



Einzelhandelsmonitor Lübeck

2019



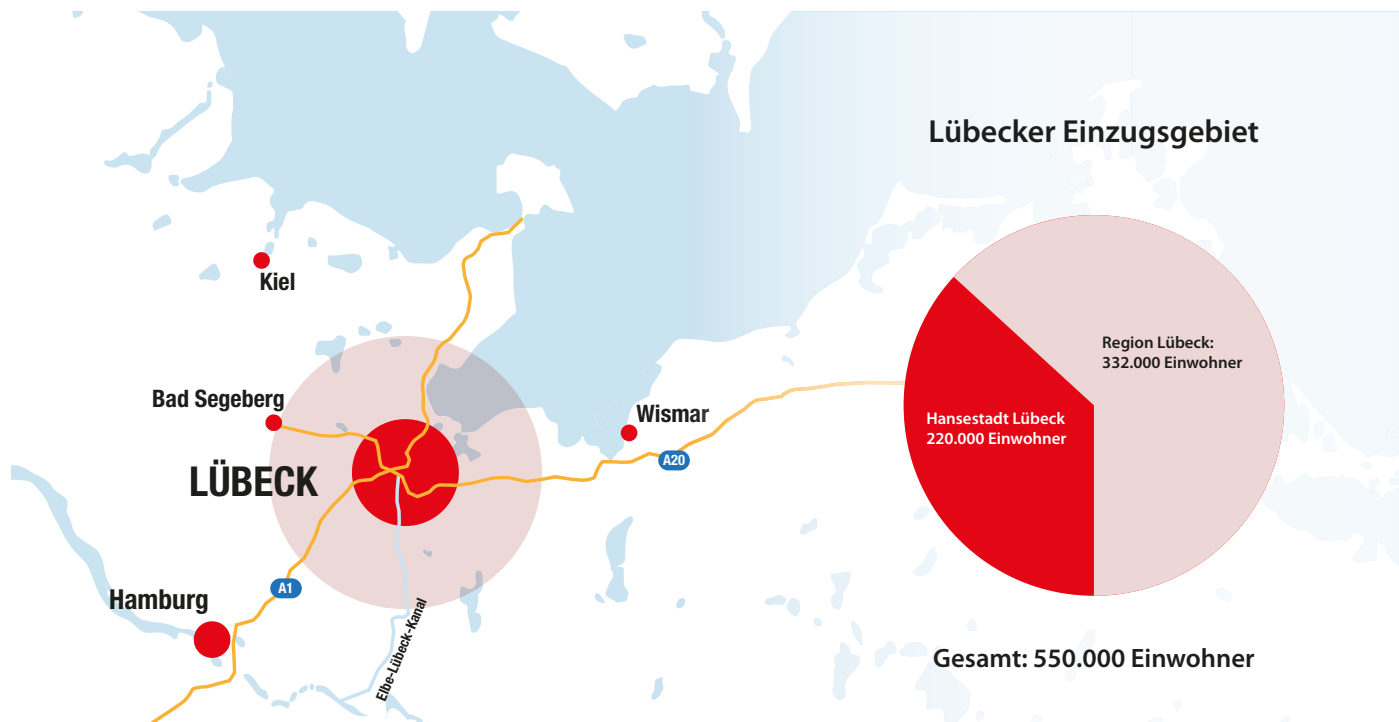
Der Standort als Rahmenbedingung

„Shopping in historischem Ambiente“ - so oder so ähnlich war eines der Ergebnisse der Brandmeyer Markenstudie aus dem Jahr 2009. Lübeck ist schon seit vielen Jahren renommierter und etablierter Einzelhandelsstandort. Dies lässt sich einerseits durch die Funktion Lübecks als Oberzentrum in der Region erklären. Zu den rund 220.000 Einwohnern der Hansestadt kommen weitere 350.000 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.

Zum anderen 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 Skandinavien in die Stadt. So gab es 2018 nach Angaben der Lübecker Tourismusagentur LTM bei mehr als 750.000 Ankünften über 1,8 Millionen Übernachtungen. Hinzu kommen die rund 18 Millionen Tagestouristen. Zahlen, die seit Jahren kontinuierlich steigen.

Diese Aspekte machen sich auch bei der Einzelhandels-

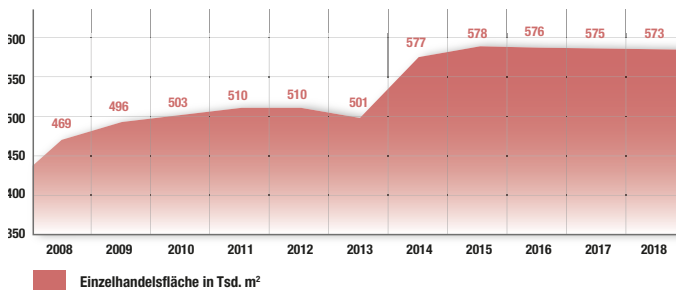
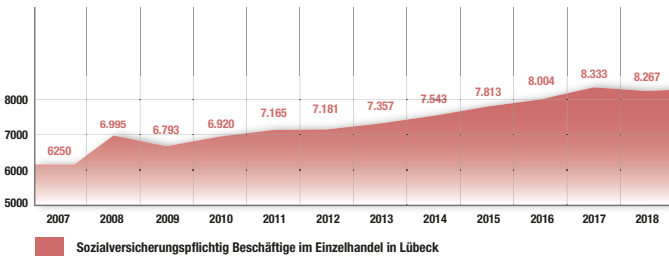
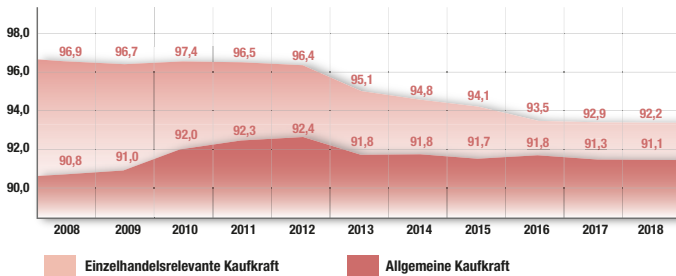
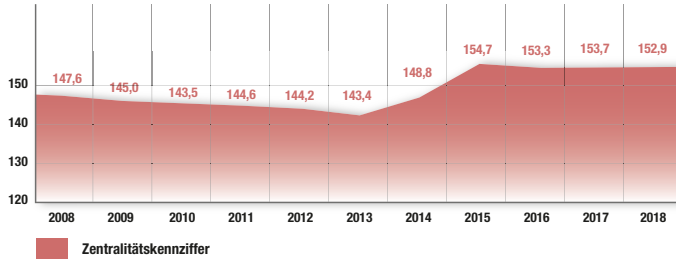


zentralität bemerkbar. Diese Kennziffer zeigt an, wie stark der Umsatz einer Stadt von Konsumenten aus dem Umland geprägt ist und indiziert die Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandorts wie Lübeck im Vergleich zu anderen Einzelhandelsstandorten. Ein Wert von über 100 belegt, dass die Kaufkraftzuflüsse die Abflüsse übersteigen. Trotz leichtem Rückgang zum Vorjahr ist Lübecks Wert hier mit 152,9 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 1,28 Milliarden Euro liegt, werden

tatsächlich rund 1,56 Milliarden Euro im Lübecker Einzelhandel umgesetzt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt bei 92,2.

Auch die Beschäftigung im Einzelhandel ist weitestgehend stabil. Durchschnittlich waren im Jahr 2018 8.267 (2017: 8.333) Menschen im Einzelhandel beschäftigt. Das entspricht 8,4 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Standort (2017: 8,6 %). Damit gehört der Einzelhandel zu den beschäftigungsstarken Branchen der Stadt.

Der Einzelhandel in Lübeck

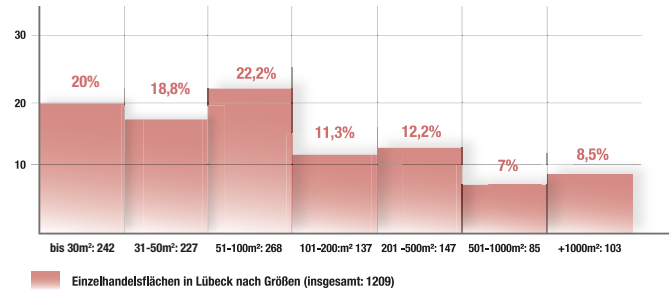


Die verfügbare Einzelhandelsfläche in Lübeck ist bei minimalem Rückgang seit 2014 nahezu konstant. Insgesamt standen 2018 zum Erhebungszeitpunkt 573.000 m² für 1300 Ladengeschäfte zur Verfügung (2014: 577.000 m²; 2017: 575.000 m²). Bei der Leerstandsfläche hat sich der Rückgang der vergangenen Jahre fortgesetzt. Waren 2015 noch 50.000 m² Fläche ungenutzt, sind es 2018 zum Erhebungszeitpunkt bei rund 80 leerstehenden Geschäften nur noch 25.500 m². Das entspricht ca. 4,5 Prozent der Gesamtfläche. Dies ist sowohl absolut als auch prozentual im Verhältnis zur Gesamtfläche der niedrigste Wert seit 2008. Der Flächenumsatz ist mit rund 10.000 m² zum Vorjahr auf konstantem Niveau. Werden Umfirmierungen mitgewertet (etwa Sky zu Rewe oder Toys“R“Us zu Smyths Toys Superstores), beträgt der Umsatz im Erhebungszeitraum 2018 rund 33.000 m². Die Flächenproduktivität für den Einzelhandel liegt am Gesamtstandort bei 2.850 Euro pro m².

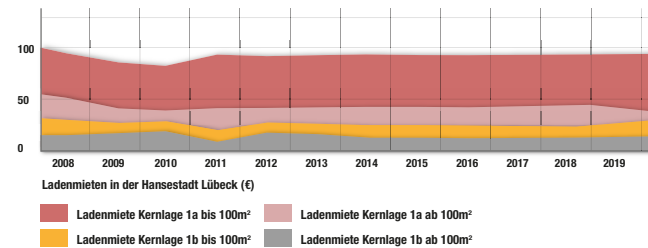
Gemessen an der Kaufkraft sind die stärksten Sortimente im stationären Handel in Lübeck laut GfK Ernährung (500 Mio. €), Baumarktsortimente (110 Mio. €), Gesundheit & Pflege (88 Mio. €), Einrichtungsbedarf (81 Mio. €) sowie Bekleidung (67 Mio. €).

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. Trotz alledem ist bezüglich der Flächengrößen anzumerken, dass Lübecks Einzelhandel überwiegend durch kleinteiligen

Einzelhandel geprägt ist. Die mit am häufigsten genutzten Ladenflächen sind bis einschließlich 30 m² groß. Sie machen 20 Prozent aller Flächen aus (242). Die am zweithäufigsten aktiv genutzten Einzelhandelsflächen sind die Flächen zwischen 40 und 50 m². Insgesamt machen die Flächen bis 50 m² 38,8 Prozent aller Flächen aus (469). Gemeinsam mit den Flächen zwischen 51 und 100 m² machen diese Flächengrößen 61 Prozent (737) aller belegten Einzelhandelsflächen im Stadtgebiet aus. Auf die Flächen von 101 bis 500 m² entfallen weitere 23,5 Prozent. Die restlichen 15,5 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 bis 100 m² in 1a Kernlage wie im Vorjahr bei 80 Euro. Bei den Flächen ab 100 m² in selber Lage ist der durchschnittliche Quadratmeterpreis um 5 Euro auf 30 Euro gesunken. Dies ist dem Anpassungsdruck der großen Flächenmieter an den verschärften Preiswettbewerb geschuldet und vor allem im Bereich Herren- und Damenoberbekleidung sowie Schuhe zu beobachten.



Im Fokus: Die Hotspots der Hansestadt

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 CITTI-Park und LUV-Shopping. Auch in Augenschein genommen wird der Hochschulstadtteil, wo sich mit Campus ein weiteres Shoppingcenter befindet. Für eine bessere Zuordnung werden die Lübecker Stadtteile nach ihren Postleitzahlen betrachtet.

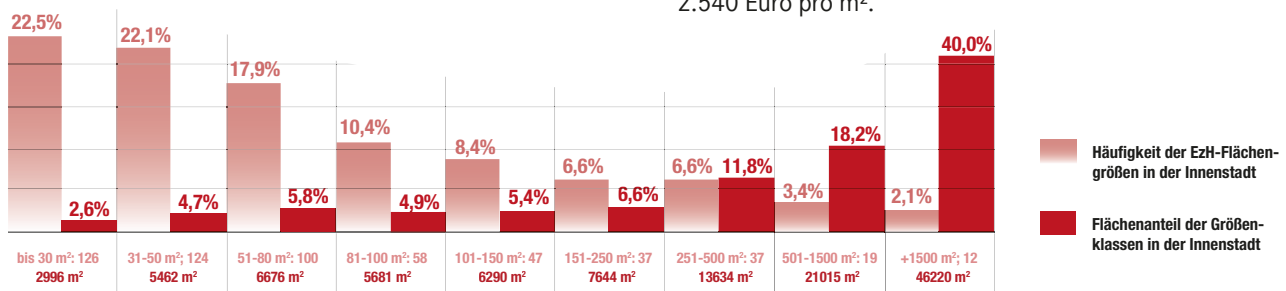
1. Innenstadt (PLZ 23552)

Von den 573.000 m² Einzelhandelsfläche im gesamten Stadtgebiet finden sich 115.500 m² in der Lübecker Innenstadt – das entspricht 20,2 Prozent. Die Flächen auf der Altstadtinsel verteilen sich auf insgesamt 560 Geschäfte. Das sind 42,9 Prozent aller Einzelhandelsgeschäfte in Lübeck. Im statistischen Mittel haben die Ladenflächen eine durchschnittliche Größe von 210 m². Bezüglich der Verteilung ergibt sich folgendes Bild: Genau 250 der 560 Ladengeschäfte (44,6 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 7,4 Prozent der dortigen Fläche. Die Geschäfte mit einer Größe ab 500 m² machen hingegen nur 5,5 Prozent (31) aller Geschäfte in der Innenstadt aus – haben jedoch einen Flächenanteil von 59,2 Prozent. Der Rückgang im Leerstand macht sich

auch hier bemerkbar. Zum Erhebungszeitpunkt 2018 standen 9.200 m² der verfügbaren Flächen frei, verteilt auf 44 Standorte – das entspricht 7,9 Prozent der innerstädtischen Einzelhandelsfläche. Im Jahr 2017 waren es noch 10,4 Prozent. In der Innenstadt wurden insgesamt 324,5 Millionen Euro Umsatz im Einzelhandel erzielt. Das entspricht rund 21 % des Gesamtumsatzes am Standort. Die Flächenproduktivität in der Innenstadt betrug im Betrachtungszeitraum 3.050 Euro pro m².

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

Im Postleitzahlengebiet 23556 befinden sich 140 Geschäfte, die rund 124.000 m² Einzelhandelsfläche (21,6 % der Gesamteinzelhandelsfläche in Lübeck) belegen. Davon entfallen ca. 35.000 m² auf den CITTI-Park und 19.500 m² auf das Rewe Center. Mit nur 240 m² gab es kaum nennenswerten Leerstand im Erhebungszeitraum. Die durchschnittliche Flächengröße der Geschäfte beträgt dort ca. 880 m² und ist somit deutlich größer als in der Innenstadt, was in erster Linie an dem großflächigen Lebensmitteleinzelhandel etwa CITTI oder Rewe (ehemals Plaza) liegt. Außerdem prägen weitere großflächige Handelsstandorte wie CB Mode, Decathlon, Mediamarkt oder Möbelfachgeschäfte die Landschaft. Der Einzelhandelsumsatz beträgt in diesem PLZ-Gebiet 313,5 Millionen Euro. Die Flächenproduktivität betrug 2.540 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 75 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 1.424 m² Leerstandsfläche liegt die Quote bei 1,6 Prozent.

Die Geschäfte haben eine durchschnittliche Ladengröße von 1.170 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 224,1 Millionen Euro, was rund 14,3 % des Gesamtumsatzes entspricht. Die Flächenproduktivität betrug 2.551 Euro pro m².

4. Travemünde (PLZ 23570)

18.500 m² – so viel Fläche steht in Travemünde für den Einzelhandel zur Verfügung. Das entspricht nur knapp über drei Prozent der Gesamtfläche der Stadt. 120 Geschäfte von denen allein 5 Geschäfte 6.500 m² belegen, sorgen für einen Umsatz von rund 75,9 Millionen Euro – Der Leerstand liegt mit 550 m² in einem überschaubaren Bereich, während die überdurchschnittliche Flächenproduktivität von 4.238 Euro pro m² Travemünde als attraktiven Handelsstandort markiert. Die durchschnittliche Ladengröße ist mit 155 m² im Gegensatz zu den oben genannten großen Peripherstandorten 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 deutlich zur Attraktivierung des Standorts beigetragen.

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

Insgesamt 43.500 m² Einzelhandelsfläche stehen im Postleitzahlgebiet 23562 zur Verfügung – das entspricht 7,5 Prozent der Gesamtfläche. Die Leerstandsquote dort liegt mit 771 m² bei gerade mal 1,8 Prozent. Mit rund 104 Millionen Euro Einzelhandelsumsatz liegt die Flächenproduktivität dort bei 2.434 Euro pro m². Die durchschnittliche Ladengröße der 80 Geschäfte liegt bei 540m². Auch hier ist das Bild von großflächigem Einzelhandel insofern geprägt als 8 Betriebe mehr als 30.000 m² der Fläche auf sich vereinen. Zieht man diese Flächen ab, liegt die durchschnittliche Quadratmeterzahl pro Ladengeschäft bei nur noch 166 m².





Trends und Entwicklungen: Einzelhandel im Wandel

Für den Einzelhandel in Lübeck – und dort speziell in der Innenstadt – lassen sich in den letzten Jahren unterschiedliche Trends und Entwicklungen beobachten, die im Folgenden wertfrei dargestellt werden sollen.

I. Verlust von Leitsortimenten in der Innenstadt

In den vergangenen Jahren haben in der Lübecker Innenstadt immer mehr Geschäfte geschlossen, die die klassischen Leitsortimente – wie Herren- und Damenoberbekleidung, Schuhe, Möbel, Spielwaren und Wohnaccessoires – geführt haben. Aktuelle Beispiele hierfür sind etwa die Verluste der Geschäfte Intersport Mauritz, Schuhe Bode, Esprit, s.Oliver, Pier 3, Bo Concept oder das Pressezentrum.

II. Aufgabe von Verkaufsfläche in Obergeschossen

In den vergangenen Jahren sind immer mehr Einzelhandelsflächen in den Obergeschossen der Lübecker Innenstadt umgewidmet worden und dienen nun als Praxen, Büro- oder Wohnflächen. Dies ist entweder auf die Aufgaben einzelner Geschäfte oder Verkleinerung der Geschäftsflächen zurückzuführen. Beispiele dafür sind etwa das ehemalige C&A-Gebäude in der Mühlenstraße, die Königspassage, Salamander in der Breiten Straße oder auch Saturn in den Lindenarkaden und besonders deutlich das Haerder-Center.

III. Handelsflächenübernahme durch Gastronomie

Die Übernahme von ehemaligen Einzelhandelsflächen durch Gastronomiebetriebe unterschiedlicher Art, ist ein Trend,



der sich in den letzten Jahren in der Lübecker Innenstadt deutlich abzeichnet. Prominente Beispiele dafür sind etwa Pizza Hut in der Breiten Straße (vorher T-Punkt), Flammkuchenhaus in der Fleischhauerstraße (vorher Schlecker bzw. Leerstand) oder der Umbau der Holstenpassage mit L´Osteria an der Untertrave (vorher JalousCity bzw. Görtz).

Wenn man über Trends und Entwicklungen im Einzelhandel spricht, muss auch das Thema **Onlinehandel** betrachtet werden. Insgesamt hat sich der Onlinehandel in Deutschland seit 2010 mit einem Umsatz von 20,2 Milliarden Euro zu 2019 mit rund 53,3 Milliarden Euro um über 150 Prozent gesteigert. Der Anteil des Onlinehandels am gesamten Ein-

zelhandelsumsatz ist demnach von 1,8 Prozent auf fast 8,4 Prozent gestiegen und soll bis 2023 auf 10,5 Prozent ansteigen. Insbesondere die Sortimente Unterhaltung, Bekleidung und Schuhe sowie Freizeitartikel (etwa Spielwaren) werden stark über den Onlinehandel gekauft.

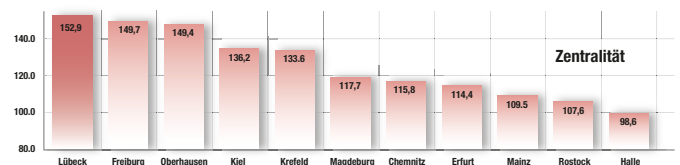
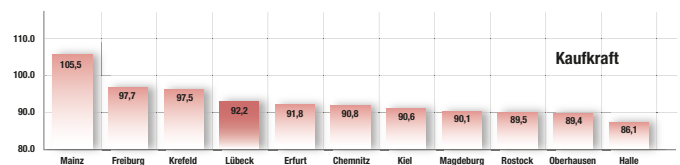
In Lübeck ist nach Angaben der GfK die Onlinekaufkraft im Verhältnis zum stationären Handel insbesondere in den Bereichen Informationstechnologie (53,8 %), Baby- und Kinderartikeln (48,3 %), Spielwaren (40,2 %), Unterhaltungselektronik (39,8 %) sowie bei Telekommunikation (39,3 %) stark. Der Wert in Klammern gibt jeweils den Anteil der Onlinekaufkraft gegenüber der Gesamtkaufkraft an.

Blick auf die Peergroup: Lübeck im Vergleich

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 152,9 den Spitzenplatz. 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 starken Wert von 152,9 liegt Lübeck damit vor Freiburg, Oberhausen und Krefeld. Die niedrigsten Werte der Peergroup erlangen Mainz, Rostock und Halle. Wie auch in Lübeck (- 0,8) ist der Wert an fast allen Standorten leicht rückläufig – zwischen 0,3 und 3,2 Punkten. Die einzige Ausnahme stellt Rostock dar (+ 1,5).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer gibt an, wieviel Geld den Einwohnern für den Einzelhandelskonsum zur Verfügung steht. Hier konnte Lübeck mit einem Wert von 92,2 (2017: 92,9) den vierten Platz hinter Mainz, Freiburg und Krefeld behaupten. Schlusslichter mit einem Wert unter 90 sind Rostock, Oberhausen und Halle. Insgesamt lässt sich auch hier festhalten, dass es zu keinen signifikanten Abweichungen zum Vorjahr gekommen ist. Lediglich der Spitzenreiter Mainz hat einen deutlicheren Rückgang zu verzeichnen (-1,1).





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	91,1	Leerstand	25.500 m ²
Einzelhandelsrel. Kaufkraftkennziffer	92,2	- davon Altstadt	9.200 m ²
Zentralität	152,9	Flächenproduktivität	2.850 €/m ²
Einzelhandelsumsatz	1,57 Mrd. €	- in der Altstadt	3.050 €/m ²
- davon Altstadt	324,5 Mio. €	Einzelhandelsgeschäftsräume	1.300
Einzelhandelsfläche	573.000 m ²	- davon Altstadt	560
- davon Altstadt	115.500 m ²	Monatsmiete 1A Kernlage	30 – 80 €/m ²



Impressum

Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH

Falkenstraße 11, 23564 Lübeck

Tel.: 0451-706550, Mail: info@luebeck.org

www.luebeck.org

Quellen: GfK, Statista, IVD und eigene Erhebungen

Text: Lucas Braun, Dario Arndt

Fotografie: Antje Rautenberg, Olaf Malzahn, Dario Arndt