



# STUDIE BELEGT: ATTRAKTIVITÄT DER LÜBECKER INNENS

Veröffentlicht am 13.03.2023 um 10:00 Uhr

**Die Lübecker Innenstadt besteht nicht nur aus Karstadt, aber es ist ein Einkaufsmagnet und nicht nur durch seine Lage ein großer Teil des Innenstadtherzens. Die Herausforderungen durch erneute Schließungsabsicht (zum 31. Januar 2024) von Karstadt will Lübeck weiterhin angehen und Chancen sowie Potentiale des Strukturwandels nutzen.**

Attraktive Innenstadt mit gutem Freizeit-, Gastronomie- und Shoppingangebot – so lauten einige der zentralen Ergebnisse für Lübeck in der Studie „Vitale Innenstädte 2022“, die das IFH Köln deutschlandweit in 111 Städten durchgeführt hat. Insgesamt fällt das Urteil für Lübeck über die unterschiedlichen Aspekte hinweg – wie auch im Jahr 2020 – gut bis sehr gut aus. So wurde die Gesamtattraktivität der Innenstadt von 68,7 Prozent der Befragten als gut beziehungsweise sehr gut bewertet (20,1 Prozent Note 1 und 48,6 Prozent Note 2).

„Die Studie zeigt, dass die Lübecker Innenstadt trotz Strukturwandel nicht an Attraktivität verloren hat. Wir bedauern sehr, dass Galeria Karstadt Kaufhof dieses Potential und die damit verbundenen Chancen nicht erkannt hat und den Standort Lübeck schließen möchte. Das ist für die Mitarbeitenden abermals ein herber Rückschlag, die sich so engagiert für den Innenstadtstandort eingesetzt haben. Die Hansestadt

Lübeck führt weiterhin mit Galeria Karstadt Kaufhof und dem Immobilieneigentümer RFR Gespräche, wie eine Schließung doch noch verhindert werden kann“, so Bürgermeister Jan Lindenau. „Wir stellen aber auch fest, dass unsere Stadt weniger abhängig vom Großfilialisten geworden ist. Huxstraße und Fleischhauerstraße zeigen schon seit einigen Jahren, welcher Mix eine Straße oder ein Quartier interessant für Besucher:innen macht. Schließungen bieten immer auch neue Möglichkeiten für die Entwicklungen einer Stadt, wie wir als Hansestadt Lübeck mit dem Mixed-Use-Projekt im Karstadt Haus B aktuell belegen. Unsere Aufgabe ist es, sich den Herausforderungen, die Lübecker Innenstadt zu stärken, zu stellen. Mit den im Projekt „Übergangsweise“ gebündelten Maßnahmen haben wir deshalb erste Schritte in die Wege geleitet, um diesen Entwicklungsprozess engmaschig zu begleiten. Die Erkenntnisse der nun vorliegenden Studie verdeutlichen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Das Karstadt-Warenhaus kann Teil dieser positiven Entwicklung sein.“

**Lübeck schneidet im Vergleich deutlich besser ab**

Für Lübeck wurde die Studie nach 2020 von der Wirtschaftsförderung Lübeck bereits zum zweiten Mal beauftragt – über 800



/ Foto: Jörg Schiessler/Stodo.NEWS

Passant:innen wurden im Zeitraum von September bis November an zwei Donnerstagen und Samstagen an fünf verschiedenen Standorten befragt. Zentrales Element der Befragung war die Rolle der Innenstadt in ihrer Funktion und Attraktivität sowie der Besuchsgrund. Befragt wurden Einwohner:innen (66,5 Prozent) sowie Gäste aus dem direkten Lübecker Umland und Tourist:innen, vornehmlich aus Deutschland.

Außer Autofreundlichkeit und Parkmöglichkeiten (Note 3) wurden alle weiteren Aspekte (etwa Kulturangebot, Gastronomieangebot, Fußgängerfreundlichkeit oder Fahrradfreundlichkeit) durchschnittlich mit den Noten 1 und 2 bewertet. Und auch bei der Aufenthaltsqualität wurde das positive Ergebnis aus dem Jahr 2020 bestätigt: 28,2 Prozent vergaben hier die Note 1, 42,4 Prozent die Note 2 (Durchschnittsnote 2,1). Damit liegt Lübeck deutlich vor Städten vergleichbarer Größe. Bewertet wurden hierbei die Aspekte Sicherheit, Sauberkeit, Gebäude, Verweilmöglichkeiten oder Erlebniswert.

Die Bewertung zum Einzelhandelsangebot fällt auch positiv aus - 64 Prozent der Befragten vergaben die Noten 1 und 2 (Durchschnittsnote 2,4). Insgesamt konnte in allen zehn erfragten Sparten eine bessere Durchschnittsnote erzielt werden, als noch im Jahr 2020. Hier zeigt sich mit Blick auf einzelne Sortimente jedoch auch Potenzial. So liegt Lübeck etwa in den Bereichen Sport, Unterhaltungselektronik oder Büro- und Schreibwaren mit den Bewertungen unterhalb des Vergleichsgruppenschnitts.

### **Einkaufsbummel nach wie vor stärkste Motivation**

Haupttreiber für Innenstadtbesuche ist nach wie vor das Thema „Einkaufen/Einkaufsbummel/Shopping“. 70 Prozent der Befragten in Lübeck gaben an, deswegen die Stadt aufzusuchen. Weitere Treiber sind die Themen Gastronomie (59 Prozent) sowie Sightseeing/Verweilen (31 Prozent) und das Freizeit und Kulturangebot (24 Prozent). In all diesen Bereichen liegt Lübeck – in Teilen sogar deutlich – über dem Schnitt des Ortsgruppenvergleichs. Positiv ist auch, dass die Entwicklung der Lübecker Innenstadt in großen Teilen als positiv eingeschätzt wird. So gaben über 28 Prozent der Befragten an, dass sich die Lübecker Innenstadt in den letzten Jahren verbessert hat – knapp 45 Prozent sagen, die Attraktivität sei unverändert hoch. Eine Verschlechterung wird nur von ca. 17 Prozent der Befragten attestiert (ca. 10 Prozent gaben „weiß nicht“ an).

„Die Studie zeigt, dass unsere Innenstadt nach wie vor gern und regelmäßig von Lübecker:innen sowie Gästen besucht wird und von ihrer Beschaffenheit gut für den Strukturwandel aufgestellt ist“, sagt Dario Arndt, Prokurist bei der Wirtschaftsförderung Lübeck. Neben dem guten Einzelhandelsangebot seien es vor allem die überdurchschnittlich positiven Bewertungen der Gesamtattraktivität und Aufenthaltsqualität, die Lübeck eine gute Ausgangsposition für zukünftige Chancen und Herausforderungen einer modernen Innenstadt verschafft. Dem bundesweiten Trend, dass Innenstädte immer häufiger wegen ihres Freizeitangebots und nicht mehr ausschließlich zu Versorgungszwecken besucht werden, könne man in Lübeck hoffnungsvoll begegnen. „Unser Ziel muss es sein, diesen fortschreitenden Wandel aktiv zu begleiten und mit allen Partner:innen am Standort gemeinsam positiv zu gestalten“, sagt Stefan Krappa, Innenstadtmanager bei der Wirtschaftsförderung. Zur Begleitung des wirtschaftlichen Wandels in Lübecks Innenstadt, hat die Wirtschaftsförderung vor vier Jahren den Immobiliengipfel ins Leben gerufen. Dort treffen sich Wirtschaft, Verwaltung und Immobilieneigentümer, um über Lösungen und innovative Ansätze zu diskutieren.

### **Über die Studie**

Wie sieht die Zukunft der deutschen Innenstädte aus und was wünschen sich Innenstadtbesucher von ihren Stadtzentren? Diese Fragen liegen der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte 2022“ zugrunde, die das IFH KÖLN im Herbst 2022 bereits zum fünften Mal durchgeführt hat. In 111 deutschen Städten aller Größen und Regionen wurden zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte zwischen Ende Oktober und November 2022 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 60.000 Interviews zusammengekommen. Ziel der Untersuchung ist es, den Partnern in Handel und Verwaltung dringend benötigte Informationen über die Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucher als Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen liefern zu können. Die Untersuchung liefert sowohl allgemeine Ergebnisse zur Attraktivität von Innenstädten und den Ansprüchen der Innenstadtbesucher an die Stadtzentren der Zukunft als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen deutschen Städten aller Größen und Regionen. Unterstützt wurde die Untersuchung von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Deutsche Städte- und Gemeindebund (DStGB).

## **Projekt Übergangsweise**

Mit dem Prozess ÜBERGANGSWEISE bringt die Hansestadt Lübeck die in dem Rahmenplan Innenstadt und dem Tourismusentwicklungskonzept (TEK 2030) erarbeiteten Maßnahmen in die Umsetzung. Im Mittelpunkt steht ein Strukturwandel, der die Innovationskraft Lübecks stärken und neue Impulse setzen soll. Mut im Tun ist Programm: Für eine zukunftsorientierte, erlebbare Innenstadt für alle Lübeckerinnen und Lübecker sowie für seine Gäste.

Hintergrundinformationen und Aktuelles rund um den Prozess sowie zu den Teilprojekten können auf der Website [www.luebeck.de/uebergangsweise](http://www.luebeck.de/uebergangsweise) eingesehen werden. Fragen und Anmerkungen beantwortet der Steuerungskreis – bestehend aus dem Fachbereich Planen und Bauen (Bereiche Stadtplanung und Gebäudemanagement) der Hansestadt Lübeck sowie der Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH und der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH – unter der E-Mail-Adresse [uebergangsweise@luebeck.de](mailto:uebergangsweise@luebeck.de).