Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzepts für die Stadt Lörrach

Präsentation ausgewählter Ergebnisse der Ist-Analyse

21.11.2024

Warum das Märkte- und Zentrenkonzept fortschreiben?

Interessensausgleich

- **(Einzel-)betriebswirtschaftliche Interessen und gesamtstädtisch orientierte Ziele und Entwicklungsvorstellungen divergieren häufig, dies kann eine positive Weiterentwicklung der Stadt und im Speziellen der Einzelhandelsstruktur hemmen.**

Investitionssicherheit

- **Für den bestehenden Einzelhandel – den Investoren von gestern sowie den heutigen Investoren – dem Bestand von morgen.**

Planungssicherheit

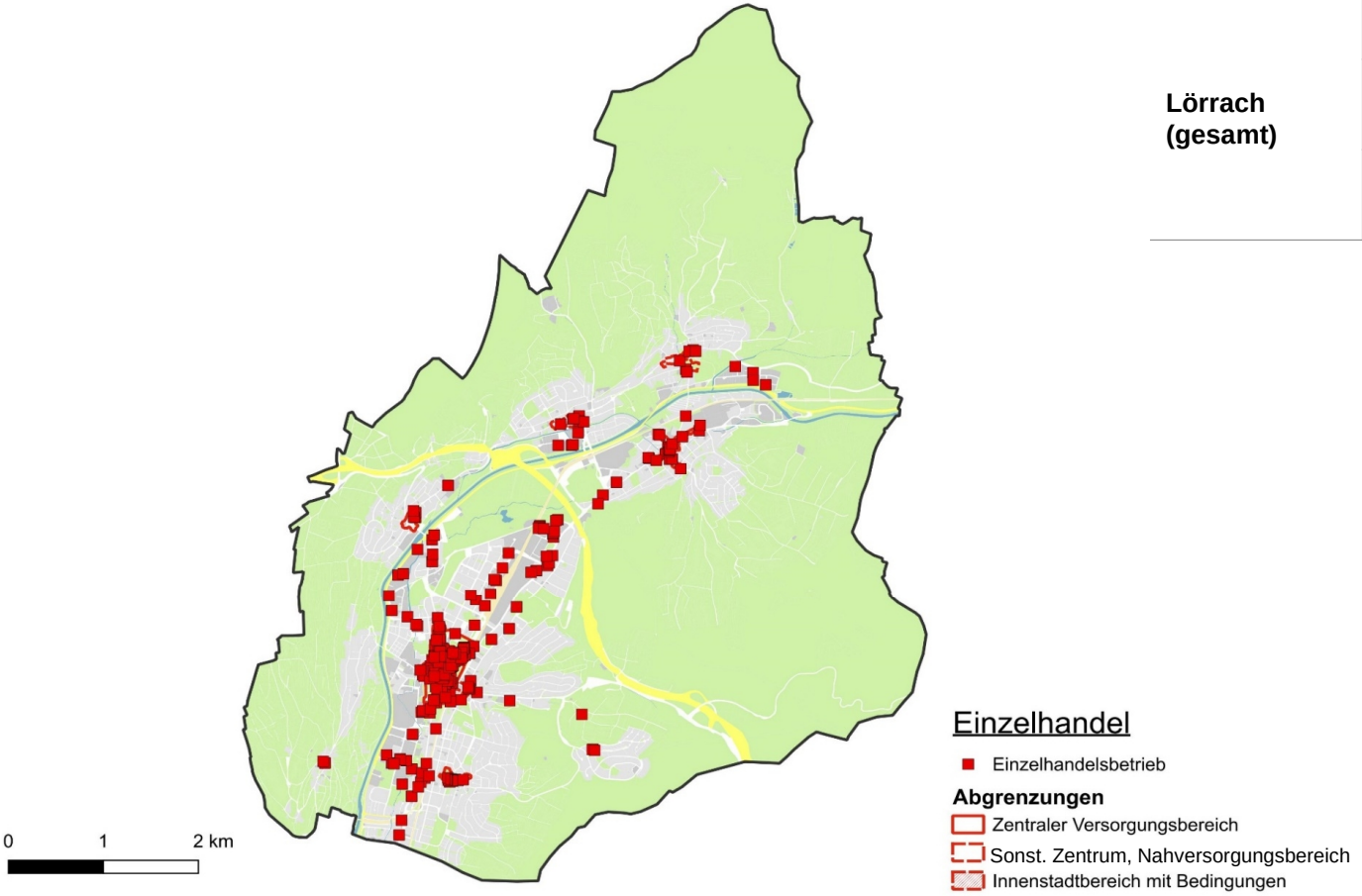
- **Für zukunftsweisende Stadtentwicklungsentscheidungen stellen die Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eine wichtige Basis dar.**

Rechtssicherheit

- **Für alte und neue Investoren ebenso wie zur zukünftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung („Ansiedlung und Abwehr“).**

Fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Aussagen unterstützen gemeinschaftlich getragene Planungen und Entscheidungen zum Wohle der zukünftigen Einzelhandels- und Stadtentwicklung.

Räumliche Verteilung des Einzelhandels auf Basis gesamtstädtischer Einzelhandelserhebung Juli / August 2024



Lörrach (gesamt)	Gesamtverkaufsfläche	~ 117.000 m²
	Betriebe des Einzelhandels i. e. S.	308
	⌀ Verkaufsfläche je Betrieb	~ 380 m²

Quelle: Erhebung Junker+Kruse; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

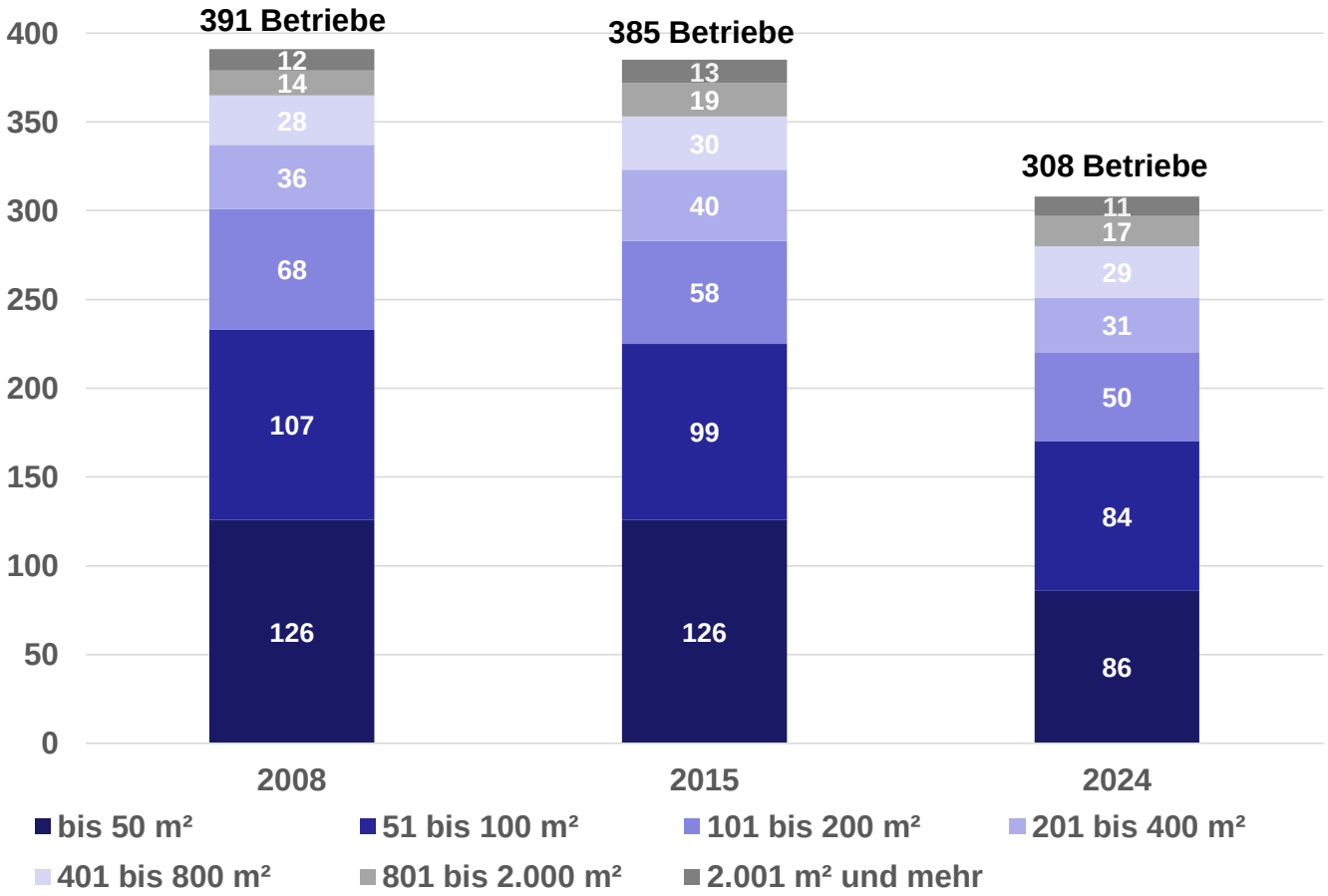
Entwicklung der Einzelhandelssituation - Übersicht

	2008	2015	2024	relative Veränderung 2015 - 2024
Einwohner	47.880	48.566	50.672	4%
Anzahl Betriebe	391	385	308	-20%
Verkaufsfläche (auf 25 m² gerundet)	129.550	142.325	117.000	-18%
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	330	370	380	3%
Verkaufsflächenausstattung in m² pro Einwohner	2,71	2,93	2,31	-21%
Umsatzvolumen in Mio. €*	410,7	547,5	500,5	-9%
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Mio. €*	267,0	318,5	417,3	31%
Zentralität	1,54	1,72	1,20	-30%
Flächenleistung in Euro pro m² Verkaufsfläche	3.170	3.847	4.277	11%
Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel in m² pro Einwohner	0,47	0,50	0,50	0%

* Umsatz- und Kaufkraftvolumen 2024 mit Werten von 2015 und 2008 aufgrund unterschiedlicher Berücksichtigung rezeptpflichtiger pharmazeutischer und medizinischer Artikel nur bedingt vergleichbar

Quelle: Erhebungen / Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung, Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, IFH Retail Consultants Köln

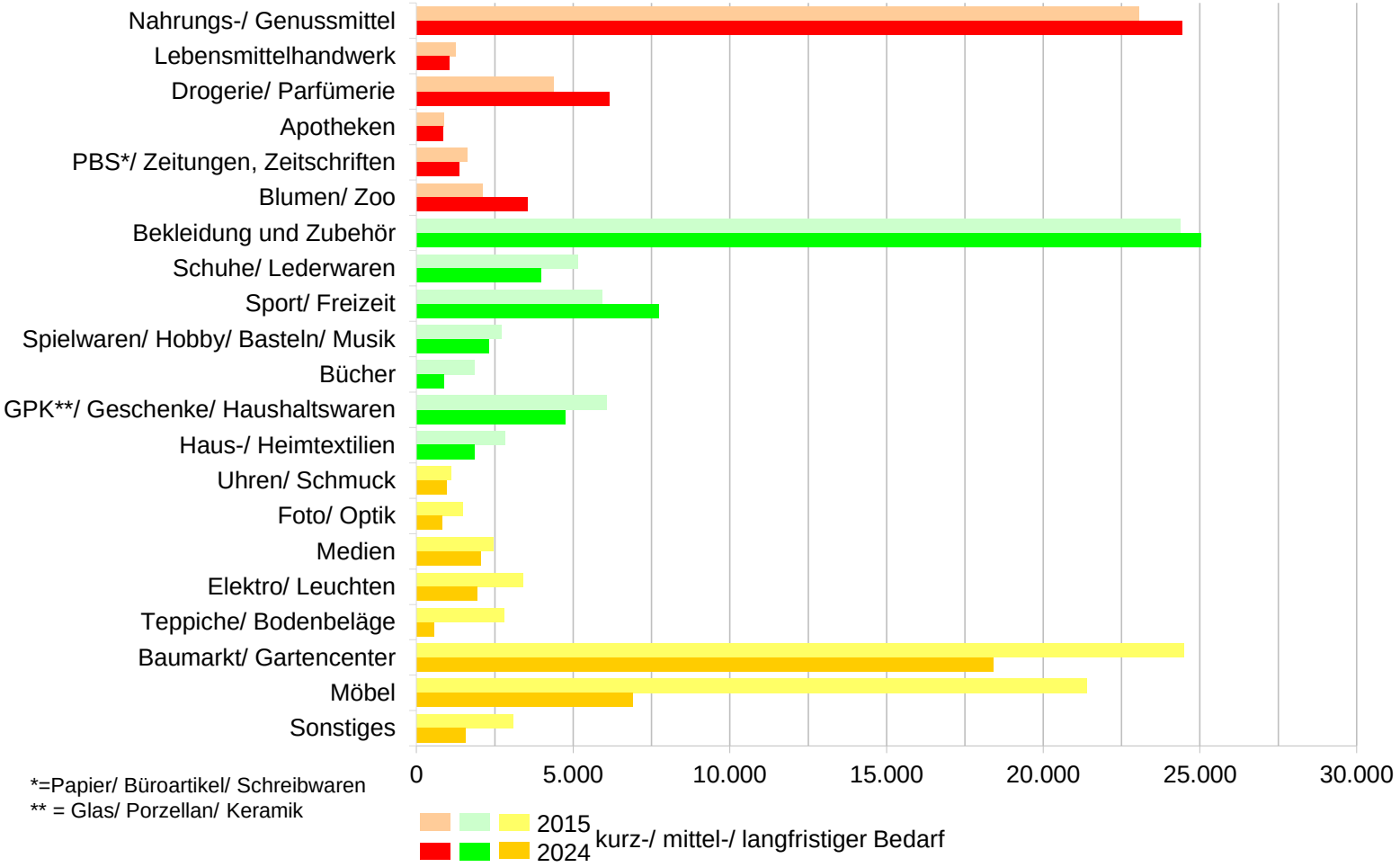
Entwicklung der Betriebszahl nach Größenklassen



- **Gegenüber 2015 vor allem Rückgang kleiner Betriebe bis 100 m² - entsprechend bundesweitem Trend**
- **Rückgang an allen Standort(typen) außer nicht integrierten Lagen**

Quelle: Erhebungen / Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse

Verkaufsflächenvergleich nach Sortimentsgruppen

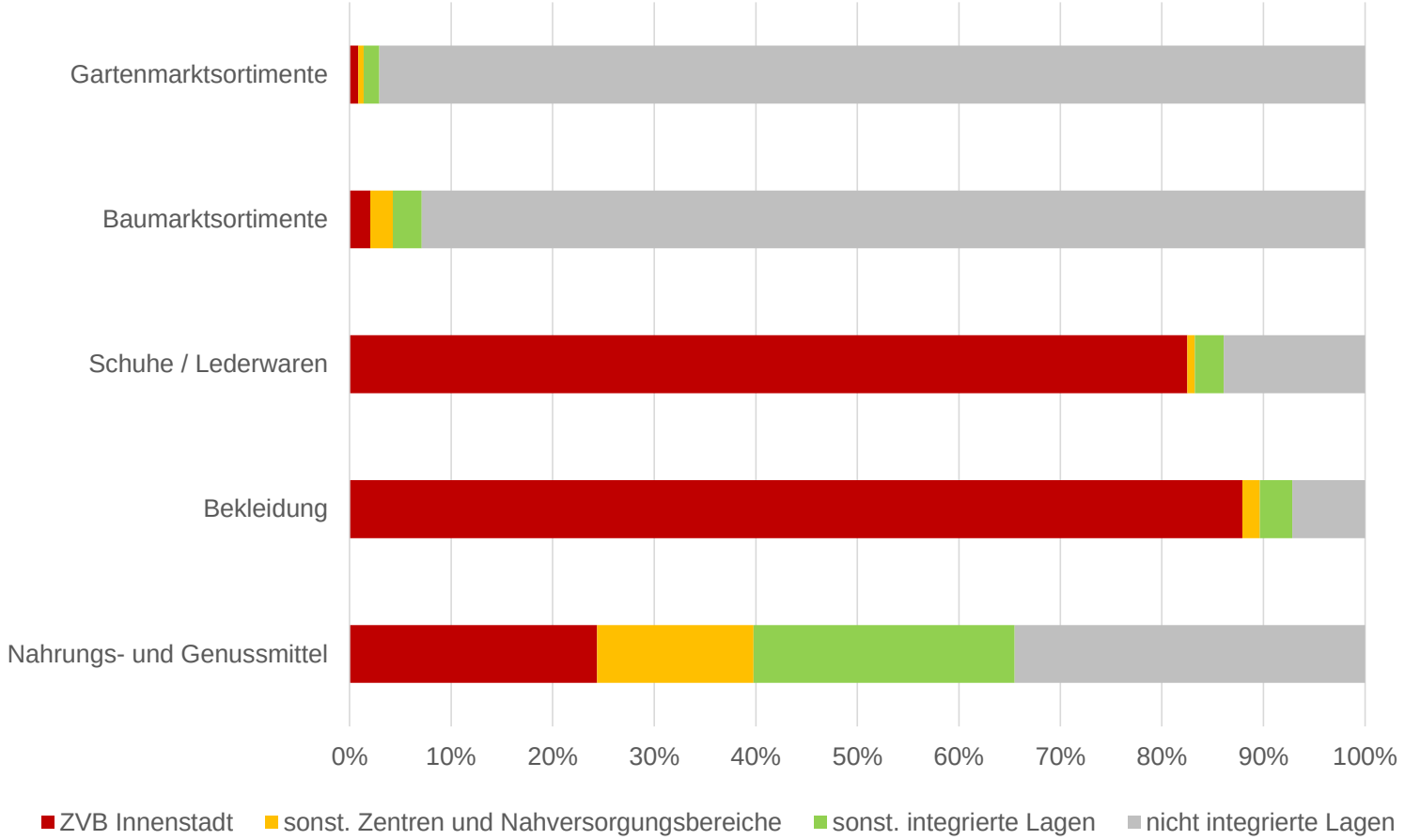


*=Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren
** = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: Erhebungen / Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse

- **erheblicher Rückgang bei Möbel** v.a. durch Wegfall von 2 Möbelhäusern mit insgesamt 12.000 m²
- **deutlicher Rückgang bei Baumarkt/ Gartencenter** durch Wegfall Gärtnerei mit 2.500 m² und geringeren Verkaufsflächen bei 2 Baustoffmärkten
- in einzelnen **bedeutsamen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Flächenzuwachs**
- **sonst Stagnation oder geringer absoluter Rückgang**, z.T. aufgrund Wegfall Möbelhäuser inkl. entsprechender Randsortimente

Verkaufsflächen nach Lagetypen – ausgewählte Warengruppen

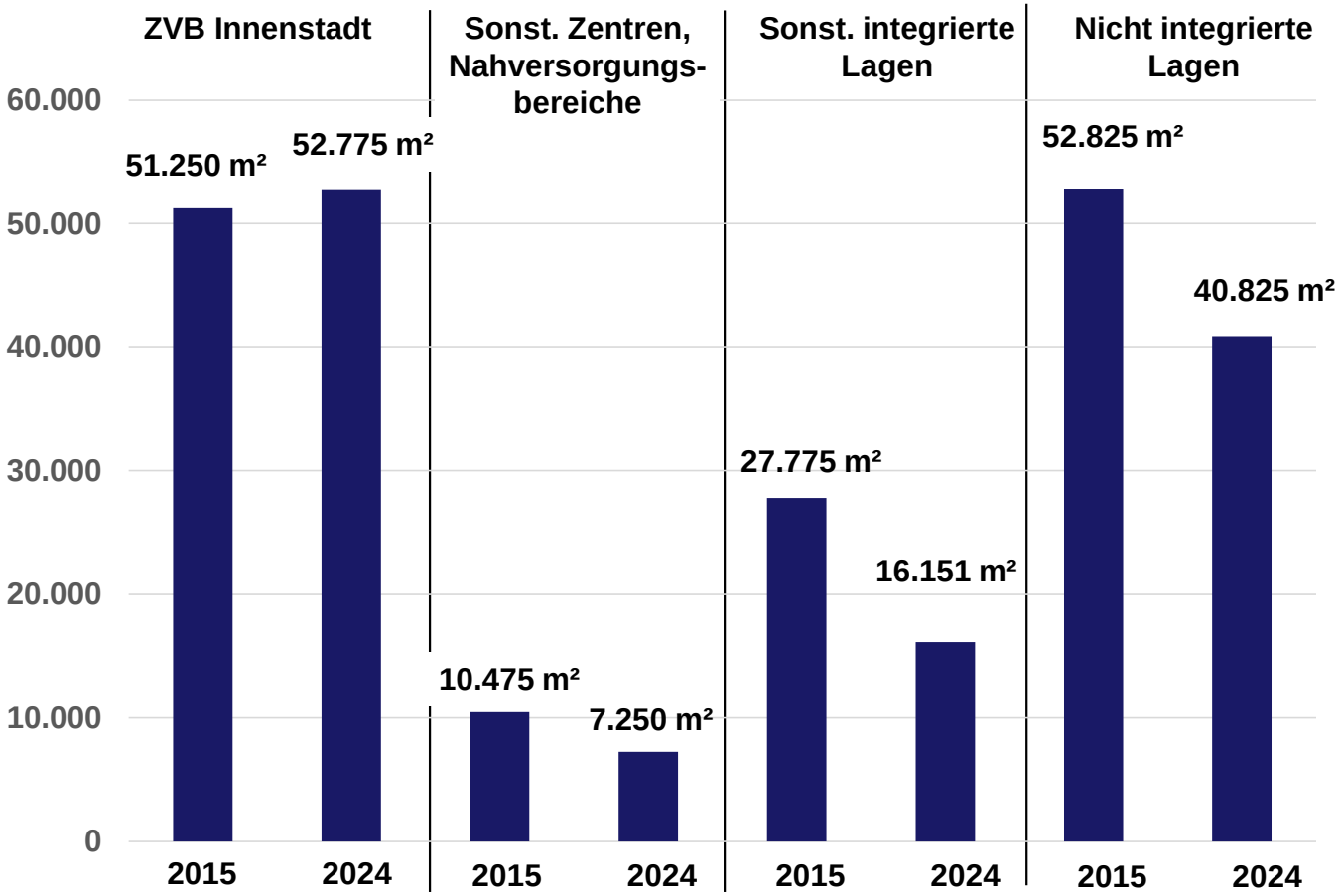


*=Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren

Quelle: Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse

- **relativ hoher Anteil Nahrungs- und Genussmittel im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**
- **hohe Anteile des ZVB Innenstadt bei wichtigen innerstädtischen Leitsortimenten**
- **nicht zentrenrelevante Sortimente funktions-adäquat in nicht integrierten Lagen**

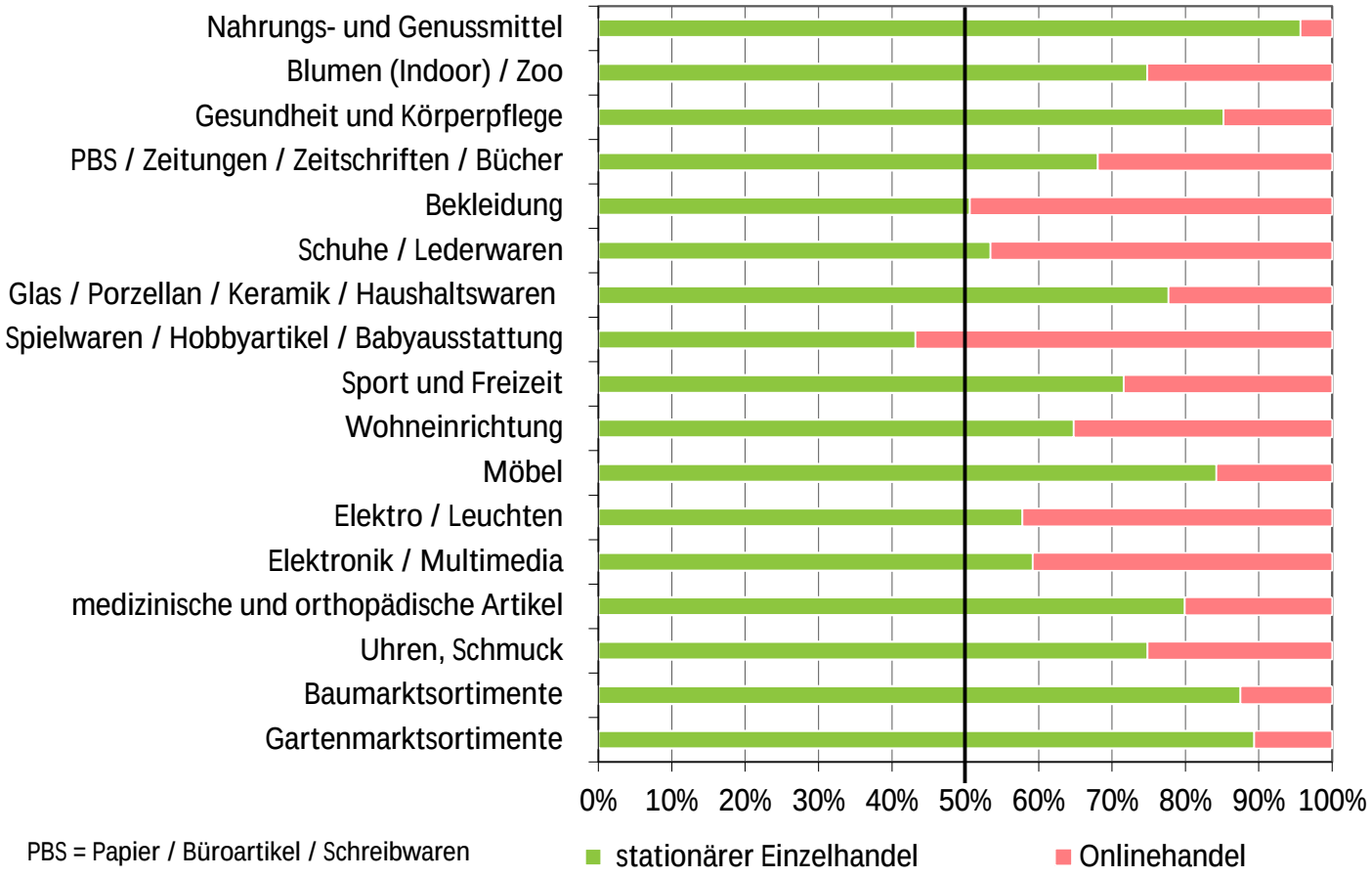
Verkaufsflächenvergleich 2015 – 2024 nach Standorten / Standorttypen



- **ZVB Innenstadt mit Flächenzuwachs um 3% aufgrund Entwicklung LÖ/ Postareal**
- **sonstige Standorttypen mit deutlichen Flächenrückgängen um je etwa 30%**
  - sonst. Zentren, Nahversorgungsbereiche: Wegfall zahlreicher kleiner(er) Betriebe
  - sonst. integrierte Lagen: Wegfall einer Gärtnerei mit rd. 2.500 m² und zahlreicher kleiner(er) Betriebe
  - nicht integrierte Lagen: v.a. Wegfall von zwei Möbelhäusern mit insgesamt rd. 12.000 m²

Quelle: Erhebungen / Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse

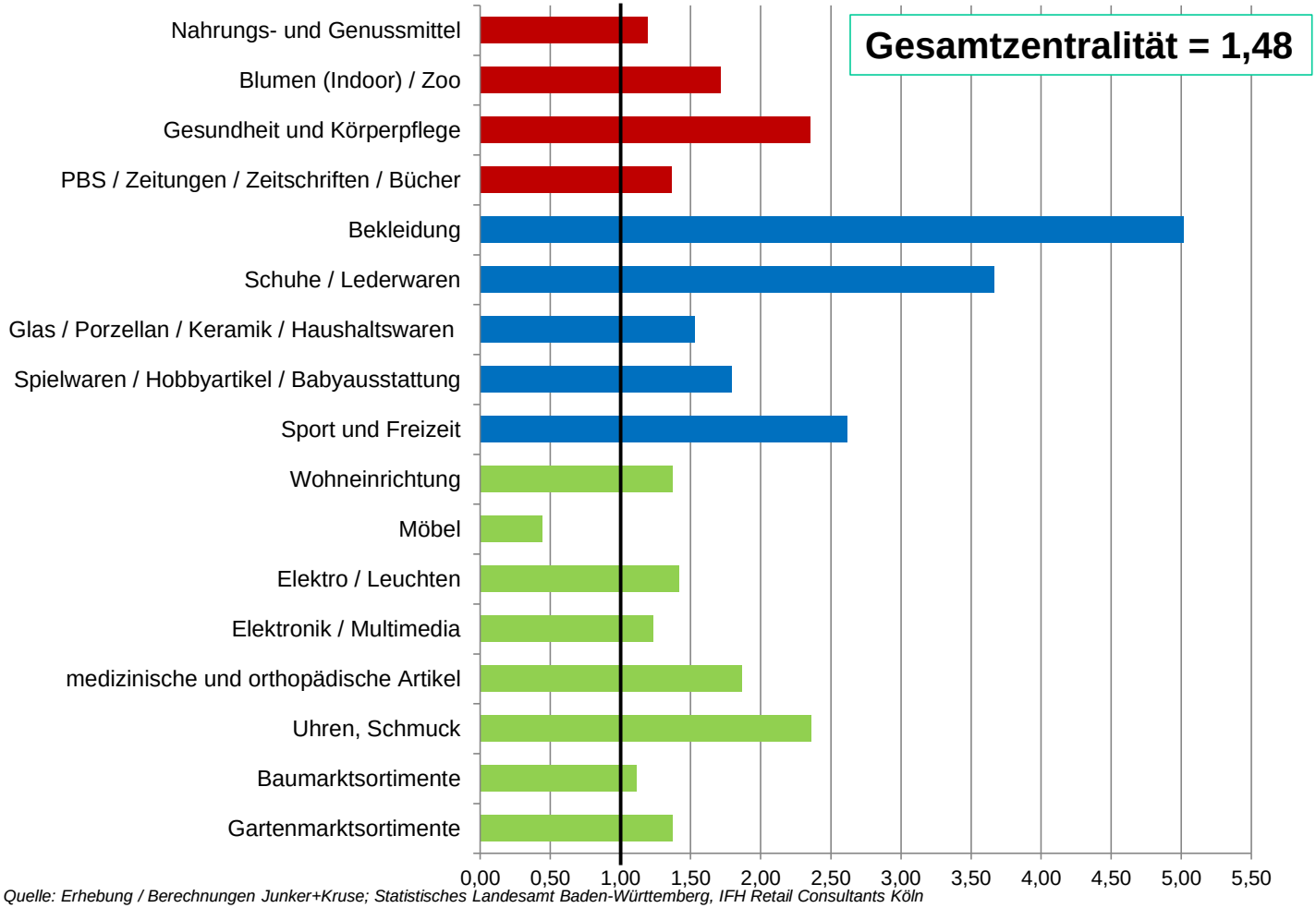
Kaufkraftanteile des stationären Einzelhandels und des Onlinehandels nach Warengruppen (Beispiel Lörrach)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse; Grundlage IFH Köln - Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2023

- **hohe Anteile des Online-handels in innenstadt-prägenden Warengruppen**

Zentralitäten nach Warengruppen (Kaufkraft stationärer Einzelhandel)



Quelle: Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, IFH Retail Consultants Köln

- **In nahezu allen Warengruppen Zentralitäten von deutlich mehr als 1,00**

Ø **deutliche Erfüllung der zentralörtlichen Funktion**

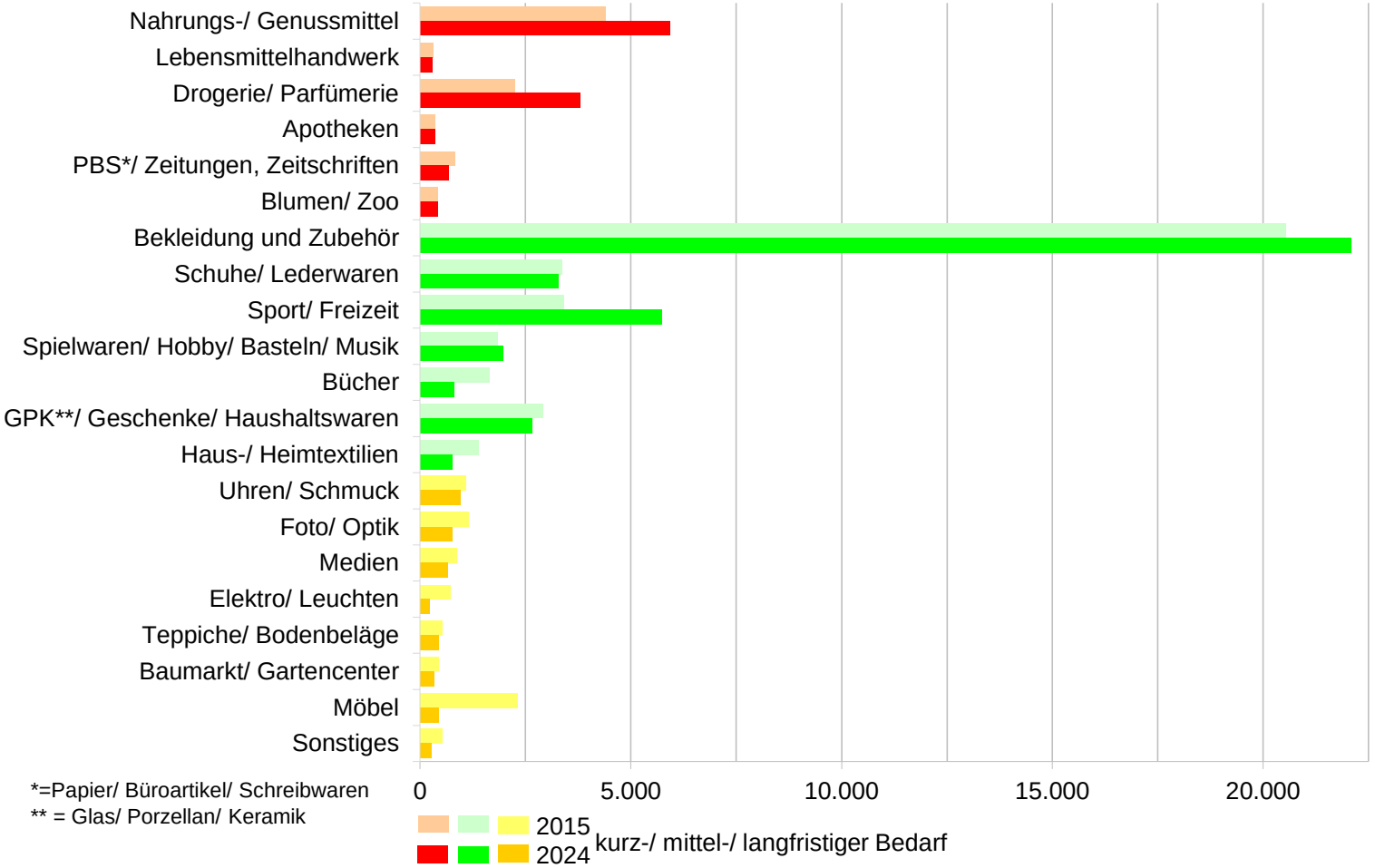
Entwicklung der Einzelhandelssituation im ZVB Innenstadt - Übersicht

	2008	2015	2024	relative Veränderung 2015 - 2024
Anzahl Betriebe	193	195	165	-18%
Verkaufsfläche*	44.575	51.250	52.775	3%
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	230	265	320	17%
Verkaufsflächenanteil Innenstadt	34%	36%	45%	20%
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel*	3.925	4.700	6.200	24%
Verkaufsfläche Gesundheit und Körperpflege*	2.425	2.600	4.150	37%
Verkaufsfläche Bekleidung*	15.800	20.550	22.075	7%
Verkaufsfläche Schuhe / Lederwaren*	3.225	3.375	3.275	-3%
Verkaufsfläche Sport / Freizeit*	2.725	3.425	5.750	40%

* Verkaufsflächen in m², auf 25 m² gerundet

Quelle: Erhebungen / Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung, Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, IFH Retail Consultants Köln

ZVB Innenstadt: Verkaufsflächenvergleich nach Sortimentsgruppen



*=Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren
** = Glas/ Porzellan/ Keramik

Deutliche Zuwächse bei

- **Nahrungs-/ Genussmittel** (v.a. Ansiedlung Supermarkt im LÖ)
- **Drogerie/ Parfümerie** (v.a. Neuansiedlung Drogeriemarkt im LÖ und in Galerie Am Alten Markt)
- **Bekleidung** (v.a. Ansiedlung Warenhaus mit Schwerpunkt Bekleidung im LÖ)
- **Sport/ Freizeit** (v.a. Ansiedlung Sportfachmarkt in Galerie Am Alten Markt)

Deutlicher Rückgang bei

- **Möbel** (Wegfall zwei Möbelgeschäfte Senser Platz und Palmstraße)

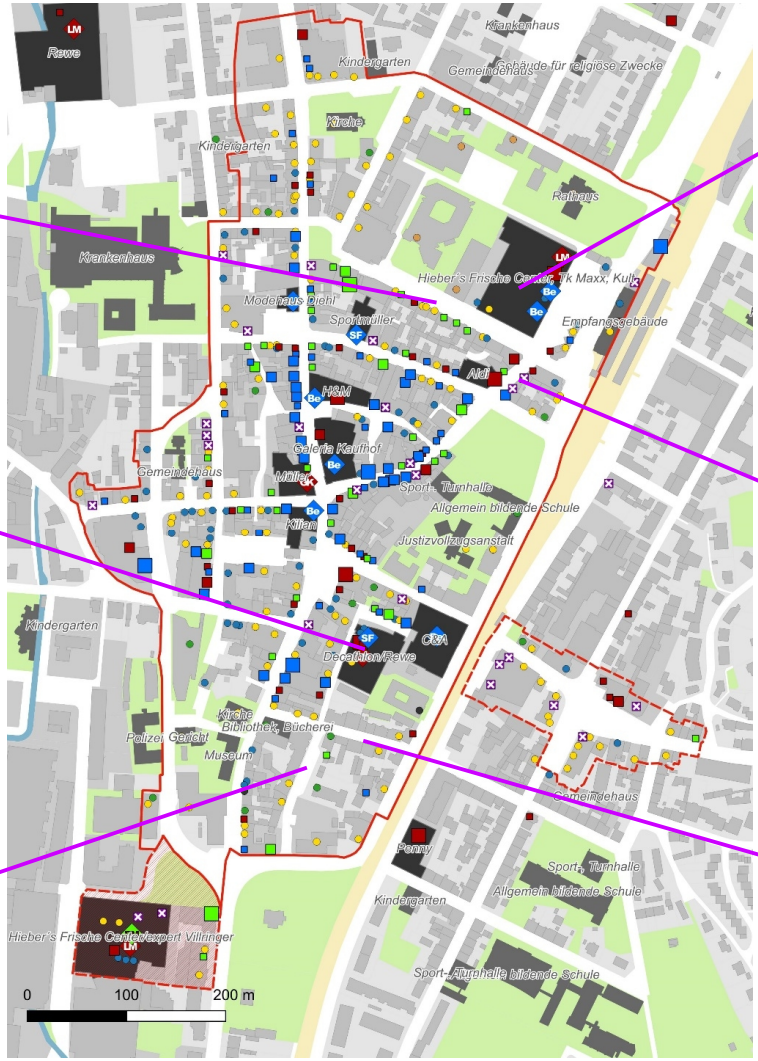
Quelle: Erhebungen / Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Erhebung / Berechnungen Junker+Kruse

Wesentliche Entwicklungen seit 2015

Neugestaltung Palmstr.
(Quelle: Junker+Kruse)

Neustrukturierung Galerie Am Alten Markt
(Quelle: Junker+Kruse)

Neugestaltung Basler Str.
(Quelle: Junker+Kruse)



Realisierung LÖ / Postareal
(Quelle: Junker+Kruse)

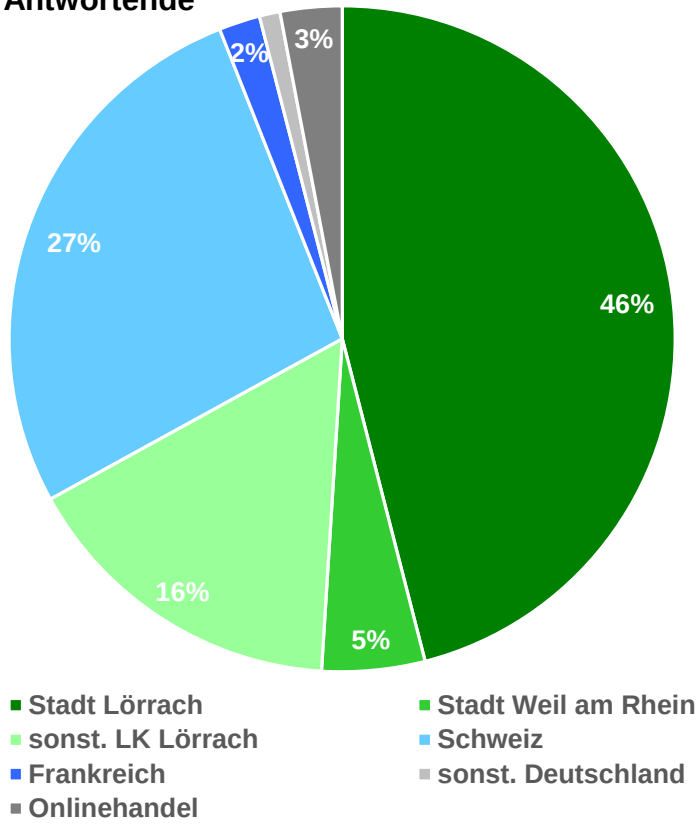
Neugestaltung nördliche Turmstraße
(Quelle: Junker+Kruse)

Neugestaltung Kirchstr.
(Quelle: Junker+Kruse)

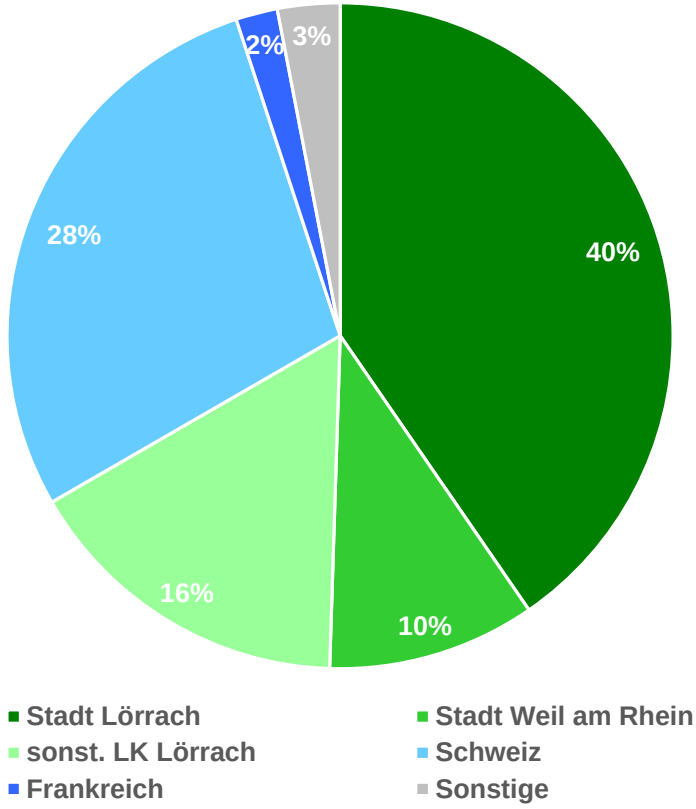
Quelle: Erhebung Junker+Kruse; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

Umsatzherkunft

Umsatzherkunft
37 Antwortende



Zum Vergleich 2016

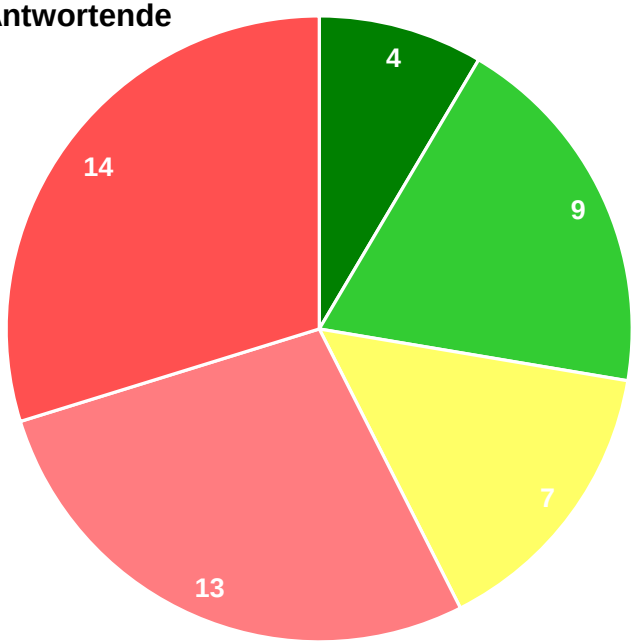


Quelle: Einzelhandelsbefragung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Onlinebefragung Junker+Kruse

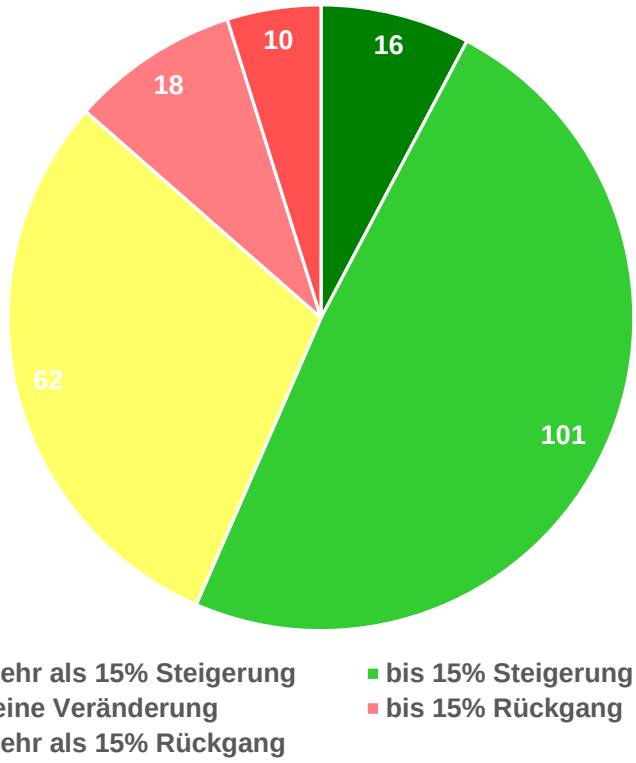
§ „Verlagerung“ von Umsatzanteilen von Weil am Rhein nach Lörrach auf Grund von Angebotsveränderungen

Umsatzentwicklung der letzten fünf Jahre

Umsatzentwicklung Ladengeschäft
47 Antwortende



Zum Vergleich 2016



Quelle: Einzelhandelsbefragung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Onlinebefragung Junker+Kruse

§ deutlich gestiegener Anteil an Betrieben mit negativer Umsatzentwicklung

Wesentliche Ergebnisse

- gesamtstädtisch deutlicher Rückgang von Betriebszahl und Verkaufsfläche, aber weiterhin weit überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner
- v.a. Rückgang kleiner Betriebe mit bis zu 100 m² Verkaufsfläche – analog zur bundesweiten Entwicklung
- Verkaufsflächenrückgang v.a. auf Schließung von zwei Möbelmärkten und einem Gartenmarkt
- mehr als 80% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der innerstädtischen Leitsortimente (Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren) im ZVB Innenstadt angesiedelt
- hohe Zentralität von 1,48 bei Betrachtung der auf den stationären Einzelhandel entfallenden Kaufkraft
- in allen Warengruppen außer Möbel per Saldo hohe bis sehr hohe Kaufkraftzufluss und somit (weiterhin) deutliche überörtliche Versorgungsfunktion
- Verkaufsflächenanstieg im ZVB Innenstadt (bedingt v.a. durch Entwicklung LÖ) – im Unterschied zu anderen (Innen-)Städten
- mehrere positive funktionale und städtebauliche Entwicklungen im ZVB Innenstadt
- Umsatzanteil Schweizer Kunden nahezu unverändert

Ø Ergebnisse zeigen in besonderem Maße Bedeutung und Wirksamkeit des Märkte- und Zentrenkonzepts – auch im Vergleich zu anderen Städten