



Einzelhandelsmonitor Lübeck

2020



Vorwort

Der Betrachtungszeitraum für den vorliegenden Einzelhandelsmonitor umfasst immer 12 Monate. Die Begehung findet immer im Frühjahr statt. Deshalb spiegelt der nun vorliegende Monitor die Situation vor der Corona-Pandemie im Lübecker Einzelhandel wider. Die Auswirkungen

von Covid -19 auf den Handel werden folglich erst im kommenden Frühjahr abgebildet. Lediglich die Zahlen zu Gastronomie und Hotels auf der Altstadtinsel – die in diesem Jahr erstmalig erhoben wurden – stammen aus dem Jahr 2020 und werden gesondert ausgewiesen.

Der Standort als Rahmenbedingung

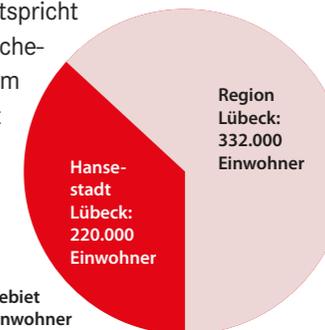
Shopping in historischem Ambiente. Dafür ist die Hansestadt seit jeher bei einheimischen und Gästen bekannt – und seit vielen Jahren etablierter und renommierter Einzelhandelsstandort in Norddeutschland. Dies lässt sich einerseits durch die Funktion Lübecks als Oberzentrum in der Region erklären. Zu den über 220.000 Einwohnern 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.



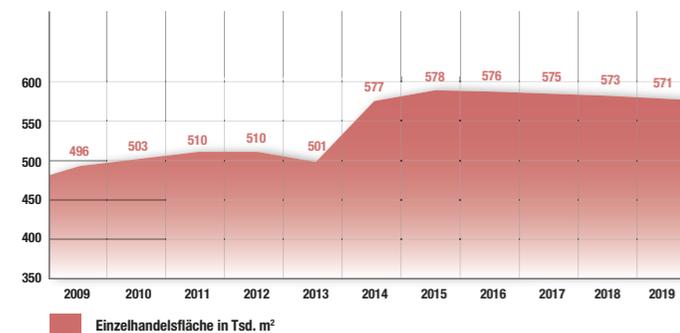
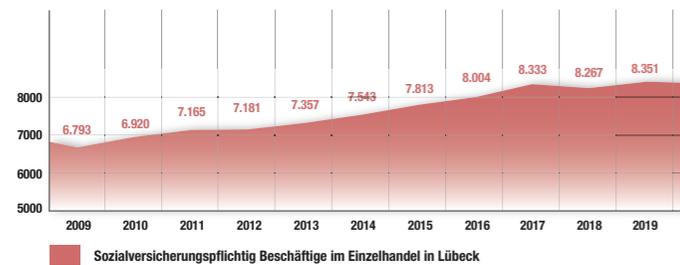
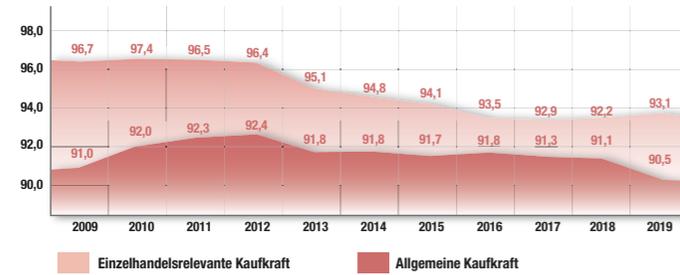
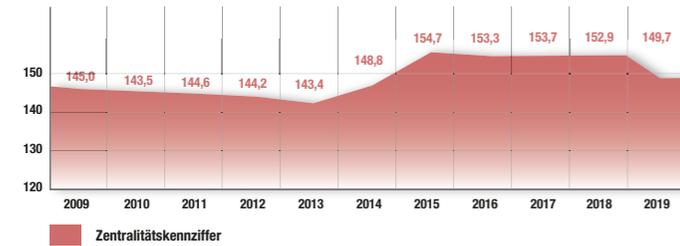
Andererseits trägt der Tourismus einen wichtigen Teil zur Umsatzentwicklung im Einzelhandel bei. Das belegen die Untersuchungen im Rahmen der touristischen Entwicklungskonzepte aus den vergangenen Jahren. Das UNESCO-Weltkulturerbe Lübeck und der Strand von Travemünde

locken jährlich Touristen aus Deutschland, den Nachbarländern und insbesondere Skandinaviern in die Stadt. So gab es 2019 nach Angaben der Lübecker Tourismusagentur LTM bei fast 820.000 Ankünften über 2 Millionen Übernachtungen. Hinzu kommen rund 18 Millionen Tagestouristen. Zahlen, die seit Jahren kontinuierlich steigen. Diese Aspekte machen sich auch bei der Einzelhandelszentralität 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 leichtem Rückgang zum Vorjahr ist Lübecks Wert hier mit 149,7 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 1,22 Milliarden Euro liegt, werden tatsächlich rund 1,56 Milliarden Euro im Lübecker Einzelhandel umgesetzt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt bei 93,1. Auch die Beschäftigung im Einzelhandel ist weitestgehend stabil. Durchschnittlich waren im Jahr 2019 8.351 (2018: 8.276) Menschen im Einzelhandel beschäftigt. Das entspricht 8,3 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Standort (2018: 8,4 %). Damit gehört der Einzelhandel zu den beschäftigungsstarken Branchen der Stadt.

Lübecker Einzugsgebiet
Gesamt: 550.000 Einwohner



Der Einzelhandel in Lübeck



Die verfügbare Einzelhandelsfläche in Lübeck ist bei leichtem Rückgang seit 2014 nahezu konstant. Insgesamt standen 2019 zum Betrachtungszeitraum rund 571.000 m² für 1331 Ladengeschäfte zur Verfügung (2014: 577.000 m²; 2018: 573.000 m²). Bei der Leerstandsfläche hat sich der Rückgang der vergangenen Jahre nicht fortgesetzt. Waren 2018 noch 25.500 m² Fläche ungenutzt, sind es 2019 zum Erhebungszeitpunkt bei rund 117 leerstehenden Geschäften (2018: 80) knapp 33.000 m². Das entspricht ca. 5,8 Prozent der Gesamtfläche (2018: 4,7 Prozent) im Stadtgebiet. Ursächlich für den Anstieg der leergezogenen Einzelhandelsflächen sind vier größere Geschäftsaufgaben in 2019: Die Schließung des Karstadt Sporthauses in der Holstenstraße und anschließender Verlagerung der Sortimente in das Haus an der Königstraße/Schranken sowie die Geschäftsaufgabe drei größerer Anbieter in der Breite Straße (Pressezentrum, S. Oliver und Esprit). Im Gewerbegebiet Genin schloss ein Fachmarkt für Heimtextilien, dort laufen die Arbeiten für ein neues Multi-Service-Center.

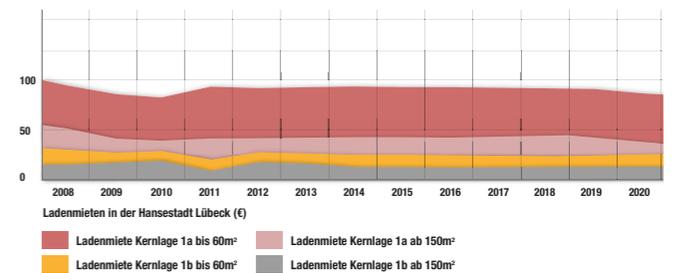
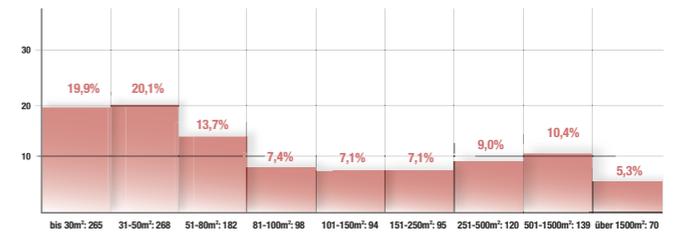
Das ehemalige Karstadt-Sporthaus in der Holstenstraße soll abgebrochen und vollständig neu entwickelt werden mit einem Nutzungsmix, in dem der Einzelhandel nicht mehr die alleinige Rolle spielen wird. Damit gehen der Innenstadt dauerhaft weitere Einzelhandelsflächen verloren. Der Flächenumsatz ist mit rund 8.000 m² im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig (2018: 10.000 m²). Die Flächenproduktivität für den Einzelhandel liegt am Gesamtstandort bei 2.905 Euro pro m².

Gemessen an der Kaufkraft sind die stärksten Sortimente im stationären Handel in Lübeck laut GfK Ernährung (520 Mio. €), Baumarktsortimente (106 Mio. €), Gesundheit & Pflege (91 Mio. €), Einrichtungsbedarf (78 Mio. €) sowie Bekleidung (65 Mio. €).

Bei der Betrachtung der Verteilung der Einzelhandelsflächen in Lübeck fällt auf, dass die großflächigen Handelsstandorte größtenteils außerhalb der Innenstadt liegen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese Handelsstandorte überwiegend auf den täglichen Bedarf ausgerichtet sind. Dazu zählen in erster Linie die Flächen von Rewe, Famila, Edeka, Aldi, Lidl, Netto, Penny, die im Mittel über 1.400 m² je Standort und in Summe weit mehr als 100.000 m² aller Einzelhandelsflächen Lübecks belegen. Die acht Bau- und Fliesenmärkte im Stadtgebiet bieten zudem zusammen gut 80.000 m² Verkaufsfläche – immerhin 14,1 % der Gesamtfläche im Einzelhandel.

Dennoch ist Lübecks Einzelhandel überwiegend durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt. Besonders deutlich ist dies auf Lübecks Altstadtinsel. Die am häufigsten genutzten Ladenflächen sind bis einschließlich 50 m² groß. Sie machen 40 Prozent aller Flächen aus (533). Die Größenklasse 51-100 m² macht mit 280 Geschäften 21 % aus. Gemeinsam mit den Flächen zwischen 51 und 100 m² machen diese Flächengrößen 61 Prozent (813) aller belegten Einzelhandelsflächen im Stadtgebiet aus. Auf die Flächen von 101 bis 500 m² entfallen weitere 23,2 Prozent. Die restlichen 15,7 Prozent sind Flächen, die größer als 500 m² sind.

Die Mietpreissituation ist in Lübeck nach einem leichten Anstieg im Jahr 2011 auf einem stabilen Niveau. Laut IVD liegt der durchschnittliche Mietpreis für Geschäfte mit 60 m² in 1a-Kernlage wie im Vorjahr bei 80 Euro. Bei den Flächen mit 150 m² in selber Lage ist der durchschnittliche Quadratmeterpreis mit 30 Euro gleichgeblieben. Bei den 1b-Lagen ist in der Größenklasse 60 m² gegenüber dem Vorjahr mit 25 Euro ebenfalls kein Anstieg der Mieten zu verzeichnen. In der Größenklasse 150 m² blieb die durchschnittliche Miete mit 10 Euro pro Quadratmeter gleich.

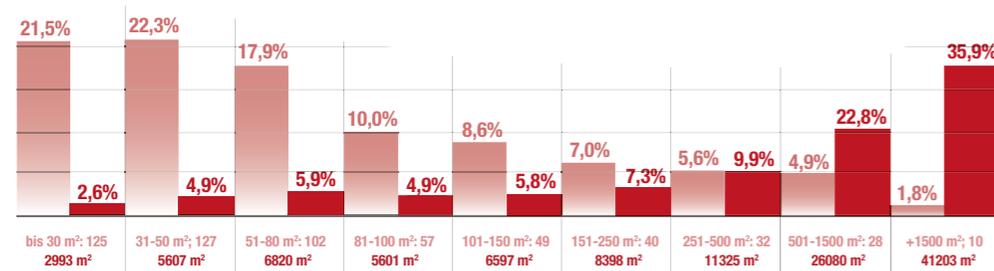


Fokus: Hotspots der Stadt

Wenn man den Einzelhandel in Lübeck betrachtet, muss man vor allem vier Bereiche in den Fokus nehmen: Die Lübecker Innenstadt, als Herzstück der Stadt, das Ostseebad Travemünde sowie die beiden großen Shoppingcenter CITTIPark und LUV-Shopping. Der Hochschulstadtteil, wo sich mit dem „Campus“ ein weiteres Shoppingcenter befindet, darf in der Betrachtung nicht fehlen. Für eine bessere Zuordnung werden die Lübecker Zentren über die jeweiligen Postleitzahlen betrachtet.

1. Innenstadt (PLZ 23552)

Von den 571.000 m² Einzelhandelsfläche im gesamten Stadtgebiet finden sich 114.500 m² in der Lübecker Innenstadt – das entspricht 20,1 Prozent. Die Flächen auf der Altstadtinsel verteilen sich auf insgesamt über 570 Geschäfte. Das sind 42,9 Prozent aller Einzelhandelsgeschäfte in Lübeck. Im statistischen Mittel haben die Ladenflächen eine durchschnittliche Größe von ca. 210 m². Bezüglich der Verteilung ergibt sich folgendes Bild: 252 der 570 Ladengeschäfte (44,2 Prozent) auf der Lübecker Altstadtinsel haben eine Fläche, die bis 50 m² groß ist. Sie haben damit die höchste Dichte in der Altstadt, belegen in Summe aber nur 7,5 Prozent der dortigen Fläche. Die 38 Geschäfte mit einer Größe über 500 m² machen hingegen nur 6,7 Prozent aller Geschäfte in der Innenstadt aus – haben jedoch einen Flächenanteil von 58,8 Prozent. Ein Rückgang im Leerstand hat sich nicht eingestellt. Zum Erhebungszeitpunkt standen 15.500 m² der verfügbaren



Flächen frei (2018: 9.200m²), verteilt auf 68 Standorte (2018: 44). Das entspricht 13,6 Prozent (2018: 7,9 Prozent) der innerstädtischen Einzelhandelsfläche. In der Innenstadt wurden insgesamt 324,7 Millionen Euro Umsatz im Einzelhandel erzielt. Das entspricht rund 21 % des Gesamtumsatzes am Standort. Die Flächenproduktivität in der Innenstadt ist leicht gestiegen und betrug im Betrachtungszeitraum 3.250 Euro pro m².

2. Großsteinrade / Buntekuh u.a. CITTIPark und Rewe Center (PLZ 23556)

Im Postleitzahlengebiet 23556 befinden sich 147 Geschäfte, die rund 124.300 m² Einzelhandelsfläche (21,8 % der Gesamteinzelhandelsfläche in Lübeck) belegen. Davon entfallen ca. 35.000 m² auf den CITTIPark und 19.500 m² auf das Rewe Center. Mit nur 620 m² gab es kaum nennenswerten Leerstand im Erhebungszeitraum. Die durchschnittliche Flächengröße der Geschäfte beträgt dort ca. 850 m² und ist somit deutlich größer als in der Innenstadt, was in erster Linie an dem großflächigen Lebensmitteleinzelhandel etwa CITTIPark oder Rewe (ehemals Plaza) liegt. Außerdem prägen weitere großflächige Handelsstandorte wie CB Mode, Decathlon, Mediamarkt, Möbelfachgeschäfte und ein Baumarkt die Landschaft. Der Einzelhandelsumsatz betrug in diesem PLZ-Gebiet 315,2 Millionen Euro. Die Flächenproduktivität betrug 2.550 Euro pro m².

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

Das Postleitzahlgebiet 23569 umfasst die Stadtteile Kücknitz und Dänischburg. Dort befinden sich rund 89.000 m² Einzelhandelsfläche – das entspricht rund 15,6 Prozent der Gesamtfläche. Bei knapp 80 Geschäften in diesen Stadtteilen entfallen 77.000 m² auf vier Handelsunternehmen: Ikea mit 25.000 m², das LUV-Shopping mit 27.000 m², Skonto mit 15.000 m² und Hornbach mit 10.000 m² – das entspricht 86,5 Prozent der Einzelhandelsflächen in diesem Gebiet. Mit nur 290m² Leerstandsfläche lag die Quote bei 0,3 Prozent. Die Geschäfte haben eine durchschnittliche Ladengröße von 1.120 m², was auf die großflächigen Läden von IKEA, Hornbach und Skonto oder Saturnmarkt, iNCB Mode, Famila und Edeka zurückzuführen ist. Der Umsatz in diesem Gebiet liegt bei 224,7 Millionen Euro, was rund 14,3 % des Gesamtumsatzes entspricht. Die Flächenproduktivität betrug 2.550 Euro pro m².

4. Travemünde (PLZ 23570)

18.600 m² - so viel Fläche steht in Travemünde für den Einzelhandel zur Verfügung. Das entspricht nur knapp über drei Prozent der Gesamtfläche der Stadt. Gut 120

Geschäfte, von denen allein 5 Geschäfte 6.500 m² belegen, sorgen für einen Umsatz von rund 76,3 Millionen Euro. Der Leerstand liegt mit 700 m² in einem nennenswerten Bereich, während die klar überdurchschnittliche Flächenproduktivität von 4.260 Euro pro m² Travemünde als attraktiven Handelsstandort markiert. Die durchschnittliche Ladengröße ist mit 150 m² im Gegensatz zu den oben genannten großen Peripheriestandorten eher kleinteilig. Die Entwicklung Travemündes als Einzelhandelsstandort hat in den vergangenen Jahren deutlich an Attraktivität gewonnen. Die Investitionen in Travemündes Lebensinfrastruktur (Wohnen und Aufenthaltsqualität) hat stark zur Attraktivierung des Standorts beigetragen.

5. Strecknitz/Hochschulstadtteil u.a. Campus (PLZ 23562)

Insgesamt 44.000 m² Einzelhandelsfläche stehen im Postleitzahlgebiet 23562 zur Verfügung – das entspricht 7,7 Prozent der Gesamtfläche. Die Leerstandquote dort liegt mit 840 m² bei gerade mal 1,9 Prozent. Mit rund 104 Millionen Euro Einzelhandelsumsatz liegt die Flächenproduktivität dort bei 2.400 Euro pro m². Die durchschnittliche Ladengröße der gut 80 Geschäfte liegt bei 200m². 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. Zieht man diese Großflächen ab, liegt die durchschnittliche Quadratmeterzahl pro Ladengeschäft bei nur noch 182 m².





Gastronomie und Hotels in der Innenstadt

Erstmalig wurden in diesem Jahr für den Einzelhandelsmonitor auch die Gastronomie- und Hotelimmobilien auf der Altstadtinsel erfasst. Die Daten stammen - anders als die Daten zum Einzelhandel - von einer Begehung aus dem August dieses Jahres. Zum Sektor Gastronomie werden neben Restaurants und Imbissen auch Discotheken, Musikclubs, Bars und Eisdielen gerechnet.

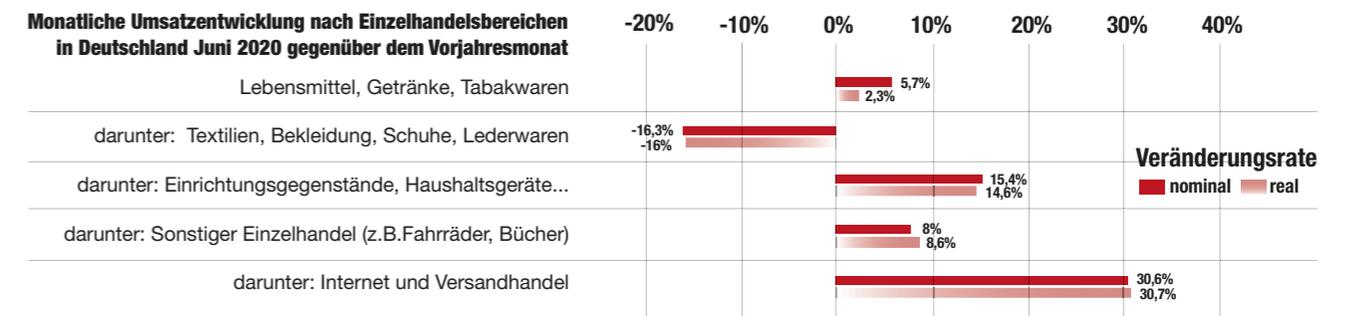
Insgesamt wurden 265 Einrichtungen erfasst, die sich wie folgt verteilen: 94 Restaurants mit Bedienung, 30 SB-Res-

taurants, 45 Cafés, 10 Eisdielen, 9 Imbisse, 54 Kneipen und Bars, 2 Discotheken, 2 Vergnügungslokale, 1 Caterer sowie 16 Hotels und 2 Jugendherbergen. Die Leerstandsquote betrug zum Erhebungszeitraum bei den Restaurants 3,2 Prozent, bei den Cafés und Eisdielen 9,1 Prozent, bei den Bars, Diskos sowie Vergnügungslokalen 7,3 Prozent und bei den Hotels 0 Prozent. Lediglich eine Jugendherberge ist bis Ende März 2021 geschlossen. Die Leerstandsquote bei Gastronomie und Hotels beträgt damit insgesamt 6,5 %. Flächenangaben liegen zur Zeit nicht vor.

Trends und Entwicklungen

Bereits vor Beginn der Corona-Pandemie befand sich der Einzelhandel in erheblichen Umstrukturierungsprozessen. Corona hat nach einhelliger Beurteilung der Fachwelt als „Katalysator“ gewirkt und den Niedergang in einzelnen Segmenten erheblich beschleunigt. Die Sparquote stieg an und der private Konsum brach in Teilen weg. Viele Verbraucher haben ihr Einkaufsverhalten grundlegend verändert, so dass der Lockdown in Kombination mit Verlagerungen der Einkäufe ins Internet auch in Lübeck deutliche Spuren hinterlassen hat. Hierzu liegen noch keine Detailzahlen vor, aber das Gesamtbild für Deutschland gibt die Richtung der Umsatzverschiebung vor: Insgesamt rechnet der Einzelhandel in Deutschland angesichts der Corona-Krise mit einer langen Durststrecke. Voraussichtlich werde erst 2022 wieder das Umsatzniveau des Vorkrisenjahres 2019 erreicht, prognostiziert der Handelsverband Deutschland (HDE). Insolvenzen wie aktuell z.B. bei Esprit und Galeria Kaufhof haben Lübeck in unterschiedlichem Maße getroffen. So haben sich Esprit und S. Oliver schon im Frühjahr 2019 aus der Innenstadt zurückgezogen, die Flächen stehen trotz vielfältiger Vermietungsbemühungen leer. Wenn es Veränderungen bei den Bestandsflächen gibt, gehen diese

in Richtung Konsolidierung und Verkleinerung. Im Falle des „Lichthofes“ sind Einzelhandelsflächen in einer Größenordnung von etwa 1.000 Quadratmeter dauerhaft zu Büroflächen umgewandelt und an die Stadt Lübeck vermietet worden. Seit Juni 2020 findet sich hier das Bürgerservicebüro. Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass Gebäudestrukturen, die oft nicht zu den Anforderungen des Einzelhandels passen, überplant und angepasst werden müssen, weil sie sonst nicht vermietbar sind. Obwohl die Mieten in der Lübecker Innenstadt generell nicht als überhöht gelten, hat sich der Trend der letzten Jahre zur marktgerechten Anpassung fortgesetzt. Die Bereitschaft bei institutionellen Eigentümern steigt, Mieten den geänderten Anforderungen anzupassen und Gebäude umzubauen, damit geschossweise vermietet werden kann. Dies gilt auch für lokale Eigentümer, die ihre Mieten marktgerechter gestalten wollen, um Leerstände abzubauen. Die folgende Grafik zeigt, welche teils erheblichen Verschiebungen es bei den Einzelhandelsumsätzen durch die Corona-Pandemie deutschlandweit gab. Es ist davon auszugehen, dass diese Grundtendenzen auch in Lübeck erkennbar sind.

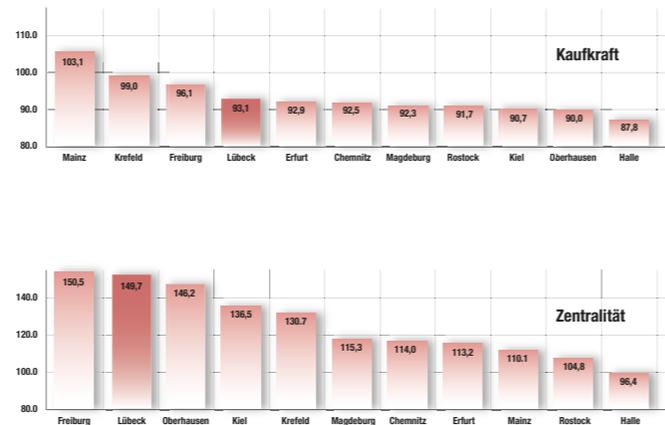


Blick auf die Peergroup

Die Darstellung Lübecks 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 wie auch in den vergangenen Jahren mit einem Wert von 149,7 einen Spitzenplatz – gibt jedoch den ersten Platz seit 2011 erstmals an Freiburg (150,5) ab. 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 Tourismusstandorts. Mit einem Wert von 149,7 liegt Lübeck damit hinter Freiburg und vor Oberhausen und Kiel.

Die niedrigsten Werte der Peergroup erlangen Mainz, Rostock und Halle. Auffällig ist, dass die Werte bei fast allen Standorten rückläufig sind (Lübeck -3,2 Punkte). Die Ausnahmen sind Kiel, Freiburg und Mainz – sie haben sich leicht gesteigert.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer gibt an, wieviel Geld den Einwohnern für den Einzelhandelskonsum zur Verfügung steht. Hier konnte sich Lübeck mit einem Wert von 93,1 (2017: 92,2) leicht verbessern und belegt damit den vierten Platz hinter Mainz, Krefeld und Freiburg. Schlusslichter mit einem Wert von 90 und darunter sind Kiel, Oberhausen und Halle (Saale). Insgesamt lässt sich festhalten, dass es bei allen Standorten leichte Anstiege im Vergleich zum Vorjahr gegeben hat. Lediglich die Spitzenreiter Mainz (-2,4) und Freiburg (-1,6) haben Rückgänge zu verzeichnen.



Ihr Ansprechpartner am Standort

Als Wirtschaftsförderung Lübeck verstehen wir uns als serviceorientierten Dienstleister für die heimische Wirtschaft und für externe Investoren. Wir sind Mittler zwischen Unternehmen und Verwaltung sowie Berater bei wirtschaftspolitischen Entscheidungen. Unser Ziel ist es, den Wirtschaftsstandort Lübeck gemeinsam mit allen

relevanten Akteuren 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

Auf einen Blick:

Allgemeine Kaufkraftkennziffer	90,5	Leerstand	33.000 m ²
Einzelhandelsrel. Kaufkraftkennziffer	93,1	- davon Altstadt	15.500 m ²
Zentralität	149,7	Flächenproduktivität	2.905 €/m ²
Einzelhandelsumsatz	1,57 Mrd. €	- in der Altstadt	3.250 €/m ²
- davon Altstadt	324,7 Mio. €	Einzelhandelsgeschäftsräume	1.330
Einzelhandelsfläche	571.000 m ²	- davon Altstadt	570
- davon Altstadt	114.500 m ²	Monatsmiete 1A Kernlage	30 – 80 €/m ²



Impressum

Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH

Falkenstraße 11, 23564 Lübeck

Tel.: 045 1-706550, Mail: info@luebeck.org

www.luebeck.org

Quellen: GfK, Statista, IVD und eigene Erhebungen

Text: Lucas Braun, Dario Arndt, Stefan Krappa

Fotografie: Antje Rautenberg, Olaf Malzahn, Dario Arndt