

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

im deutschen Markt für Handelsimmobilien machte der smarte Österreicher René Benko erstmals Mitte der 2010er-Jahre von sich reden. Als junger Investor ohne langjährigen Track Record und größeres Vermögen im Rücken wollte er – ganz selbstbewusst – der Düsseldorfer Metro AG die Warenhaus-Tochter Galeria Kaufhof abkaufen. Der damalige Aufsichtsratsvorsitzende aus der Eigentümer-Familie Haniel ließ im kleinen Kreis wissen, dass er den Verkauf von Kaufhof samt Mitarbeiter an einen Investor ohne sichere Finanzierung nicht mit dem Gewissen vereinbaren könne.

Auch wenn es René Benko später doch noch gelang, Kaufhof und Karstadt zu übernehmen und zu fusionieren – nicht alle Marktakteure hatten so viel Skrupel wie der Metro-Aufsichtsratschef – so zeigen die Ereignisse um die Signa-Pleite und zuletzt die Festnahme von Benko, weil er im Verdacht steht, über Stiftungen Vermögen beiseite geschafft zu haben, dass der gesunde Menschenverstand gekoppelt mit wirtschaftlichem Sachverstand offenbar ausreicht, um die Qualitäten eines Investors einzuschätzen.

Allerdings darf auch nicht unerwähnt bleiben, dass die aggressive Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) eine gute Grundlage für dieses spekulative Geschäft bildete. Entsprechend sind mit der Rückkehr der Inflation und den schnellen Zinserhöhungen durch die EZB seit Sommer 2022 die Goldgräberstimmung verfliegen und das Signa-Geschäftsmodell zu Ende. Es ist zu hoffen, dass die Notenbanker im EZB-Tower in Frankfurt diese Gefahren bei ihrem aktuellen Zinssenkungszyklus im Gedächtnis behalten.

Während die Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft (WKStA) in Österreich die Privatstiftungen der Benko-Familie unter die Lupe nimmt, um für die Gläubiger der Insolvenzverfahren an womöglich beiseite geschafftes Vermögen zu kommen, steht so manche Stadt vor den Baustellen unvollendeter Signa-Projekte. In Hamburg stehen die Chancen für den Elbtower vom neuen Entwickler Becken zu Ende gebaut zu werden, nicht schlecht. Und auch der Rohbau für das geplante Lamarr-Luxuskaufhaus in der Mariahilfer-Straße in Wien hat mit der Stumpf-Gruppe einen neuen Eigentümer gefunden, der bis zum Sommer ein neues Konzept für den Standort erarbeiten will.

Viele Fragezeichen gibt es dagegen beim Carsch-Haus in Düsseldorf, bei dem im März 2023 mit dem Umbau in ein Luxuswarenhaus nach KaDeWe-Vorbild begonnen worden war. Dabei wurden auch Abrissarbeiten etwa am Vorplatz vorgenommen, sodass der Baustopp im Zuge der Signa-Insolvenz im Herbst 2023 einen beschädigten Gebäude-Komplex mitten im Zentrum der Stadt hinterlassen hat.

Wäre die Insolvenz vor dem Umbau erfolgt, gäbe es zumindest noch ein voll funktionsfähiges Kaufhaus, das vom Insolvenzverwalter viel leichter vermarktet werden könnte. Die Verhandlungen mit Interessenten, die das Objekt fertig bauen wollen, ziehen sich hin. Ob es im ersten Quartal mehr Klarheit gibt, muss sich zeigen.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin



Nr. 437 vom 07.02.2025

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Vermietungsmarkt Retail: Ein gutes Marktsentiment	2
Einzelhandelskonjunktur: Ein toxischer Cocktail für den Konsum	6
Konsumkonjunktur: Kaufkraft steigt weiter, die Kauflaune nicht	9
GRR Garbe Retail: Ein deutlicher Wachstumssprung	11
Vermietungsmarkt Logistik: Es kommt auf die Konjunktur an	12
Union Investment: Mehr Spielraum durch Verkäufe	14
Sonae Sierra: Vorzeitige Verlängerung von Mandaten	15
Demografischer Wandel: Das große Potenzial der „jungen Alten“	16
Impressum	16

HandelsimmobilienReport Partner





P&C zieht im Limbecker Platz auf einen Teil der Galeria-Flächen. Foto: ECE

[Vermietungsmarkt Retail: Volumen deutlich gestiegen](#)

Ein gutes Marktsentiment zwischen Herausforderungen und Chancen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der neue Rückenwind im Investmentmarkt für Handelsimmobilien war im vergangenen Jahr auch auf dem Vermietungsmarkt zu spüren. Zum Schlussquartal verzeichneten die Immobilienberater nochmals eine weitere Belebung des Vermietungsgeschäfts, sodass dies als positives Signal für das Jahr 2025 gewertet wird. Allerdings dürfte sich die stationäre Einzelhandelslandschaft dabei auch weiterhin im Spannungsfeld zwischen positiven und negativen Einflussfaktoren bewegen.

„Die bereits gute Vermietungsdynamik der ersten drei Quartale hat zum Jahresende noch einmal Fahrt aufgenommen“, schreibt der Immobilienberater **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) mit Blick auf das mit 147 000 qm im vierten Quartal beste Vermietungsvolumen des Jahres 2024. Damit wurde ein vergleichbares Volumen wie im Vor-Corona-Jahr 2019 erreicht. Auch der Immobilienberater **JLL** spricht vom zweitstärksten Einzelquartal seit mehr als fünf Jahren, mit dem der deutsche Markt für **Einzelhandelsvermietungen** das vergangene Jahr abgeschlossen habe. Mit einem allerdings gegenüber BNPPRE niedrigeren Flächenumsatz von 127 600 qm, sei der Wert seit dem dritten Quartal 2019 nur einmal übertroffen worden – und zwar im zweiten Quartal 2024 mit 136 600 qm.

Vor diesem Hintergrund konstatiert BNPPRE, dass 2024 mit 506 000 qm erstmals seit 2019 in Innenstadt-Lagen beim Flächenumsatz wieder die 500 000-Quadratmeter-Marke geknackt werden konnte. Gegenüber 2023 mit einem Flächenvolumen von etwa 440 000 qm ist das eine Steigerung von 15%. Allerdings musste das Ergebnis von 2023 um die rückabgewickelten Großdeals des zwischenzeitlich selbst insolventen **Modehauses Aachener** nachträglich deutlich nach unten korrigiert werden.

Der Immobilienberater JLL kommt für 2024 in seiner Jahresschlussabrechnung auf 478 300 qm, was im Vorjahresvergleich einem Zuwachs von 6% entspricht. Vor allem aber liegt das Vermietungsvolumen demnach deutlich über dem Fünfjahreschnitt von 438 000 qm und die Zahl der Abschlüsse stieg im Jahresvergleich von 878 auf 932. Die Indizien sprechen demnach für eine weitere Verfestigung des Aufwärtstrends im innerstädtischen Vermietungsmarkt. ►

Marktbericht

Immobilienklima: Positiver Start 2025

Mit einem Anstieg um 1,8% auf 97,6 Punkte gegenüber Dezember 2024 ist das **Deutsche Hypo Immobilienklima** gemäß der 205. Monatsbefragung unter 1 000 Experten positiv ins Jahr 2025 gestartet. Treiber dieser Entwicklung ist mit einem Zuwachs von 4,8% das **Investmentklima**, das mit 97,2 Punkten erstmals seit April 2022 wieder knapp unter der 100 Punkte Marke liegt. Das **Ertragsklima** verzeichnete dagegen einen moderaten Rückgang von 1,0% auf 98,0 Punkte. Anfang 2025 zählen laut Deutsche Hypo vor allem das **Büroklima** und das **Handelsklima** zu den Gewinnern. Das Plus von 6,4% auf 77,1 Zähler gibt beim Büroklima nun die Hoffnung auf eine positive Entwicklung. Und das Handelsklima

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
Homepage:

www.hi-report.de

verzeichnete nach einem Minus von 5,7% zum Jahresende wieder ein Plus von 5,9% auf 88,2 Punkte. Dagegen verzeichnete das **Logistikklima** den dritten Rückgang in Folge um nunmehr 6,2% auf 108,3 Punkte. Auch das **Hotelklima** ging um 5,1% auf 108,5 Punkte zurück. Dagegen war das **Wohnklima** mit 153,5 Punkten stabil.

Dabei identifiziert BNPPRE hinter dem Vermietungsgeschäft im vergangenen Jahr **sehr vielfältige Treiber**, die auch dazu beigetragen hätten, dass leerstehende **Galeria-Flächen** wieder vermietet werden konnten und neue Ankermieter für zahlreiche Shopping-Center, die sich von den Folgen der Zwangsschließungen erholen, gefunden wurden. Beispiele sind der Nonfood-Discounter **Tedi** der sich unter anderem auf Teilflächen von Galeria-Filialen eingemietet hat, sowie der Sportartikelspezialist **Decathlon**, der gleichermaßen in ehemalige Galeria-Häuser und Shopping-Center gezogen ist. Beide Ketten verfolgen weiter ambitionierte Expansionsziele. Vermietungsmeldungen in den innerstädtischen Einkaufslagen und innerstädtischen Shopping-Centern gibt es auch immer wieder von der spanischen **Inditex-Gruppe** mit ihren Marken **Zara** und vor allem **Bershka, Pull & Bear** sowie **Stradivarius**.

„Die konstante Nachfrage nach großen Flächen hat den Markt nicht nur stabilisiert, sondern auch deutlich über den Erwartungen abschließen lassen“, stellt **Aniko Korsos, Head of Retail Leasing JLL Germany**, zusammenfassend fest: „Vor allem die Textilbranche und Warenhäuser wie **Woolworth** und Non-Food-Discounter wie **Tedi** und **Action** expandierten mit Ladenlokalen jenseits von 1 000 qm und sorgten so für ein deutliches

Plus beim Flächenumsatz.“ Für diese Formate sind die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen günstig, da sie mit ihren preisorientierten Sortimenten dem Sparbedürfnis der Menschen entgegenkommen. Laut JLL entfielen im Vorjahr insgesamt 272 700 qm und damit 57% der neu vermieteten Flächen auf die Größenkategorie von über 1 000 qm. Woolworth mietete insgesamt 20 Läden, davon neun großflächige, bei Tedi waren es 11 große von 17 und bei Action 5 große Märkte unter 14 Neueröffnungen.

Mit 131 700 qm entfiel knapp die Hälfte der großflächigen Neuvermietungen auf den **Textilhandel**, der sich im vergangenen Jahr die Spitzenposition vom Segment Gastronomie/Food zurückgeholt hatte. Allerdings ist die Lage in der Branche nicht ganz ungetrübt. Denn wie BNPPRE unter Berufung auf Zahlen aus der Textilwirtschaft berichtet, hat sich beispielsweise die Erhöhung der Frequenz in den Innenstädten nicht im gewünschten Maße auf die Umsatzentwicklung im stationären Modehandel ausgewirkt. Im Gesamtjahr erreichte die Branche ein Umsatzpari und im Dezember verzeichnete sie sogar einen Umsatzrückgang von 6%.

So registriert auch JLL, dass die Textilbranche im Vermietungsgeschäft mit einem Anteil von 37% am Flä-

WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN.



Einzelobjekte und Portfolien

Geeignet sind Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Fachmarkt- und Nahversorgungszentren sowie Einkaufszentren, die ihren Angebotsschwerpunkt auf Gütern des täglichen Bedarfs haben und bonitätsstarke Filialisten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels als Ankermieter aufweisen.

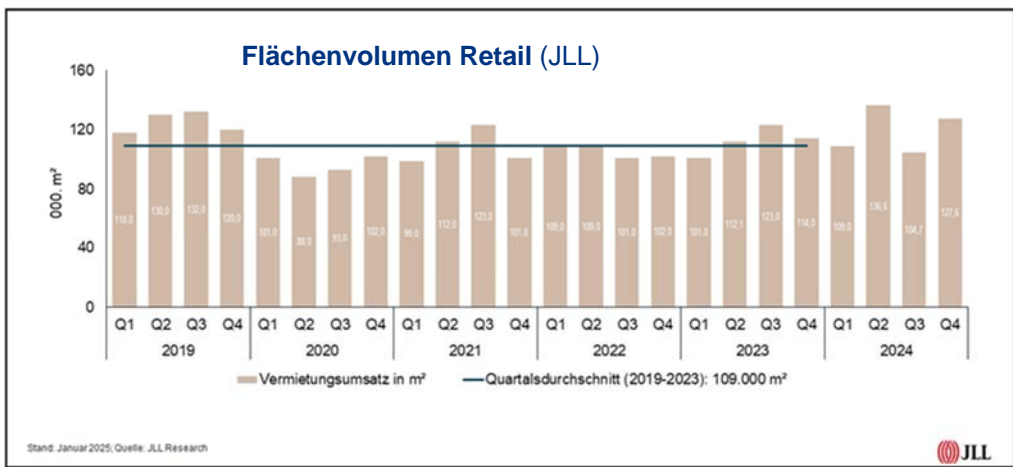
Ein detailliertes Ankaufprofil finden Sie im Internet unter www.grr-garbe.com

Bitte richten Sie Ihre Angebote an:
Claudia Ohlschmid
Transaktionsmanagement
Tel +49 911 955 126 - 301
c.ohlschmid@grr-garbe.com

GRR.
GARBE Retail

chenumsatz zwar weiter an der Spitze bleibt, gegenüber 2023 mit einem Anteil von 41% jedoch etwas verloren hat. Einer der Gründe ist aus Sicht von Aniko Korsos auch, dass „die Textilbranche Konkurrenz bei der Anmietung von Großflächen durch die Non-Food-Discounter und Warenhäuser bekommen hat“. Besonders aktiv in der Textilbranche waren mit einem Anteil von fast 80% des Vermietungsumsatzes laut JLL zum einen die Bekleidungshäuser mit Akteuren wie **Modemark Röther**, **P&C** mit der Anmietung von ehemaligen Galeria-Flächen im **Limbecker Platz Essen** und erneut die konstant expansive Modekette **C&A**.

Zum andern sind die **Young-Fashion-Anbieter** zu nennen. In diesem Segment sind die oben erwähnten Marken Bershka, Pull & Bear, Stradivarius und Zara mit 22 000 qm verteilt auf 14 Läden zu nennen. Aber auch die **Bestseller-Gruppe** mit 20 Geschäften und insgesamt 9 700 qm für ihre Konzepte **Only**, **Only & Sons**, **Vero Moda** sowie **Jack & Jones** setzte ihre Expansion fort. **New Yorker** war vor allem im vierten Quartal expansiv und mietete sieben Läden mit zusammengerechnet 11 200 qm.



Aber auch die zweitstärkste Branche **Gastronomie/Food**, die insbesondere während der Pandemie von der Expansionsfreude des Lebensmittelhandels profitierte, büßte laut JLL vier Prozentpunkte auf einen Anteil von 18% ein. Hier vereinigen vor allem die Systemgastronomen mit einem Anteil von 32,4% und die Lebensmittelanbieter mit 40,5% den größten Flächenanteil auf sich. Laut Korsos ist der Anteil der Systemgastronomen aber um fünf Prozentpunkte gestiegen und der der Lebensmittelanbieter um acht Prozentpunkte gesunken.

Besonders expansiv war die Kette **Go Asia** mit acht, die Discounter **Aldi** mit drei und **Netto** mit fünf Neueröffnungen. Die Supermarktketten hielten sich dagegen zurück. In der Systemgastronomie führt **Starbucks** mit 9 neuen Standorten die Liste an, vor **Mangal x LP10** mit 8, **L' Osteria** mit 7, dem **Haus des Döners** mit 6 und der Gastrokette **60 seconds to napoli** mit 5.

Mangel an guten Flächen in den Metropolen

Bemerkenswert war im vergangenen Jahr, dass mit 64% der Löwenanteil der Vermietungsumsätze auf die Städte außerhalb der zehn deutschen Metropolen entfiel. Als Grund dafür, dass in den zehn Top-Einkaufsstädten der Flächenumsatz nur bei 173 500 qm lag und mit einem Anteil von 36% den Fünfjahresschnitt von 38% knapp unterboten hat, nennt Aniko Korsos „einen teilweisen **Mangel an guten, verfügbaren Flächen**“. Da einige Projektentwicklungen nicht im geplanten Zeitraum fertig wurden, verschieben sich die Vermietungen nach hinten. Hinzu kommt nach Beobachtung der Expertin, dass sich die Anmietungsprozesse in den Metropolen sehr lange hinziehen, und sich manche Mandate gegenwärtig gar nicht platzieren ließen.

Die Rangliste der **dynamischsten deutschen Metropolen** führte Hamburg mit rund 31 100 qm ganz knapp vor Berlin mit ebenfalls rund 31 100 qm an. Damit verzeichnete

Marktbericht

GfK Konsumklima: Fehlstart ins neue Jahr

Die Verbraucherstimmung in Deutschland beginnt das neue Jahr mit einem Fehlstart. Sowohl die **Konjunk-**



tur- und Einkommenserwartungen als auch die **Anschaffungsneigung** verzeichnen im Januar Einbußen, während die Sparneigung um 2,3 Punkte zulegte. So wird für Februar 2025 im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,4 Punkte) ein Rückgang von einem Zähler auf -22,4 Punkte prognostiziert. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse des **GfK Konsumklimas powered by NIM**. Es wird seit Oktober 2023 von GfK und dem Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM), Gründer der GfK, herausgegeben. „Das Konsumklima erleidet wieder einen Rückschlag und startet damit trüb ins neue Jahr“, erklärt **Rolf Bürkli, Konsumexperte** beim NIM: „Die leisen Hoffnungen auf eine vorsichtige Erholung, die nach dem Anstieg im Vormonat aufkamen, sind damit sofort wieder zunichte gemacht worden. Seit Mitte vergangenen Jahres ist bestenfalls eine stagnierende Entwicklung zu erkennen, während in der ersten Jahreshälfte 2024 die Zeichen noch auf Erholung standen.“ Aus Bürklis Sicht ist deshalb eine nachhaltige Erholung des Konsumklimas nicht in Sicht, da auch die Inflationsrate zuletzt wieder etwas gestiegen ist.

die Hansestadt laut JLL erneut ein starkes Resultat, auch wenn das Vorjahresergebnis, das vom Sondereffekt **Überseequartier** geprägt war, unterschritten wurde. **Berlin** mit seinen beiden Stadtzentren in West und Ost sowie den vielen namhaften Stadtteilen blieb dagegen hinter den Erwartungen zurück und rutschte unter den Fünfjahresschnitt. Ein Grund dafür war, dass das Gros der Neuvermietungen auf Flächen mit weniger als 100 qm und in der Größenordnung von 100 bis 250 qm entfiel. Im Kontrast dazu profitierte **Leipzig** im vergangenen Jahr von sieben Großanmietungen jenseits der 1 000 qm, die knapp die Hälfte des Flächenvolumens ausmachten, und rückte mit 19 000 qm auf Platz drei vor und setzte sich damit vor München, Düsseldorf, Stuttgart und Köln.

Leicht rückläufige Mieten in 66 Städten

Beim Blick auf die Entwicklung der Mieten kommt JLL zu dem Ergebnis, dass die Spitzenmieten in den zehn Metropolen gegenüber 2023 stabil geblieben sind. Daran dürfte sich nach Einschätzung des Beraters 2025 nichts ändern. Nur in Nürnberg sank die Spitzenmiete von 135 auf 130 Euro je qm und Monat. Einen geringen Rückgang um 0,5% verzeichnete er in den 56 untersuchten Städten mit 500 000 und mehr Einwohnern und in der Kategorie mit 250 000 bis 500 000 Einwohnern.

Um 2,8% ging es dagegen in der Städtekatgorie mit 100 000 bis 250 000 Einwohnern nach unten. Damit errechnet sich im bundesweiten Schnitt der 66 von JLL untersuchten Städte bei den Spitzenmieten ein Rückgang von 1,8%. Aus Sicht von Aniko Korsos zeichnet sich für den weiteren Jahresverlauf 2025 eine leichte Entspannung ab, sodass es in einzelnen Metropolen erstmals zu leichten Mietsteigerungen kommen könnte.

„Alles in allem“ hat sich nach den Worten von **Christoph Scharf, Geschäftsführer** der BNP Paribas Real Estate GmbH und **Head of Retail Services**, im Handelsimmobilienmarkt im Verlauf des Jahres 2024 „ein insgesamt gutes Marktsentiment“ entwickelt: „Zwar gibt es weiterhin viele Einzelhändler, die Insolvenz anmelden müssen und einen Großteil des beziehungsweise das gesamte Filialnetz schließen, es gibt aber auch zunehmend Brands, welche die Gunst der Stunde nutzen und weiter oder noch umfangreicher auf den stationären Einzelhandelsmarkt setzen“, wägt er Herausforderungen und Chancen gegeneinander ab. Positiv beurteilt er in diesem Kontext die steigende Zahl von Markteintritten internationaler Akteure und deren gute Flächennachfrage. Ob die optimistische Stimmung von 2024 auch 2025 anhalten wird, dürfte laut Scharf mit Blick auf das Modehaus Aachener davon abhängen, wie nachhaltig vor allem die sehr großflächigen Neuvermietungen sind. ■

Deals

Mülheim a.d.R.: Die **Eurofund Group** und **Signal Capital Partners** bauen die Zusammenarbeit mit dem Modeunternehmen **Clinton Group** im **Rhein-Ruhr Zentrum** in Mülheim weiter aus. Auf der ehemaligen Brecklinghaus-Fläche in der ersten Etage der Ost-Mall in Richtung Foodlounge wird der Modeanbieter ab Mitte Februar auf knapp 230 qm sein Multilabel-Konzept **Senses & Co.** präsentieren. Bereits heute betreibt das Unternehmen im Center einen kombinierten **Camp David-** und **Soccx-Store**. Zur Markenwelt der Clinton Group mit Firmensitz in Hoppegarten bei Berlin, gehören zudem die Modemarken Harlem Soul, Senses., The Label und CMPD. Neben der neuen Damenmoden-Marke Senses wird das Angebot im Rhein-Ruhr Zentrum durch ein ausgewähltes Herren-Sortiment mit der Marke CMPD abgerundet. Die Eigentümer des Centers sehen mit der Ausweitung der Präsenz dieses langjährigen Mieters einen wichtigen Schritt, um das Modeangebot weiter zu stärken.



**Dein Studium,
deine Freiheit**

jetzt online

IRE|BS

Studium - Handelsimmobilien
Asset Management

MEHR ERFAHREN →

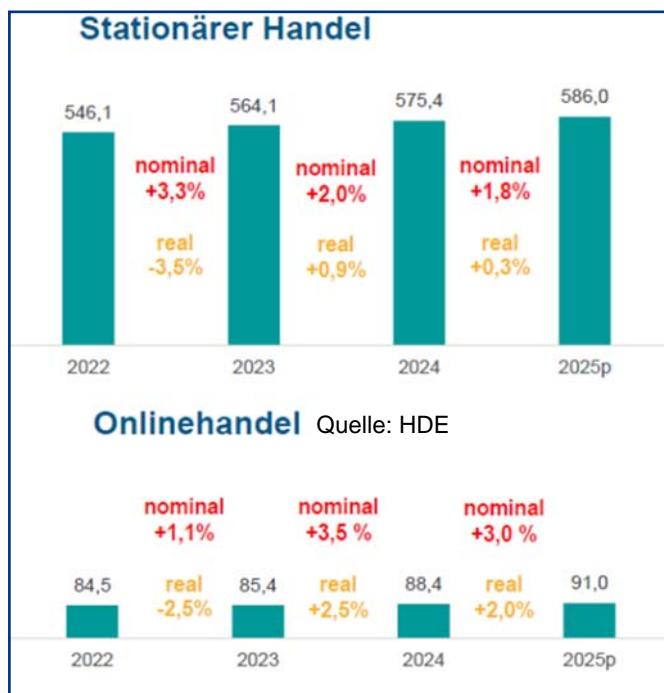
Einzelhandelskonjunktur

Ein toxischer Cocktail für den Konsum

rv DÜSSELDORF. Nach einem Einzelhandelsjahr 2024 ohne sonderlichen Schwung, blickt der Handelsverband Deutschland auch nur verhalten optimistisch auf das Jahr 2025. Bei einem prognostizierten Wachstum von nominal 2% auf 677 Mrd. Euro könnte unter dem Strich noch ein Plus von real 0,5% bleiben. Dabei werden die Wachstumsperspektiven mit nominal +3% und real +2,0% im Online-Handel günstiger eingeschätzt als im stationären Handel mit nominal 1,8% und real 0,3%.

Der Blick auf die vorläufigen Zahlen des **Statistischen Bundesamtes** zeigt, dass sich der deutsche Einzelhandel nach einem sehr schwachen ersten Halbjahr 2024 in der zweiten Jahreshälfte erholt und das Jahr mit einem Erlöswachstum von nominal 2,5% und real 1,1% abschließen konnte. Vor diesem Hintergrund konnte auch der **Handelsverband Deutschland** (HDE) seine Zahlen für das **Weihnachtsgeschäft 2024** von ursprünglich 121,4 Mrd. Euro auf 123,5 Mrd. Euro nach oben korrigieren. Das war gegenüber Weihnachten 2023 ein Plus von nominal 3,1%.

Dass die Bundesbürger hierzulande zu Beginn des neuen Jahres 2025 jedoch stark verunsichert sind – nicht zuletzt auch auf Grund der konjunkturellen Flaute und der politischen Instabilität – lässt sich an dem ausgesprochen gedämpften Start des **GfK**



Konsumklimas und des **HDE Konsumbarometers** im Januar ablesen. Im Februar ist die Anschaffungsneigung weiter gesunken und die Konsumenten zeigen sich vor allem abwartend. So kommen nach den Worten von **Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer** des HDE „der Konsum und der Einzelhandel in Deutschland (...) auch im Jahr 2025 nicht richtig in Schwung“, sodass die Herausforderungen für die Handelsbranche immer größer würden.

Nach der jüngsten HDE-Umfrage unter bundesweit knapp 700 Handelsunternehmen gab nur gut jeder

Fünfte (22%) an, dass er 2025 mit einem Umsatzplus rechnet, wobei nur 1% ein „deutliches Plus“ erwartet. Knapp die Hälfte (48%) gehen dagegen davon aus, dass die Ergebnisse „leicht“ oder „deutlich“ unter Vorjahresniveau liegen. „Es ist schlicht zu viel Unsicherheit im System“, fürchtet Genth: „Unkalkulierbare Kriege und Konflikte, hohe Energiekosten und eine gesamtwirtschaftliche Stagnation sind ein toxischer Cocktail für den Konsum“, findet er. Ganz hoffnungslos ist die Lage aber nicht. So bewerteten 49% der Befragten ihre aktuelle Geschäftslage immerhin als „befriedigend“ und 17% befinden sie sogar als „gut“ – allerdings ein Drittel (33%) auch als „schlecht“.

Beim Blick auf die Entwicklung im laufenden Jahr geht der Handelsverband davon aus, dass der Online-Handel deutlicher zulegen kann als der stationäre Einzelhandel – allerdings bei einer mit 88,4 Mrd. Euro deutlich niedrigeren Ausgangsbasis als im Offline-Handel mit 575,4 Mrd. Euro. So könnte der Online-Handel nach der HDE-

Termine

Westfield Hamburg soll am 8. April eröffnen

Was lange währt wird endlich gut? Diese Frage stellt sich bei der Ankündigung, dass **Unibail-Rodamco-Westfield** (URW) die Flä-



chen für Einzelhandel, Gastronomie und Freizeitangeboten im **Westfield Hamburg-Überseequartier** am 8. April 2025 eröffnen will. Zunächst war die Eröffnung bereits für Ende April des vergangenen Jahres geplant, dann auf den Herbst verschoben worden und nun soll es Anfang April passieren, noch rechtzeitig vor dem Osterfest. Da schon sehr viele Hamburger auf die Eröffnung warten, ist zu hoffen, dass es diesmal klappt. „Im Prozess der Inbetriebnahme wurden erhebliche Fortschritte erzielt und die Systeme der technischen Gebäudeausrüstung des Projektes haben nun die finale Test- und Inspektionsphase erreicht“, teilt URW im Einzelnen mit: „Die Flächen für Einzelhandel, Gastronomie, Unterhaltung und Kultur sind zu 94% vermietet. Das Interesse an den verbleibenden Flächen ist groß.“ Wie es weiter heißt, wurde das Eröffnungsdatum in Abstimmung mit den Mietpartnern und unter Berücksichtigung des Kalenders für den Frühjahrseinzelhandel ausgewählt. Weitere Einzelheiten zu den Eröffnungsveranstaltungen sollen im Vorfeld des Termins bekannt gegeben werden.



MULTIZENTRUM

REWE
CENTER

IMMOBILIEN? KÖNNEN WIR!



Seit 1982 ist die Hahn Gruppe als Asset und Investment Manager tätig. Wir sind auf Handels- und Mixed-Use-Immobilien spezialisiert, die wir über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg managen. Zum Vorteil der institutionellen Investoren und der privaten Anleger, die bereits in unsere über 190 Fonds investiert haben. Zurzeit haben wir rund 8 Mrd. Euro Assets under Management. Wir sichern das Kapital und bauen die Erträge kontinuierlich und nachhaltig aus. So verstehen wir Wertarbeit mit Immobilien. [hahnag.de](https://www.hahnag.de)

 **Hahn
Gruppe**
Wertarbeit mit Immobilien

Prognose 2025 um nominal 3% und real 2% auf 91 Mrd. Euro steigen, der stationäre Einzelhandel um nominal 1,8% und real 0,3% auf 586 Mrd. Euro. In absoluten Zahlen wäre das für den Online-Handel ein Plus von 2,65 Mrd. Euro und für den stationären Einzelhandel von 10,35 Mrd. Euro.

Gleichwohl zeigt der Blick auf die Online-Aktivitäten des stationären Einzelhandels, dass hier noch viel Luft nach oben ist. So gaben 33% der Befragten an, dass sie über einen eigenen Online-Shop Waren verkaufen und auf den Verkauf über Marktplätze entfielen 17% der Nennungen. Da Mehrfachnennungen möglich waren, ist es durchaus vorstellbar, dass einige teilnehmende Händler sowohl über ihren Online-Shop als auch über Marktplätze verkaufen. Dabei erwarten 28% der Befragten höhere Erlöse als im Vorjahr. 23% können sich aber auch vorstellen, dass es schlechter läuft als im Jahr zuvor. Im Kontrast dazu ist die Zahl der Nennungen von 60% der Befragten, der noch nicht über das Internet verkauft, noch sehr hoch.

Nach den vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes erzielte der **Versand- und Internethandel** im vergangenen Jahr – gegenüber 2023 – ein reales Umsatzwachstum von immerhin 5,0% (nominal: 5,8%),

während der **Einzelhandel in Verkaufsräumen** um nominal 2,0% und real 0,4% zulegen. Auch hier gilt es natürlich, die unterschiedlich hohe Ausgangsbasis zu beachten. Am meisten besorgt die befragten Einzelhändler mit 72% der Nennungen die zu erwartende **Kaufzurückhaltung** der Bundesbürger in diesem Jahr, vor der Belastung des Mittelstands/die Bürokratie (63%) und der Anstieg der Energiekosten (50%).

Vor dem Hintergrund der schwierigen konjunkturellen Lage hat der Handelsverband Deutschland mit Blick auf die anstehende Bundestagswahl auch ein Wunschkpaket für die nächste Bundesregierung geschnürt. Ganz oben auf der Liste steht – wie bei vielen anderen Branchen auch – „mehr unternehmerische Freiheit und weniger Bürokratie“.

Auch die Stärkung des Arbeitsmarkts und die Erhaltung der Tarifautonomie stehen auf der Liste, genauso wie die Senkung der Energiekosten und der Stromsteuer für alle und die Vitalisierung des Handelsstandorts Innenstadt. Und mit Blick auf den Vormarsch von Online-Marktplätzen aus Fernost wie **Temu** fordert der HDE die Erhaltung des fairen Wettbewerbs. Denn laut Genth halten sich diese Plattformen nicht an die hier geltende Regelungen und Gesetze. ■



Wir schlagen die Brücke...

... zwischen Immobilienwirtschaft, Einzelhandel und Kommunen.

Sie suchen neue Standorte?

Wir können Ihnen dabei helfen, denn die relevante Zielgruppe finden Sie bei uns!

Gern beantworten wir Ihre Fragen. info@rohmert.de

Cities | Center | Developments
HandelsimmobilienReport

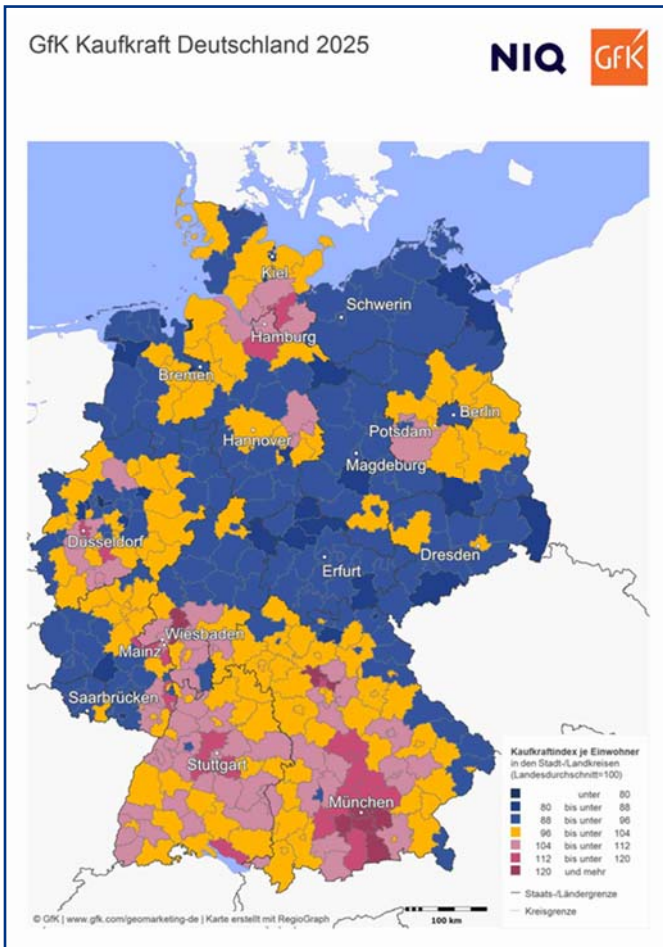
© fotalia.com

Konsumkonjunktur

Kaufkraft steigt weiter, Kauflaune nicht

rv DÜSSELDORF: Die Kaufkraft der Bundesbürger wird auch in diesem Jahr weiter steigen – und zwar um nominal 2% oder 579 Euro auf 29 566 Euro pro Kopf, wie das Marktforschungsunternehmen NIQ GfK errechnet hat. Das ist eine Kaufkraftsumme von insgesamt 2,503 Billionen Euro. Ob sich die Deutschen am Ende aber tatsächlich mehr leisten können, wird davon abhängen, wie hoch die Inflationsrate ausfällt. Im Dezember war sie nach den vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes wieder auf 2,6% gestiegen. Und Anfang 2025 ist vieles teurer geworden.

Dabei haben die etwa 139 000 Menschen im **Landkreis Starnberg** mit 40 684 Euro



pro Kopf das höchste verfügbare Netto-Einkommen und liegen um 37,6% über dem **Bundesdurchschnitt**. Die niedrigste Kaufkraft haben mit 23 425 Euro im Kontrast dazu die **Gelsenkirchener**, die damit um knapp 21% unter dem Bundesdurchschnitt liegen. Knapp hinter Starnberg finden sich die 358 480 Bewohner des **Landkreises München** mit einem Netto-Einkommen von 39 779 Euro und einem Kaufkraft-Index von 134,5, gefolgt vom **Stadtkreis München** mit 38 138 Euro und einem Kaufkraft-Index von 129,0.

Die Differenz zwischen Stadt- und Landkreis München ist damit zu erklären, dass in den Villenvierteln der Bayernmetropole mehr Wohlhabende leben, während in der Stadt mit gut

1,5 Mio. Einwohnern auch viele mit niedrigerer Kaufkraft wie Studenten, Polizisten, Krankenschwestern etc. leben, die den Durchschnitt etwas nach unten drücken. Auf Platz 4 folgt **Ebersberg** mit 37 365 Euro pro Kopf, vor dem **Hochtaunuskreis** mit 37 231 Euro, der sich vor einigen Jahren noch einen regelmäßigen Wettstreit mit dem Landkreis Starnberg um den Spitzenplatz geliefert hatte.

Dagegen ist der **Landkreis Miesbach** der größte Gewinner in den Top 10 der reichsten Stadt- und Landkreise. Er hat sich mit 35 768 Euro von Platz 10 auf Platz 7 hochgearbeitet. Auf Platz 10 ist nunmehr der **Landkreis Dachau** mit 35 206 Euro gerutscht, nachdem er im Vorjahr noch den 9. Platz belegte. Neuzugänge in den Top 10 gibt es 2025 laut NIQ GfK nicht, aber in den Platzierungen fünf bis zehn sortierten sich die Landkreise allesamt neu. In etwa auf dem Bundesschnitt liegt 2025 mit 29 578 Euro der **Landkreis Lüneburg**. Bemerkenswert ist auch, dass München der einzige deutsche Stadtkreis ist, der es unter die Top 10 geschafft hat. ▶

Personalien

Heidelmann ergänzt GRR-Geschäftsführung

Seit 1. Februar ergänzt **Jan Heidelmann** die Geschäftsführung des Asset- und Investmentmanagers **GRR**



Garbe Retail Real Estate GmbH an der Seite von **Andreas Freier** mit dem er das **Geschäftsführungsduo** bildet.

Gleichzeitig ist **Thomas Kallenbrunnen** als Interimgeschäftsführer der GRR Garbe Retail ausgeschieden und konzentriert sich auf seine Aufgaben als Geschäftsführer der Garbe Infrastructure sowie der Garbe Capital & Strategy. In seiner neuen Rolle bei GRR Garbe Retail wird Jan Heidelmann insbesondere die Themen Capital Markets, Fonds- und Real Estate Management sowie den kaufmännischen Bereich verantworten, während sich Andreas Freier auf die Bereiche Transaction Management, Business Development sowie das Asset- und Project Management fokussieren wird. Die GRR Garbe Retail ist ein zentraler Baustein der „Sheds-Strategie“. Zusammen mit den Geschäftsbereichen „Beds“ und „Infrastructure“ bildet sie den 360-Grad-Ansatz von Garbe ab. Der studierte Jurist mit 20 Jahren Erfahrung in der Immobilienwirtschaft war zuvor bei der **Momeni Group** als Managing Director tätig. Positionen im Bereich internationales Investmentmanagement begleitete Heidelmann u.a. bei **Freo Germany**, **PGIM Deutschland** und der **Rockpoint Group**.

Im Kontrast dazu liegt die **Bundeshauptstadt Berlin** mit 28 330 Euro pro Kopf bei der Pro-Kopf-Kaufkraft gut 4% unter dem deutschen Durchschnitt – auch wenn sich die Stadt im Vergleich zum Vorjahr um zwölf Ränge verbessern konnte. Damit unterscheidet sich Berlin eindeutig von anderen europäischen Hauptstädten wie London und Paris, in denen in der Regel die höchste Kaufkraft gemessen wird. Das ist zweifellos auch Folge der jahrzehnte-langen Teilung der Stadt und der DDR-Planwirtschaft, die dazu geführt hat, dass beispielsweise namhafte Firmen wie Siemens nach dem Krieg die Stadt verlassen haben und die Industrialisierung in der Nachkriegszeit ins Stocken geraten ist.

Allerdings steht Berlin in puncto unterdurchschnittliche Kaufkraft unter den 25 einwohnerstärksten Stadtkreisen, die mehr als 21% der Gesamtkaufkraft Deutschlands auf sich vereinen, nicht allein da. Denn während **Düsseldorf** mit 33 705 Euro um 14% über dem Bundesdurchschnitt liegt, kommen laut NIQ GfK **Essen** und **Dresden** auf ein ähnliches Niveau wie Berlin. Um gut 9% liegen **Leipzig** und **Dortmund** unter dem Bundesdurchschnitt und **Bremen** um mehr als 10%. Hier zeigen sich mit Dresden und Leipzig die gleichen Folgen der deutschen Teilung und der DDR-Vergangenheit wie in Berlin und Städte wie Essen, Dortmund und Bremen sind vom Niedergang der Montanindustrie und der Schiffswerften betroffen.

In der **Rangliste der Bundesländer** bildet **Bremen** mit durchschnittlich 26 071 Euro und einem Kaufkraft-Index von nur 88,2 denn auch das Schlusslicht, allerdings nicht allzu weit unter **Mecklenburg Vorpommern** mit 26 754 Euro und einem Kaufkraftindex von 90,5 sowie **Sachsen-Anhalt** mit 26 935 Euro und einem Kaufkraftindex von 91,1. Auf Platz 13 und Platz 12 finden sich **Thüringen** mit 27 000 Euro und **Sachsen** mit 27 167 Euro. Am besten unter den neuen Bundesländern konnte sich bislang **Brandenburg** mit 28 570 Euro vor dem Bundesland Berlin auf Rang 9 etablieren – lag mit einem Kaufkraftindex von 97 aber auch unter dem Bundesdurchschnitt.

Die größten Kaufkraftzuwächse gab es in den neuen Ländern

Als erfreulich wertet die NIQ GfK, dass sich der Trend der vergangenen Jahre fortsetzt und die neuen Bundesländer die größten Kaufkraftzuwächse verzeichnen, so dass sich die Schere zu den alten Bundesländern etwas schließt. So ist Brandenburg inzwischen am Saarland vorbeigezogen und der **Landkreis Görlitz** konnte seinen letzten Platz in der Rangliste nach vielen Jahren als Schlusslicht an Gelsenkirchen weiterreichen.

Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass das Aus-

gabepotenzial bundesweit sehr ungleich verteilt ist und in drei Viertel der 16 deutschen Bundesländer unterdurchschnittlich ist. Denn wie in den vergangenen Jahren haben nur **Bayern, Hamburg, Baden-Württemberg** und **Hessen** unter den Bundesländern eine **überdurchschnittliche Kaufkraft**. Dabei zeigt schon der Blick auf die zehn kaufkraftstärksten Landkreise, dass sich Bayern hier besonders hervortut. Mit einer durchschnittlichen Kaufkraft von 31 907 Euro und einem Kaufkraftindex von 107,9 steht das Bundesland denn auch auf dem Spitzenplatz, allerdings nur knapp vor Hamburg mit 31 270 Euro und Baden-Württemberg mit 31 233 Euro. Der Abstand zum viertplatzierten Hessen mit 30 237 Euro ist schon etwas größer. **Schleswig-Holstein** auf Platz fünf steht mit 29 542 Euro und einem Kaufkraftindex von 99,9 nur noch ganz knapp unter dem Bundesdurchschnitt.

Nur vier Bundesländer mit überdurchschnittlicher Kaufkraft

Die **Pro-Kaufkraft vor Ort** allein entscheidet aber noch nicht über die **Güte eines Zielmarktes** für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister, wie der Blick auf die **Kaufkraftsummen** und die großen Städte mit mehr als 500 000 Einwohnern zeigt. Denn laut NIQ GfK ist „die Kaufkraftdichte, also die verfügbare Kaufkraftsumme in Millionen Euro je Quadratkilometer, in den Metropolen München und Berlin am höchsten, gefolgt von Frankfurt, Stuttgart, Düsseldorf und Nürnberg“. Die Kaufkraftdichte sei für Unternehmen ein wichtiger Indikator für ihre Entscheidung, „in welchen Gebieten sie mit einer gezielten Kundenansprache auf kleinstem Raum viel Kaufkraftpotenzial mobilisieren können“.

Beim Blick auf das Gesamtjahr 2025 konstatiert **Markus Frank, Experte im Bereich Geomarketing** von NIQ-GfK, dass die Deutschen in diesem Jahr erneut mehr Geld für ihre Konsumausgaben und zum Sparen zur Verfügung haben – nicht zuletzt auf Grund von gestiegenen Löhnen und der Erhöhung von Transferzahlungen wie Kinder- und Wohngeld. Dennoch fällt das nominale Wachstum mit 2% nach seinen Worten deutlich moderater aus als in den vergangenen Jahren, weshalb Frank **reale Kaufkraftverluste** befürchtet.

Denn die Inflation könnte in diesem Jahr durchaus über der Zwei-Prozent-Marke liegen. Die Europäische **Zentralbank** erwartet die Inflationsrate in der Euro-Zone in diesem Jahr bei 2,1% und die Kerninflationsrate (ohne Energie und Lebensmittel) bei 2,3%. Da auch die steigende Arbeitslosigkeit in Deutschland für Verunsicherung sorgt, geht Frank davon aus, dass „die Deutschen 2025 größere Anschaffungen auf die lange Bank schieben und wenn möglich für schlechtere Zeiten etwas Geld beiseitelegen“ werden. ■

GRR Garbe Retail GmbH

Ein deutlicher Wachstumssprung

rv DÜSSELDORF. Für das erste Jahr als Teil der Garbe-Unternehmensgruppe, kann die GRR Garbe Retail GmbH mit Sitz in Nürnberg eine gute Bilanz ziehen. Das gilt sowohl für das Transaktions- als auch für das Vermietungsgeschäft. Auch bei der internationalen Expansion kommt das Unternehmen voran.

Nach den Worten von **Thomas Kallenbrunnen, Geschäftsführer** der **Garbe Capital & Strategy**, ist „das Wachstum von über 30% in einem schwierigen Umfeld (...) ein sehr starkes Zeichen für die unternehmerische Kraft, die das hervorragende Team der GRR mit der Übernahme durch Garbe entwickelt hat“. Ein Beleg dafür ist aus seiner Sicht zum einen die Ausweitung des Investmentspektrums von bisher „Core/Core+“ auf „Value-Added“ und zum anderen die erste internationale Übernahme eines Portfolios mit 22 Einzelhandelsimmobilien für 222 Mio. Euro in **Italien** – darunter sieben Hypermärkte und 15 Supermärkte mit zusammen 140 000 qm Mietfläche (GLA). Verkäufer war die **Coop Alleanza 3.0**. Mit diesem Engagement in Italien und dem Aufbau einer **GRR Landesgesellschaft** sieht Kallenbrunnen die GRR Garbe Retail auf dem Weg zur paneuropäischen Plattform für Nahversorgungsimmobilien schon einen großen Schritt vorangekommen.



Übernahmeobjekt in Elchesheim-Iltingen.

Foto: GRR Garbe Retail

Im Einzelnen konnte das Unternehmen in einem schwachen wirtschaftlichen Umfeld die **Assets under Management (AuM)** 2024 gegenüber dem Jahresende 2023 um über 30% auf 2,68 Mrd. Euro steigern. Im Rahmen von etwa 20 Transaktionen wurden im Vorjahr 69 Objekte erworben und drei Immobilien veräußert. „Bei einem Gesamttransaktionsvolumen von mehr als 585 Mio. Euro erhöhte sich die Anzahl der von GRR gemanagten Objekte auf 546“, schreibt GRR Garbe in ihrem Bericht weiter. Dass dabei auch die erste internationale Transaktion einen signifikanten Anteil an diesem Wachstumsschub hat, zeigt schon der Blick auf die beachtliche Größe des Portfolios.

Mit mehr als 80 Neuvermietungen und Vertragsverlängerungen verlief auch das **Vermietungsgeschäft** für GRR Garbe erfreulich. Dabei wurden mehr als 9 000 qm neu vermietet und für über 46 000 qm konnten Prolongationen erreicht werden, „wobei aus den Laufzeitverlängerungen ein zusätzliches gesichertes Mietvolumen von 46 Mio. Euro resultierte“, wie das Unternehmen feststellt.

Diese positive Geschäftsentwicklung belegt aus Sicht von **Andreas Freier, Geschäftsführer** der GRR Garbe Retail, bereits jetzt, dass die Einbindung der GRR in die Garbe-Gruppe erfolgreich verlaufen ist. Für ihn ist es wichtig, dass der Spezialist für Nahversorgungsimmobilien im vergangenen Jahr mit den zahlreichen großvolumigen Transaktionen sowohl bei der Akquisition als auch beim Verkauf Handlungsfähigkeit und Entschlossenheit bewiesen hat. Zusammen mit dem guten Vermietungsergebnis könne die GRR Garbe einen unternehmerischen Erfolg vorweisen, der einen deutlichen Mehrwert sowohl für die Mieter als auch für die Investoren schaffe. ■

Unternehmens News

MEC zieht positive Vermietungsbilanz

Die **MEC GmbH** mit Sitz in Düsseldorf hat im Vorjahr 135 000 qm Handelsfläche vermietet und dabei 265 Mietverträge und Vertrags-



verlängerungen abgeschlossen. Damit ist es auch in einem herausfordernden Marktumfeld gelungen, den Mieter- und Branchenmix gezielt weiterzuentwickeln und nachhaltige Anschlussvermietungen zu realisieren. Zu den Verlängerungen zählen u.a. Abschlüsse mit **Apollo, Woolworth, New Yorker, Primark, Bijou Brigitte, Siemes Schuhcenter, Jeans Fritz, Müller Drogerie, dm, Rossmann, Takko, Modemark Röther** und **Fressnapf**. Die Vermietungen haben vor allem im **Saarbasar Saarbrücken**, im **Dreieich Nordpark** (Foto oben), in der **Schlössle Galerie Pforzheim**, im **Ostsee Park Rostock** und im **Förde Park Flensburg** zur konzeptionellen Weiterentwicklung der Standorte beigetragen. Hier wurden neue Mieter integriert, um das Handelsangebot an veränderte Kundenbedürfnisse anzupassen. Nach den Worten von **Christian Thiele, Head of Leasing Management** der MEC, ist heute „eine durchdachte Strategie, die sowohl die Anforderungen der Mieter als auch die langfristige Entwicklung der Standorte im Blick hat, entscheidend“.

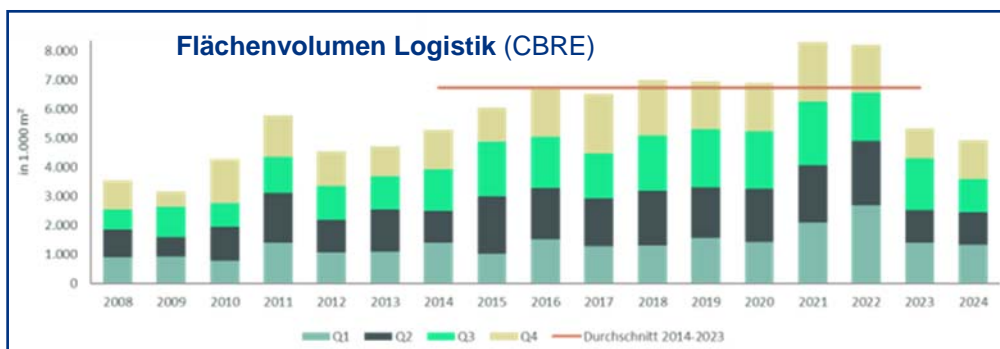
Vermietungsmarkt Logistik

Es kommt auf die Konjunktur an

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Während der Investmentmarkt für Logistikimmobilien das Jahr 2024 mit einem schwungvollen Quartal beendet hat, ist die Lage auf dem Vermietungsmarkt eher durchwachsen. Das Vermietungsvolumen blieb hinter dem Vorjahresniveau zurück und ob es 2025 wieder aufwärts geht, hängt von der konjunkturellen Entwicklung in Deutschland ab. Allerdings gibt es auch positive Signale.

„Der Flächenumsatz ging 2024 noch einmal zurück, jedoch mit deutlich geringerer Intensität als noch 2023“, stellt **Rainer Koepeke, Head of Industrial & Logistics** bei **CBRE in Deutschland**, fest: Mit einem Flächenumsatz von 1,3 Mio. qm sei das Schlussquartal zudem „verhalten positiv“ verlaufen – jedenfalls besser als das zweite und das dritte Quartal. Diesen vorsichtigen Optimismus teilt auch **Nicolas Roy, Head of Industrial & Logistics Germany** bei **Colliers**, beim Blick auf das Schlussquartal, das in den Top-8-Logistik-Regionen sogar das bisher stärkste gewesen sei. Er wertet das durchaus als positives Zeichen: „Wir stellen fest, dass die durchschnittliche Flächengröße pro Anmietung seit dem dritten Quartal wieder steigt“, sodass die Unsicherheiten, die sich aus der Schiefelage in der hiesigen Wirtschaft ergeben, allmählich nachlassen und die Gesuche wieder konkreter werden.



Ungeachtet dieser ersten kleinen Anzeichen für eine Belebung bleibt die Großwetterlage für den **Vermietungsmarkt für Logistik- und Industrieimmobilien** erst einmal getrübt, wie **Christopher Raabe, Geschäftsführer und Head of Logistics & Industrial** von **BNP Paribas Real Estate GmbH (BNPPRE)**, mit Blick auf die unvermindert schwierige wirtschaftliche Lage in Verbindung mit den sehr moderaten Wachstumsprognosen für die hiesige Wirtschaft, feststellt. Damit würden die Impulse für „vergleichbar hohe Lager- und Logistikflächenumsätze wie in den vergangenen Jahren“ fehlen. Damals wurden viel mehr großflächige Verträge über 20 000 qm abgeschlossen. Und **Sarina Schekahn, Head of Industrial & Logistics Agency JLL Germany**, ist überzeugt: „Solange sich die Konjunktur nicht erholt und die Unternehmen keine sichere Perspektive vor Augen haben, wird die Dynamik auf dem Logistikvermietungsmarkt nicht signifikant zulegen und die Entwicklung der Spitzenmieten stagnieren.“

Vor diesem Hintergrund ermittelte CBRE für 2024 einen Flächenumsatz, der mit 4,9 Mio. qm um 8% unter dem Vorjahresniveau lag. BNPPRE errechnete für den bundesweiten Logistikmarkt ein Flächenvolumen von etwa 5,3 Mio. qm und damit 16% weniger als 2023 und 24% weniger als der **Zehnjahres-Schnitt**. Colliers kommt auf ein Vermietungsvolumen von rund 5,7 Mio. qm nach 6 Mio. qm 2023.

Bei der Verteilung des Flächenumsatzes liegen die einzelnen Branchen recht dicht beieinander. So standen im vergangenen laut CBRE die **Produktionsunternehmen** mit 32% an der Spitze, büßten gegenüber dem Vorjahr allerdings drei Prozentpunkte ein. Diese Spitzenposition bestätigt auch BNPPRE und verweist darauf, dass die bei-

Deals

URW und Decathlon stärken Partnerschaft

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) Germany bereichert an den beiden Standorten **Westfield Ruhr Park** in Bochum und **Palais Vest** in Recklinghausen den



ohnein schon vielfältigen und attraktiven Mieter- und Markenmix: Mit dem Sportartikelhersteller und -händler **Decathlon** kommt in den beiden Shopping-Centern jeweils ein weiterer Ankerpartner an Bord. Im Westfield Ruhr Park wird Decathlon künftig auf einer Verkaufsfläche von über 1 000 qm sein umfangreiches Sortiment präsentieren. Im Palais Vest ist die Verkaufsfläche ähnlich groß. Die Eröffnungen sind jeweils im Frühjahr 2025 geplant.

+++++

Bremen: Robert C. Spies hat eine ca. 770 qm große Handelsfläche in der Theodor-Heuss-Allee 6 in der Weidenpassage vermittelt – direkt neben Aldi und in der Nähe des Bremer Hauptbahnhofs. Neuer Mieter der Fläche ist **Syed Maywand**, der einen Orient-Markt eröffnen wird. Das Konzept umfasst eine vielfältige Auswahl orientalischer Spezialitäten, darunter eine kleine Bäckerei, eine Fleischtheke mit Halal-Produkten sowie ein umfangreiches Sortiment an Lebensmitteln und Waren aus dem Orient. Vermieterin der Fläche ist die **Meag GmbH**.

den größten Umsätze des Vorjahres mit dem neuen **Batteriewerk** von **BMW** in **Straßkirchen** mit 150 000 qm (Bild: BMW) und dem neuen Logistikzentrum von **Mercedes-Benz** in **Bischweier** (100 000 qm) auf diese Branche entfallen. **Handelsunternehmen** (inklusive Online-Händler) legten laut CBRE um sechs Prozentpunkte zu und kamen auf 31% – genauso wie die **Transport- und Logistikunternehmen**.



Laut BNPPRE waren Handelsimmobilien die einzige Branche, „die ihr absolutes Ergebnis aus dem Vorjahr zumindest leicht steigern“ konnte – auch wenn sie nicht an die hohen Umsätze der eCommerce-Boomjahre anknüpfen konnte. Zudem wurde in diesem Segment der höchste Umsatz im großflächigen Segment jenseits der 20 000-Quadratmeter-Marke verzeichnet. Zu nennen sind hier Vermietungen an den **Nordwest Handel** in Alsfeld mit 70 000 qm, **Fressnapf** in Nörvenich mit 68 000 qm und **Lidl** in Hückelhoven mit 64 000 qm.

Beim Blick auf die **Spitzenmieten** stellt Sarina Schekahn fest, dass sich die „Zurückhaltung der Nutzer bei Neuanmietungen (...) mehr denn je auf die Entwicklung der Spitzenmieten auswirkt“. Vor diesem Hintergrund erwartet sie im neuen Jahr, dass die anhaltend geringe Nachfrage zu stagnierenden Preisen auf weiteren Märkten führen könnte und dass es in einzelnen Märkten – allen voran in peripheren Lagen – zu sinkenden Spitzenmieten kommen könnte. So wie das 2023 in Bremen zu beobachten war. Wie CBRE bestätigt, führte das erhöhte Leerstandslevel in Märkten wie Bremen aber auch in Mitteldeutschland zu einem leichten Rückgang der Mieten. Dabei betraf der Leerstand vor allem spekulativ errichtete Objekte.

„Durch rückläufige Angebotsmieten wären positive Impulse für den Nutzermarkt zu erwarten“, gibt der Immobilienberater vor diesem Hintergrund zu bedenken. Für die Top-5-Logistik-Märkte registrierte er 2024 einen Anstieg der Spitzenmiete im Schnitt um 4,5% auf 8,79 Euro. BNPPRE registrierte bei den Spitzenmieten in den acht Logistikhochburgen nur noch vereinzelte leichte Erhöhungen, sodass sich im Schnitt ein Anstieg von gut

2% ergab. Die Bandbreite liegt zwischen 10,50 in München und 5,90 Euro in Leipzig.

Beim **Blick auf das Jahr 2025** weist Koepke darauf hin, dass der Flächenumsatz maßgeblich von der Konjunkturlage und den politischen Richtungsentwicklungen nach der Bundestagswahl beeinflusst wird: „Sobald sich die Rahmenbedingungen verbessern, ist von einem raschen Anstieg des Flächenumsatzes auszugehen. Denn durch die konjunkturellen Herausforderungen haben viele Unternehmen ihre Flächenentscheidungen zwar vertagt, ihre strategischen Logistikplanungen aber nicht beendet.“ Impulse erwartet er im klassischen Handel. Hier gibt es noch viele veraltete Logistikobjekte, die den modernen Anforderungen an Technik und ESG nicht mehr gerecht werden, so dass der Umzug in modernere Objekte oder Neubauten wahrscheinlich ist. Letztlich werde es von der Entwicklung der Konjunktur abhängen, ob die Flächenumsätze im Jahr 2025 steigen werden.

Mit Blick auf das unverändert herausfordernde Umfeld und das von den Wirtschaftsforschungsinstituten erwartete schwache Wirtschaftswachstum in Deutschland geht **Bastian Hafner, Head of Logistics & Industrial Advisory** der BNP Paribas Real Estate GmbH, aus heutiger Sicht davon aus, dass „sich der Flächenumsatz zunächst stabil entwickelt und erst nach einer spürbaren wirtschaftlichen Belebung wieder deutlich anziehen wird“. Auch Nicolas Roy von Colliers ist zuversichtlich, „dass sich mit einer Stabilisierung der Wirtschaft auch die Nachfrage langsam erholen wird“. Bei den Spitzenmieten und den Durchschnittsmieten erwartet Hafner „noch weitere leichte Steigerungen in den Top-Märkten“.



Foto: Fressnapf

Logistikzentrum von Fressnapf in Nörvenich

Vor diesem Hintergrund sorgt sich Sarina Schekahn, dass auch künftig mit einem Mangel an verfügbaren Logistikimmobilien zu rechnen ist, sobald die Konjunktur wieder anzieht. Zwar seien die Baukosten in Deutschland zuletzt gesunken und auch die Zinsentwicklung habe sich entspannt, doch habe das bislang nur geringe Auswirkungen auf den Mietmarkt gehabt. Denn mit Ausnahme der fünf Immobilienhochburgen führe das nur bedingt zu einer Zunahme von spekulativen Entwicklungen. ■

Union Investment Real Estate

Mehr Spielraum durch Verkäufe

HIR DÜSSELDORF. Um sich im neuen Marktzyklus Handlungsspielraum zu verschaffen, hat Union Investment die Qualität ihres Immobilienportfolios 2024 genutzt, um durch Verkäufe die Liquiditätsreserven auszubauen und sich so Spielraum für die Weiterentwicklung der Portfolios zu verschaffen. Zudem wurde die Fondsperformance durch die Verkäufe in einem schwierigen Marktumfeld stabilisiert.



Insgesamt realisierte **Union Investment** 2024 nach Unternehmensangaben „ein Rekord-Verkaufsvolumen von 2,75 Mrd. Euro, verteilt auf 28 Einzeltransaktionen“. Wie es weiter heißt, wurden bei fast allen Transaktionen mit Verkaufserlösen, die oberhalb oder auf dem Niveau der zuletzt festgestellten Sachverständigenwerte lagen, über die Haltedauer attraktive Renditen erzielt. Dabei seien

die Buchwerte um rund 330 Mio. Euro übertroffen worden. Die Haltedauer der verkauften Immobilien lag bei durchschnittlich 11,2 Jahren. Zuvor hatten sie jährliche Wertbeiträge geliefert. „Unsere Strategie, auf volumenstarke, breit diversifizierende Flaggschiff-Fonds zu setzen, und unsere defensivere Expansionsstrategie in den vergangenen Jahren hat sich als richtig erwiesen und macht unsere Portfolios in der aktuellen Marktsituation resilient“, stellt **Michael Bütter, Vorsitzender der Geschäftsführung der Union Investment Real Estate GmbH**, fest.

Auf sogenannte Betreiberimmobilien entfielen 1,4 Mrd. Euro. Dabei trennte sich Union Investment im Einzelnen von drei Hotelobjekten in Deutschland, Österreich und den USA mit einem Volumen von rund 204 Mio. Euro und von vier Einzelhandelsobjekten mit einem Volumen von rund 1,16 Mrd. Euro. Auf das Segment Handelsimmobilien entfielen auch die Verkäufe mit den größten Einzelvolumina wie die **Fünf Höfe** in München (Foto) und das Shopping-Center **Magnolia** in Breslau.

Nach den Worten von **Martin Brühl, Chief Investment Officer und Mitglied der Geschäftsführung**, hat „der Einzelhandelsmarkt korrigiert – auch bei den Bewertungen und Mieten – und zeigt nun wieder eine positive Entwicklung.“ Für gute Assets würden wieder angemessene Preise erzielt. Aber auch Hotels seien über den Berg. Sie würden nun fast überall wieder über den Werten von 2019 liegen. „Von der positiven Entwicklung beider Assetklassen – Hotel und Einzelhandel – wollen wir auch im neuen Geschäftsjahr profitieren“, so Brühl weiter.

In einem auch 2024 noch dysfunktionalen Markt hat sich Union Investment mit Neuankäufen für die gewerblichen Immobilienfonds zurückgehalten. Mit wieder besseren Ankaufschancen rechnet das Unternehmen erst ab 2026 – vor allem auch dann, wenn es zu weiteren Zinssenkungen kommt. „Der neue Zyklus, der sich in **Großbritannien** gerade als erstes herausbildet, wird in der Breite noch etwas Zeit brauchen, so dass wir 2025 überwiegend in unsere bestehenden Assets investieren werden und weniger in neue Objekte“, so Michael Bütter. Optimistisch ist aber der Ausblick von Union Investment auf die Entwicklung des institutionellen Immobiliengeschäfts, da die Profianleger ihren Wiedereinstieg sukzessive vorbereiten. Im Fokus: Assetklassen, die ihren Wendepunkt gefunden haben wie Nahversorgung, Hotel oder europäisches Wohnen und selektiv Büros. ■

Unternehmens News

Obi gewinnt drei neue Franchise-Partner

Auf seinem Weg zu Europas Nummer eins für alle Fragen und Projekte rund um Home & Garden setzt **Obi** unter anderem auf Wachstum durch den Schulterchluss mit neuen Franchisepartnern. Mit der **C. J. Wigger KG** wurde jetzt ein



neuer Partner gefunden, der zum 1. Januar 2026 mit seinen beiden Baumärkten in **Neumünster** sowie einem weiteren in **Eutin** (alle: Schleswig-Holstein) aus dem Hagebau- in das Obi Franchise-System wechselt. Mit diesem neuen Partner verdichtet Obi sein Marktnetz auch in Norddeutschland weiter und kommt seinem Ziel näher, alle 15 Autominuten einen stationären Markt erreichbar zu machen. Wigger ist bereits seit 1881 ein starker Name in der Region, das Unternehmen ist in vierter Generation bekannt für seine Expertise in Sachen Baumarkt, Fliesenfachhandel und Gartentechnik. In Neumünster wechselt Wigger mit seinen Standorten an der Boostedter Straße 299 sowie der Kieler Straße 399 mit rund 8 400 sowie 7 100 qm Verkaufsfläche zu Obi, in Eutin mit 5 600 qm, jeweils inkl. Gartencenter. Zudem werden in Neumünster an der Boostedter Straße die Themen Gartentechnik und Motoristik inklusive Reparatur Service auch weiterhin großgeschrieben.

Sonae Sierra

Vorzeitige Verlängerung von Mandaten

HIR DÜSSELDORF. Nachdem der internationale Immobilienspezialist Sonae Sierra Deutschland beim Shopping Center Performance Report (SCPR) unter den Center-Betreibern 2024 den zweiten Platz erreichen konnte, hat das Unternehmen auch für das Vermietungsgeschäft in den sieben von ihr gemanagten Einkaufszentren eine passable Bilanz vgezogen.



Konkret managt Sonae Sierra hierzulande das von ihr auch entwickelte Alexa am Alexanderplatz in Berlin, (Foto: Sierra) die Europa-Galerie Saarbrücken, die Mercaden Böblingen, die Münster Arkaden und die Hamburger Objekte Mercado Altona, das Quarree Wandsbek sowie das Geschäftshaus Ottensen und konnte insgesamt 64 neue Mietverträge abschließen.

Zudem wurden 47 Verträge mit bestehenden Mietern verlängert. Die insgesamt 111 Vertragsabschlüsse umfassen nach Unternehmensangaben eine Mietfläche von gut 33 600 qm. 2023 waren es 119 Mietverträge über 37 500 qm gewesen.

Zur guten Bilanz gehört auch, dass die Erlöse der Mieter über in allen Centern im Vorjahr – gegenüber dem Jahr 2023 – um 2,5% und die Frequenz um 1% gestiegen sind. Nach den Zwangsschließungen zur Pandemie-Bekämpfung bedeutet das eine weitere Normalisierung des Geschäfts. Zudem haben die Hanse Merkur Grundvermögen, Eigentümerin der Mercaden Böblingen und die Aachener Grundvermögen, Eigentümerin der Münster Arkaden, im Vorjahr vorzeitig die Managementverträge mit Sonae Sierra verlängert.

Das wertet Christine Hager, Direktorin für Property Management bei Sonae Sierra in Deutschland, als Wertschätzung für die Center- und Property Management Services sowie die maßgeschneiderten Lösungen des Unternehmens für die einzelnen Standorte. „Da die Nachfrage nach professionellen Management Services für die Immobilienbranche zunimmt, bieten wir unsere Vermietungsleistungen seit 2024 auch separat – ohne Managementmandat – an“, ergänzt Dirk von der Ahé, Leasing Manager Germany bei Sonae Sierra.

Zu den Vermietungs-Highlights des vergangenen Jahres zählt das Unternehmen im Alexa die Eröffnung der ersten Filiale der angesagten Modemarke Stradivarius in Berlin. Insgesamt gab es in dem Center am zentralen Alexanderplatz 19 neue Mietverträge u.a. mit Hugo und Lacoste und 19 Vertragsvertragsverlängerungen, so dass die Vermietungsquote Ende 2024 bei 99% (GLA) lag. Die Europa-Galerie Saarbrücken hat ihre Mode-Kompetenz ausgebaut, indem Pull & Bear als neuer Mieter gewonnen werden konnte und Bershka auf eine größere Fläche umgezogen ist.

Die Mercaden Böblingen verzeichneten sieben Neueröffnungen und Umzüge auf größere Flächen. Das Mercado Altona ist nach neun neuen Mietverträgen und der Verlängerung u.a. des Vertrags mit H&M zu 99% (GLA) vermietet. In den Münster Arkaden wurden 14 Abschlüsse über 12 000 qm gezählt, darunter sieben Neuverträge mit internationalen Marken und sieben Vertragsverlängerungen u.a. mit P&C, dm, Manufactum und Thalia. Auch hier liegt die Vermietungsquote bei 99% (GLA). ■

Sonstiges

PV-Großanlage für das Planetencenter

Das Fachmarktzentrum Planetencenter in Garbsen bei Hannover wird mit einer rd.



4 300 qm großen Photovoltaikanlage ausgestattet. Die Finanzierung übernimmt ein Spezialfonds von Union Investment, zu dessen Portfolio das Einzelhandelsobjekt seit 2022 gehört. Errichtet und später betrieben wird die Anlage von ENVIRIA aus Frankfurt am Main, Deutschlands führendem Solarunternehmen für Gewerbe und Industrie. Die Installation der 2 204 Photovoltaikmodule wurde Ende November 2024 gestartet und soll bis Mitte 2025 abgeschlossen sein. Pro Jahr sollen diese Module rund 880 000 kWh Strom produzieren. Dadurch können zukünftig jährliche CO₂-Einsparungen in einer Größenordnung von rd. 410 t realisiert werden. Um die gleiche Menge an CO₂ anderweitig zu kompensieren, bräuchte es zum Beispiel 14 000 ausgewachsene Bäume. Die Anlage soll neben dem Allgemeinstrom des Centers auch die Mieter der Gebäude im Planetencenter Ring 25-27 und 31-33 mit günstigem vor Ort erzeugtem Strom versorgen. Überschüsse werden ins Netz in von Garbsen eingespeist. Auf ca. 16 500 qm befinden sich im Planetencenter ca. 37 Mieter darunter Edeka, Aldi, Rossmann, Deichmann, Fressnapf, Kik, Tedi sowie Dienstleister und Gastronomiebetriebe.

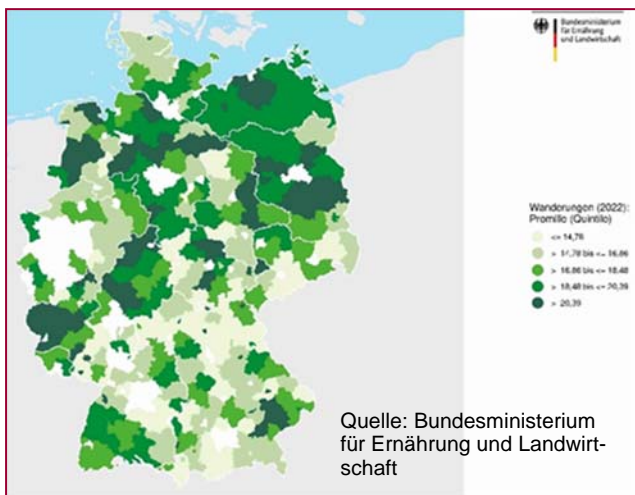
Demografischer Wandel

Das große Potenzial der „jungen Alten“

Ana-Cristina Markus, Lena Weber, Statista+ (2024)
im Habona Report 2025

In der alternden Bevölkerung Deutschlands werden die „jungen Alten“ (55- bis 64-Jährige) hierzulande zu einer wichtigen Konsumentengruppe, an der sich der Einzelhandel ausrichten muss. Sie verfügen meist über finanzielle Stabilität und legen verstärkt Wert auf Gesundheit und Lebensqualität. Ihre hohe Zahl von 15,5% der deutschen Bevölkerung, die 2023 laut Statistischem Bundesamt bei rund 84,7 Mio. Menschen lag, erzeugt eine starke Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen, die auf diese Bedürfnisse ausgerichtet sind.

Ländliche Regionen in Deutschland gelten als Heimat knauseriger Rentner, wo das Leben stillsteht und Investitionen in die Nahversorgung als Geldverschwendung abgetan werden – doch das Vorurteil vom vergreisenden und entvölkerten ländlichen Raum greift zu kurz. Es übersieht das Potenzial einer wichtigen Konsumentengruppe: der aktiven „jungen Alten“. Denn entgegen der landläufigen Meinung wachsen außerhalb der Ballungszentren auch viele ländliche Regionen. Die **dunkelgrünen Flächen** auf der Landkarte zeigen Gebiete, in denen 2022 pro 1 000 Einwohner mehr Menschen zu- als weggezogen sind. Die hellgrünen Bereiche hingegen haben 2022 mehr Ab- als Zuwanderung verzeichnet.



Effiziente Nahversorgung eine zentrale Rolle. Gezielte Planungen und Investitionen in die Infrastruktur sichern alten und neuen Bewohnern eine hohe Lebensqualität und fördern die nachhaltige Entwicklung der Regionen.

Doch trotz des Zuzugs ist die **Überalterung in ländlichen Gebieten** unbestreitbare Realität. 2019 lag der Anteil der über 65-Jährigen in dünn besiedelten Landkreisen bei 24%, während es in Großstädten nur 19,6% waren. Dennoch haben gerade diese Regionen Potenzial, weil dort eine **interessante Käufergruppe** wohnt: die „jungen Alten“. Viele denken bei künftigen Konsumenten an junge, trendbewusste Menschen. Doch die **wahren Hidden Champions des ländlichen Konsums** stehen oft im Schatten dieser gängigen Konsumentenprofile.

Die „jungen Alten“ haben sich beruflich etabliert, besitzen Vermögen und wollen ihren Alltag mit hochwertigen Produkten verbessern. Das verdeutlicht, dass die ältere Gesellschaft auf dem Land keine Schwäche, sondern eine Chance ist. Sie ermöglicht eine gezielte Nahversorgung, die auf die Bedürfnisse der erfahrenen und anspruchsvollen Kunden abgestimmt ist. Auf dem Land sind die „jungen Alten“ mit 20% im Vergleich zu anderen Altersgruppen mit 12-18% häufiger vertreten.

Das Profil der Generation lässt sich wie folgt zusammenfassen: 43% haben eine Berufsausbildung abgeschlossen, 26% haben einen Haupt- oder Realschulabschluss und 10% das Abitur. Zwei Fünftel sind noch vollzeitbeschäftigt (40%), während

Deals

Veogesack: Robert C. Spies hat das Wohn- und Geschäftshaus in der Gerhard-Rohlf's-Straße 71 in der Veogesacker Fußgängerzone an die **Aram Handel GmbH** vermittelt. Die Immobilie aus dem Baujahr 1984 bietet rd. 876 qm Nutzfläche und teilt sich in drei Gewerbeflächen und eine Wohnung auf fünf Etagen auf. Aram Handel, mit fünf Standorten in Bremen, betreibt seit 2010 ein Juweliergeschäft und ein Pfandhaus in Veogesack und plant, beide Geschäfte in die Gewerbeflächen des Erd- und des ersten Obergeschosses zu verlegen. Verkäufer ist ein Privatinvestor.

Impressum

Chefredaktion:
Dr. Ruth Vierbuchen (V.i.S.d.P.);
Kontakt:
redaktion@hi-report.de
www.hi-report.de

Herausgeber:
Werner Rohmert

Anzeigen:
Marion Götza,
05242-901-250

Verlag:
Research Medien AG,
Nickelstr. 21
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert-medien.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert
Aufsichtsrat: Prof. Dr. Karl-Georg Loritz, Geisenfeld

Bankverbindung: erhalten Sie auf Anfrage

Namens-Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt der Redaktion wieder.

knapp ein Viertel im Ruhestand (24%) ist. Ihre finanzielle Situation bewerten vier von zehn als neutral (40%) und gut ein Viertel als positiv (28%). 42% der „jungen Alten“ leben im Eigenheim und 48% wohnen zu zweit. Fast die Hälfte von ihnen ist verheiratet (49%), jeder Fünfte ist geschieden (20%). In ihrer Freizeit bevorzugen sie Film und Musik (53%), Politik (50%) sowie Essen und Reisen (49%). Zu den Hobbys gehören auch sportliche Betätigungen.

Für die „jungen Alten“ sind Gesundheit, Nachhaltigkeit und Qualitätsbewusstsein die Leitprinzipien ihrer Kaufentscheidungen. Knapp sieben von zehn betrachten Frische als ein entscheidendes Kriterium beim Lebensmittelkauf (69%), da sie geschmacklich und gesundheitlich Vorteile bietet. Ihr Konsumverhalten reflektiert den Wunsch, ihre Lebensqualität durch gezielte Lebensmittelwahl zu verbessern und Umweltverantwortung in den Vordergrund zu stellen. Der Preis ist dabei weniger wichtig und rangiert auf Platz 5 der Kaufkriterien.

Nachhaltigkeit und Gesundheitsbewusstsein sind eng miteinander verknüpft. Viele „junge Alte“ erkennen, dass eine umweltfreundliche Ernährung auch gesundheitliche Vorteile bietet. Nachhaltige Produkte erfreuen sich großer Beliebtheit, weil sie umweltschonender hergestellt werden und oft weniger schädliche Stoffe enthalten. In dieser Altersgruppe legen 35% großen Wert auf Tierwohl und 32% auf umweltfreundliche Verpackungen. Zudem vermeidet knapp die Hälfte aktiv Plastikverpackungen. 45% setzen darauf, Fleisch nur in moderaten Mengen zu konsumieren und 18% bezeichnen sich als Flexitarier. Durch die Reduzierung ihres Fleischkonsums tragen sie zur Senkung des CO₂-Ausstoßes bei und verringern ihr Risiko für Herzkrankheiten.



Wichtigste Kaufkriterien für Lebensmittel der „jungen Alten“, Quelle: Statista (2024)

Qualitätsbewusstsein ist eng mit Gesundheit und Nachhaltigkeit verbunden, da hochwertige Produkte in der Regel nachhaltiger sind. Sie bestehen aus besseren Zutaten und werden unter höheren Produktionsstandards hergestellt. Über die Hälfte dieser Altersgruppe legt großen Wert auf hohe Qualität bei Lebensmitteln. So bevorzugen 51% regionale Produkte, die besser schmecken, mehr Vitamine enthalten und die lokale Wirtschaft

unterstützen. 42% achten auf natürliche Zutaten, um ihre Ernährung frei von unnötigen Zusatzstoffen zu halten. Zwei Fünftel berücksichtigen die Saisonalität der Lebensmittel (40%), was sowohl Geschmack als auch Umweltfreundlichkeit verbessert. Das Konsumverhalten der „jungen Alten“ verdeutlicht, wie persönliche Werte in konkrete Kaufentscheidungen umgesetzt werden.



Foto: Kampus Productions

Qualitätsbewusstsein prägt den Einkauf.

Doch auch wenn Gesundheit und Nachhaltigkeit hoch im Kurs stehen, so darf der **Genuss** nicht zu kurz kommen – insbesondere, wenn es um hochwertige Lebensmittel und Delikatessen geht. So wird gezielt nach Spezialitäten gesucht, was sich in der Vorliebe für Feinkosttheken, Fachgeschäfte und Bauernmärkte zeigt. 56% dieser Altersgruppe besuchen regelmäßig Bäckereien und Feinkostläden, während 40% die Feinkosttheken in Supermärkten frequentieren. Auch Fachgeschäfte wie Metzgereien sind bei über einem Drittel der Altersgruppe beliebt (35%). Diese Einkaufsmöglichkeiten bieten eine breite Auswahl an erstklassigen Produkten und die Gelegenheit, durch persönliche Beratung und direkten Kontakt mit lokalen Anbietern mehr über die Herkunft der Waren zu erfahren.

Diese Vorliebe für Genuss spiegelt sich auch in den ausgewählten Lebensmitteln wider. Die „jungen Alten“ konsumieren häufiger Produkte wie Schokoladenaufstriche (49%), Fisch und Meeresfrüchte (48%), Bier (36%) und Wein (31%) als jüngere Altersgruppen. Im Durchschnitt geben sie monatlich insgesamt **405 Euro für Lebensmittel und Tabakwaren** aus. Der hohe Stellenwert von Essen zeigt sich auch in der Zubereitung: 79% der „jungen Alten“ investieren bewusst mehr Zeit in die Zubereitung der Mahlzeiten und 57% planen ihre Gerichte im Voraus. Für drei Viertel ist der Geschmack der selbst zubereiteten Speisen von großer Bedeutung.

Gerade **Babyboomer** (87%), darunter auch die „jungen Alten“, honorieren starke Marken mit einer höheren Zahlungsbereitschaft. Dabei vertrauen sie vor allem auf eine positive Mund-zu-Mund Propaganda. Teilweise wird Markenvertrauen über Generationen wei-

tervermittelt. **Das macht sie zu einer stabilen und verlässlichen Zielgruppe für Einzelhändler.**

Ihre Vorliebe für hochwertige Produkte spiegelt ihren Anspruch an Geschmack, Frische und die Herkunft der Waren wider. Einzelhändler, die auf diese **Qualitätsansprüche** und den Wunsch nach persönlichem Service eingehen, gewinnen ihre **Loyalität** und stärken die **langfristige Kundenbindung**.



Foto: Habona

Die „jungen Alten“ bevorzugen den Einkauf vor Ort – vor allem in Supermärkten (82%) und Discountern (75%). Die Gründe dafür sind vielfältig: Viele Babyboomer (und älter) möchten die Produkte vor dem Kauf anfassen (84%), schätzen die sofortige Verfügbarkeit der Waren (71%) und die Möglichkeit, sich beraten zu lassen (68%). Außerdem ist für knapp vier von zehn Babyboomern (und älter) das Einkaufen eine **angenehme Freizeitbeschäftigung** (39%). Soziale Interaktion und Einkaufen als gemeinsames Erlebnis mit anderen (29%) spielen eine wichtige Rolle. **Socializing** (47%) zählt zu den häufigsten Freizeitaktivitäten der Generation, was den Einkauf zu einer wichtigen Gelegenheit für gesellschaftliche Teilhabe macht. Einkaufen im lokalen Handel dient für viele dieser Generation nicht zur Deckung des täglichen Bedarfs, sondern ist auch ein wichtiger **sozialer Anknüpfungspunkt**.

Fast die Hälfte der „jungen Alten“ legen Wert darauf, dass die benötigten Produkte im normalen Supermarkt erhältlich sind (48%). Im Gegensatz dazu sind sie beim Online-Einkauf zurückhaltend: Sieben von zehn haben in den vergangenen 12 Monaten keine Lebensmittel online bestellt (72%). Gemessen an anderen Altersgruppen kaufen sie am seltensten online ein. Denn der Online-Kauf scheint für sie eher eine Notlösung zu sein. Dabei greifen 38% derjenigen, die online bestellen, auf große Plattformen wie **Amazon** zurück.

Bei der Lebensmittelauswahl bevorzugen die „jungen Alten ein traditionelles und qualitativ hochwertiges Sortiment. Sie sind weniger offen für alternative Ernährungsstile oder Lebensmitteltrends. 67% verfolgen keine Ernährungsregeln und Nahrungsmittelunverträglichkeiten sind vergleichsweise selten (7%). Die Bereit-

schaft, innovative Produkte wie im Labor gezüchtetes Fleisch zu probieren, ist mit 10% ebenfalls gering. Sie konsumieren zudem selten Molkerei- (17%) und Fleischersatzprodukte (13%).

Das Einkaufs- und Konsumverhalten der Altersgruppe zeichnete sich zwischen 2018 und 2024 durch hohe Kontinuität aus, zeigt aber auch interessante Verschiebungen. Während traditionelle Einkaufsmethoden und Genussmittel nach wie vor eine zentrale Rolle spielen, zeigt sich auch ein Trend zur bewussten Auseinandersetzung mit Gesundheit und Nachhaltigkeit. So ist der Anteil, der seinen Fleischkonsum kontinuierlich reduziert, von 35% im Jahr 2018 auf 45% im Jahr 2024 gestiegen. Im Jahr 2018 tranken 93% regelmäßig Kaffee 2024 waren es 87% und der Anteil, der regelmäßig Bier konsumiert, ist von 39% auf 34% gesunken. Der Anteil der Weingenießer ging von 37% auf 31% zurück.

Die Analyse des Einkaufs- und Konsumverhaltens der „jungen Alten“ zeigt klare Merkmale dieser Konsumentengruppe. Die Figur **Beate Hoffmann** (60), die beispielhaft von **Statista** als typische Vertreterin der Zielgruppe konzipiert wurde, verdeutlicht, wie sie nach Jahren der Berufstätigkeit ihren Fokus auf Genuss und Lebensqualität richtet. Dabei ist ihre Kaufkraft stark und sie ist an hochwertigen Produkten interessiert. Die Gesundheit steht bei der Generation im Fokus.

Einzelhändler, die auf Genuss- und Premiumprodukte (Foto: Habona) setzen, profitieren von diesem Trend. Fachmärkte und Feinkostläden können diese Käufer gezielt mit ihrem spezialisierten und exklusiven Sortiment ansprechen. Händler sollten soziale Begegnungen in das Einkaufserlebnis einbinden, da Kunden wie unser Beispiel Beate Hoffmann soziale Kontakte schätzen.



Das gängige Vorurteil von „knauserigen Rentnern“ erweist sich damit als falsch und auch die Sorgen um entvölkerte ländliche Regionen sind unbegründet. Abseits der Großstädte sowie an deren Rändern, die von den finanzstarken „jungen Alten“ geprägt sind, zeigt sich eine deutliche Bevölkerungszunahme. Diese Entwicklungen eröffnen dem lokalen Einzelhandel, der diese Bedürfnisse gezielt bedienen kann, neue Potenziale. ■