

Einzelhandelsmonitor 2023

Ausschuss Wirtschaft und Kurbetrieb Travemünde
13.11.2023

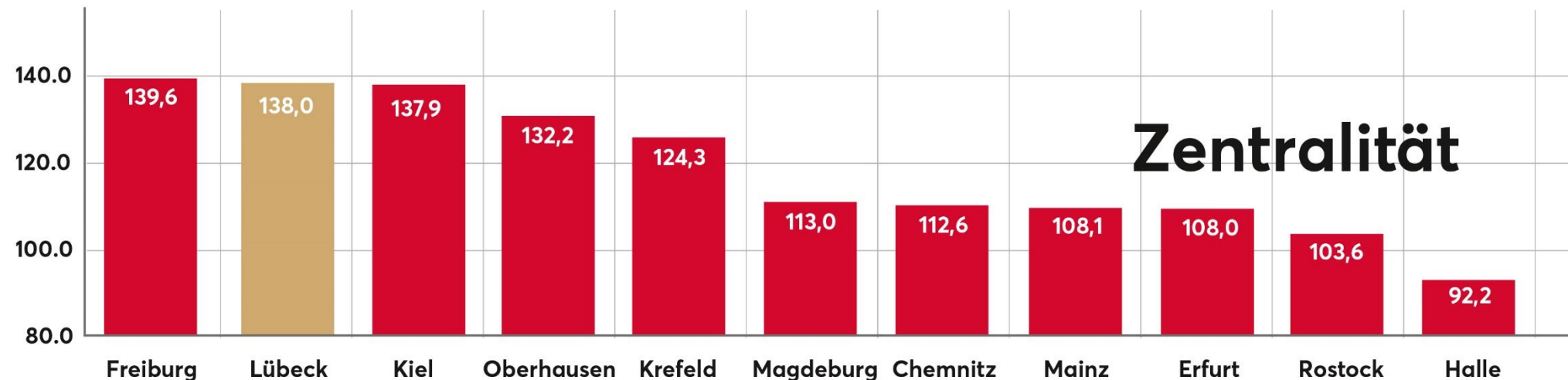
Methodik des Einzelhandelsmonitors

- Seit 2003 Datenerhebung der Wifö
- Jährliche Begehung aller EzH-Betriebe
- Zukauf von externen Daten zu EzH-relevanten Kennziffern und Peer-Group
- Fokus auf die Hotspots nach PLZ
- Aufnahme Leerstände und Berechnung Leerstandsquoten
- Erfassung der Nutzungen nach dem Einzelhandel (Altstadt)



Übersicht Kennziffern

- EzH-relevante Kaufkraft Lübecker:innen: 1,35 Mrd. €
- Umsatz im Einzelhandel: 1,5 Mrd. €
- Beschäftigungsanteil im Einzelhandel: 7.942 Menschen
- Gesamtverkaufsfläche 540.000 m² mit 1.248 Ladengeschäften



Kennzahlen im Vorjahresvergleich

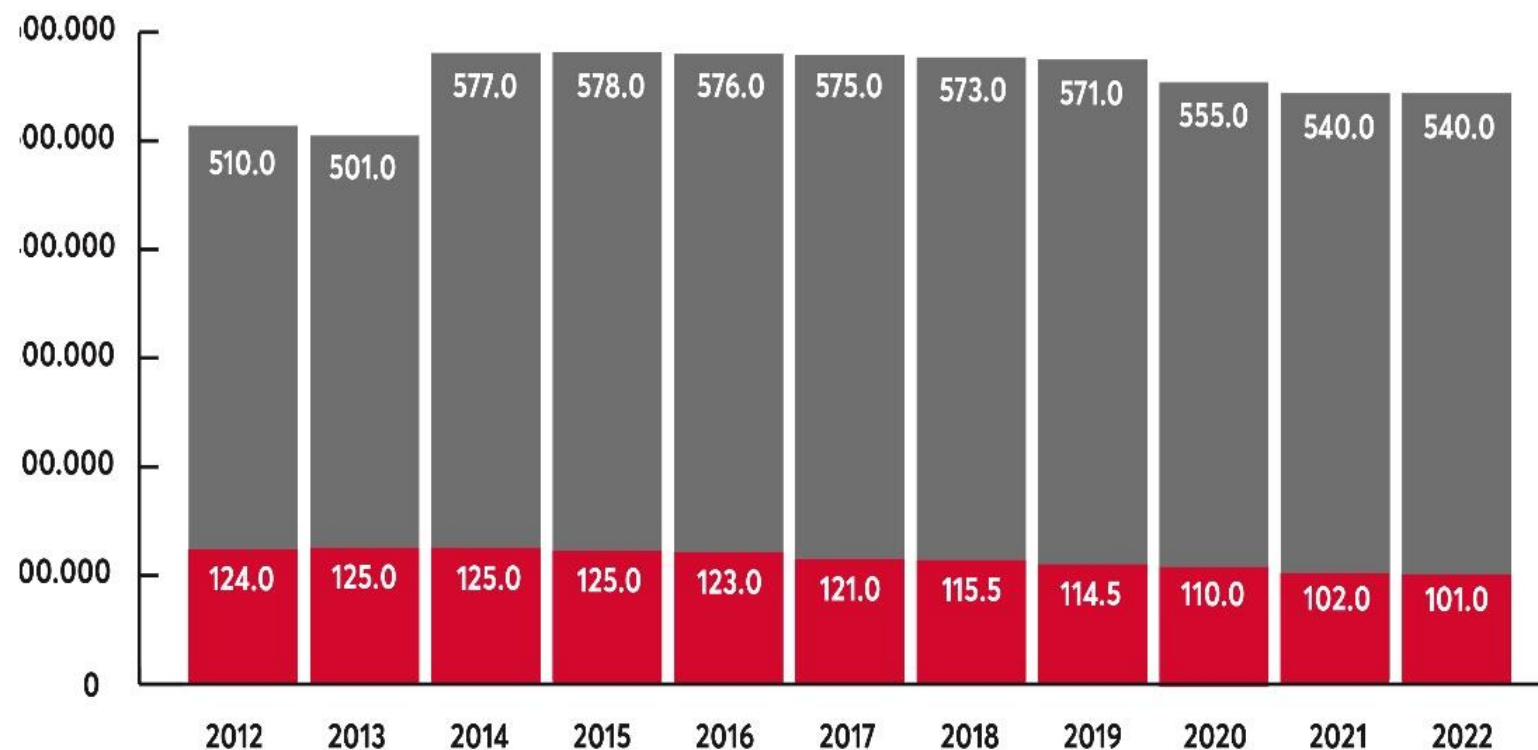
	2021	2022	Veränderung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	7.981	7.942	- 39
Zentralität	141,9	138	- 3,9
Umsatz Einzelhandel Gesamtstadt (Mio. €)	1485,7	1.550	64,3
Umsatz Einzelhandel Innenstadt (Mio. €)	274,6	295,6	21
EzH-relevante Kaufkraft (Index)	93,7	93,6	- 0,1
EzH-Fläche gesamt	540.114 m ²	540.247	133 m ²
EzH-Fläche Innenstadt	101.771 m ²	100.934	- 837 m ²
Anzahl Ladengeschäfte	1.261	1.248	- 13
Anzahl Ladengeschäfte Innenstadt	524	512	- 12
Leerstandsfläche HL	16.984 m ²	19.120 m ²	2.136 m ²
Quote in %	3,14 %	3,53 %	+ 0,39 %
Leerstandsfläche Innenstadt	8.660 m ²	7896 m ²	- 764m ²
Leerstand Ladengeschäfte Gesamtstadt	83	77	- 6
Leere Ladengeschäfte Innenstadt	51	47	- 4

Blick in die Stadteile

- CITTI-Park/REWE: 145 Geschäfte mit 120.000 m² Verkaufsfläche, Umsatz 316 Mio. € (= 20 % d. Gesamtstadt)
- Dänischburg/LUV: 75 Geschäfte mit 87.000 m² VKF, Umsatz 212 Mio. € (14 %)
- Travemünde: 124 Geschäfte mit 20.000 m² VKF, Umsatz 84 Mio. €
- Strecknitz/Campus: 77 Geschäfte mit 40.000 m² VKF, Umsatz 115 Mio. € (7,4 %)
- Innenstadt: 512 Geschäfte (41 %) mit 101.000 m² VKF (19 %), Umsatz 296 Mio. € (19 %)

Flächenentwicklung

■ Zeitreihe Einzelhandelsflächen Gesamtstadt und Innenstadt (m²)



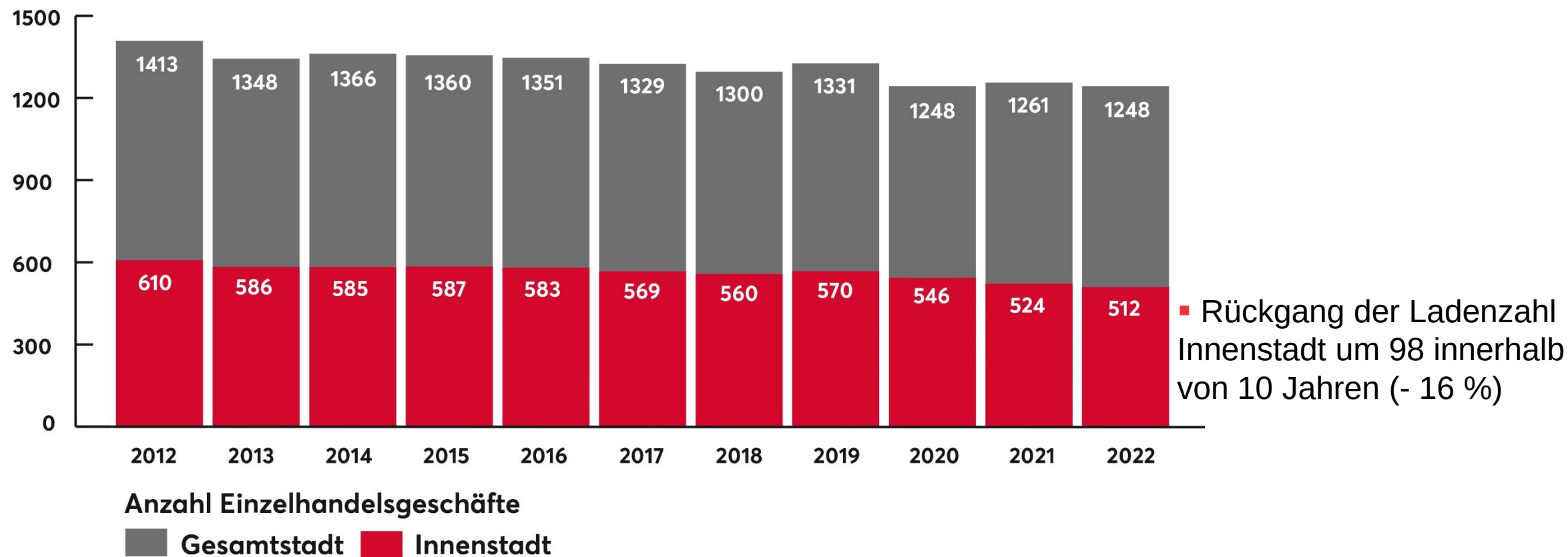
■ Rückgang der Verkaufsflächen
 Innenstadt um 23.000 m² innerhalb
 von 10 Jahren (- 18 %)

Quadratmeter Einzelhandelsflächen

■ Gesamtstadt ■ Innenstadt

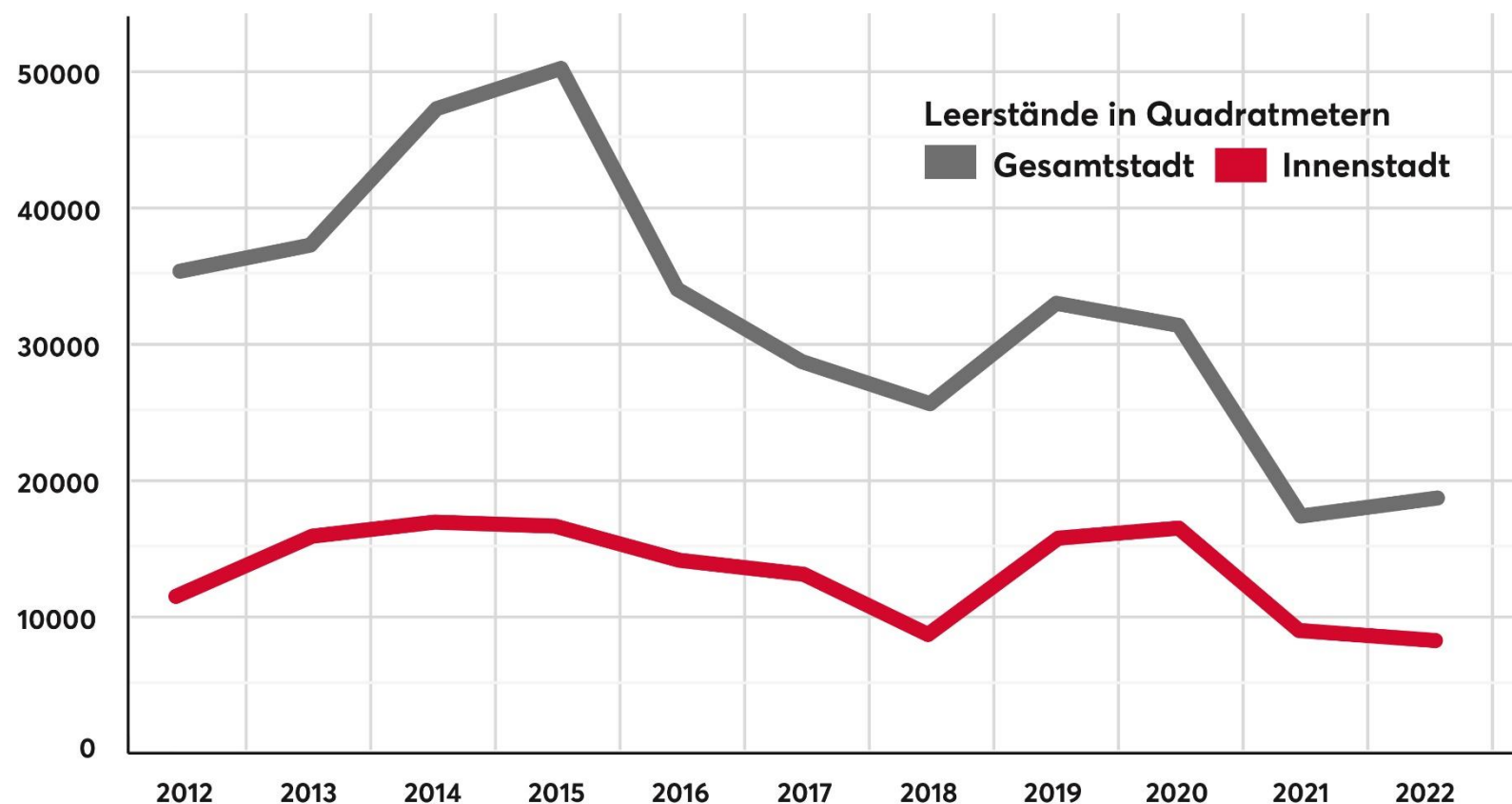
Anzahl der Ladengeschäfte

■ Zeitreihe Gesamtstadt - Innenstadt



Leerstandsentwicklung

- Zeitreihe leer stehende Flächen Gesamtstadt – Innenstadt (m²)



Jahr	Gesamt	Innenstadt
2012	35000	11300
2013	37000	15700
2014	47000	17800
2015	50000	16000
2016	34000	14000
2017	29000	13000
2018	25500	9200
2019	33000	15500
2020	26000	16500
2021	17000	9000
2022	19000	8000

Ansiedlungen im Jahr 2023 (Innenstadt)



RITUALS Kosmetik
Breite Straße 47



ÜBERGANGSRAUM
Breite Straße 11



Engbers Herrenmode
Breite Straße 57



Cult Bike Breite Straße 13



Herzenswunsch LICHTHOF



Verlust: Musikhaus Andresen Mühlenstr.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Stefan Krappa
Wirtschaftsförderung Lübeck
Tel.: 0451/70655-362
krappa@luebeck.org www.luebeck.org



EINZELHANDELSMONITOR LÜBECK 2023



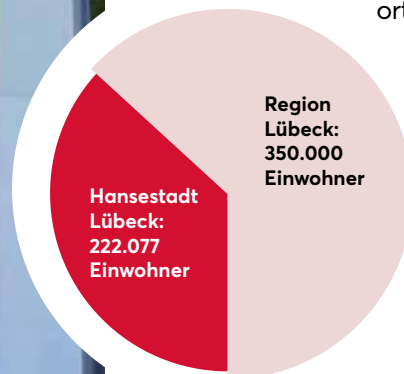
ÜBER DEN MONITOR

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 der eigenen Erhebung durch Informationen externer Dienstleister:innen aus dem Handels- und Immobiliensektor.

DER STANDORT ALS RAHMENBEDINGUNG

Shopping als Erlebnis in historischem Ambiente: Dafür ist die Hansestadt seit jeher bei Einheimischen und Gästen 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 222.000 Einwohner:innen der Hansestadt (Stand 30. Juli 2023) kommen rund 350.000 weitere Menschen aus den umliegenden Landkreisen hinzu, die zum Shoppen nach Lübeck kommen.



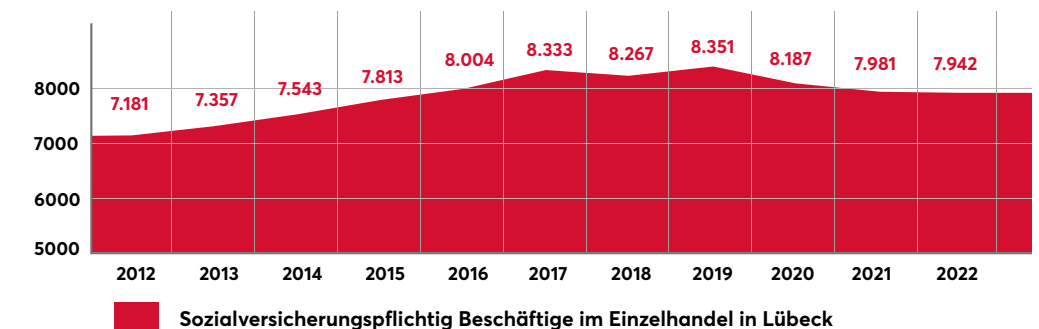
Lübecker Einzugsgebiet:
Gesamt: 571.600 Einwohner

Der Tourismus trägt nach wie vor einen wichtigen Teil zur Umsatzentwicklung im Einzelhandel bei. Das belegen die Untersuchungen im Rahmen der touristischen Entwicklungskonzepte der vergangenen Jahre. Das UNESCO-Weltkulturerbe Lübeck und der Strand von Travemünde locken jährlich zahlreiche Tourist:innen aus Deutschland, den Nachbarländern und insbesondere Skandinavien in die Stadt. Mittlerweile wurden die Einschnitte durch die Corona-Pandemie mehr als ausgeglichen.

Nach Angaben der Lübeck Travemünde Marketing GmbH (LTM) gab es in der Hansestadt Lübeck, kumuliert von Januar bis Juni 2023, 353.345 Ankünfte (im Vergleich zu 2022 + 5,1%) mit 946.872 Übernachtungen (im Vergleich zu 2022 + 0,1%). Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2019 (vor Corona) erzielte die HL gesamt + 0,7% bei den Ankünften und + 12,9% bei den Übernachtungen (Quelle: Statistik Nord).

Die Beschäftigtenzahlen im Einzelhandel lagen 2022 bei 7.942 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und blieben damit nahezu konstant gegenüber dem Vorjahr (7.981, ein Rückgang von 39, entsprechend 0,5 %). Dem steht ein Zuwachs der Beschäftigtenzahlen branchenübergreifend gegenüber: Hatten 2021 insgesamt 102.177 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ihren Arbeitsplatz in Lübeck, stieg die Zahl im Jahr 2022 auf 104.057, ein Plus von 1.880 Personen (+1,8 %).

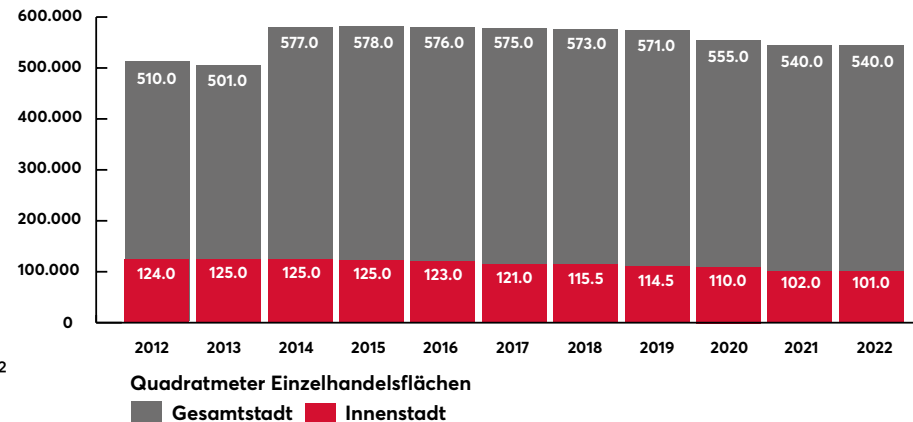
Die Einzelhandelszentralität beträgt aktuell 138 Punkte. Diese Kennziffer zeigt an, wie stark der Umsatz einer Stadt von Konsument:innen aus dem Umland geprägt ist und markiert die Anziehungskraft des Einzelhandelsstandorts wie Lübeck im Vergleich zu anderen Standorten. Ein Wert von über 100 zeigt an, dass die Kaufkraftzuflüsse die Abflüsse übersteigen. Trotz einem Rückgang zum Vorjahr um 3,9 Punkte ist Lübecks Zentralitätswert nach wie vor stark (siehe auch Peergroup-Stadtvergleich S. 13). Dieser Wert spiegelt sich auch im Umsatz wider: Während die für den Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraft der Lübecker Bevölkerung bei 1,35 Mrd. € liegt, werden tatsächlich etwa 1,5 Mrd. € im Lübecker Einzelhandel umgesetzt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt bei 93,6. 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, aus dem die Einkäufe im Einzelhandel getätigt werden. Die allgemeine Kaufkraft der Lübecker Bevölkerung liegt im Jahr 2023 bei rund 5,1 Mrd. €, dies entspricht einem Plus von 300 Mio. € gegenüber dem Vorjahr.



DER EINZELHANDEL IN LÜBECK

Im Jahr 2022 blieb die Einzelhandelsfläche im Stadtgebiet konstant. Sie betrug inklusive der Leerstände von Handelsflächen insgesamt rund 540.000 m² mit 1.248 Ladengeschäften. Die Ladenanzahl reduzierte sich trotz gleicher Gesamtgröße um 13 Läden.

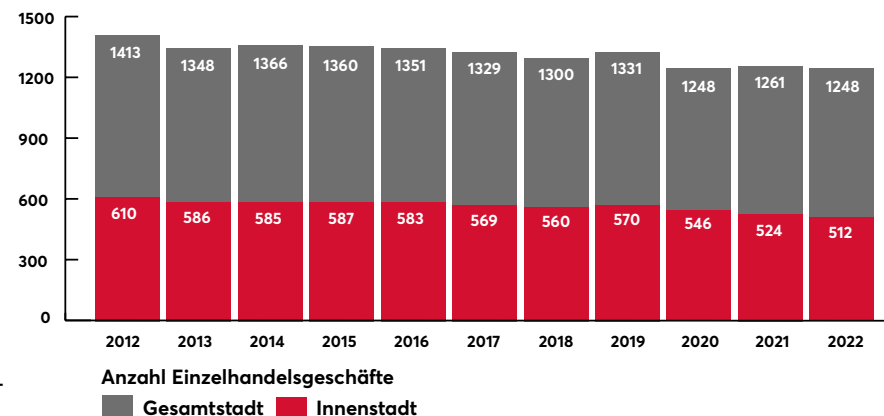
Bezogen auf die Innenstadt sank die nutzbare Einzelhandelsfläche in 2022 (inkl. Leerstand) auf ca. 101.000 m² mit 512 Ladengeschäften. Dieser Wert entspricht weiterhin gut 19 Prozent aller Einzelhandelsflächen der Hansestadt. Im Vorjahresvergleich drückt dies einen Rückgang von gut 1.000 m²



und 12 Ladengeschäften aus. Diese Entwicklung lässt sich in Zeitreihen beschreiben:

Die Zeitreihe verdeutlicht, dass die Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte im Lübecker Stadtgebiet innerhalb von zehn Jahren um 11,7 % abgesunken ist. In der Altstadt setzte sich der Strukturwandel noch deutlicher durch, die Zahl der Läden sank von 2012 bis 2022 um 16 %.

Parks ebenso wider wie die Aufgabe von zwei großen Karstadt-Warenhäusern (Sport Karstadt Holstenstraße und Karstadt Haus B am Schrang) sowie dem C & A-Kaufhaus in der Mühlenstraße.

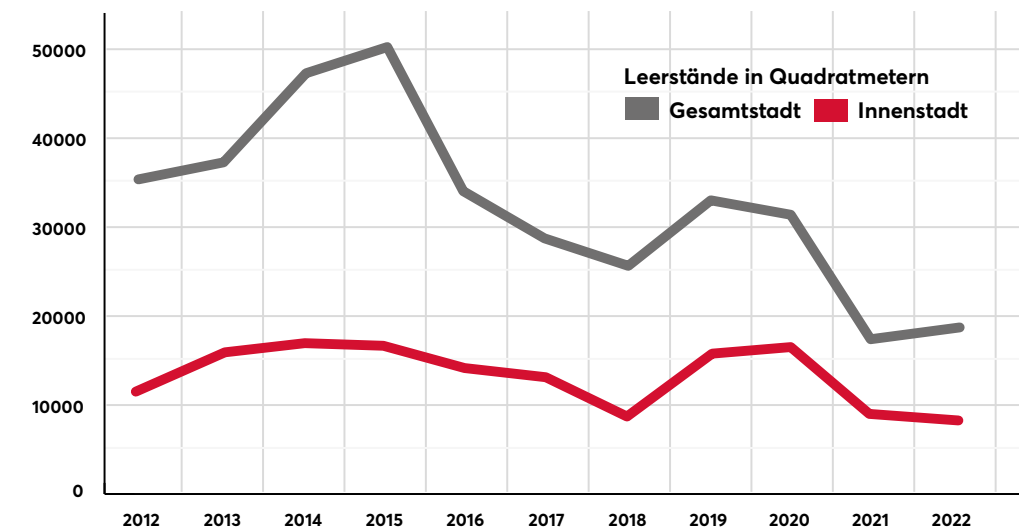


Bezogen auf die Verkaufsfläche stellt sich die Entwicklung im 10-Jahres-Zeitraum folgendermaßen dar: Im gesamten Lübecker Stadtgebiet stieg die Flächensumme um 30.000 m² (+ 5,5 %), während sie in der Altstadt um 23.000 m² (- 18,5 %) abnahm. In dieser Bilanz spiegeln sich Inbetriebnahme des LUV-Centers und die Erweiterung des CITTI-

Bei den erfassten Leerstandsflächen stellt sich das Bild folgendermaßen dar: Im Stadtgebiet insgesamt betrug die Leerstandsfläche ca. 19.000 m², verteilt auf 77 Ladengeschäfte. Die Leerstandsquote betrug in 2022 3,5 % und erhöhte sich damit leicht (+ 0,4 %). Insgesamt kamen 18 neue Leerstände im Stadtgebiet hinzu (Gesamtsumme 4.200 m²), wobei die zahlenmäßig größten Ladenschließungen außerhalb der Innenstadt erfolgten. Insolvenzen bei Staples Büroartikel und RENO Schuhe sowie bei Goertz Schuhen mit der Schließung der Filiale in der Breiten Straße, machten alleine 3.300 m² (= 79 %) aus. In der Innenstadt waren überwiegend kleine Flächen betroffen in einer Größenordnung von 20-150 m².

In der Innenstadt gab es 2022 insgesamt 47 leerstehende Läden mit einer Summe von knapp 8.000 m². Bezogen auf das Vorjahr sind das 760 m², bzw. 4 Ladenflächen weniger Leerstand. Die Einzelhandels-Leerstandsquote betrug 7,8 % der Gesamtfläche der Innenstadt. Dieser Rückgang um 0,7 % gegenüber 2021 ist hauptsächlich bedingt durch Neubelegung von bis dahin leeren Einzelhandelsflächen (Beispiele: Corona-Impfzentrum im Harter Center, BOLIA Möbel Breite Straße 29 sowie das Kaffeewerk Rösterei und Café in der Königstraße 58).

In einer Zeitreihe 2012-2022 stellt sich die Leerstandsentwicklung bei Einzelhandelsflächen in Lübeck und in der Innenstadt wie folgt dar:





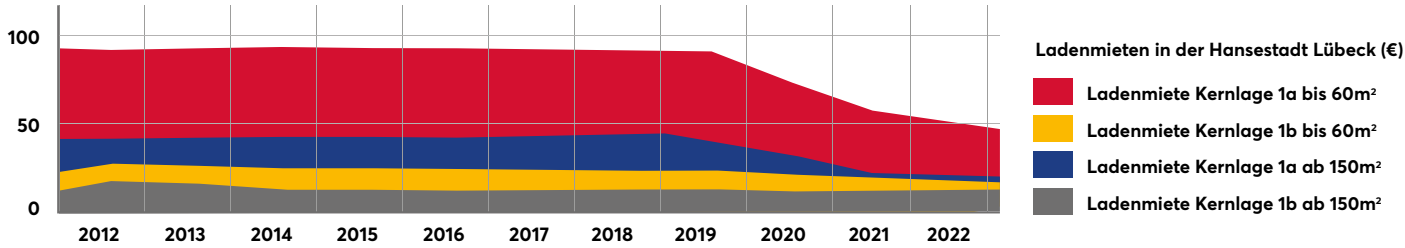
In jedem Monitor werden zudem die Ladenwechsel mit einer Neueröffnung durch neue Betreiber:innen betrachtet. Im gesamten Stadtgebiet gab es 40 Händler:innenwechsel in der Größenordnung von 6.000 m², im Vorjahr 2021 waren dies rund 17.750 m² und 58 Einzelhändler:innen. Der Einzelhandelswechsel in der Innenstadt umfasste 3.600 m² auf 27 Flächen. Im Jahr 2021 waren dies mit ebenfalls 27 Flächen fast 1.000 m² weniger.

Bei der Betrachtung der Verteilung der Einzelhandelsflächen in Lübeck fällt auf, dass die großflächigen Handelsstandorte überwiegend außerhalb der Innenstadt liegen. Diese Handelsstandorte sind überwiegend auf den täglichen Bedarf ausgerichtet. Dazu zählen in erster Linie die Flächen von CITTl, Rewe, Famila, Edeka, Aldi, Lidl, Netto, Penny. Bezogen auf die Gesamtstadt gab es 92 Geschäfte mit Verkaufsflächen von 1.200 m² und größer, mit insgesamt 340.000 m² Verkaufsfläche, was einem Anteil von 63 % - bezogen auf die Summe aller Flächen in Lübeck - ausmacht.

2022 existierten im Stadtgebiet 32 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von jeweils mehr als 3.000 m². Sie erreichten mit insgesamt 240.000 m² einen Anteil von 44,5 % aller Flächen. Auffällig ist der Umfang von Verkaufsflächen der Baumärkte mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m² und mehr. So erreichten die 12 Anbieter gut 85.000 m². Ihr Anteil – bezogen auf das Stadtgebiet – beträgt 15,7 % der verfügbaren Flächen.

Zum Vergleich: 174 Bekleidungsgeschäfte bewirtschaften eine Verkaufsfläche von 69.000 m². Bedeutend ist nach wie vor die Möbelbranche: 57 Ladengeschäfte bieten auf insgesamt gut 89.000 m² Einkaufsmöglichkeiten, was einen Anteil von 16,4 % ausmacht.

Der Mietpreisspiegel des Immobilienverbands Deutschland (IVD) für das Jahr 2023 lag bis zur Fertigstellung dieses Monitors noch nicht vor. Die Lübecker Mietpreissituation zeigte im Jahr 2022 ein heterogenes Bild. Die Spitzenmieten in Top-Lagen erreichten 60 € pro m² und sind gegenüber dem Vorjahr 2021 um 15 € pro m² gesunken. Laut IVD reduzierte sich der durchschnittliche Mietpreis für Geschäfte mit 60 m² in 1a-Lage um 20 € pro m² auf nunmehr 55 €. Bei der 1a-Kernlage mit 150 m² sank der Preis auf 24 € pro m², dies entspricht einem Rückgang um 5 € gegenüber dem Jahr 2021. Bei den 1b-Lagen ist in der Größenklasse 60 m² blieb der Preis gegenüber 2021 mit 23 € gleich, ebenso in der Größenklasse 150 m² 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 CITTİ-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 1.248 Lübecker Ladengeschäften mit ihren gut 540.000 m² befanden sich 2022 auf der Altstadtinsel 512 Geschäfte mit rund 101.000 m². Flächenbezogen sind das wie im Vorjahr rund 19 Prozent. Der Anteil an der Anzahl an Ladengeschäften ist mit 41 Prozent nahezu gleichgeblieben.

In der Innenstadt wurden insgesamt 295,6 Mio. € Umsatz im Einzelhandel erzielt (Vorjahr 274,6 Mio. €, d.h. ein Plus von 21 Mio. €). Der Umsatzerlös entspricht rund 19 % des Gesamtumsatzes am Standort. Die Flächenproduktivität in der Innenstadt ist gestiegen und betrug im Betrachtungszeitraum 3.176 € pro m² (+227 € pro m²).

Die Anzahl leerstehender Einzelhandelsläden und deren Gesamtfläche hat sich gegenüber dem Vorjahr weiter verringert. Zum Erhebungszeitpunkt standen gut 8.000 m², verteilt auf 47 (- 4) Ladengeschäfte, leer. Das entspricht einer Quote von 7,8 % der innerstädtischen Einzelhandelsfläche. Gegenüber dem Vorjahr (2021: 8,5 %) bedeutet dies einen weiteren Rückgang von 0,7 %.

Insgesamt 27 Ladenflächen wurden 2022 neu belegt mit einer Gesamtfläche von 3.650 m². Darunter sind Neuansiedlungen in nennenswerter Größe in der Breite Straße wie Thalia Buchhandlung, Sostrene Grene Accessoires, Bolia Möbel sowie in der Königstraße Trekking Outdoor Ole, die zusammen einen Anteil von 1.650 m² ausmachen. Teilweise wurden durch diese Neuansiedlungen auch langjährige Leerstände beseitigt. Aber auch Verlagerungen wie WICKY in der Breite Straße 79 in das ehemalige Pressezentrum trugen zur Neubelebung ehemaliger Ladenleerstände bei.

Der Strukturwandel setzte sich auch 2022 weiter fort. Insgesamt 15 ehemalige Einzelhandelsflächen mit einer Gesamtgröße von gut 1.200 m² wurden mit neuen Nutzungen belegt. Darunter sind Gastronomiegeschäfte, ein Parteibüro, ein städtisches Impfzentrum bis hin zu Ateliers und Handwerk. Umgekehrt sind drei Einzelhandelsgeschäfte in bis dahin anders genutzte Flächen gezogen, dies allerdings nur in einer Größenordnung von 230 m² (Africa Concept Store, Kinderschuhe, Kaffeebohnenverkauf).

2. Großsteinrade / Buntekuh: Fachmärkte, CITTİ-Park und Rewe Center (PLZ 23556)

Im Postleitzahlengebiet 23556 befinden sich 145 Geschäfte. Herausragend als Agglomeration sind weiterhin der CITTİ-Park und das REWE-Center. Außerdem prägen weitere großflächige Handelsstandorte wie CB



Mode, Decathlon, Möbelfachgeschäfte und Baumärkte die Landschaft.

Gegenüber dem Jahr 2021 blieb die Verkaufsfläche 2022 mit 120.500 m² annähernd gleich, während die Zahl der Läden leicht um ein Geschäft anstieg. Die Einzelhandelsfläche macht - gemessen an der Gesamtfläche der Stadt - 22,3 % aus. Mit 1.750 m² ist der Leerstand gegenüber dem Vorjahr zwar um 760 m² angestiegen, die Leerstandsquote beträgt - stadtteilbezogen - aber nur gut 1,5 %. Die größte Veränderung betrug mit 1.000 m² die Aufgabe des GÖRTZ Outlet, allerdings wurde die Fläche bereits 2023 wieder durch einen Outletmarkt von Schuh BODE belegt. Der Einzelhandelsumsatz betrug in diesem PLZ-Gebiet 316,2 Mio. € (+ 5,1 Mio. € gegenüber Vorjahr). Dieser Wert entspricht gut 20 % des gesamtstädtischen Umsatzes. Die Flächenproduktivität betrug 2.659 € pro m², was einem Plus von 55 € pro m² entspricht.

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

Das Gebiet umfasst die Stadtteile Kücknitz und Dänischburg. Hier befinden sich nach wie vor 75 Geschäfte mit insgesamt gut 87.000 m² Ladenfläche, die damit einen gesamtstädtischen Anteil von 16 % entspricht. Die Leerstandsquote ist mit nach wie vor 30 m² kaum messbar. Der Umsatz in diesem Gebiet lag bei 211,6 Mio. €, was rund 14 % des Einzelhandels-Gesamtumsatzes in der Stadt entspricht. Die Flächenproduktivität betrug 2.429 € pro m², dies sind 38 € mehr als im Vorjahr.

4. Travemünde (PLZ 23570)

Viele Bauprojekte, sei es das schon abgeschlossene und sehr erfolgreiche „Waterfront“-Projekt auf dem Priwall, der Hotelneubau am Leuchtenfeld (AROSA) oder die noch laufende Bebauung des ehemaligen Fischereihafen-Areals mit 254 Mietwohnungen auf 20.000 m² (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 ungebrochene Attraktivität des Seebads Travemünde. Die große Zahl an Gästen: innen und Bewohner: innen bedeutet auch Nachfrage nach Einzelhandels- und Gastronomieangeboten, aber auch nach Bau-, Handwerks- und Dienstleistungen. Die Einzelhandels-Gesamtfläche stagnierte mit insgesamt gut 20.000 m², die Zahl der Läden betrug weiterhin 124. Die EzH-Leerstände blieben mit 500 m² niedrig, was einer Quote - bezogen auf den Stadtteil - von gut 2,4 % entspricht. Die im Stadtgebiet höchste Flächenproduktivität von 4.236 € pro m² weist Travemünde weiterhin als attraktiven Handelsstandort aus. Die Umsätze stiegen um 9,5 Mio. € auf 84 Mio. €.

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

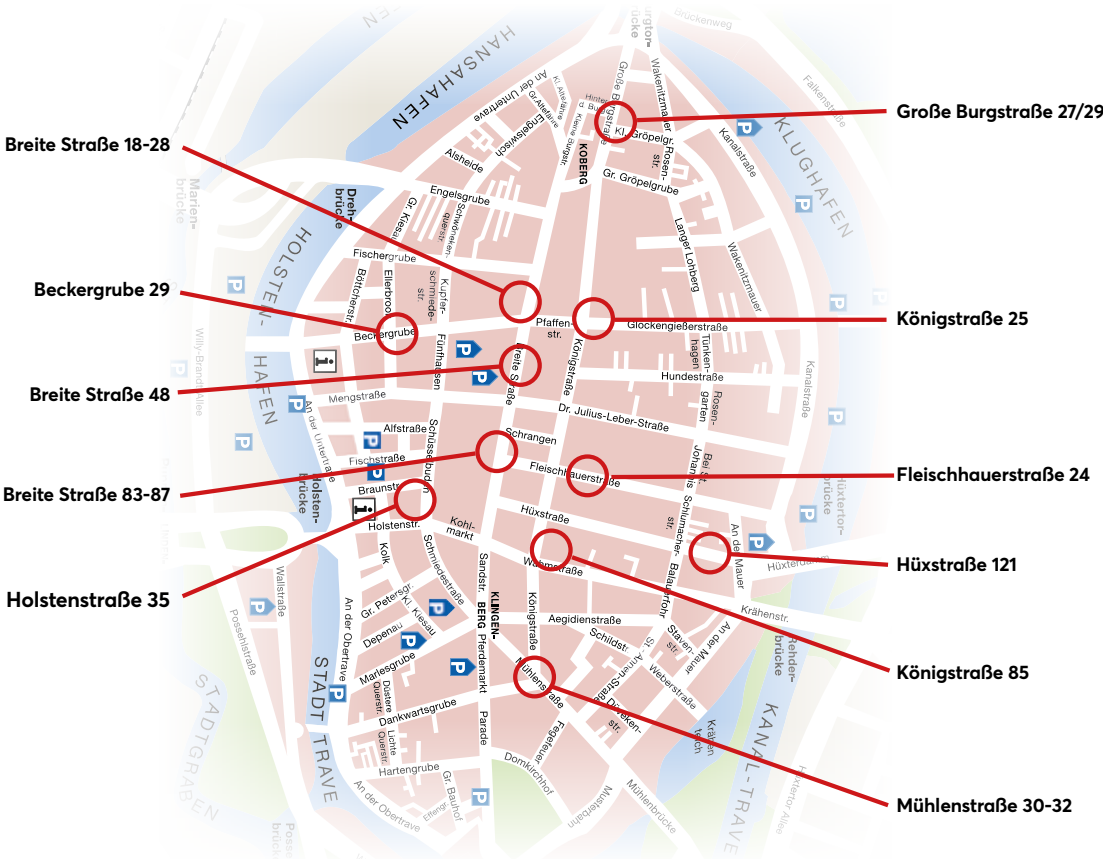
Im Postleitzahlgebiet standen 2022 auch weiterhin gut 40.000 m² an Einzelhandelsflächen zur Verfügung. Die Ladenzahl bleibt mit 77 fast konstant (-1). Die Leerstände blieben mit 2.200 m² fast unverändert, was einer Leerstandsquote von 5,6 % entspricht. Hierfür maßgeblich ist der fortdauernde Leerstand der Fachmarktfläche von „Staples“ im „Wirth Center“ mit alleine 1.600 m². Nach wie vor ist das Bild von großflächigem Einzelhandel geprägt. Neun Betriebe mit jeweils 1.200 m² und mehr vereinen gut 25.000 m² Verkaufsfläche auf sich. Dazu gehören die großen Vollsortimenter, Fach- und Verbrauchermärkte wie Bauhaus, Tedox, Staples, Knutzen und Edeka.

Die rund 23.600 Bewohner: innen des Stadtteils besaßen im Berichtszeitraum eine Gesamtkaufkraft von gut 630 Mio. € und liegen damit volumenmäßig nach wie vor deutlich an der Spitze der 13 Postleitzahlbezirke in Lübeck. Die Einzelhandelsumsätze lagen bei 115,3 Mio. €, ein Plus von 7,1 Mio. €. Die Flächenproduktivität stieg auf 3.060 € pro m², ein Plus von 188 € pro m². Der Anteil am städtischen Einzelhandelsumsatz lag bei 7,4 %.

MESSUNG DER PASSANT:INNENFREQUENZEN

An insgesamt zehn Standorten in der Lübecker Innenstadt hat die Wirtschaftsförderung Lübeck Lasergeräte zur Messung der Besucher:innenströme installiert. Die Geräte messen seit Juni 2021 die Passant:innenfrequenz an zentralen Orten der Altstadt. Ein weiteres 11. Gerät wird von HyStreet betrieben und liefert ebenfalls die Daten an die Wirtschaftsförderung. Mit den anonym erhobenen Zahlen werden verlässliche, wichtige

Daten über das Besucherverhalten in der Stadt gesammelt. Interessierte können tagesaktuell die Zahlen in der Innenstadt kostenlos auf der Homepage der Wirtschaftsförderung abrufen. Auf Nachfrage erstellt die Wirtschaftsförderung detailliertere Analysen unter Einbeziehung der Laufrichtung, der Gehwegseiten sowie eine Unterscheidung nach Kindern und Erwachsenen. Info: www.luebeck.org/Passantenfrequenz



ÜBERGANGSWEISE: STÄRKUNG DER INNENSTADT DURCH FÖRDERMITTEL

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“ sowie das Tourismusentwicklungskonzept „TEK 2030“ bilden dabei eine einheitliche Handlungsgrundlage. Der Rahmenplan wurde zwar vor Ausbruch der Corona-Pandemie erstellt und verabschiedet, ist aber nach wie sehr aktuell und relevante Grundlage für städtische Planungen und Maßnahmen. Denn die Innenstadt wird nach wie vor als Funktionseinheit mit einem Mix aus Wohnen, Arbeiten, Shopping, Kultur und attraktiven öffentlichen Räumen gesehen. Gleichwohl sind auch in Lübeck – wie in vielen deutschen Städten – verschiedene Einflussfaktoren auf die Innenstadt als Wirtschaftsraum im Jahr 2022 weiter wirksam gewesen. Dazu gehören die Auswirkungen des Online-Handels, der Strukturwandel in den Innenstädten generell und auch insbesondere auch beim stationären Einzelhandel. Großflächige Warenhäuser verlieren zunehmend an Bedeutung, was in Lübeck auch durch die für Januar 2024 geplante Schließung des dritten – und letzten – Karstadt-Warenhauses ablesbar ist. Um den Strukturwandel aktiv zu steuern und die Innenstadt eine nachhaltige und zukunftsfähige Ausrichtung zu geben, hat die Hansestadt Lübeck erfolgreich verschiedene Anträge auf Fördermittel für verschiedene Projekte gestellt. Das zentrale Vorhaben mit einem Gesamtvolumen von 5 Mio. Euro Bundesfördermitteln unter dem Titel „ÜBERGANGSWEISE“ wird bis Sommer 2025 dazu eingesetzt, 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 Be- spielung des öffentlichen Raumes, um den Wandel er-

lebbar zu machen bis hin zur Ertüchtigung des ehemaligen Karstadt-Hauses B am Schrang. Als vierte Säule wird eine Innovationsstrategie erarbeitet, damit die einzelnen Teilprojekte ein sinnvolles Ganzes ergeben und die notwendigen Anpassungsschritte miteinander verzahnt sind. Das Gesamtziel ist, den Innenstadtbefuch für unterschiedliche Zielgruppen dauerhaft lohnend zu machen und die Innenstadt auch in den kommenden Jahren zu einem sozialen Interaktionsraum zu machen, der verschiedenste Bedürfnisse befriedigt.

Weitere Informationen: <https://luebeck.de/de/stadt-entwicklung/uebermorgen/uebergangsweise/>



ENTWICKLUNGEN IM KALENDERJAHR 2023

Im laufenden Jahr sind eine Reihe von Veränderungen zu verzeichnen, die sich allerdings noch nicht im Monitor widerspiegeln. Diese werden bei der nächsten Begehung Anfang 2024 detailliert erfasst und in das Zahlenwerk eingepflegt.

Eine ganze Reihe von Ansiedlungen konnten vor allem in der Innenstadt dazu beitragen, teilweise langjährige Leerstände zu beseitigen. Positiv zu vermelden ist hier der niederländische Kosmetikanbieter RITUALS, der die angekündigte Schließung der Karstadt-Filiale zum Ende Janur 2024 als Anlass nahm, sich in der Breite Straße 53 stationär neu aufzustellen mit einem eigenen Store. Aus dem selben Anlass entschied sich das Uhren- und Schmuckgeschäft REWA, in der Breite Straße 66 ein eigenständiges Ladengeschäft anstelle von Shop-in-Shop bei Karstadt zu eröffnen. Auch hier wird ein langjähriger Ladenleerstand beseitigt. Im Oktober eröffnete ENGBERS Herrenmode in der Breite Straße 75 ein Herrenmode-Geschäft und beseitigte auch einen mehrjährigen Leerstand. RITUALS und ENGBERS sind bereits im CITTI Park stationär vertreten gewesen und haben sich zusätzlich gezielt attraktive Ladenflächen in der Breite Straße gesucht – die einzige A-Lage in der Innenstadt mit dazu noch höchster Passant:innenfrequenz. Neu eröffnete auch der textile Concept Store „Herzenswunsch“ im Lichthof. Im Bereich Fahrradhandel sind mehrere Neuansiedlungen zu verzeichnen gewesen, angefangen von CUBE in der Schwartauer Allee über CULT.BIKE in der Breite Straße 13 bis hin zum i:SY Premium Store in der Mühlenstraße 56.

Beim Karstadt Haus A am Schragen ist für das Jahr 2024, d.h. nach der angekündigten Schließung des Warenhauses im Januar 2024, kein längerer Leerstand zu

erwarten. Ein Mietvertrag wird zwischen Eigentümerin und Mietinteressent verhandelt, eine Unterschrift ist noch in diesem Jahr geplant. Nach aktueller Kenntnis ist damit von zeitnaher Anschlussvermietung auszugehen.

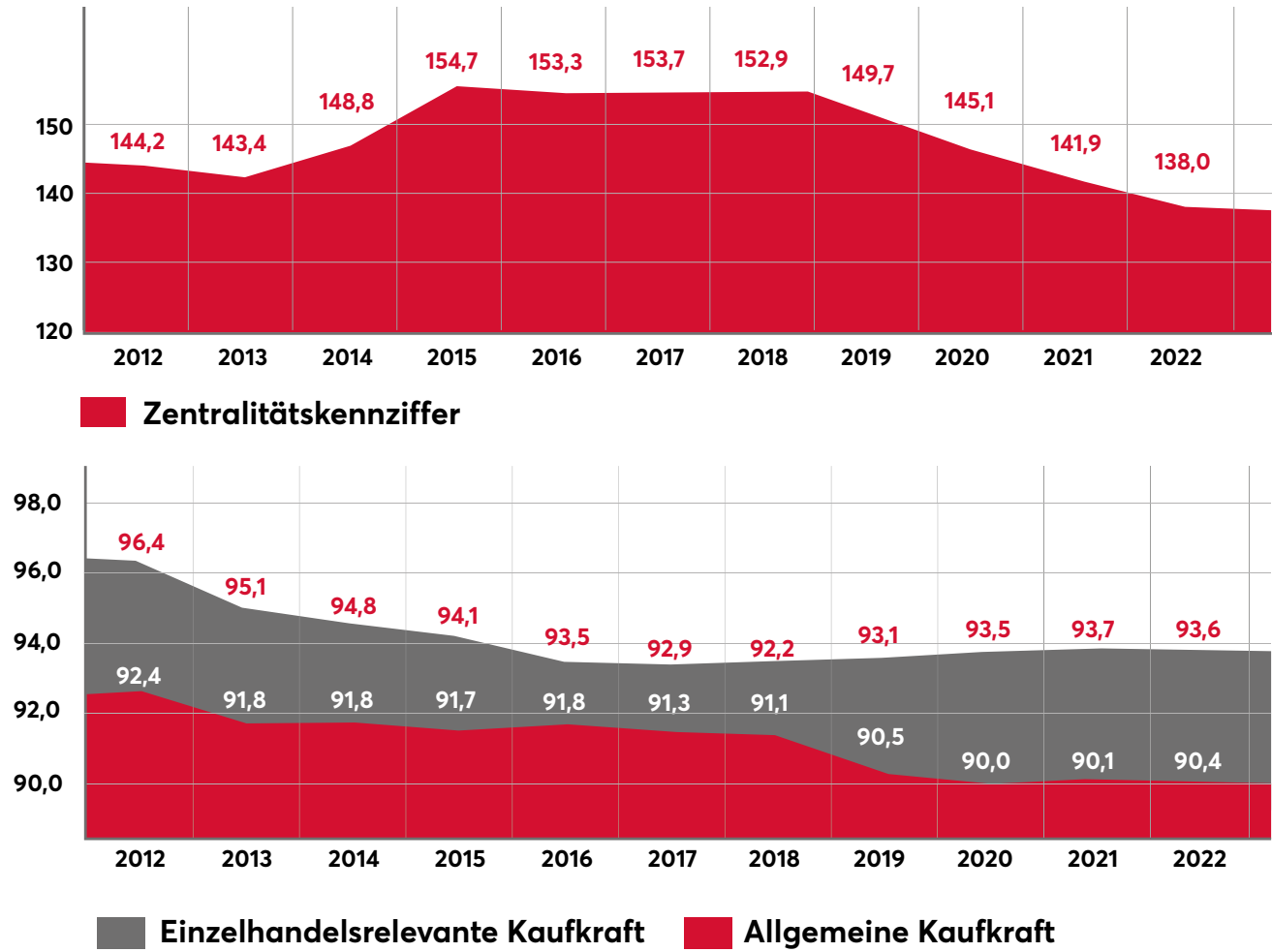
Auf der Gegenseite waren Geschäftsaufgaben zu verzeichnen, die das Angebot von Warensortimenten verändert haben. Zu nennen ist hier der etappenweise Rückzug vom Musikhaus Andresen, zunächst im LUV Shopping Anfang Januar und schließlich das Haupthaus in der Mühlenbrücke im Mai 2023. Der Computerspiele-Anbieter Gamestop schloss die Filialen im Haerder Center und im Campus. Das Bekleidungsgeschäft Matzen in der Vorderrreihe (Travemünde) gab einen Teil seiner Verkaufsflächen auf, im Erdgeschoss zog eine Filiale des Systemgastronomen Peter Pane ein.



BLICK AUF DIE PEERGROUP

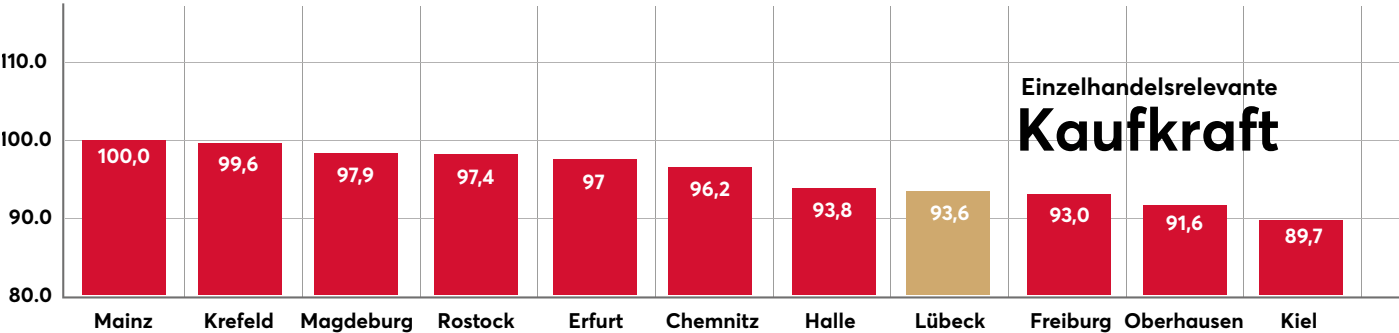
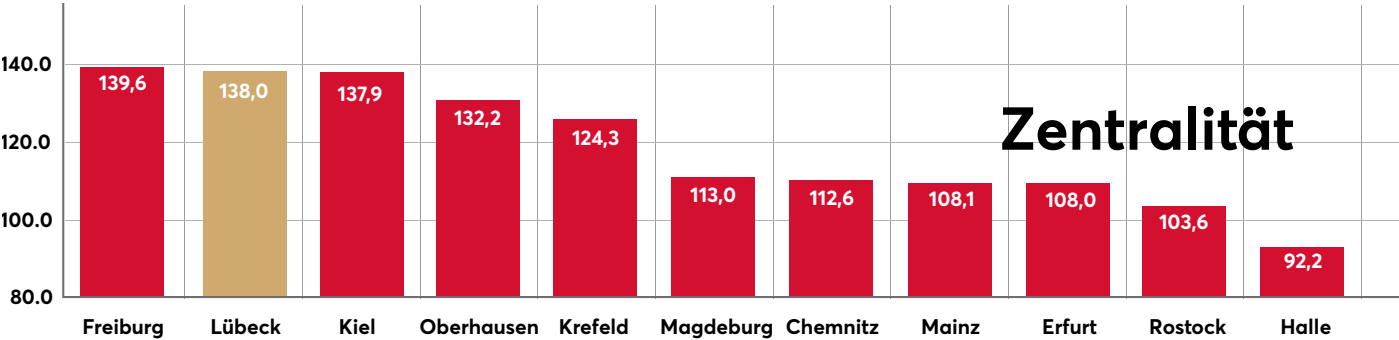
Die überregionale Einordnung der Hansestadt Lübeck als Einzelhandelsstandort wird erst richtig vollständig, wenn die wesentlichen Kennzahlen im Vergleich zu anderen Standorten betrachtet werden. Für Lübeck wurde dazu eine Peergroup aus zehn deutschen Städ-

ten 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 behauptet Lübeck mit einem Wert von 138 weiterhin den zweiten Platz, wie in den Vorjahren hinter der erstplatzierten Stadt Freiburg i.Br. (139,6). Dieser Indexwert 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 (92,2), Rostock (103,6) und Erfurt (108).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, ebenfalls ein Indexwert, gibt an, wieviel Geld den Einwohner:innen für den Einzelhandelskonsum zur Verfügung steht. In Lübeck blieb der Wert mit 93,6 gegenüber dem Vorjahr fast gleich, die Stadt belegt weiterhin Platz 8 im Peergroup-Vergleich und liegt vor Freiburg, Oberhausen und dem Schlusslicht Kiel. Insgesamt zeigt sich, dass es bei den Städten in den neuen Bundesländern Zuwächse zwischen 2,2 Zählern (Halle), 1,9 (Erfurt), 1,9 (Magdeburg) und 1,4 (Rostock) gab, während die Städte in den alten Bundesländern allesamt leicht geringere Werte hatten: Kiel (-0,5), Mainz (-0,6) und Lübeck (-0,1).



Ihre Ansprechpartnerin am Standort

Als Wirtschaftsförderung Lübeck verstehen wir uns als serviceorientierte Dienstleister:innen 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 Akteur: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	90,4	Leerstand	19.000 m²
Einzelhandelsrel. Kaufkraftkennziffer	93,6	- davon Altstadt	8.000 m²
Zentralität	138,0	Flächenproduktivität*	2.973 €/m²
Einzelhandelsumsatz	1,55 Mrd. €	- in der Altstadt	3.176 €/m²
- davon Altstadt	295,6 Mio. €	Einzelhandelsgeschäftsräume	1.248
Einzelhandelsfläche	540.000 m²	- davon Altstadt	512
- davon Altstadt	101.000 m²	Monatsmiete 1A Kernlage	24-55 €/m²

* 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: Stefan Krappa, Antje Rautenberg, Dario Arndt
Fotografie: Antje Rautenberg, Stefan Krappa

MI FORIS PAX