



Politiker zur Königspassage: Handel muss kreativer werden

Mehr Service, mehr Kreativität und ein attraktives Angebot in der City wünschen sich die Politiker.

Von Josephine von Zastrow

Die Politik hat ihre Hausaufgaben gemacht, jetzt ist der Handel dran. Das ist in Kurzform die Haltung der Kommunalpolitiker zum Einzelhandel in der Innenstadt. Anlass für die Debatte sind die Schwierigkeiten der Königspassage. „Jetzt sind die Geschäftsleute selbst gefragt und müssen kreativ werden“, sagt SPD-Fraktionschef Peter Reinhardt. „Der Einzelhandel in der Altstadt hat es selbst in der Hand, seine Marktanteile zu sichern und auszubauen“, stimmt Wirtschaftssenator Sven Schindler (SPD) zu. Mit einem „unverwechselbaren Angebot, individuellem Service und einer einzigartigen Atmosphäre“ könnten die Geschäftsleute in der City punkten.

Aus Schindlers Sicht waren „die Probleme der Königspassage ein vorhersehbares Einzelereignis“. Aber auch das Haerder-Center müsse aufpassen, dass es „vom Angebot und der Stimmung her nicht allzu beliebig“ werde. Sonst werde trotz der hervorragenden Lage „die Zeit und die Kundschaft an ihm vorbeigehen“. So sieht es auch Jörg Hundertmark, wirtschaftspolitischer Sprecher der SPD: „Das Haerder-Center muss aufpassen.“ Das Einkaufen in der Schloss-Passage in Schwerin mache viel Freude, so dass man am Wochenende kaum einen Parkplatz finde.

Aus Sicht der Kommunalpolitiker hat die Stadt mit der neuen Flaniermeile „Mitten in Lübeck“ vom Klingenberg bis zum Schranken ihren Teil getan. „Die Fertigstellung der neuen Fußgängerzone wird die Sogwirkung der Altstadt weiter steigern“, ist sich Schindler sicher. Außerdem habe das Lübeck und Travemünde Marketing (LTM) die Service-Offensive gestartet, so Hundertmark. Wenn der Handel in der City gegen das Internet bestehen wolle, müsse er sich „auf kleine Läden, ein besonderes Angebot und Kundenorientierung spezialisieren“. Hundertmark rät dem Einzelhandel in der City außerdem zu einheitlichen Öffnungszeiten.

„Der Einzelhandel muss sich fragen, ob er mit seinem Angebot attraktiv aufgestellt ist“, spielt auch CDU-Wirtschaftsexperte Klaus Puschadde den Ball ins Feld der Geschäftsleute. Diese müssten den Mut haben, einen „attraktiven Mix



Im Fokus: In der 10 000 Quadratmeter großen Königspassage sind 17 Läden, 14 weitere stehen leer. Foto: Künzel

im Einzelhandel zu organisieren“. Die Altstadt könne „mehr Spaß, mehr Attraktivität“ beim Einkaufen vertragen. Außerdem heben er und Hundertmark auch auf die hohen Mieten in der Innenstadt ab. Die Eigentümer müssten sich fragen, ob sie nur an Filialisten vermieten, um möglichst viele Einnahmen zu haben – oder dabei auch auf die Auswahl der Geschäfte achten. Puschadde warnt: „Die Königspassage darf kein Symbol für die Lübecker Innenstadt werden.“

Die Huxstraße wird immer wie-

der als positives Beispiel genannt. „Da kann man sehen, was die Händler mit Kreativität aus der Straße gemacht haben“, sagt CDU-Fraktionschef Andreas Zander. „Es ist ein Erlebnis, dort einzukaufen.“ Dort funktioniert das Konzept der Einzelhändler hervorragend. Und die Stadt hat die Geschäftsleute dahingehend unterstützt, dass die Einkaufsstraße sonnabends zur Fußgängerzone werden konnte. Zander lobt: „Auch in der Mühlenstraße hat sich viel getan.“

Verkaufsflächen

500000 Quadratmeter Verkaufsfläche gibt es in **Lübeck insgesamt**. Davon stehen 29 900 Quadratmeter leer.

125000 Quadratmeter Verkaufsfläche entfallen auf die Lübecker **Innenstadt**.

60000 kommen durch das **Ikea-Projekt** hinzu, 10 000 durch die Citti-Erweiterung.