



# EINZELHANDELSMONITOR LÜBECK 2022



## ÜBER DEN MONITOR

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

beinhaltet eine Rückbetrachtung der Veränderungen der abgelaufenen 12 Monate. Ergänzt werden die Daten aus der eigenen Erhebung durch Informationen externer Dienstleister:innen 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. Lübecks nimmt als Oberzentrum in der Region eine herausragende Rolle ein. Zu den rund 221.600 Einwohner:innen der Hansestadt (Stand 3. Juli 2022) kommen rund 350.000 weitere Menschen aus den umliegenden Kreisen hinzu, die zum Shoppen nach Lübeck kommen.

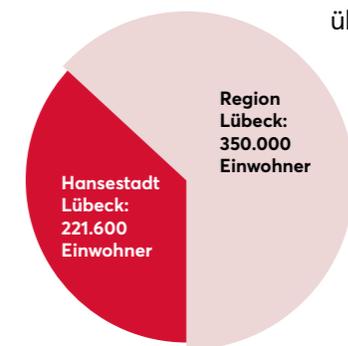
Einen wichtigen Teil zur Umsatzentwicklung im Einzelhandel trägt nach wie vor der Tourismus bei. Das belegen die Untersuchungen im Rahmen der touristischen Entwicklungskonzepte aus den vergangenen Jahren. Das UNESCO-Weltkulturerbe Lübeck und der Strand von Travemünde locken jährlich Tourist:innen aus Deutschland, den Nachbarländern und insbesondere Skandinavien in die Stadt, auch wenn es durch die Corona-Pandemie zu Einschnitten gekommen ist.

Nach Angaben der Lübecker Tourismusagentur LTM gab es in der Hansestadt Lübeck, kumuliert von Januar bis Juni 2022, 336.501 Ankünfte (im Vergleich zu 2021 +194,1% und zu 2019 -4,12%) mit 945.818 Übernachtungen (im Vergleich zu 2021 +131,8% und zu 2019 +12,28%). Der Vergleich zu 2021 ist nur bedingt aussagekräftig, da durch die Pandemie ein Beherbergungsverbot für Privatreisende von Januar bis Mitte Mai 2021 bestand.

Die Beschäftigtenzahlen im Einzelhandel sanken 2021 mit 7.981 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unter das Niveau des Vorjahrs (8.287), was einen Rückgang von 306, entsprechend etwa 3,7 %, ausmacht. Dem steht ein Zuwachs der Beschäftigtenzahlen branchenübergreifend gegenüber: Hatten 2020 insgesamt 101.396 sozialversi-

cherungspflichtig Beschäftigte ihren Arbeitsplatz in Lübeck, stieg die Zahl im Jahr 2021 auf 102.177, ein Plus von 781 Personen (0,8 %)

Die Einzelhandelszentralität beträgt aktuell 141,9 Punkte. Diese Kennziffer zeigt an, wie stark der Umsatz einer Stadt von Konsumenten:innen 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



Lübecker Einzugsgebiet:  
Gesamt: 571.600 Einwohner

die Kaufkraftzuflüsse die Abflüsse übersteigen. Trotz einem Rückgang zum Vorjahr um 3,2 Punkte ist Lübecks Zentralitätswert nach wie vor stark (siehe auch Peer-group-Vergleich S. 12). Dies spiegelt sich auch im Umsatz wider: Während die für den Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraft der Lübecker Bevölkerung bei rund

1,32 Mrd. € fast unverändert liegt, werden tatsächlich rund 1,49 Mrd. € im Lübecker Einzelhandel umgesetzt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt bei 93,7. 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 2022 bei rund 4,8 Mrd. €, dies entspricht einem Plus von 22 Mio. € gegenüber dem Vorjahr

# DER EINZELHANDEL IN LÜBECK

Im Jahr 2021 reduzierte sich die Einzelhandelsfläche im Stadtgebiet erneut. Sie betrug inklusive der Leerstände von Handelsflächen insgesamt rund 540.000 m<sup>2</sup> mit 1.261 Ladengeschäften. Gegenüber dem Vorjahr standen 23 Einzelhandelsläden mit gut 10.000 m<sup>2</sup> aktiver Verkaufsfläche weniger zur Verfügung (2020: 550.380 m<sup>2</sup>; 1.284 Ladengeschäfte), dies entspricht einem prozentualen Rückgang der Flächen um 1,9 %.

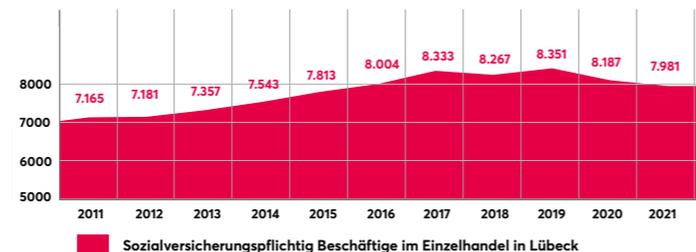
Bezogen auf die Innenstadt sank die nutzbare Einzelhandelsfläche in 2021 (inkl. Leerstand) auf ca. 102.000 m<sup>2</sup> mit 524 Ladengeschäften. Dieser Wert entspricht 18,8 % aller Einzelhandelsflächen der Hansestadt. Im Vorjahresvergleich drückt dies einen Rückgang von gut 8.000 m<sup>2</sup> und 22 Ladengeschäften aus, umgerechnet ein Minus der Einzelhandelsflächen um 7,8 %. In 2020 belegten noch 546 Ladengeschäfte insgesamt gut 110.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf der Altstadtinsel.

Zum Verständnis muss allerdings betont werden, dass im Rahmen dieses Monitorings erstmalig erfasst wurde, welche Nutzungen anstelle des früheren Einzelhandels Einzug gehalten haben. Im Falle der genannten 22 im Jahr 2021 nicht mehr aktiven Ladennutzungen in der Innenstadt bedeutet dies, dass hier der Strukturwandel sichtbar gemacht werden konnte. Insgesamt sind sogar gut 7.000 m<sup>2</sup>, verteilt auf 34 frühere Ladengeschäfte, in der Innenstadt jetzt mit anderen Nutzungen belegt. Neue Nutzungen sind zum Beispiel Wohnen (Aegidienstraße, An der Obertrave), Kolumbarium anstelle Auktionshaus (An der Untertrave), Digitalmarketing-Dienstleistungen anstelle Möbeln (Dr.-Julius-Leber-Straße) sowie Wohnen in der Fleischhauerstraße und Glockengießerstraße. Auch Gastronomie belegte im Betrachtungszeitraum ehemalige EzH-Flächen. Beispiele sind ein Café in der Fleischhauerstraße, ein Eisladen in der Huxstraße sowie ein Grillrestaurant in der

Holstenstraße. Auch in der Huxstraße reduzierten sich die EzH-Flächen in mehreren Fällen durch Umnutzung durch Wohnen und Immobilien-Dienstleistungen.

Bezogen auf die gesamte Stadt ist jetzt erstmalig erfasst worden, dass 59 ehemalige EzH-Geschäfte mit einer Gesamtfläche von gut 10.000 m<sup>2</sup> neu genutzt und gleichzeitig dem Einzelhandel entzogen wurden. Außerhalb der Innenstadt sind dies z.B. gastronomische Nutzungen (Sushi Geniner Straße), Handwerk bis hin zu Dienstleistungen wie ein Tattoo-Studio in Travemünde. Bei den erfassten Leerstandsflächen stellt sich das Bild folgendermaßen dar: Im Stadtgebiet insgesamt betrug die Leerstandsfläche ca. 17.000 m<sup>2</sup>, verteilt auf 83 Ladengeschäfte. Die Leerstandsquote betrug in 2021 3,1 % und verringerte sich somit um 1,6 %.

In der Innenstadt gab es 2021 8.660 m<sup>2</sup> leerstehende EzH-Läden, das sind 7.800 m<sup>2</sup>, bzw. 20 Ladenflächen weniger Leerstand als im Vorjahr. Die EzH-Leerstandsquote betrug 8,5 % der Gesamtfläche der Innenstadt. Dieser 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-Haus B in der Königstraße, das von der Hansestadt erworben und nach Umbau durch multifunktionale (Bildungs-) Nutzungen ohne Einzelhandel betrieben werden soll.



Beim Rückgang der Verkaufsflächengröße ist in der Innenstadt zudem zu berücksichtigen, dass in mehreren Fällen die ursprünglich dem Markt zur Verfügung stehende Verkaufsfläche durch die Eigentümer dauerhaft baulich verringert wurde. Betroffen waren einstmals mehrgeschossige Verkaufsflächen, bei denen seitens des Handels nur noch eine Anmietung des Erdgeschosses gewünscht war.

Im Erfassungszeitraum ist weniger Leerstand neu entstanden als in den vergangenen Jahren. Im Stadtgebiet gesamt erreichte dieser Wert im Jahr 2021 gut 6.300 m<sup>2</sup>, im Vergleich zum Vorjahr (ca. 9.200 m<sup>2</sup>) ein Absinken um 2.900 m<sup>2</sup>. In der Innenstadt entstanden gut 900 m<sup>2</sup> neuer Leerstand, was gegenüber dem Vorjahr 2020 mit ca. 6.500 m<sup>2</sup> einen Rückgang um ca. 5.600 m<sup>2</sup> ausmacht.

In jedem Monitor werden zudem die Ladenwechsel mit einer Neueröffnung durch neue Betreiber:innen erfasst. Im gesamten Stadtgebiet gab es 48 Händlerwechsel in der Größenordnung von 9.000 m<sup>2</sup>, in 2019 waren dies rund 6.000 m<sup>2</sup> und 52 Einzelhändler. Der Einzelhändlerwechsel in der Innenstadt umfasste 1.000 m<sup>2</sup> mit auf 22 Flächen. Im Jahr 2020 waren dies noch 1.800 m<sup>2</sup> mit ebenfalls 22 Flächen. Erstmals erfasst wurde, wie viele Quadratmeter bestehender und bekannter Leerstand im Jahr 2021 neu vermietet wurde. In der Hansestadt Gesamt waren dies ca. 15.000 m<sup>2</sup>, davon alleine in der Innenstadt ca. 9.200 m<sup>2</sup>.

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 CITTI, Rewe, Famila, Edeka, Aldi, Lidl, Netto, Penny. 31 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup> und da-

rüber erreichen eine Gesamtzahl von 80.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, was einem Anteil von 14,8 % - bezogen auf die Gesamtheit der Flächen in Lübeck - ausmacht. Auffällig ist auch, welchen Umfang die Verkaufsflächen von Baumärkten mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup> und mehr ausmachen. Insgesamt erreichen die 12 Anbieter:innen eine Summe von gut 85.000 m<sup>2</sup>. Hier ist der Anteil - wieder bezogen auf die Gesamtzahl im Stadtgebiet - 15,7 % der verfügbaren Flächen.

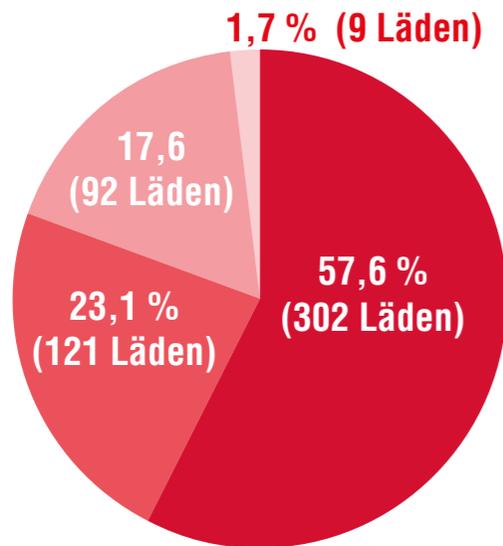


Insgesamt existierten 2021 im Stadtgebiet 65 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von jeweils mehr als 1.500 qm, was einem Anteil von 5,2 % entspricht. Die Größenklasse bis zu 75 m<sup>2</sup> ist zahlenmäßig am stärksten vertreten. Stadtweit finden sich 612, was 48,5 % aller Läden entspricht. Flächenmäßig sind dies aber nur gut 4,5 % (rd. 24.000 von 540.000 m<sup>2</sup>). Bezogen auf die Innenstadt ist ihr Anteil mit 302 von 524 Läden größer als stadtweit mit gut 58 %; flächenmäßig sind dies allerdings nur gut 12 % (rd. 12.000 m<sup>2</sup> von 102.000 m<sup>2</sup>).

Im Gegensatz dazu sind in der höchsten Größenklasse über 1.500 m<sup>2</sup> im Stadtgebiet nur 65 von insgesamt gut 1.200 Läden (5 %) zu finden, sie machen aber mit rund 306.000 m<sup>2</sup> von 540.000 m<sup>2</sup> einen Flächenanteil von fast 57 % aus. In der Innenstadt ist der Anteil mit 9 von 524 Ladengeschäften anteilig noch geringer (1,7 %), allerdings bilden sie mit rund 35.000 m<sup>2</sup> immerhin einen Flächenanteil von 34 % ab.

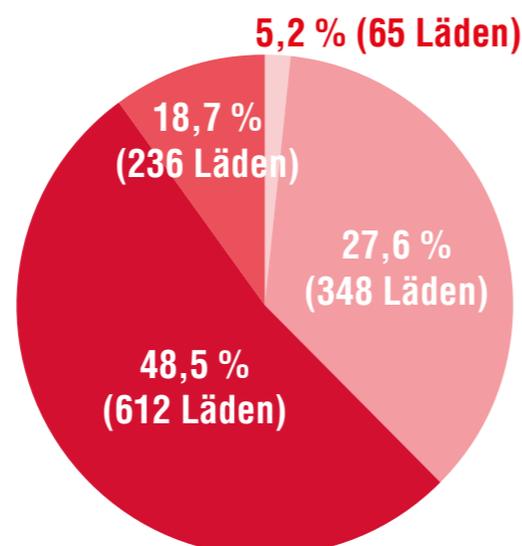
### Auswertung der Ladenflächen nach 4 Größenklassen

**Innenstadt**  
(524 Läden)



- Größenklasse bis 75 qm
- Größenklasse bis 76 bis 150 qm

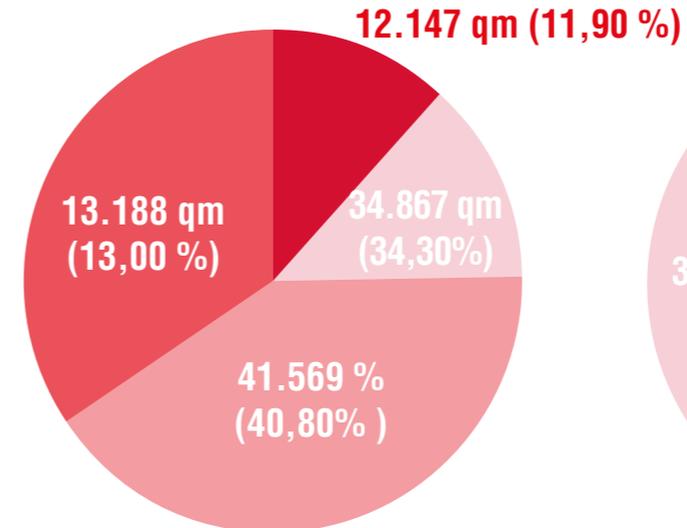
**Lübeck gesamt**  
(1.261 Läden)



- Größenklasse bis 151 - 1500 qm
- Größenklasse bis > 1500 qm

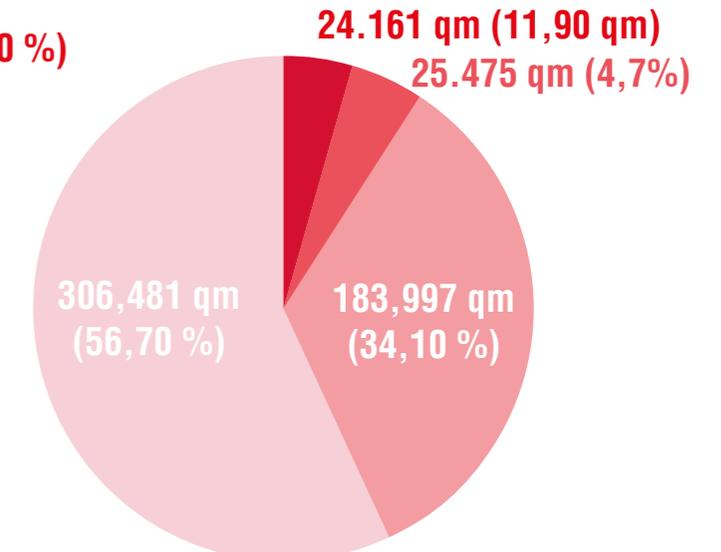
### Auswertung der Ladenflächen In Quadratmeter

**Läden Lübeck gesamt QM**  
**Innenstadt (insgesamt 101.771)**



- Größenklasse bis 75 qm
- Größenklasse bis 76 bis 150 qm

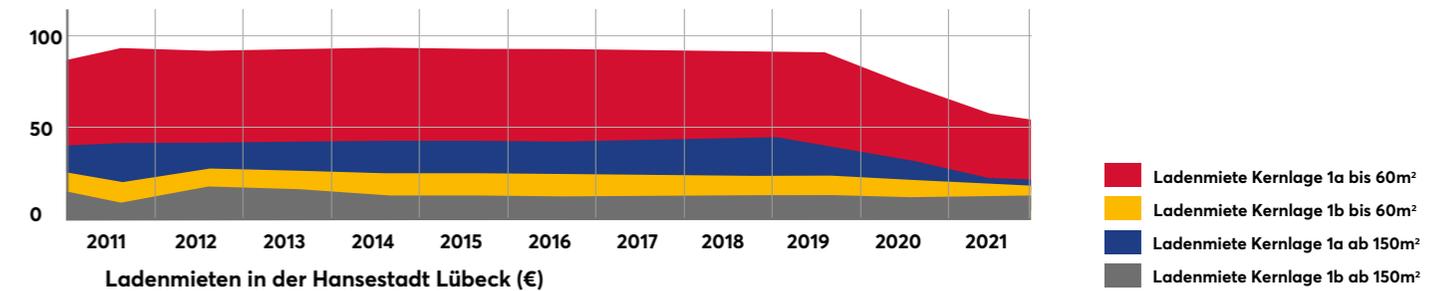
**Läden Lübeck gesamt QM**  
**außerhalb Lübecks (insgesamt 540.114)**



- Größenklasse bis 151 - 1500 qm
- Größenklasse bis > 1500 qm

Die Mietpreissituation zeigt ein heterogenes Bild. Die Spitzenmieten in Top-Lagen erreichen 60 € pro m<sup>2</sup> und sind gegenüber dem Vorjahr um 15 € pro m<sup>2</sup> gesunken. Laut Immobilienverband Deutschland (IVD) reduzierte sich der durchschnittliche Mietpreis für Geschäfte mit 60 m<sup>2</sup> in 1a-Lage um 20 € pro m<sup>2</sup> auf nunmehr 55 €. Bei

der 1a-Kernlage mit 150 m<sup>2</sup> sank der Preis auf 24 € pro m<sup>2</sup>, dies entspricht einem Rückgang um 5 € gegenüber dem Vorjahr. Bei den 1b-Lagen ist in der Größenklasse 60 m<sup>2</sup> blieb der Preis gegenüber dem Vorjahr mit 23 € gleich, ebenso in der Größenklasse 150 m<sup>2</sup> mit einem Preis von 9 € (siehe Grafik Ladenmieten).



# FOKUS: HOTSPOTS DER STADT

Vier Stadtbereiche sind bei der Einzelhandelsbetrachtung immer im Fokus: 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 ebenfalls in der Betrachtung nicht fehlen. Für eine bessere Zuordnung werden die Lübecker Zentren über die jeweiligen Postleitzahlen betrachtet.

## 1. Innenstadt (PLZ 23552)

Von den insgesamt 1.261 Lübecker Ladengeschäften mit ihren gut 540.000 m<sup>2</sup> befanden sich 2021 auf der Altstadtinsel 524 Geschäfte mit rund 102.000 m<sup>2</sup>. Flächenbezogen sind das rund 19 %. Der Anteil an der Anzahl an Ladengeschäften macht rund 42 % aus.

In der Innenstadt wurden insgesamt 274,6 Mio. € Umsatz im Einzelhandel erzielt (Vorjahr 292,6 Mio. €, d.h. ein Minus von 18 Mio. €). Der Umsatzerlös entspricht rund 18 % des Gesamtumsatzes am Standort. Die Flächenproduktivität in der Innenstadt ist leicht gesunken und betrug im Betrachtungszeitraum 2.949 € pro m<sup>2</sup> (-190 € pro m<sup>2</sup>).

Die Anzahl leerstehender Einzelhandelsläden und deren Gesamtfläche hat sich gegenüber dem Vorjahr deutlich verringert. Zum Erhebungszeitpunkt standen gut 9.000 m<sup>2</sup>, verteilt auf 51 Ladengeschäfte, leer. Das entspricht 8,5 % der innerstädtischen Einzelhandelsfläche. Gegenüber dem Vorjahr (2020: 15 %) bedeutet dies ein deutlicher Rückgang von 6,5 %.

Die Gründe dafür sind vielfältiger Natur und die abgesunkene Leerstandsquote bei den vormals vom Einzelhandel genutzten Flächen dokumentiert den Strukturwandel mit einem Bedeutungsrückgang des Handels

in der Innenstadt. Der Handel konzentriert sich fast ausschließlich nur noch auf die Erdgeschosse und es wurden Leerstände durch Neuanmietungen beseitigt (v. a. Breite Straße). Allerdings wurden rechnerisch Leerstände dadurch reduziert, dass durch bauliche Veränderungen Obergeschosse nicht mehr genutzt werden können (s. o.).

Das zuletzt von Karstadt-Sport genutzte Haus Süd (Haus B) soll von der Hansestadt erworben und im Rahmen eines Mixed Use-Konzeptes umgenutzt werden. In den oberen Geschossen können sich die vier Altstadtgymnasien erweitern und in den darunter liegenden Geschossen sollen sich die Lübecker Hochschulen präsentieren können, ergänzt durch Pop Up Stores und junge Start Up-Unternehmen, die dort eine neue Sichtbarkeit an zentraler Stelle bekommen. Einzelhandel soll im Gebäude nicht mehr stattfinden, so auch die Beschlusslage der Bürgerschaft aus dem Jahr 2021. Dies hat zur Folge, dass die 4.400 m<sup>2</sup> der dort zuletzt für den Einzelhandel genutzte Fläche nun herausgerechnet wurden.

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

Im Postleitzahlengebiet 23556 befinden sich 144 Geschäfte, die insgesamt gut 120.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aufweisen. Herausragend als Agglomeration sind weiterhin der CITTI-Park und das REWE-Center. Außerdem prägen weitere großflächige Handelsstandorte wie CB



Mode, Decathlon, Möbelfachgeschäfte und Baumärkte die Landschaft.

Gegenüber dem Jahr 2020 blieb die Verkaufsfläche gleich, während die Zahl der Läden leicht um 4 anstieg. Die Einzelhandelsfläche macht - gemessen an der Gesamtfläche der Stadt - 22,3 % aus. Mit 1.000 m<sup>2</sup> hat sich der Leerstand gegenüber dem Vorjahr um 325 m<sup>2</sup> verringert, die Leerstandsquote beträgt - stadtteilbezogen - nur gut 0,8 %. Der Einzelhandelsumsatz betrug in diesem PLZ-Gebiet 311,1 Mio. € (- 9,2 Mio. € gegenüber Vorjahr). Dieser Wert entspricht gut 21 % des gesamtstädtischen Umsatzes. Die Flächenproduktivität betrug 2.604 € pro m<sup>2</sup>, was einem Minus von 94 € entspricht.

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

Das Gebiet umfasst die Stadtteile Kücknitz und Dänischburg. Hier befinden sich 75 Geschäfte mit insgesamt gut 87.000 m<sup>2</sup> Ladenfläche, die damit einen gesamtstädtischen Anteil von 16 % entspricht. Die Leerstandsquote ist mit 30 m<sup>2</sup> kaum messbar. Der Umsatz in diesem Gebiet lag bei 208,3 Mio. €, was rund 14 % des Einzelhandels-Gesamtumsatzes in der Stadt entspricht. Die Flächenproduktivität betrug 2.391 € pro m<sup>2</sup>, dies sind 132 € weniger als im Vorjahr.

## 4. Travemünde (PLZ 23570)

Zahlreiche Bauprojekte, sei es das schon abgeschlossene „Waterfront“-Projekt auf dem Priwall, die Hotelneubauten am Leuchtenfeld wie das AROSA oder die noch laufende Bebauung des ehemaligen Fischereihafen-Areals mit 254 Mietwohnungen auf 20.000 m<sup>2</sup> (geplant sind Wohnungen für Familien, Singles, Paare und Ältere sowie eine Tiefgarage mit ca. 260 Stellplätzen) sowie das Areal Baggersand auf dem ehemaligen Großparkplatz (256 Wohnungen, davon 207 Mietwohnungen und 49 Sozialwohnungen), zeigen die steigende Attraktivität des Seebads Travemünde. Die auch dadurch wachsende Zahl an Gästen und Bewohner:innen löst zusätzliche

Nachfrage nach Bau-, Handwerks- und Dienstleistungen, aber auch nach Einzelhandels- und Gastronomieangeboten aus.

Die Einzelhandels-Gesamtfläche stieg um 150 m<sup>2</sup> auf insgesamt gut 20.000 m<sup>2</sup>, die Zahl der Läden betrug 124. Die Leerstände sanken auf 460 m<sup>2</sup> ab, was einer Quote - bezogen auf den Stadtteil - von gut 2 % entspricht. Fünf neue EzH-Geschäfte siedelten sich im Berichtszeitraum in Travemünde an. Die im Stadtgebiet höchste Flächenproduktivität von 3.750 pro m<sup>2</sup> weist Travemünde weiterhin als attraktiven Handelsstandort aus. Allerdings sanken auch hier die Umsätze auf 74,5 Mio. € (minus 2 Mio. €).

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

Im Postleitzahlgebiet standen in 2020 gut 40.000 m<sup>2</sup> an Einzelhandelsflächen zur Verfügung. Die Zahl sank damit gegenüber 2020 um etwa 2.900 m<sup>2</sup>, die Ladenzahl bleibt mit 78 fast konstant (-1). Die Leerstände stiegen auf 2.300 m<sup>2</sup> gegenüber 370 m<sup>2</sup> im Jahr 2020, was einer Leerstandsquote von 5,7 % entspricht. Hierfür maßgeblich ist die Aufgabe der Fachmarktfläche von Staples im „Wirth Center“ mit alleine 1.600 m<sup>2</sup>.

Nach wie vor ist das Bild von großflächigem Einzelhandel geprägt. Sieben Betriebe mit jeweils 1.200 m<sup>2</sup> und mehr vereinen fast 24.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf sich. Dazu gehören die großen Vollsortimenter, Fach- und Verbrauchermärkte wie Bauhaus, Tedox, Staples, Knutzen und Edeka. Der vormalige REAL im Hochschulstadtteil an der Alexander-Fleming-Straße wurde durch die Edeka-Gruppe übernommen und konnte unter dem neuen Namen „E-Center Campus“ erhalten bleiben. Die rund 23.600 Bewohner:innen des Stadtteils besaßen im Berichtszeitraum eine Gesamtkaufkraft von 590 Mio. € und liegen damit volumemäßig deutlich an der Spitze der 13 Postleitzahlbezirke in Lübeck. Die Einzelhandelsumsätze lagen bei 108,2 Mio. €, ein leichtes Minus von 800 Tsd. €. Die Flächenproduktivität stieg auf 2.872 € pro m<sup>2</sup>, ein Plus von 306 €. Der Anteil am städtischen Einzelhandelsumsatz lag bei 7,3 %.

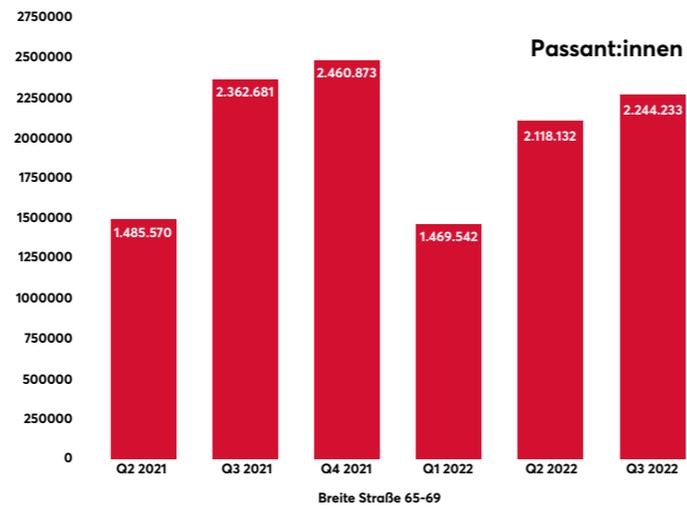
# ENTWICKLUNG DER PASSANT:INNENFREQUENZEN

An insgesamt zehn Standorten in der Lübecker Innenstadt hat die Wirtschaftsförderung Lübeck Laser zur Messung der Besucher:innenströme installiert. Die Geräte messen seit Juni 2021 die Passant:innenfrequenz an zentralen Orten der Altstadt. Mit den anonym erhobenen Zahlen werden verlässliche, wichtige Daten über das Besuchsverhalten in der Stadt gesammelt. Interessierte können tagesaktuell die Zahlen in der Innenstadt kostenlos auf der Homepage der Wirtschaftsförderung unter [www.luebeck.org/Passantenfrequenz](http://www.luebeck.org/Passantenfrequenz) abrufen. Auf Nachfrage erstellt die Wirtschaftsförderung detailliertere Analysen unter Einbeziehung der Laufrichtung, der Gehwegseiten sowie eine Unterscheidung nach Kindern und Erwachsenen.

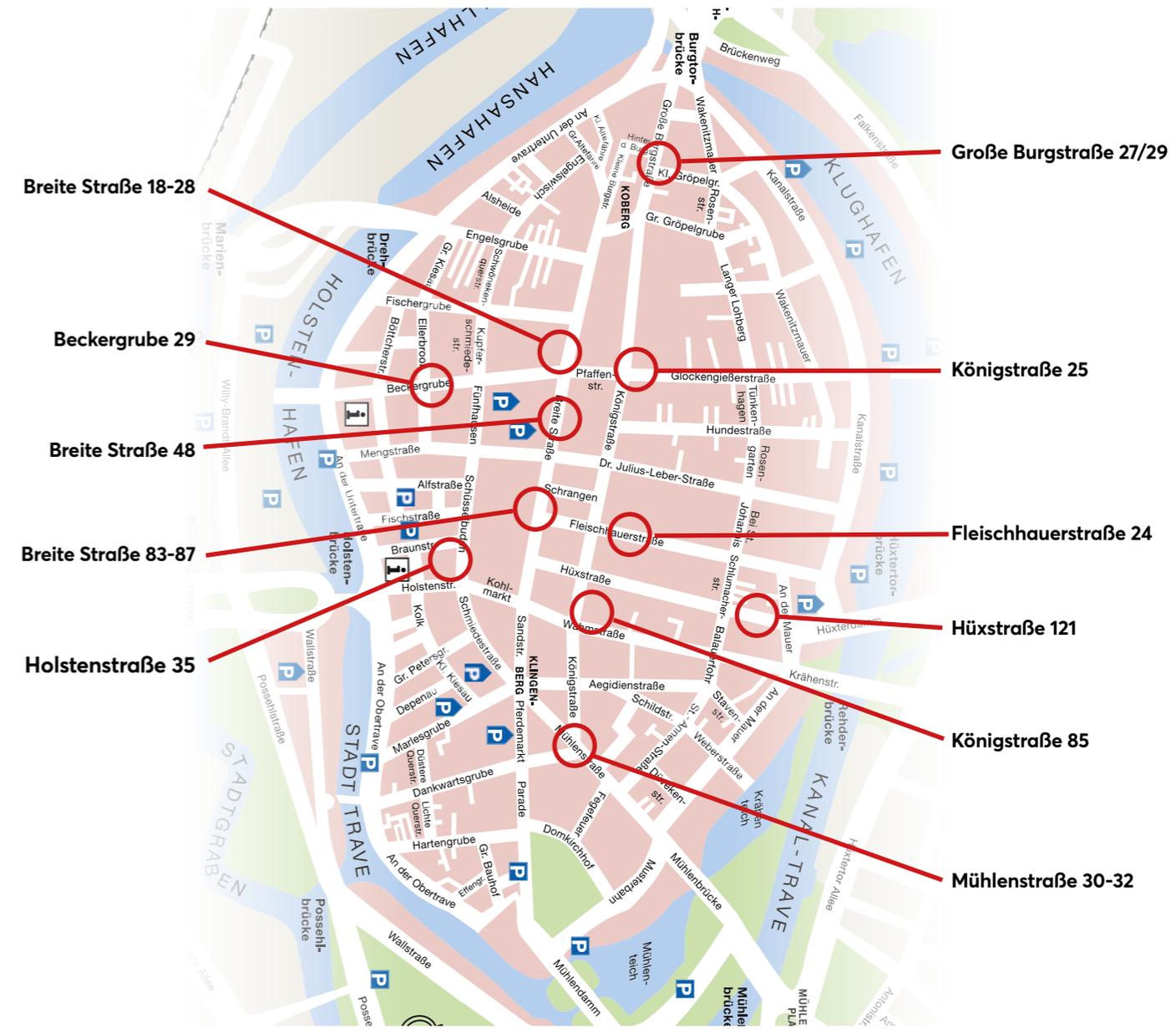
In der zentralen 1A-Lage Breite Straße 65-69, Höhe Kanzleigebäude/C & A-Gebäude, werden stets die höchsten Frequenzen der Innenstadt gemessen. Eine Quartalsübersicht zeigt die Entwicklung im Zeitraum April 2021-September 2022 (Stichtag: 26.9.2022):

Frequenzverbessernd hat sich mutmaßlich die Umstellung der Pandemieregulierung von 2G auf 3G im Februar 2022 und der Wegfall der Maskenpflicht im Einzelhandel (ab 2.4.2022) ausgewirkt. Gegenüber dem Vorjahresquartal 2/2021 (ab 8. März 2021 durften EzH-Geschäfte in Schleswig-Holstein wieder öffnen) stieg die Frequenz im Q 2/2022 um gut 630.000 Bewegungen an, ein Plus von 30 %. Bezogen auf die dritten Quartale zeigt sich in 2022 gegenüber 2021 allerdings ein leichter Rückgang um 118.000 Bewegungen.

Die Hotels durften ab 17.5.2021 wieder öffnen (Q 2/2021), eine markante Steigerung der Passantenfrequenz in der Top-Lage der Innenstadt war aber erst ab dem dritten Quartal 2021 mit einem Plus von 877.000 Bewegungen (= plus 37 %) gegenüber Q 2/2021 zu sehen. Hier sind sicherlich die Ferienmonate Juli-September zum Tragen gekommen. Im Jahr 2022 ist die Veränderung mit einem Plus von 126.000 Bewegungen von Q2 zu Q3 (= plus 5,6 %) deutlich geringer ausgefallen. Generell ist allerdings zu bedenken, dass die Messreihe mit gut eineinhalb Jahren noch sehr kurz ist und längerfristige Entwicklungen damit noch nicht abgebildet werden können. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass die zehn Geräte der Wirtschaftsförderung Lübeck erst im Jahr 2021 aufgehängt wurden und es somit keine Vor-Corona-Zahlen gilt.



# 11 LASER IN DER INNENSTADT



# STÄRKUNG DER INNENSTADT DURCH FÖRDERMITTELEINSATZ

Die Hansestadt verfolgt das Ziel einer zukunftsfähigen und resilienten Innenstadt. Die Analyse struktureller, sozioökonomischer Entwicklungen und kommunalpolitische Beschlüsse wie der städtebauliche „Rahmenplan Innenstadt mit Mobilitätskonzept“ bilden dabei die Handlungsgrundlage. Dort sind bereits mittels breiter Bürger:innenbeteiligung die wesentlichen Eckpunkte einer breit aufgestellten Funktionseinheit Innenstadt mit einem Mix aus Wohnen, Arbeiten, Shopping, Kultur und attraktiven öffentlichen Räumen formuliert. Gleichwohl sind auch in Lübeck – wie in vielen deutschen Städten – verschiedene Einflussfaktoren auf die Innenstadt als Wirtschaftsraum im Jahr 2021 weiter



wirksam gewesen. Dazu gehören die Pandemie-bedingten Einschränkungen (Lockdowns, Impf- und Geneseregeln, Maskenpflicht) sowie der Online-Handel, die insgesamt den Strukturwandel in den Innenstädten und auch insbesondere auch beim stationären Einzelhandel erheblich beschleunigen. Die Fördermittelgeber auf Bundes- und Landesebene haben sich darauf verständigt, den Kommunen finanzielle Hilfestellungen bei der Bewältigung dieses Prozesses zu gewähren und verschiedene Förderprogramme aufgelegt.

Die Hansestadt Lübeck hat erfolgreich Anträge auf Fördermittel für verschiedene Projekte gestellt. Diese Mittel mit einem Gesamtvolumen eines zweistelligen Millionenbetrages sollen in den nächsten Jahren eingesetzt werden, um den Wandel zu unterstützen. Dazu gehören temporäre Anmietungen von (Einzelhandels-) Leerständen durch die Wirtschaftsförderung und Untervermietung an Start Ups, Pop Up Stores und innovatives Gewerbe, die Bespielung des öffentlichen Raumes, um den Wandel erlebbar zu machen bis hin zur Ertüchtigung des ehemaligen Karstadt-Hauses B (s. o.). Dabei soll eine Gesamtstrategie zum Tragen kommen, damit die einzelnen Teilprojekte ein sinnvolles Ganzes ergeben und die notwendigen Anpassungsschritte miteinander verzahnt sind.

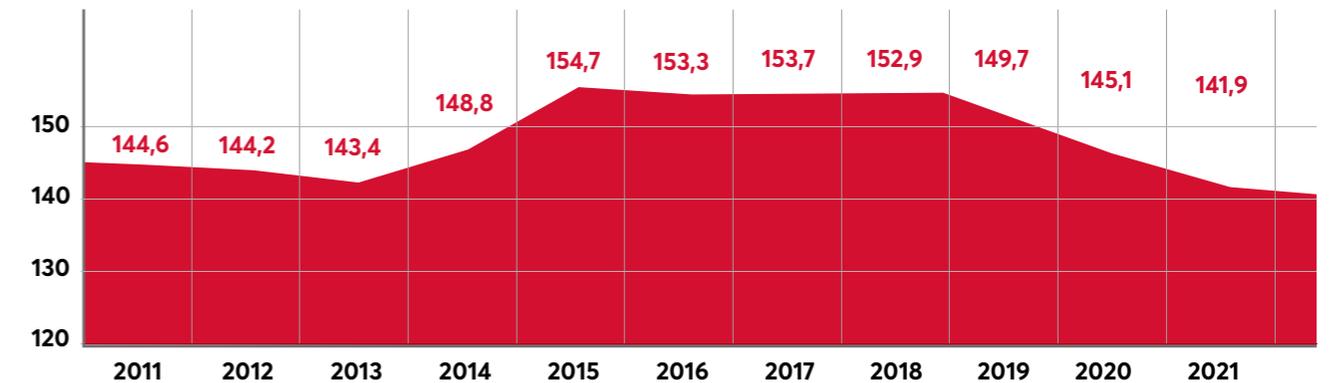
Gesamtziel ist, den Innenstadtbesuch für unterschiedliche Zielgruppen dauerhaft lohnend zu machen und die Innenstadt zu einem sozialen Interaktionsraum zu machen, der verschiedenste Bedürfnisse befriedigt.

Weitere Informationen:  
[www.luebeck.de/Innovationskontor](http://www.luebeck.de/Innovationskontor)

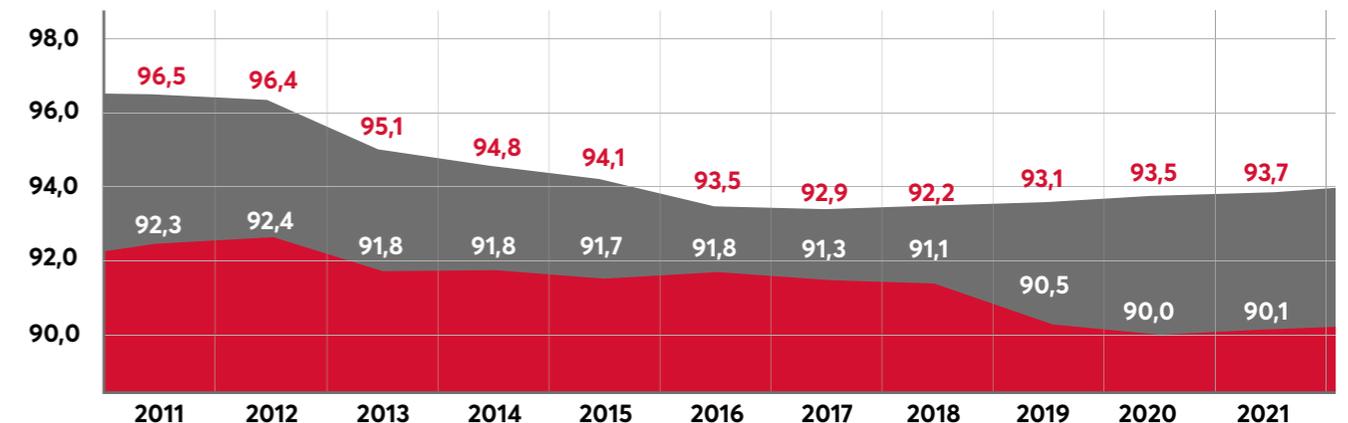
# BLICK AUF DIE PEERGROUP

Die überregionale 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 ge-

bildet, 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.



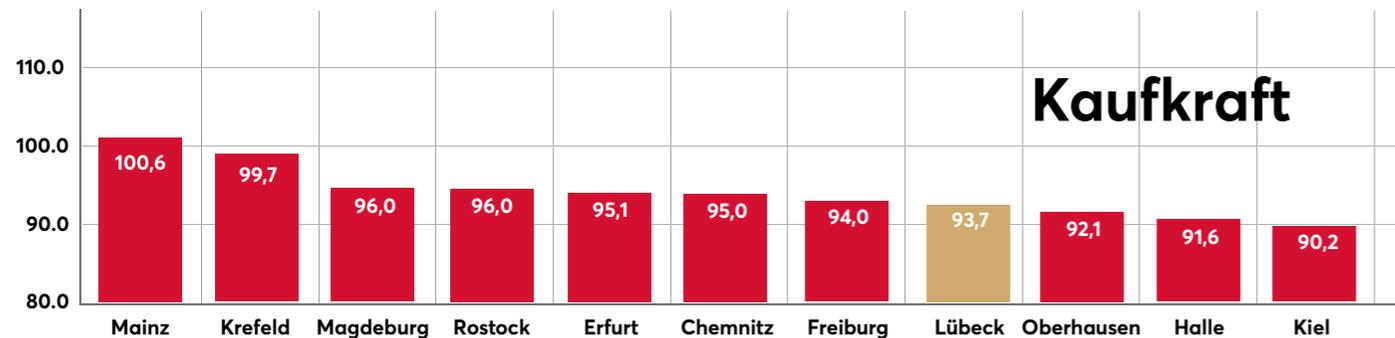
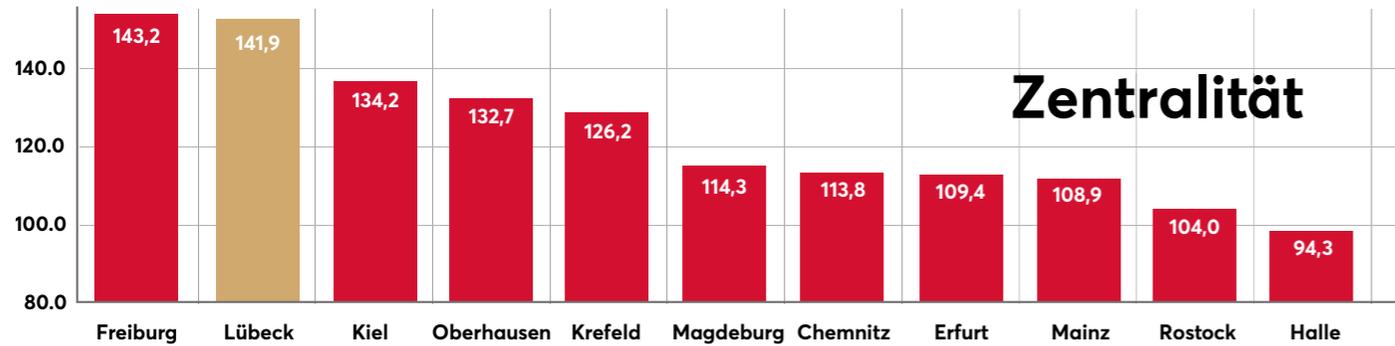
■ Zentralitätskennziffer



■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft ■ Allgemeine Kaufkraft

Mit Blick auf die Zentralität behauptet Lübeck mit einem Wert von 141,9 weiterhin den zweiten Platz, wie in den Vorjahren hinter der erstplatzierten Stadt Freiburg i. Br. (143,2). 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. Die niedrigsten Werte der Peergroup erlangen Halle (94,3), Rostock (104) und Erfurt (109,4). Auffällig ist, dass mit Ausnahme von Kiel (+0,8) alle anderen Städte Rückgänge der Zentralitätswerte gegenüber dem Vorjahr aufweisen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer gibt an, wieviel Geld den Einwohner:innen für den Einzelhandelskonsum zur Verfügung steht. Hier konnte sich Lübeck mit einem Wert von 93,7 leicht verbessern, belegt aber dennoch weiterhin Platz 8 und liegt damit noch vor Oberhausen, Halle (Saale) und dem Schlusslicht Kiel. Insgesamt zeigt sich, dass es bei einigen Standorten Zuwächse zwischen 1,8 Zählern (Rostock), 1,0 (Chemnitz), 0,4 (Oberhausen) und 0,2 (Lübeck) gab, während die Städte Kiel (-0,3), Mainz (-1,0) und Freiburg i. Br. (-0,8) leichte Rückgänge aufweisen.



## IHRE ANSPRECHPARTNERIN 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](http://www.luebeck.org).

Allgemeine Kaufkraftkennziffer	90,1	Leerstand	17.000 m <sup>2</sup>
Einzelhandelsrel. Kaufkraftkennziffer	93,7	- davon Altstadt	8.660 m <sup>2</sup>
Zentralität	141,9	Flächenproduktivität*	2.840€/m <sup>2</sup>
Einzelhandelsumsatz	1,49 Mrd. €	- in der Altstadt	2.949 €/m <sup>2</sup>
- davon Altstadt	274,6 Mio. €	Einzelhandelsgeschäftsräume	1.261
Einzelhandelsfläche	540.000 m <sup>2</sup>	- davon Altstadt	524
- davon Altstadt	102.000 m <sup>2</sup>	Monatsmiete 1A Kernlage	24 – 55 €/m <sup>2</sup>

\* 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](mailto:info@luebeck.org)  
[www.luebeck.org](http://www.luebeck.org)

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