

Einzelhandelsmonitor Lübeck 2016

Lübeck, 20. September 2017



Einzelhandelsmonitor in der Übersicht

- Was ist der Einzelhandelsmonitor?
 - Langjährige Datenerhebung zur Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Lübeck
- Welche Daten beinhaltet der Einzelhandelsmonitor?
 - Themenschwerpunkt 1: **Flächenentwicklung**
 - Quelle: Eigene Erhebung (Jährliche Begehung aller ca. 1.400 Lübecker EzH-Betriebe)
 - Daten verfügbar ab 2001
 - Themenschwerpunkt 2: **Umsatzentwicklung**
 - Quelle: GfK Geomarketing GmbH
 - Daten gesamtstädtisch verfügbar ab 1997; PLZ-genau ab 2004
 - Themenschwerpunkt 3: **Kaufkraftentwicklung**
 - Quelle: GfK Geomarketing GmbH
 - Daten gesamtstädtisch verfügbar ab 1997; PLZ-genau ab 2004



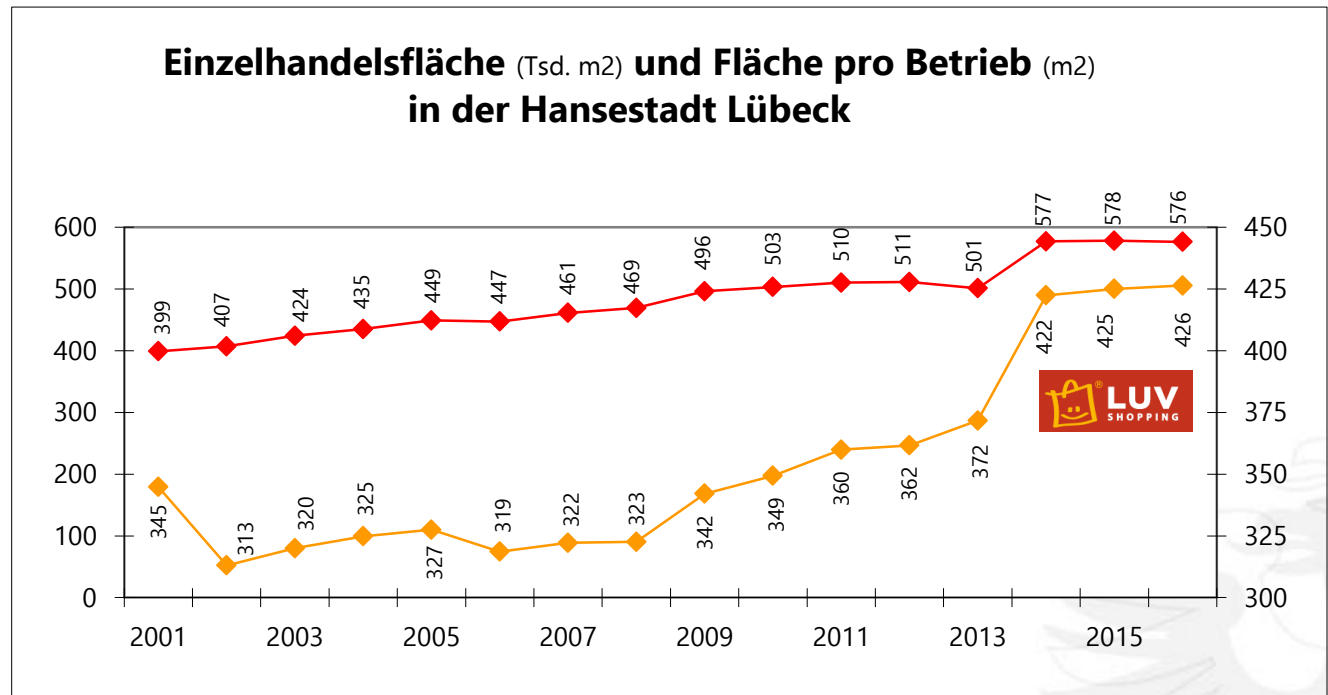
Flächenentwicklung

»Jährliche Flächenerhebung im Rahmen einer Komplettbegehung aller rund 1.351 Einzelhandelsflächen durch die Wirtschaftsförderung Lübeck.«

Schwerpunkt: Flächenentwicklung

- Welche Daten werden erhoben?
 - Name
 - Netto-Verkaufsfläche (genutzt | ungenutzt = Leerstand | umgenutzt = Flächenumsatz)
 - Hauptsortiment basierend auf WZ 5-Steller
 - Georeferenz
 - Photomaterial (2001-2013: teilweise; ab 2014: weitestgehend komplett)
- Welche Datenquellen werden genutzt?
 - Eigene Komplettbegehung (jeweils im März des Folgejahres)
 - Datenzulieferung von Nutzern, schwerpunktmäßig im Lebensmitteleinzelhandel
 - Datenabgleich aus dem Facility Management Bereich
 - Daten aus Immobilienexposes (im Rahmen des Gewerbeimmobilienportals)
 - Daten aus Gesprächen im Rahmen der Unternehmensbetreuung

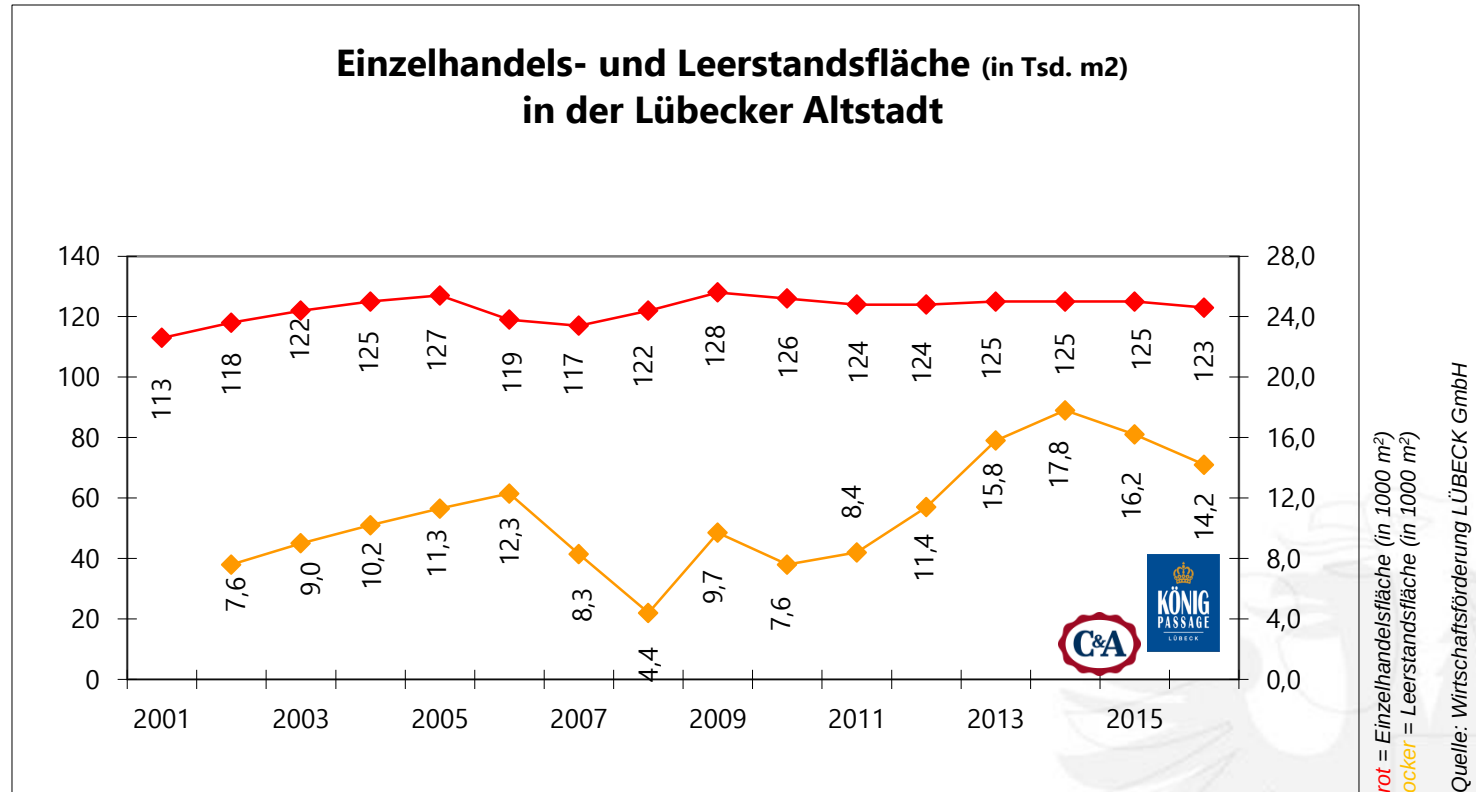
Einzelhandelsfläche



rot = Einzelhandelsfläche (in 1000 m²)
 orange = Fläche pro Betrieb (m²)
 Quelle: Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH

Der Flächenbedarf der Einzelhändler sinkt kontinuierlich. Ursächlich dafür ist die zunehmende Kombination von Präsenz- und Online-

Einzelhandelsfläche



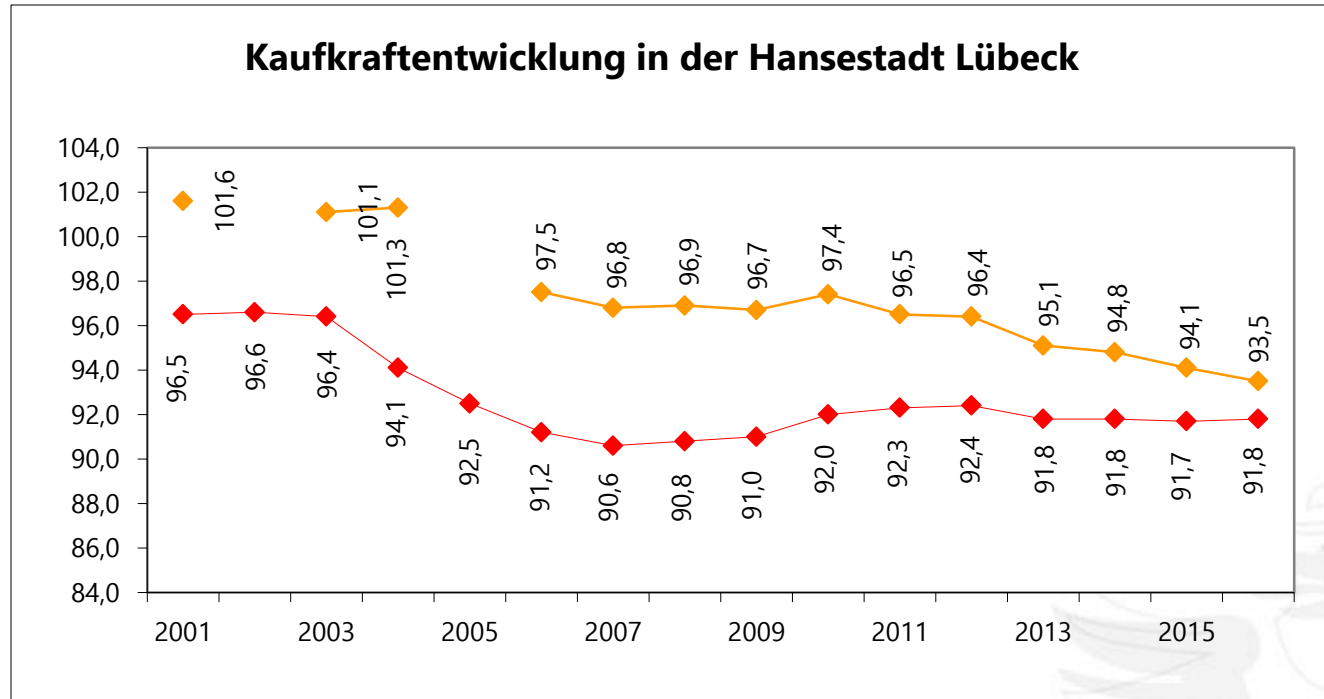
Die Leerstandsquote in der Altstadt beträgt 11,5%. Ohne die Leerstände »Mühlenstraße 34« (4.900 m²) und »Königstraße 49« (5.495 m²) läge die Quote bei 3,1%.



Kaufkraft

»Die allgemeine Kaufkraft errechnet sich als die Summe aller Nettoeinkünfte in der Hansestadt Lübeck.«

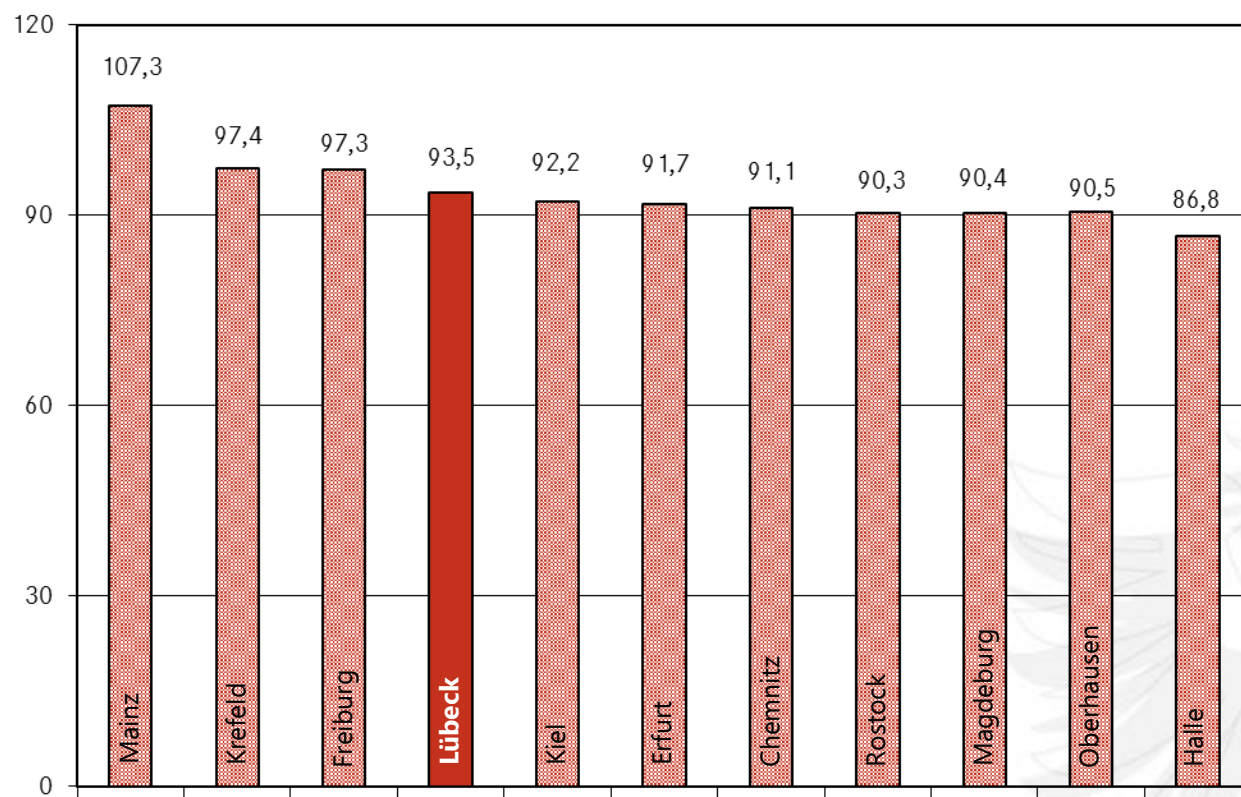
Kaufkraftentwicklung – relativ zum Bund



rot = Allgemeine Kaufkraft
ocker = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft
Quelle: GfK Geomarketing GmbH

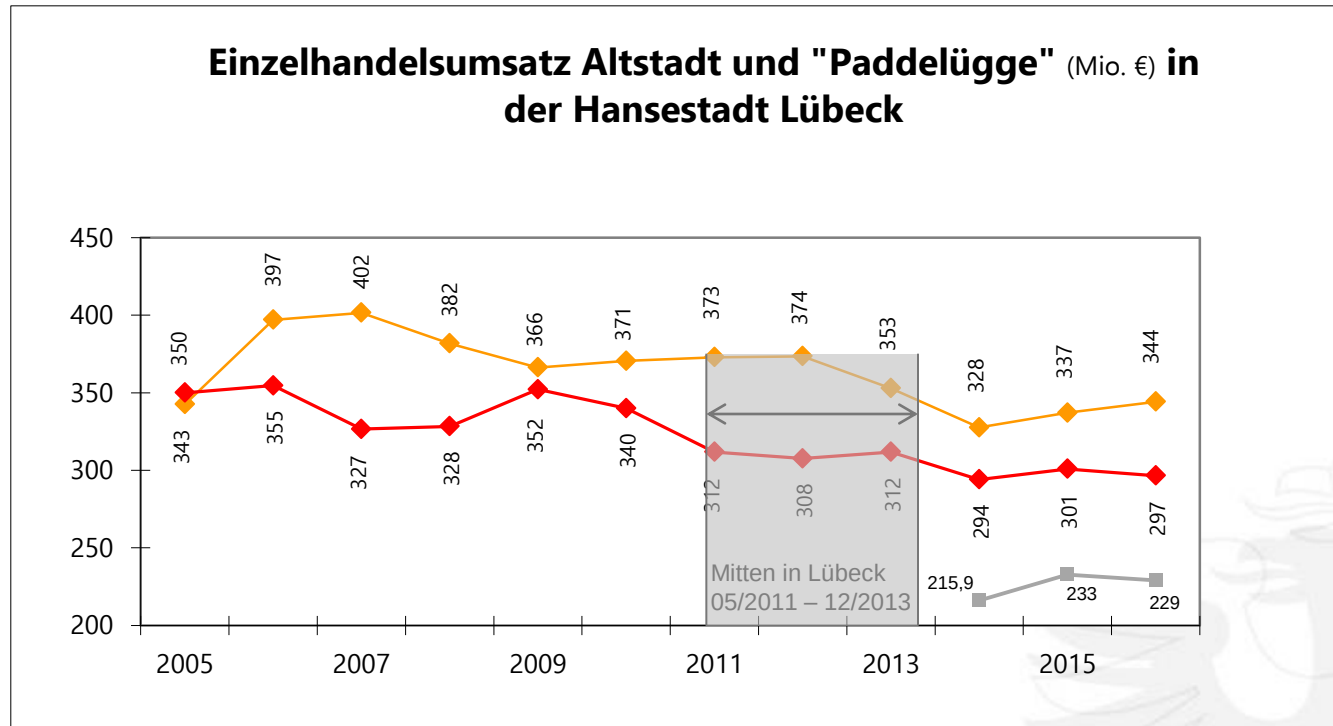
Von ihren Nettoeinkünften geben LübeckerInnen im Bundesvergleich mehr Geld für Shopping und Freizeit aus, auch wenn die Kosten für Mieten, Hypotheken, Kfz oder Energie in

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2016)

Einzelhandelsumsatz



rot = Einzelhandelsumsatz „Grüne Wiese“ (PLZ 23556)
 orange = Einzelhandelsumsatz „Innenstadt“ (PLZ 23552)
 grau = Einzelhandelsumsatz Grüne Wiese IKEA / LUV (PLZ 23569)
 Quelle: GfK Geomarketing

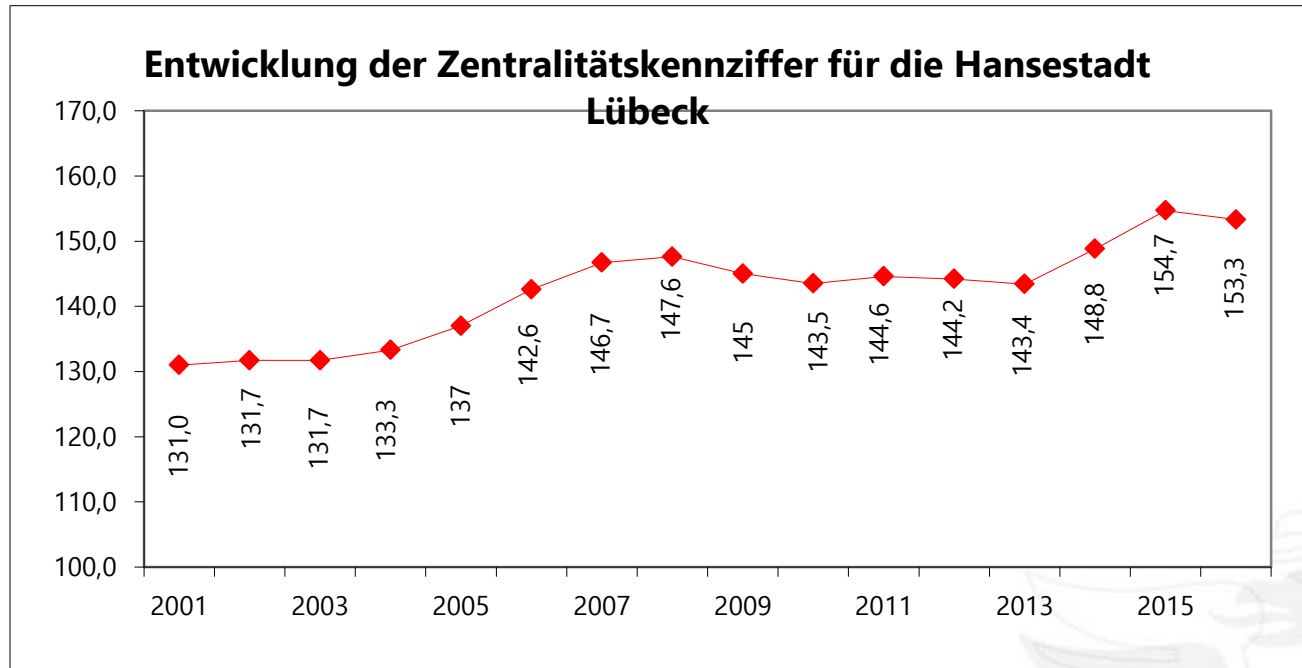
Auf der Altstadtinsel stieg der Umsatz ggü. dem Vorjahr erneut. Das Wachstum betrug € 7 Mio., im Bereich Herrenholz sank der Umsatz um € 4 Mio. Seit der Eröffnung des IKEA/LUV verdreifachte sich der Umsatz in Kücknitz/ Dänischburg, um dann im Jahr 2015 noch einmal deutlich um € 17,1 Millionen zu steigen und im



Zentralität

»Eine Zentralität von über 100 belegt, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet sowie dem Tourismus die Abflüsse aus dem Stadtgebiet übersteigen.«

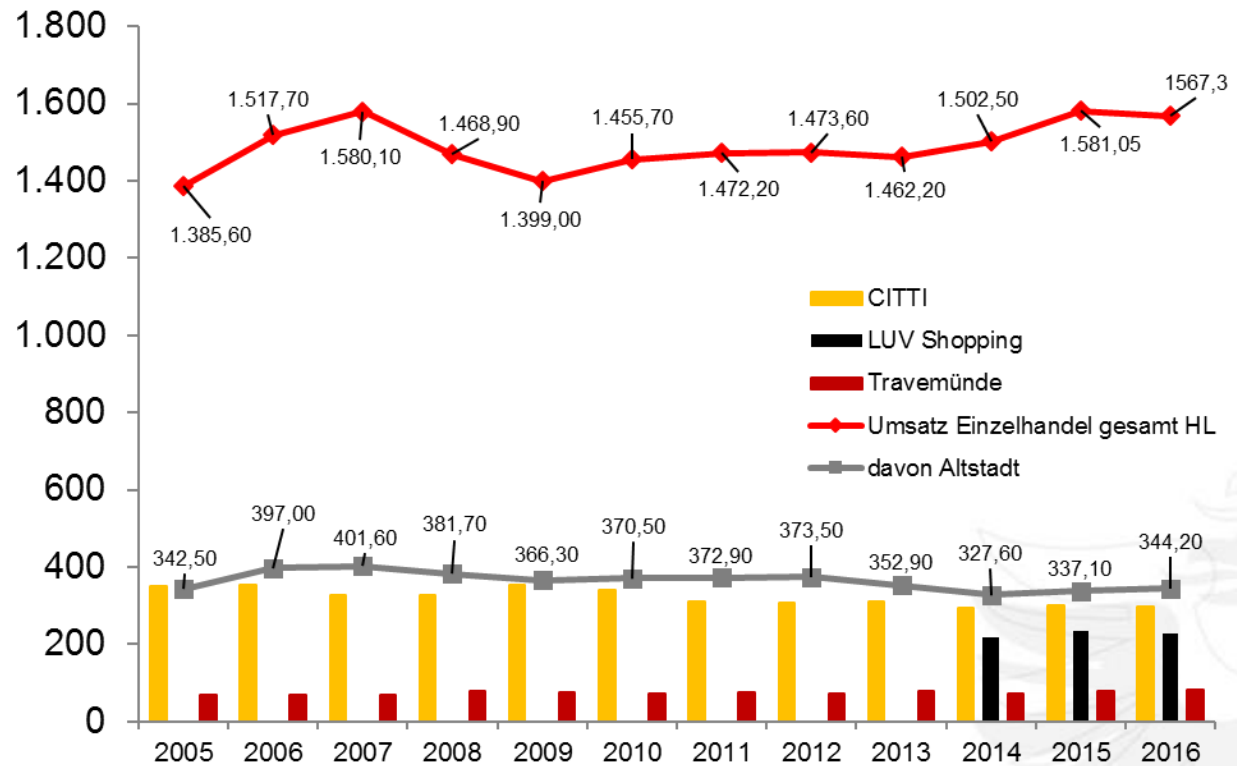
Zentralität



Quelle: GfK Geomarketing GmbH

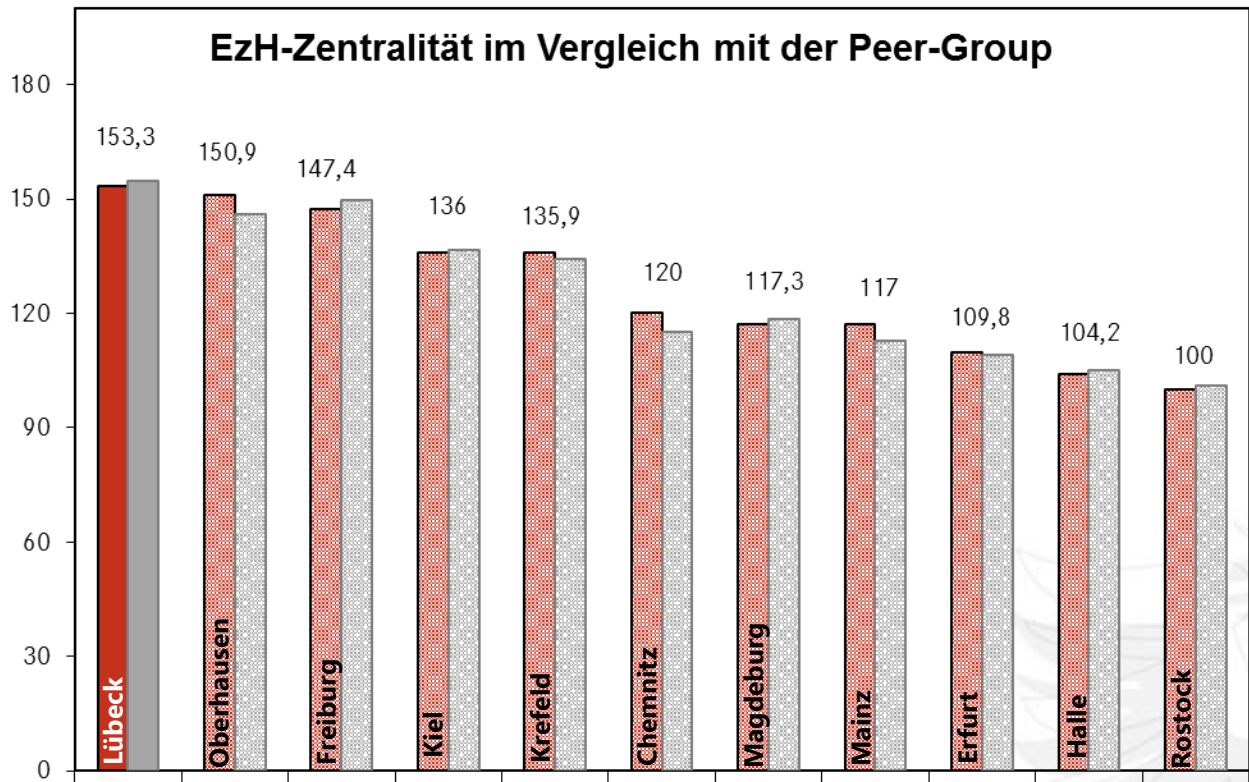
Die Zentralität ist leicht rückläufig: Ausschlaggebend ist der Umsatzrückgang. Mit der Eröffnung des LUV Center in 2014 ist diese Zahl sprunghaft gestiegen. Darüber hinaus hat das Tourismuswachstum zu einer verbesserten Entwicklung in der

EzH verteilt nach relevanten Standorten



Quelle: GfK, Stat. JB HL (2001-2016); eigene Berechnungen

Einzelhandelszentralität Lübecks 2016





**Aktuelle Informationen
(ab Oktober 2016): www.luebeck.org/**

Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH
LÜBECK Business Development Corporation

Falkenstraße 11 | 23564 Lübeck | Germany
T.: +49 (0) 451 / 7 06 55-0 | F: +49 (0) 451 / 7 06 55-20
E-Mail: info@luebeck.org
Internet: www.luebeck.org