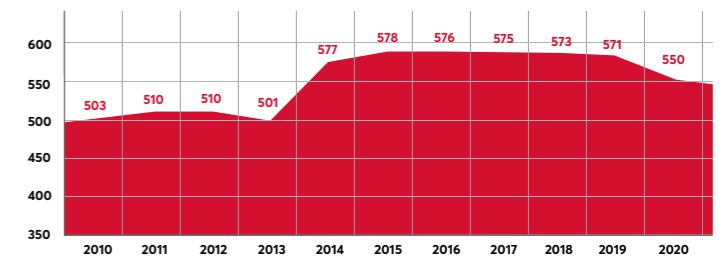
■ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Einzelhandel in Lübeck

Die Leerstandsflächen beim Einzelhandel in der Innenstadt stiegen in 2020 an und erreichten 16.500 m² mit 71 Ladengeschäften. Damit entspricht die Quote in 2020 einem Wert von 15 % (Vorjahr 2019 = Quote 13,6 %). Ein wesentlicher Treiber ist die Schließung des Karstadt-Hauses B an der Königstraße (ehemals Sporthaus) mit 4.400 m² Einzelhandelsfläche. Dort, wo weiterhin im Bestand nach neuen Mietern:innen gesucht wird, sind einige Eigentümer:innen bereits dabei, sich auf das geänderte Nachfrageverhalten des Handels einzustellen. Dies beginnt damit, dass Mieten nach unten angepasst werden, Gebäude umgebaut und optimiert werden. Einzelhandel in oberen Geschossen findet nicht mehr statt, was letztlich auch neue Nutzungen (Wohnen, Dienstleistungen oder Gastronomie) möglich macht. Sichtbar ist dies bereits in der Breite Straße in den Immobilien Nr. 37 und 79, in denen der Einzelhandel nach den erfolgten Umbauten ausschließlich ebenerdig Flächen angemietet hat.

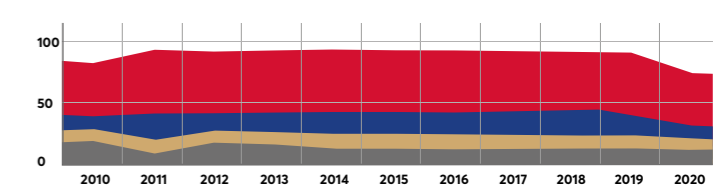


■ Einzelhandelsflächen in Lübeck nach Größen (insgesamt: 1284)

Die Mietpreissituation befindet sich in Lübeck nach einem Anstieg im Jahr 2011 auf einem leicht gesunkenen Niveau. Laut IVD liegt der durchschnittliche Mietpreis für Geschäfte mit 60 m² in 1a-Kernlage bei 75 Euro pro Quadratmeter, dies entspricht einem Rückgang um fünf Euro gegenüber dem Vorjahr. Bei den Flächen mit 150 m² in selber Lage ist der durchschnittliche Quadratmeterpreis mit 29 Euro leicht gesunken (vorher 30). Bei den 1b-Lagen ist in der Größenklasse 60 m² gegenüber dem Vorjahr mit 23 Euro ebenfalls ein leichter Rückgang um 2 EUR/m² zu verzeichnen. In der Größenklasse 150 m² sank die durchschnittliche Miete von zehn Euro pro m² auf neun Euro pro m² ab.



■ Einzelhandelsfläche in Tsd. m²



■ Ladenmieten in der Hansestadt Lübeck (€)

■ Ladenmiete Kernlage 1a bis 60m² ■ Ladenmiete Kernlage 1a ab 150m²
■ Ladenmiete Kernlage 1b bis 60m² ■ Ladenmiete Kernlage 1b ab 150m²

FOKUS: HOTSPOTS DER STADT

Wird der Einzelhandel in Lübeck betrachtet, müssen vor allem vier Bereiche in den Fokus genommen werden: Die Lübecker Innenstadt als Herzstück der Stadt, das Ostseebad Travemünde sowie die beiden großen Shoppingcenter CITTI-Park und LUV-Shopping. Der Hochschulstadtteil, in dem sich mit dem „Campus“ ein weiteres Shoppingcenter befindet, darf dennoch in der Betrachtung nicht fehlen. Für eine genauere Abgrenzung werden die Lübecker Handelslagen über die jeweiligen Postleitzahlen geordnet.



1. Innenstadt (PLZ 23552)

Von den insgesamt 1.281 Lübecker Ladengeschäften mit ihren 550.000 m² befanden sich 2020 auf der Altstadtinsel 546 Geschäfte mit 110.000 m². Flächenbezogen sind das rund 20 Prozent. Der Anteil an Ladengeschäften macht 43 Prozent aus. In der Innenstadt wurden insgesamt 292,6 Mio. Euro Umsatz im Einzelhandel erzielt (Vorjahr: 324,7 Millionen Euro, d.h. ein Minus von 32,1 Mio. Euro). Der Umsatzerlös entspricht rund 19 % des Gesamtumsatzes am Standort. Die Flächenproduktivität in der Innenstadt ist leicht gesunken und betrug im Betrachtungszeitraum 3.139 Euro pro m² (-111€).

Ein Rückgang im Leerstand hat sich nicht eingestellt. Zum Erhebungszeitpunkt standen 16.500 m², verteilt auf 71 Ladengeschäfte, leer. Das entspricht 15 Prozent (2019: 13,6 Prozent) der innerstädtischen Einzelhandelsfläche. Die Schließung von diversen Karstadt-Warenhäusern durch GALERIA Karstadt Kaufhof GmbH hat auch die Hansestadt Lübeck getroffen. Die Aufgabe des zuletzt von Karstadt-Sport genutzten benachbarten Haus Süd (oder Haus B) konnte nicht verhindert werden. Dies hat zur Folge, dass gegenwärtig eine Nettoraumfläche von rund 8.000 m² bzw. rund 6.200 m² Nutz-/Mietfläche im Herzen der Lübecker Altstadt vakant sind. Die Hälfte der Leerstandsflächen betreffen Großflächen ab 1.000 m².

Im Jahr 2020 konnten verschiedene Leerstände durch kulturelle Zwischennutzungen aktiviert werden. So bezog die Musikhochschule Lübeck Flächen im ehemalige Espirit/s.Oliver-Gebäude Breite Straße/Beckergrube. Das erfolgreiche Corona-Hilfsprogramm „Kulturfunke“, das seitens der Possehl-Stiftung ins Leben gerufen wurde, trug ebenfalls an vielen Stellen zur Belegung bei. Das Interesse von Künstler:innen verschiedener Sparten, sich einem gemischten Publikum zu präsentieren, war groß und erhöhte die Aufmerksamkeit. Attraktive Schaufenstergestaltungen in Leerständen wie „Rosemaries Reise“ der Lübeck Travemünde Marketing zur Vorweihnachtszeit brachten Bewegung in die Diskussion von neuen (Zwischen-)Nutzungen.



2. Großsteinrade / Buntekuh u.a. CITTI-Park und Rewe Center (PLZ 23556)

Im Postleitzahlengebiet 23556 befinden sich 140 Geschäfte, die 120.000 m² Verkaufsfläche aufweisen. Herausragend als Agglomeration ist der CITTI-Park sowie großflächige Handelsstandorte wie CB Mode, Decathlon, Möbelfachgeschäfte, REWE und ein Baumarkt. Gegenüber dem Jahr 2019 verringerte sich die Verkaufsfläche um 4.300 m², die Zahl der Läden ging um 7 zurück. Dennoch macht die Einzelhandelsfläche - gemessen an der Gesamtfläche der Stadt - immer noch gut 22 % aus. Der Einzelhandelsumsatz betrug in diesem PLZ-Gebiet 320,3 Mio. Euro (+ 5,1 Mio. Euro gegenüber Vorjahr). Die Flächenproduktivität betrug 2.698 Euro pro m², was einem Zuwachs von 148 Euro entspricht.

3. Dänischburg und Kücknitz u.a. LUV-Shopping, (PLZ 23569)

Das Gebiet umfasst die Stadtteile Kücknitz und Dänischburg. Hier befinden sich 74 Geschäfte mit insgesamt 87.000 m² Ladenfläche, die damit einen gesamtstädtischen Anteil von 15,8 % entspricht. Die Anzahl der Ladengeschäfte verringerte sich, allerdings waren davon hauptsächlich kleine Läden in Streulagen betroffen. Die Leerstandsquote ist mit 70 m² kaum messbar. Beobachtbar ist – wie auch bereits in der Innenstadt - die Umnutzung von Einzelhandelsflächen durch Fitnessstudios. Diese positive Entwicklung trägt zur Belegung von Einkaufszentren bei, da im Anschluss an den Sport noch geshopped werden kann. Die Multifunktionalität von Shoppingcentern wird damit unterstrichen. Der Umsatz in diesem Gebiet lag bei 219,8 Mio. Euro, was rund 14,3 % des Einzelhandels-Gesamtumsatzes in der Stadt entspricht. Die Flächenproduktivität betrug 2.523 pro m².

4. Strecknitz/Hochschulstadtteil u.a. „Campus“ Center, (PLZ 23562)

Im Postleitzahlgebiet standen in 2020 42.800 m² an

Einzelhandelsflächen zur Verfügung. Die Zahl sank damit gegenüber 2019 um 1.200 m², die Ladenzahl von 84 auf 79. Die Leerstände bewegten sich von 840 m² im Jahr 2019 auf 370 m² im Jahr 2020, was einer Leerstandsquote von 0,9 % entspricht.

Auch hier ist das Bild von großflächigem Einzelhandel insofern geprägt als 10 Betriebe mehr als 30.000 m² der Fläche auf sich vereinen. Dazu gehören die großen Vollsortimenter, Fach- und Verbrauchermärkte wie REAL, Bauhaus, Tedox, Staples, Knutzen und Edeka. Die rund 23.600 Bewohner:innen des Stadtteils besaßen im Berichtszeitraum eine Gesamtkaufkraft von 550 Mio. Euro und lagen damit volumenmäßig an der Spitze der 13 Postleitzahlbezirke in Lübeck.

5. Travemünde (PLZ 23570)

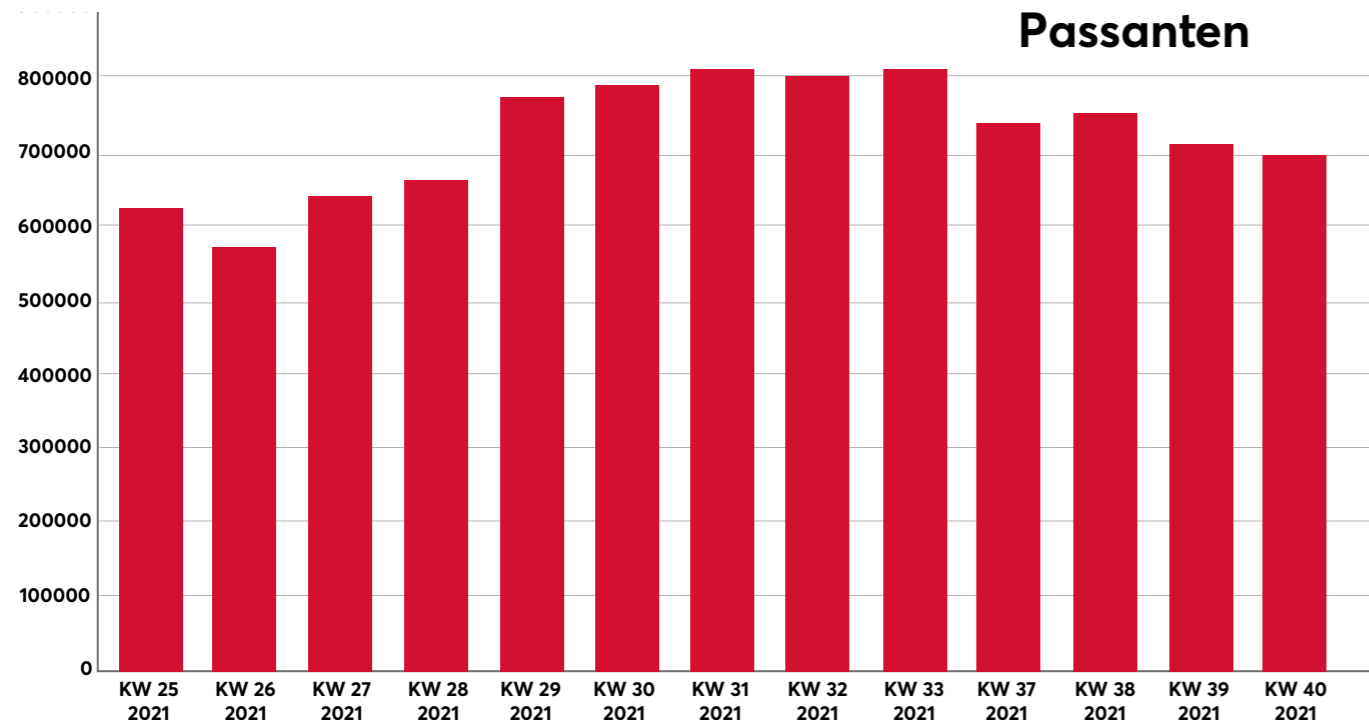
Die Attraktivität des Seebades ist durch die Fertigstellung des „Waterfront“-Projektes weiter angestiegen. Die neuen Ferienwohnungen, Hotel-, Freizeit- und Gastronomieangebote sorgen für die nötige Nachfrage. Das Einzelhandelsangebot in Travemünde war 2020 im Wandel. Die Einzelhandels-Gesamtfläche stieg um gut 1.600 m² auf insgesamt 20.200 m², die Zahl der Läden um 3 auf 125. Die Leerstände sanken auf 500 m², was einer Quote von ca. 2,5 % entspricht. Die überdurchschnittliche Flächenproduktivität von 3.862 pro m² weist Travemünde als attraktiven Handelsstandort aus.



EXKURS: PASSANTENFREQUENZMESSUNG INNENSTADT

An insgesamt zehn Standorten in der Lübecker Innenstadt hat die Wirtschaftsförderung Lübeck Laser zur Messung der Besucherströme installiert. Die Geräte wurden in enger Absprache mit der Stadtplanung und der Denkmalpflege aufgehängt und messen seit dem 17. Juni 2021 die Passantenfrequenz an zentralen Orten der Altstadt. Die Messungen erfolgen fünf Jahre lang an 365 Tagen rund um die Uhr automatisch. Die Geräte zählen Personen auf beiden Straßenseiten sowie die jeweilige Bewegungsrichtung der passierenden Personen. Mit den standortbezogenen Zahlen werden verlässliche, wichtige Daten über die Besuche in der Stadt gesammelt. Immobilieneigentümer:innen, Gewerbetreibende, Stadtplanung, Tourismusunternehmen

und interessierte Öffentlichkeit können sich tagesaktuell über die Besucherzahlen in der Innenstadt auf der Homepage der Wirtschaftsförderung informieren. Ein Blick auf die Gesamtfrequenzen aller zehn Laser im Zeitraum KW 25 bis KW 40 aus 2021 zeigt, dass sich die Besuchszahlen nach oben entwickelt haben und auf einem hohen Niveau liegen. Mit Stand vom 17. September 2021 konnten seit Messbeginn 17. Juni 2021 insgesamt 9,4 Mio. Bewegungen gemessen werden. Mehrfachzählungen sind hier enthalten, es handelt sich daher nicht um 9,4 Mio. Menschen. Die aktuellen Werte aller zehn Laser können kostenlos abgerufen werden unter www.luebeck.org/passantenfrequenz.



STUDIEN UND VERANSTALTUNGEN

Die Lübecker Innenstadt ist sehr gefragt bei Tourist:innen und Bewohner:innen. Ein attraktiver Shopping- und Erlebnisraum mit guter Erreichbarkeit und unbedingt empfehlenswert – das sind die wichtigsten Ergebnisse für Lübeck in der Studie „Vitale Innenstädte 2020“, die das IFH Köln deutschlandweit in 107 Städten durchgeführt hatte. Für Lübeck wurde die Studie erstmals von der Wirtschaftsförderung Lübeck 2020 beauftragt – rund 800 Passant:innen wurden im Zeitraum von Ende September bis Mitte Oktober 2020, also mitten in der Corona-Pandemie, an zwei Donnerstagen und Samstagen an zehn verschiedenen Standorten befragt. Die Änderungen des Besucherverhaltens unter Corona-Bedingungen, wurden teilweise abgefragt, stellen aber eine Sondersituation dar.

Zentrales Element der Befragung war die Rolle der Innenstadt in ihrer Funktion und Attraktivität sowie der Besuchsgrund. Befragt wurden Einwohner:innen (rund 50 Prozent), Gäste aus dem direkten Lübecker Umland sowie Touristen, vornehmlich aus Deutschland. Bei der Aufenthaltsqualität schnitt die Lübecker Innenstadt gut bis sehr gut ab: 17,5 Prozent aller Befragten vergaben die Schulnote 1 in Bezug auf die Attraktivität der Innenstadt, 58 Prozent vergaben die Schulnote 2. Mit der Durchschnittsnote von 2,1 lag Lübeck deutlich vor den mituntersuchten elf anderen Städten in der Größenordnung 200.000 bis 500.000 Einwohner:innen, die insgesamt einen Notendurchschnitt von 2,6 erzielten. Im Bereich des Einzelhandelsangebots schnitt Lübeck mit einem Durchschnittswert von 2,4 gut ab. Hier wurden vor allem die Sortimente Schuhe/Lederwaren, Bücher und Lebensmittel hervorgehoben. Auffallend ist, dass auswärtige Gäste mit Ausnahme des Bereichs Lebensmittel in allen abgefragten Sparten durch-

weg bessere Noten als die Lübecker selbst vergaben. Die Durchschnittsnote waren jeweils bei Kleidung 2,5 (Auswärtige 2,3, Lübecker 2,7), Unterhaltungselektronik/Computer/Foto 3,0 (Lübecker 3,2, Externe 2,8) und Schmuck 2,5 (Lübecker 2,7, Externe 2,3). Blickt man auf die Vergleichsstädte, sind die Sortimente Sport und Einrichtung hingegen unterrepräsentiert. Auffällig ist, dass die Bereiche Gastronomie und Freizeitangebot nicht nur gut bewertet wurden, sondern neben dem Thema Shopping auch zentrale Treiber für die Lübecker Innenstadt sind. Im Vergleich zum sogenannten Ortsgrößenchnitt gaben überdurchschnittlich viele Personen an, wegen des attraktiven Freizeit- und Gastronomieangebots in die Innenstadt gekommen zu sein. Mehr als ein Drittel der Befragten nannte diese Aspekte als Besuchsgrund. Auch liegt die Verweildauer in der Lübecker Innenstadt deutlich über dem Schnitt: über 55 Prozent der Befragten gaben an, sich zwei Stunden oder länger in der Stadt aufzuhalten (Ortsgruppenschnitt: 43,6 Prozent).

In 2020 wurden auf dem Immobiliengipfel 2020 und in Quartiersgesprächen Themen und Anliegen von Eigentümer:innen und Gewerbetreibenden aufgegriffen und diskutiert. Die Gespräche mit ergaben, dass beide Gruppen offen für neue, moderne und innovative Nutzungskonzepte sind.



BLICK AUF DIE PEERGROUP

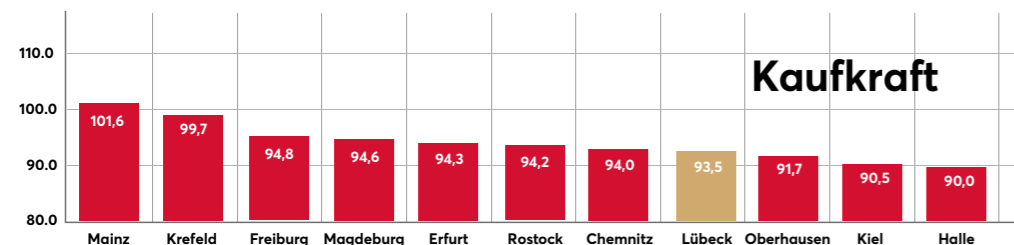
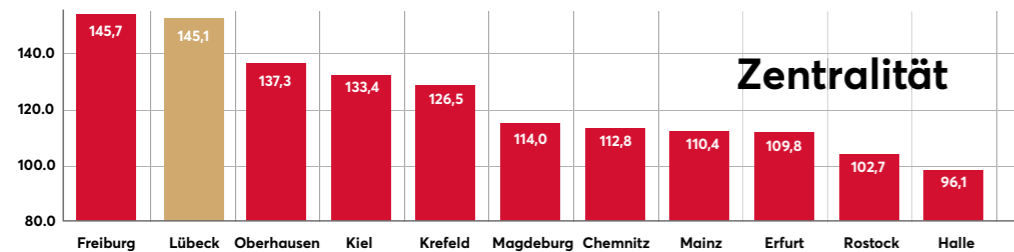
Die Einordnung der Hansestadt Lübeck als Einzelhandelsstandort wird erst richtig vollständig, wenn die wesentlichen Kennzahlen im Vergleich zu anderen Standorten betrachtet werden. Für Lübeck wurde dazu eine Peergroup aus zehn deutschen Städten gebildet, die der Hansestadt in Größe und Struktur (Oberzentren, Hochschulstandorte u.ä.) ähneln. Die Vergleichsstädte sind: Chemnitz, Erfurt, Freiburg, Halle, Kiel, Krefeld, Magdeburg, Oberhausen, Mainz und Rostock.

Mit Blick auf die Zentralität belegt Lübeck mit einem Wert von 145,1 den zweiten Platz, wie im Vorjahr hinter der erstplatzierten Stadt Freiburg i.Br. (145,7). Dieser Wert gibt an, wieviel Kaufkraft von außen dem Standort zufließt (Wert über 100) bzw. wieviel einzelhandelsrelevante Kaufkraft vom Standort abfließt (Wert unter 100) und ist daher ein guter Indikator für die Attraktivität eines Einzelhandelsstandorts bzw. eines Touris-

musstandorts. Die niedrigsten Werte der Peergroup erlangen Halle (96,1), Rostock (102,7) und Erfurt (109,8). Auffällig ist, dass mit Ausnahme von Mainz (+0,3) alle anderen Städte Rückgänge der Zentralitätswerte gegenüber dem Vorjahr aufweisen. Die Spitze bildet hier Oberhausen (-8,9), Lübeck weist einen Rückgang von -4,6 Zählern auf.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer gibt an, wieviel Geld den Einwohner:innen für den Einzelhandelskonsum zur Verfügung steht. Hier konnte sich Lübeck mit einem Wert von 93,5 leicht verbessern, belegt aber dennoch Platz 8 und liegt damit noch vor Kiel, Oberhausen und Halle (Saale).

Insgesamt lässt sich festhalten, dass es bei acht Standorten Zuwächse zwischen 2,5 Zählern (Rostock) und 0,4 (Lübeck) gab, während die Städte Kiel (-0,2), Mainz (-1,5) und Freiburg i.Br. (-1,3) leichte Rückgänge aufweisen.



AUF EINEN BLICK

Ihr Ansprechpartner am Standort

Als Wirtschaftsförderung Lübeck verstehen wir uns als serviceorientierte Dienstleisterin für die heimische Wirtschaft und für externe Investor:innen. Wir sind Mittler:innen zwischen Unternehmen und Verwaltung sowie Berater:innen bei wirtschaftspolitischen Entscheidungen. Unser Ziel ist es, den Wirtschaftsstandort Lübeck gemeinsam mit allen relevanten Akteuren:innen durch unbürokratische Vermittlung, kompetente Beratung und zielgerichtete Vernetzung nachhaltig zu fördern und zu stärken. Sie wollen mehr erfahren oder haben konkrete Fragen? Sprechen Sie uns an oder besuchen Sie unsere Internetseite www.luebeck.org.



| | | | |
|---------------------------------------|------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Allgemeine Kaufkraftkennziffer | 90,0 | Leerstand | 25.600 m ² |
| Einzelhandelsrel. Kaufkraftkennziffer | 93,5 | - davon Altstadt | 16.500 m ² |
| Zentralität | 145,1 | Flächenproduktivität* | 2.930€/m ² |
| Einzelhandelsumsatz | 1,54 Mrd. € | - in der Altstadt | 3.139 €/m ² |
| - davon Altstadt | 292,6 Mio. € | Einzelhandelsgeschäftsräume | 1.284 |
| Einzelhandelsfläche | 550.000 m ² | - davon Altstadt | 546 |
| - davon Altstadt | 110.000 m ² | Monatsmiete 1A Kernlage | 29 – 75 €/m ² |

* Die Berechnung der Flächenproduktivität erfolgt auf Basis der Netto-Verkaufsflächen (nach Abzug der Leerstände).

IMPRESSUM

Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH
Falkenstraße 11, 23564 Lübeck
Tel.: 0451-706550, Mail: info@luebeck.org
www.luebeck.org

Quellen: GfK, IVD und eigene Erhebungen
Text: Dario Arndt, Stefan Krappa, Antje Rautenberg
Fotografie: Antje Rautenberg, Stefan Krappa