



CITY NAVIGATOR LÜNEBURG

HIGHLIGHTS

- Als Einkaufsdestination ist das Oberzentrum Lüneburg innerhalb der gesamten und vorwiegend ländlich geprägten Region konkurrenzlos
- Zudem bietet die altherwürdige Hanse- und Handelsstadt im zentralen Altstadtbereich, zwischen Marktplatz und Sand, ein einzigartiges Einkaufsflair
- Die Einkaufsinnenstadt verfügt über einen Rundlauf mit vielfältigem und leistungsfähigem Besatz in der Toplage und interessanten Nebenlagen
- Ein enges und abwechslungsreiches Nebeneinander von bekannten Filialisten, lokalen Einzelhändlern und vielfältigen gastronomischen Angeboten sorgt im Zusammenspiel mit dem geschichtsträchtigen Ambiente der Altstadt für eine beachtliche Aufenthaltsqualität
- Schließlich ist der Altstadtbereich per Bahn, Bus und Pkw verkehrlich hervorragend angebunden.
- Die Nachfrage von (auch Institutionellen) Investoren übersteigt bei weitem das Angebot (hoher Anteil von Privateigentümern). Die Kaufpreiskriterien sind in

den letzten Jahren deutlich gestiegen. Das Mietpreisniveau ist bislang ausgesprochen solide.



Toplage Große Bäckerstraße: hohe Frequenz und attraktiver Mietermix

COMFORT CITY RANKING 2018



Lüneburg belegt mit einem Zielerreichungsgrad von 56 bei 100 maximal erreichbaren Punkten im bundesdeutschen Städte-Vergleich 2018 unter den 70 untersuchten Städten einen sehr respektablen 23. Rang. Innerhalb seiner Städtegrößeklasse (50.000 - 100.000 Einwohner) erreicht die Stadt sogar eine Top-Platzierung, nämlich den 2. Rang.

Das [COMFORT City Ranking](#) ist ein fundiertes Benchmarking, basierend auf insgesamt 35 jährlich von der COMFORT neu aufbereiteten sozio-demographischen, ökonomischen sowie einzelhandels- und immobilienbezogenen Parametern.

MAKRODATEN

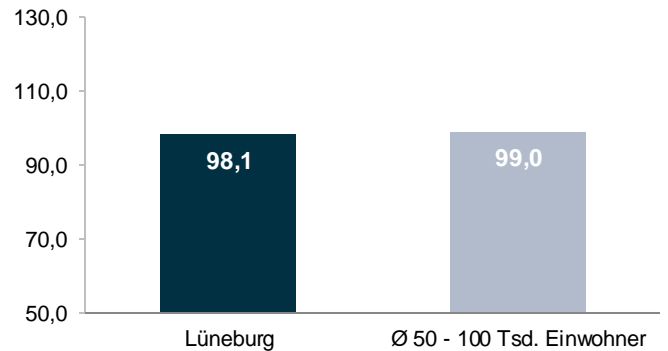
IN ZAHLEN

Bundesland:	Niedersachsen
Einwohnerzahl:	74.494
Bevölkerungsentwicklung (ggü. 2012):	+ 5,8 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte:	40.052
Arbeitslosenquote:	7,2 %



Grapengießer Straße: Nach TK Maxx hat sich auch die Clinton Group für diese Lage entschieden, so dass nun alle Großflächen vermietet sind

EINZELHANDELSKAUFKRAFT 2018

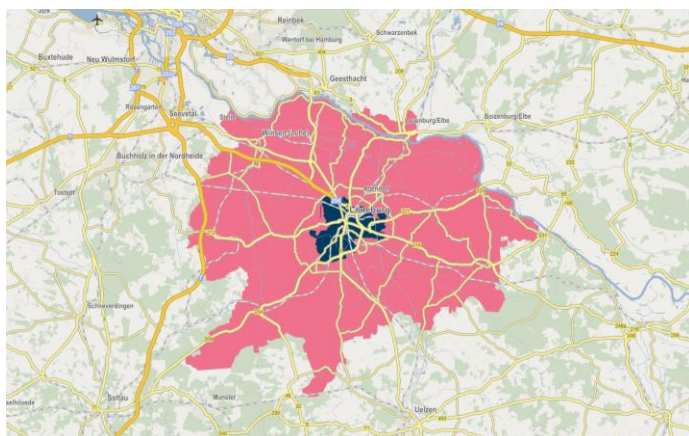


MAKROSTANDORT

- Lüneburg ist integraler Bestandteil der Metropolregion Hamburg und verfügt per Bahn, Bus und Pkw über eine ausgesprochen gute Verkehrsanbindung
- Neben ihrer Funktion als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort übernimmt die Hansestadt übergeordnete Versorgungsaufgaben für den gesamten, weitgehend ländlich geprägten Einzugsbereich mit über 250.000 Einwohnern. Als Universitätsstadt und als beliebtes touristisches Ziel erhält Lüneburg weitere nachhaltige Impulse.
- Die sozioökonomischen Eckdaten der Stadt können voll überzeugen: Anhaltende Einwohnerzuwächse, steigende Beschäftigtenzahlen, ein positiver Pendlersaldo sowie rückläufige Arbeitslosenquoten sind besonders hervorzuheben.
- Infolge von Neuansiedlungen und Modernisierungen konnte der lokale Einzelhandel in den letzten fünf Jahren, gesamt- wie auch innerstädtisch, sowohl quantitativ als auch qualitativ spürbar hinzugewinnen und seine Wettbewerbsposition behauptet. Dies spiegeln u.a. auch die annähernd konstant gebliebenen hohen Zentralitätswerte wider

EINZELHANDELSSTANDORT

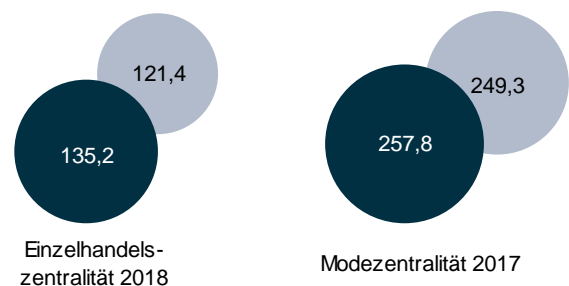
EINZUGSGEBIET



Quelle: GfK GeoMarketing GmbH, Kartengrundlage RegioGraph

EINZELHANDELSZENTRALITÄT

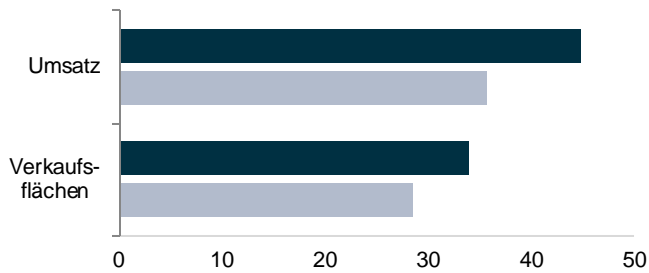
Lüneburg, Ø 50 - 100 Tsd. Einwohner



EINZELHANDELSSTANDORT

INNENSTADTANTEILE 2017

■ Lüneburg ■ Ø 50 - 100 Tsd. Einwohner



- Die herausragende Bedeutung der Lüneburger Altstadt innerhalb des städtischen Einzelhandelsgefüges veranschaulichen auch die hohen gesamtstädtischen Anteilswerte von 34,0 % der Verkaufsfläche bzw. 44,8 % des Umsatzes
- Damit rangiert die Stadt Lüneburg zugleich weit oberhalb entsprechender Durchschnittswerte der relevanten Städtegrößenklasse, die verkaufsflächen- bzw. umsatzseitig lediglich 28,6 % bzw. 35,7 % erreichen

1A-LAGE

Große Bäckerstraße / Kleine Bäckerstraße

- Eindeutige, konsumorientierte Toplage der Lüneburger Altstadt mit hohem Filialisierungsgrad und stattlichen Passantenfrequenzen
- Die Fußgängerzone mündet nach Norden hin in den Marktplatz, wo neben dem Rathaus und Wochenmarkt und Gastronomen vor allem die beiden lokalen ‚Platzhirsche‘ Karstadt und Peek & Cloppenburg für nachhaltige Impulse sorgen.
- Südlich mündet die Kleine Bäckerstraße in den Sand, den zweiten geschichtsträchtigen Platz der Lüneburger Altstadt, der zugleich auch die maßgebliche ÖPNV-Schnittstelle im Zentrum bildet. Hier sind neben Gastronomie und Geschäften auch die IHK und der Landeszeitung Lüneburg ansässig.
- Über den Sand wird schließlich auf kurzem Wege auch die Grapengießerstraße angebunden, die das zweite Standbein des innerstädtischen Einzelhandels bildet.
- Neue Mieter:** Schiesser, Zero und Betty Barclay (allesamt Kleine Bäckerstraße)
- Mietpreis:** ca. 95 EUR/m² (klein)

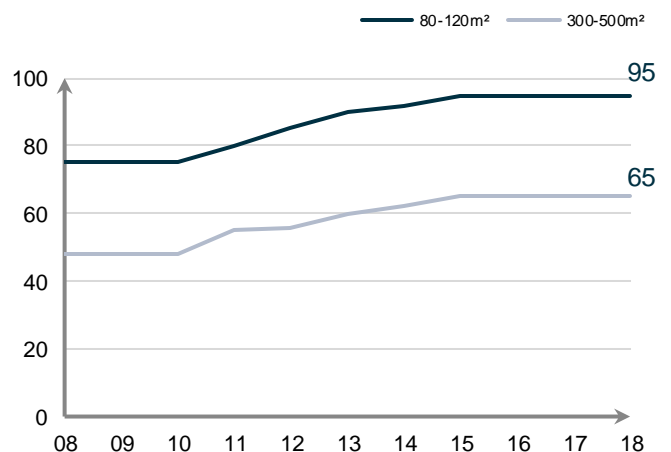
Grapengießerstraße

- Abgeschwächte 1A-Lage im östlichen Abschnitt mit fast ausnahmslos konsumorientierten Angeboten
- Als Magnetanbieter fungieren u.a. Drogerie Müller, Rossmann TK Maxx und Camp David/Soccx
- Neue Mieter:** Keine nennenswerten Neuvermietungen in 2018

HÖCHSTMIETEN UND KAUFPREISFAKTOREN

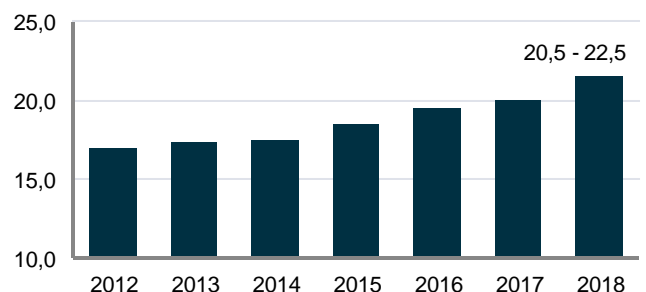
1A-Einzelhandelsmieten

von 2008 - 2018 in EUR / m²



Kaufpreisfaktor

von 2012 - 2018



IHRE ANSPRECHPARTNER

Für Fragen und / oder detailliertere Informationen /
Materialien rund um den Einzelhandelsstandort stehen
wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung:



VERMIETUNG
FRANK REITZIG
COMFORT Hamburg
Fon: +49 40 300858-13



INVESTMENT
THOMAS A. HECKH
COMFORT Hamburg
Fon: +49 40 300858-17



RESEARCH & CONSULTING
OLAF PETERSEN
COMFORT Research & Consulting
Fon: +49 40 300858-22

Herausgeber:

COMFORT Holding GmbH
Schadowplatz 12
40212 Düsseldorf

Über die COMFORT-Gruppe

Die COMFORT-Gruppe ist seit ihrer Gründung im Jahr 1979 auf die Vermietung und den Verkauf von Waren- und Geschäftshäusern sowie Fachmärkten und Ladenlokalen spezialisiert. Als ausgewiesener Experte für Handelsimmobilien bietet COMFORT ihr Know-how auch als Beratungsdienstleistung in Form von Expertisen, Second-Opinion-Gutachten oder Due Diligence für Dritte an. COMFORT analysiert fortlaufend die aktuellen Miet- und Kaufpreisfaktoren in Deutschland und Österreich. Zum ergänzenden Angebot zählen Center-Consulting sowie der Bereich Luxury Retail. In Deutschland ist der Einzelhandelspezialist zudem exklusiver Kooperationspartner von Cushman & Wakefield in der Vermietung von Ladenlokalen. Die COMFORT-Gruppe mit Hauptsitz in Düsseldorf unterhält Büros in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Leipzig, München und Wien. www.comfort.de

Medienkontakt:

Karolina Müller, Unternehmenskommunikation
Schadowplatz 12, 40212 Düsseldorf / Fon: +49 211 9550-144 /
E-Mail: mueller@comfort.de

ERLÄUTERUNGEN ZUM COMFORT CITY RANKING

Unter Betrachtung folgender Parametern wird eine Bewertung der Stadt vorgenommen:

- **Demographie-/ (Sozio-)Ökonomie-Ranking:** Parameter zu Bevölkerung/Entwicklung, BIP, Beschäftigung, Arbeitslosigkeit, Tourismus, Einzelhandelskaufkraft
- **Einzelhandels-Ranking:** Parameter zum Einzugsgebiet: Einwohnerzahl und Nachfragevolumen, Einzelhandelszentralität, Modezentralität, Innenstadtumsatz, -verkaufsfläche, -flächenproduktivität
- **Standort- und Immobilien-Ranking:** Parameter zur Miete von Klein-/mittelgroßen Flächen, Lagen-/Flächenstruktur der Innenstadt, Branchen-/Betreibermix der Innenstadt, Mietnachfrage, Nachfrageintensität

DEFINITIONEN

1A-Einzelhandelsmieten

Alle Mietpreisangaben verstehen sich unter folgenden Voraussetzungen: Neuabschlüsse von Mietverträgen in absoluten 1A-Geschäftslagen überfiktive, rein erdgeschossige Verkaufsflächen; idealtypische Ladeneinheit: ebenerdiger, stufenfreier Zugang, bauliche Ausstattung gehobener Art und Güte sowie einen möglichst rechteckigen Zuschnitt; Mindestschau- fensterfront 6 m bei kleinen bzw. 10 m bei größeren Flächen; in Euro pro m² monatlich, zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer und Nebenkosten.

Kaufpreisfaktoren

Die in Bandbreite dargestellten Kaufpreisfaktoren dienen als allgemeine Orientierung für den aktuell erzielbaren Verkaufspreis für Geschäftshäuser (Mietetrag aus Retail > 60 %, aktuelle Miete etwa auf Marktniveau) mit einem gängigen Volumen in der 1A-Lage der jeweiligen Stadt. In technischer Hinsicht stellt der Kaufpreisfaktor den Multiplikator zur Ermittlung des Kaufpreises eines Geschäftshauses ohne Instandhaltungssatz dar, mit dem die jeweilige Jahresnettomiete multipliziert wird.

Innenstadtanteile

Angaben in Prozent. Der Wert zeigt an, welchen Anteil die Innenstadt am Umsatz bzw. an der Verkaufsfläche des gesamten Stadtgebietes hat.

Einzelhandelskaufkraft, Einzelhandelszentralität

Die **Einzelhandelskaufkraft** gibt an, wie hoch das Kaufkraftpotenzial an einem Standort ist. Der Durchschnittswert liegt bundesweit normiert bei 100. Ein Wert von über 100 signalisiert demnach ein überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial des Standortes. Die **Einzelhandelszentralität** zeigt an, ob an einem Standort per Saldo die Zu- oder Abflüsse der Kaufkraft überwiegen. Quelle: GfK GeoMarketing GmbH

Modezentralität

Analog zur branchenübergreifenden Zentralitätskennziffer (= Einzelhandelszentralität) beleuchtet die Modezentralität die Situation in einem maßgeblichen Teilsegment, nämlich der innenstädtischen Leitbranche Mode, die sich wiederum aus den beiden Sortimenten Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren zusammensetzt.

Einzugsgebiet

Kartographische Darstellung des Verflechtungsraums des innerstädtischen Einzelhandels, d. h. jenes Bereiches aus dem regelmäßige Einkaufsbeziehungen zu der jeweiligen City bestehen. In blau ist das jeweilige Stadtgebiet (Zone I) dargestellt, in dem roten Farbton das jeweilige Nah- bzw. Feineinzugsgebiet (Zone II).