

„Welche Zukunft hat der Handel in der Stadt?“

## Mut haben! Anders sein! Mit neuen Konzepten gegen Rückzug und Konzentration im Einzelhandel

Thomas-Markus Leber

Die Zukunft des Einzelhandels stand im Mittelpunkt einer Podiumsdiskussion des Vereins Lübeck Management e. V. am 30. Juni. Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Kultur analysierten dabei aktuelle Entwicklungen und reflektierten Perspektiven für den Einzelhandelsstandort Lübeck.

### Rückzug und Konzentration im Einzelhandel

Treffender als mit den Schlagworten „Rückzug“ und „Konzentration“ hätte Tanja Korzer kaum in die Thematik einführen können. Die promovierte wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft der Universität Leipzig wählte genau jene Begriffe, um eine Entwicklung im Einzelhandel zu beschreiben, die aktuell bundesweit zu beobachten ist: Kleinere, inhabergeführte Läden ziehen sich zurück oder werden ganz aufgegeben. Der innerstädtische Handel konzentriert sich auf wenige Hauptlagen. Nebenlagen verlieren dagegen zunehmend an Bedeutung. Leerstände sind die Folge. Die Expertin für Stadtentwicklung und Handel führte die Entwicklung auf veränderte Rahmenbedingungen sowie Strukturveränderungen zurück. Ursächlich seien aber auch die vielen Shopping-Center auf der grünen Wiese sowie ein erstarkter Online-Handel.

### Die Einzelhandelssituation in Lübeck

Auch in der Hansestadt sind die bundesweiten Einzelhandelstrends wahrnehmbar. Allerdings, und darauf legten die Teilnehmer der Expertenrunde, bestehend aus dem IHK-Hauptgeschäftsführer Lars Schöning, dem Senator Sven Schindler, dem Stadtplaner Prof. Frank Schwartze, dem Immobilienexperten Christian Jepsen sowie der Architektin Nicola Petereit, großen Wert, mit leicht differenzierten Ausprägungen und Besonderheiten. Kritische Beobachter mag es vielleicht verwundern, Touristen und Tagesgästen aber nehmen den innerstädtischen Handel als attraktiv und lebhaft wahr, wie man aus entsprechenden Befragungen weiß. Dies mag an der über Jahrhunderte gewachsenen und mit vielen historischen Gebäuden bestückten Altstadt liegen, die über so manche strukturelle Schwäche hinweghilft. Der

alte Handelsplatz jedenfalls ist in seiner Bedeutung nahezu überall erlebbar und vermittelt Einkaufsflair. Großen Einfluss auf die Attraktivität haben aber auch die vielen inhabergeführten Fachgeschäfte abseits der „Breiten Straße“. Ihnen gelingt es mit Kreativität und Engagement immer wieder neue Impulse zu setzen. Die „Breite Straße“ selbst hat dagegen nach Auffassung der Experten viel von ihrer einstigen Attraktivität eingebüßt. Zu viele Filialisten sorgen für Beliebigkeit und Austauschbarkeit. So mancher Stammkunde nimmt dies mittlerweile zum Anlass, um auf andere „Erlebniseinkaufsstandorte“ in der Umgebung auszuweichen. Mit dem CITTI-Park in Herrenholz und dem LUV Shopping-Center in Dänischburg haben sich gleich zwei Wettbewerber etabliert, die mit individuellen Standortfaktoren überzeugen und Kaufkraft aus Lübeck, vor allem aber auch aus dem Umland anziehen.

### Neue Perspektiven für den Einzelhandel?

Gespannt waren die Zuhörer, ob und ggf. welche Perspektiven die Experten eröffnen würden. Frau Korzer machte den Anfang und bewertete die von ihr wahrgenommenen Voraussetzungen in Lübeck positiv. Auch bundesweit habe der innerstädtische Handel eine Zukunft, sagte die

Expertin. Sie knüpfte ihre Erwartung allerdings an die Bedingung, dass der Einzelhandel sich stärker auf die veränderten Rahmenbedingungen einstellt und sich weiterentwickelt. Neben neuen Ideen und Konzepten seien dabei Offenheit und Engagement wichtig. Ansatzpunkte sah die Expertin in den Stärken des stationären Handels: Teilen, Präsentieren und emotionales Anbieten. Frau Korzer wurde konkret: Sharing-Konzepte liegen im Trend und sind in den Bereichen Mobilität und Kleidung sehr erfolgreich. Stellvertretend für viele stellte sie das Franchisesystem „Kleiderlei“ aus Hamburg vor. Motto: „Stil hast Du, Kleider leihst Du“. Ebenfalls im Trend befindet sich das Thema Emotionalisierung, das im Konzept „la cure



*Ingrid M. Schmuck*

*Laufte Medizin für schöne Zähne*

**DR. WECKWERTH & PARTNER**

Mo. - Fr. 7:00 bis 20:00 · Sa. 7:00 bis 13:00  
ganzjährig geöffnet

St. Hubertus 4 · 23627 Groß Grönau  
Tel. 04509 / 1558 · [www.dr-weckwerth.de](http://www.dr-weckwerth.de)

gourmande“ mustergültig umgesetzt wurde. Eine konzeptionelle Steuerung durch Planung und Politik sowie ein gemeinsames Handeln der Akteure seien weitere Erfolgsfaktoren, ergänzte Frau Korzer. Die Experten rieten in diesem Zusammenhang zu einer noch intensiveren Auseinandersetzung mit der strategischen Ausrichtung und der Definition von Entwicklungszielen im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes.

## Strukturwandel im Einzelhandel als Chance

Keinen Zweifel ließ die Runde daran, dass der Strukturwandel auch Lübeck erfasst hat. Viele sortimentspezifische Veränderungen, z. B. in den Bereichen Textil, Bücher und Elektronik, sind wahrnehmbar und führen dazu, dass Verkaufsflächen reduziert bzw. ganz aufgegeben werden. Ob dies immer negativ bewertet werden muss, ließen die Experten offen. Schrumpfungprozesse können auch zu einer Steigerung der Qualität (Klasse statt Masse), zu mehr Erlebnissen beim Kauf (Erlebniskauf) und zu einer höheren Frequenz führen, wurde angemerkt. Lars Schöning riet dazu, sich den Herausforderungen zu stellen. Der Strukturwandel mache neue strategische Ausrichtungen notwendig. Shopping-Center würden in dieser Hinsicht vieles richtig machen. Sie punkten mit Servicequalität, Sauberkeit, Sicherheit, kostenlosen Parkplätzen sowie im Falle des Outlet-Centers in Neumünster auch mit einer mustergültigen Kleinstadtatmosphäre. Kunden würden dies heute verstärkt nachfragen.

Darauf müsse man sich einstellen. Darüber hinaus habe der Strukturwandel vielversprechende neue Marktplätze entstehen lassen. Die Verknüpfung von stationärem Handel und Online-Handel eröffne vielfältige neue Perspektiven und Nischen. Diese sollten genutzt werden. Und noch etwas hat sich verändert: Die Kundenstruktur! Der Einzelhandel in Lübeck ist nach dem Weggang vieler Behörden und Unternehmen in die Randbereiche mehr denn je auf Touristen und Tagesgäste angewiesen, die die Stadt vor allem in den Sommermonaten frequentieren. Für eine bessere Ganzjahresauslastung wurden entsprechende Konzepte gefordert.

## Wenn der Handel geht, entsteht Platz für Neues!

Der Rückzug des Einzelhandels sei bedauerlich, waren sich die Experten einig. Er eröffne aber auch Räume für neue Nutzungen. Selbst wenn freie Flächen nur teilweise oder auch nur temporär von mehreren Nutzern bespielt würden (Flächen-Sharing), könne sich dies positiv auf den jeweiligen Standort auswirken. „Leben“ in alten Räumen werte das Stadtbild auf, beeinflusse die Aufenthaltsqualität und mache das Objekt für eine dauerhafte Neuvermietung attraktiv.

Großen Beifall fand der Vorschlag einer älteren Dame, eine Markthalle im C&A-Gebäude bzw. im alten Posthof zu etablieren. Die letzte, 1895 errichtete Lübecker Markthalle wurde 1942 zerstört. Viel Zustimmung bekam sie auch für die Anregung, das

Edelsegment wieder stärker zu bedienen. Konkret schlug sie eine Edel-Passage in der Königspassage vor. Vor noch gar nicht allzu langer Zeit zählte das Edelsegment zur Kernkompetenz Lübecks, merkte ein langjähriger Kenner der lokalen Einzelhandelszene an. Man müsse mehr Mut haben und neue Ideen entwickeln, wurde immer wieder festgestellt. Die Chance liege darin, anders zu sein. Handlungsbedarf wurde auch beim Thema Leerstände im Innenstadtbereich gesehen. Viele alternative und attraktive Zwischennutzungen wurden diskutiert. Angeregt wurde auch ein Dialog mit den Immobilieneigentümern, um die Anzahl der ungepflegten Leerstände zu verringern. Diese wirken sich meist schädlich auf das Umfeld aus, wurde beklagt. Der ungepflegte Eindruck könne aber vermieden werden, wenn zumindest die Fenster geputzt und die Bürgersteige davor gefegt würden. Schon das würde zur Aufwertung ganzer Straßenzüge beitragen.

Und noch etwas wurde deutlich: Es gibt kaum belastbares Zahlenmaterial zur Leerstandsthematik. Da ist man in Lauenburg schon sehr viel weiter, wusste Lars Schöning zu berichten. In Lauenburg würden nicht nur Leerstände erfasst, sondern auch Konzepte entwickelt, wie diese zu nutzen seien. Über das maßgeschneiderte Projekt „Freiraum Leerstandsmanagement in Lauenburg/Elbe“ konnten innerhalb von drei Jahren 50 Leerstände vermittelt werden. Schöning: „Es ist sicher gut zu wissen, wo Leerstände sind, noch besser ist es aber zu wissen, wie man mit ihnen umgeht“. (siehe Hinweis S. 255)

Ein fachkundiges Publikum verfolgte im Dielenhaus die Podiumsdiskussion zur Zukunft des Einzelhandels. (Foto: Olivia Kempke)

