

# Handelsimmobilien Report



## Liebe Leser,

seit dem Angriff des Internet-Handels auf den innerstädtischen Einzelhandel, der allen Unkenrufen zum Trotz aber immer noch der Hauptgrund für die Menschen ist, auch von weit her zum Einkaufen und geselligen Beisammensein in die Stadtzentren zu kommen, wird viel über die Zukunft der Innenstädte diskutiert. Und darüber, wie sie gegen den Frequenzverlust besser aufgestellt werden können. Vor allem seit die Zwangsschließungen in der Corona-Pandemie vor Augen geführt haben, wie öd und leer unsere Cities sind, wenn die Läden zu sind, hat die Diskussion Fahrt aufgenommen, dass die Monostruktur mit dem Handel als Hauptakteur aufgebrochen werden muss – etwa durch mehr Nutzungen wie Wohnen und Büros in ehemaligen Warenhäusern oder Shopping-Centern.

Und seit Microsoft-Gründer Bill Gates mit dem Siegeszug des Internets auch beim Verkauf von Waren prognostiziert hatte, dass der innerstädtische Einzelhandel in Zukunft nicht mehr gebraucht werde, ging im Einzelhandel und in der Handelsimmobilien-Szene die Angst um, dass der stationäre Innenstadthandel den Wettlauf gegen die Online-Konkurrenz verlieren könnte. Das hat auch lange das Urteil vieler Investoren über die Anlageklasse geprägt.

Den Beweis aber, dass ohne Einzelhandel in den Stadtzentren tatsächlich alles nichts ist, hat die ehemalige DDR mit ihrer Staatsplanwirtschaft geliefert. Einzelhandel und Einkaufen bestand darin, in langen Schlangen für knappe Waren anzustehen. Im Stadtzentrum etwa von Leipzig, das heute vor Leben strotzt, war Samstagsmittags nichts mehr los und um 15 Uhr wurden die „Bürgersteige hochgeklappt“. Es gab keinen funktionierenden Einzelhandel mit Auswahl und damit auch kein Leben in den Stadtzentren. Das belegt, dass ein gut funktionierender Einzelhandel die zentrale Initialzündung für das innerstädtische Leben ist, in dessen Gefolge sich auch Gastronomie und viele andere Angebote ansiedeln.

Insofern muss jede Diskussion darüber, wie die gesunkene Frequenz wieder gesteigert werden kann, bei der Behebung der Probleme im Innenstadthandel ansetzen. Sicherlich hat etwa der Mode-Handel in den vergangenen Jahren zu sehr auf die Optimierung der Wertschöpfung als auf das Einkaufserlebnis gesetzt. Auch die Standardisierung der Sortimente weckt im mittleren Preissegment kaum Kaufanreize. Und die Fokussierung auf den Preis begünstigt vor allem das Fast-Fashion-Geschäft. Hier sind die Händler gefordert, mehr Erlebnis zu bieten.

Aber auch die öffentliche Hand ist gefordert, die Branche nicht im Regen stehen zu lassen, wie jetzt die Klage des Modeverbands BTE zeigt, wonach viele Händler nach den finanziellen Folgen durch die Zwangsschließungen immer noch mit bürokratischen Hemmnissen kämpfen (Seite 9). Auch bessere Abschreibungsmöglichkeiten bei wichtigen Investitionen sind gut angelegtes Geld für die Cities. Und auch die Immobilieneigentümer müssen darüber nachdenken, ob günstigere Mieten in schwierigen Zeiten nicht eine gute Investition in die Zukunft ist.

*Dr. Ruth Vierbuchen*

Chefredakteurin



Nr. 441 vom 04.04.2025

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

## Inhaltsverzeichnis

<b>Editorial</b>	1
<b>Investmentmarkt Europa: Es geht wieder spürbar bergauf</b>	2
<b>Emerging Trends: Vor einem Jahr voller Unsicherheiten</b>	7
<b>Mode-Handel: Corona-Spätfolgen immer noch spürbar</b>	9
<b>Beurteilung von Städten: Gefragt sind bezahlbare Mieten</b>	10
<b>Generation Z: Navigation zwischen Online und Offline</b>	13
<b>Aldi-Süd: Revitalisierung eines Real-Marktes</b>	15
<b>Shopping-Center: Der Trend zur Nachhaltigkeit ist unumkehrbar</b>	16
<b>HDE-Prognose: Zahl der Geschäfte wird 2025 weiter sinken</b>	17
<b>Stores of the Year: Herausragende und innovative Konzepte</b>	18
<b>Impressum</b>	18

## HandelsimmobilienReport Partner





Foto: Cushman & Wakefield

Das teuerste Objekte wurde 2024 in der Via Montenapoleone gekauft.

## Investmentmarkt Retail Europa

# Es geht wieder spürbar bergauf

**Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“**

*Nach dem Absturz im Jahr 2023 um 40% auf ein Transaktionsvolumen von nur noch 27 Mrd. Euro hat der europäische Investmentmarkt für Retail Assets mit einem Wachstum von 24% auf 34 Mrd. Euro im Vorjahr seine Erholung fortgesetzt. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 157,4 Mrd. Euro (+21%) in europäische Gewerbeimmobilien investiert. Vor allem die jüngsten Zinssenkungen durch die Europäische Zentralbank haben dem Immobilienmarkt Auftrieb verliehen.*

Das zeigt auch der Blick auf die verschiedenen von **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) für den **European Retail Market Overview Q4 2024** untersuchten europäischen Investmentmärkten, von denen das Gros beim **Transaktionsvolumen** wieder spürbare – zum Teil sehr stattliche – Wachstumsraten verzeichnen konnte. Das Hauptaugenmerk richteten die Investoren aber auch im vergangenen Jahr wieder auf die europäischen Core-Märkte **Großbritannien** und **Deutschland**, auf die mit zusammen 17,2 Mrd. Euro allein die Hälfte des Transaktionsvolumens entfiel.

Vor allem Großbritannien hat sich mit einem Wachstum von 32% auf 10,9 Mrd. Euro den Spitzenplatz in Europa wieder zurückgeholt – deutlich vor Deutschland mit 6,3 Mrd. Euro auf Platz zwei. Diese spürbare Belebung des britischen Investmentmarkts für Retail Assets hatte der Immobilienberater bereits zum dritten Quartal 2024 damit begründet, dass **opportunistisch agierende Investoren** die **Preis Anpassungsprozesse** nach der Zinsschwende im Sommer 2022 deutlich beschleunigt hatten.

Ableasen lässt sich das auch daran, dass die Spitzen-Renditen für **Warehouses** (Fachmärkte und Fachmarktzentren) in Großbritannien von 5,75% im dritten Quartal 2023 auf 5,50% im vierten Quartal 2024 gesunken waren. Bei **Shopping-Centern** sanken die Prime Yields von 8,25% im Vorjahr auf 7,5% zum Jahresende. Und die Renditen für **Highstreet-Objekte** sind auf 3% gesunken. Sprich: Anders als in den übrigen europäischen Ländern waren die Spitzenrenditen im Vorjahr auf der Insel wieder rückläufig. Die **Preisfindungsphase** ist hier offensichtlich abgeschlossen.

In den übrigen europäischen Märkten wie auch in Deutschland blieben die Renditen im vierten Quartal des Vorjahres laut BNPPRE überwiegend stabil. Im dritten Quartal hatte **Patrick Delcol, Head of European Retail** bei BNP Paribas Real Estate, festgestellt, dass sich die Preisfindungsphase in den übrigen europäischen Ländern zumindest dem Ende zuneige. ▶

## Marktbericht

### Immobilienklima zeigt Frühlingsgefühle

Die Ergebnisse der 207. Expertenbefragung zum **Deutsche Hypo Immobilienklima** im März zeigt nach der stabilen Entwicklung im Februar leicht nach oben. Der Index stieg um 2,4% auf 99,8 Punkten. Vor allem das Plus von 4,9% beim **Ertragsklima** stützte diesen Anstieg. Das **Investmentklima** verharrte bei 94,8 Punkten. Während die aggregierte Entwicklung des Immobilienklimas damit eine positive Entwicklung zeigt, haben sich die einzelnen Assetklassen unterschiedlich entwickelt. In der März-Befragung stechen besonders das **Handelsklima** mit + 5,5% auf 88,8 Punkte sowie das **Büroklima** mit

## Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns  
auch auf unserer  
Homepage:

[www.hi-report.de](http://www.hi-report.de)

+ 5,3% auf 80,1 Punkte heraus. Damit erreicht das Büroklima erstmals seit August 2022 wieder einen Wert von 80 Punkten. Aber auch das **Hotelklima** legte um 3,7% auf 116,5 Zählerpunkte zu. Dagegen sank das **Logistiklima** leicht um 0,8% auf 113,4 Punkte und das **Wohnklima** deutlich um - 3,2% auf 150,4 Punkte. Doch trotz des Verlustes verharrt die Assetklasse Wohnen in der Rangliste nach wie vor auf dem ersten Platz.

Zu den großen Transaktionen gehörte 2024 laut European Retail Market Overview in Großbritannien der Verkauf des Geschäftshauses **New Bond Street 130 - 134** in London für 273 Mio. Euro sowie des Shopping-Centers **Meadow Hall** in Sheffield für 855 Mio. Euro und des **Bluewater** in Greenhithe für 811 Mio. Euro. Im Segment Fachmärkte / Fachmarktzentren ist der Verkauf eines Retail Park Portfolios (Fachmarktzentren) in Brookfield für 205 Mio. Euro und eines Portfolios aus elf **Waitrose Supermarkets** für 150 Mio. Euro zu nennen, die vom Betreiber im Rahmen einer Sale-and-Lease-back-Transaktion zurück gemietet werden.

In Deutschland dominierte der Verkauf des **KaDeWe-Gebäudes** in Berlin aus der Signa-Insolvenz für etwa 1 Mrd. Euro an den Eigentümer der KaDeWe Group, die **Central Group**. Weitere große Transaktionen waren hierzulande der Verkauf der **Fünf Höfe** in München für 700 Mio. Euro, wie BNPPRE berichtet und des Shopping-Centers **Pasing Arcaden** durch **Unibail Rodamco Westfield** an die Ikea-Gesellschaft **Ingka Centers**. Aus der Insolvenz der **Centrum-Gruppe** wurde zudem das Gebäudeensemble **Maximilianstraße 12 - 14**, gleichfalls in München, veräußert. Im Segment Fachmarktimmobilien, das in der ersten Jahreshälfte hierzulande auf Grund von Produktmangel etwas schwächelte,

nennt BNPPRE das **Blue Mountains Portfolio** aus 31 Objekten, das Ende des vergangenen Jahres für 200 Mio. Euro verkauft worden war. Unter dem Strich verzeichnete Deutschland laut BNPPRE beim Transaktionsvolumen einen Anstieg von 28% auf 6,3 Mrd. Euro.

Dass **Frankreich** mit einem Transaktionsvolumen von 2,7 Mrd. Euro auf dem vierten Platz – entgegen dem allgemeinen europäischen Trend – zu den wenigen Ländern gehörte, die mit -55% einen stattlichen Rückgang hinnehmen mussten, erklärt der Immobilienberater mit der sehr hohen Vorgabe aus dem Jahr 2023 als der Markt durch einige große Transaktionen im Luxus-Segment dominiert wurde. Zu den großen Transaktionen des Vorjahres gehört der Verkauf der Highstreet Objekte in der **Rue St. Honoré 249 – 251** für 159 Mio. Euro und des Gebäudes in der **Rue Meyerbeer 7**, beide in Paris, für 110 Mio. Euro. Und im Fachmarkt-Segment wird das Portfolio „Agathe“ mit **Géant-Märkten** genannt, das für 200 Mio. Euro im dritten Quartal den Eigentümer gewechselt hat.

Das teuerste Objekt wurde jedoch in der **Via Montena-poleone 8** in Mailand von der Luxus-Marke **Kering** für 1,3 Mrd. Euro erworben. Das erklärt auch den exorbitant hohen Anstieg des Transaktionsvolumens in **Italien** um

# 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](http://www.grr-garbe.com)

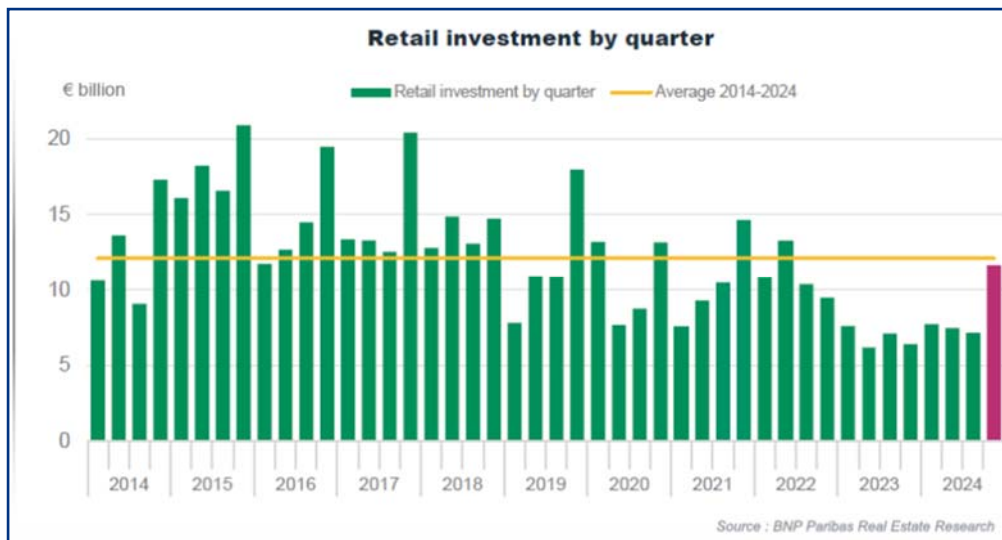
Bitte richten Sie Ihre Angebote an:  
Claudia Ohlschmid  
Transaktionsmanagement  
Tel +49 911 955 126 - 301  
[c.ohlschmid@grr-garbe.com](mailto:c.ohlschmid@grr-garbe.com)

**GRR.**  
GARBE Retail

298% auf 2,8 Mrd. Euro und sein Vorrücken an Frankreich vorbei auf den dritten Platz. Darüber hinaus ist nur noch der Verkauf eines Portfolios aus Hypermärkten und Supermärkten für 155 Mio. Euro zu nennen.

Für **Spanien** ermittelte der Immobilienberater eine gute Entwicklung in allen drei Segmenten mit Bankfilialen für 100 Mio. Euro und dem Decathlon-Portfolio **PANEU** für 205 Mio. Euro. Die Zuwächse lagen bei 88% im Highstreet-Segment, bei 78% im Fachmarktbereich und bei 64% im Segment Shopping-Center. Das dynamische Wachstum der spanischen Wirtschaft – beflügelt durch die Rekordzahlen im Tourismus – führten dazu, dass sich die Investoren auf die Touristen-Regionen an der **Costa Brava** und auf die **Balearen** konzentrierten.

Auch wenn die spektakulären Milliarden-Transaktionen mit der Via Montenapoleone und dem KaDeWe im vergangenen Jahr auf das Segment Highstreet-Immobilien entfallen sind, so ermittelte BNPPRE den größten Investitionsanteil im Segment **Retail Warehouses** (Fachmärkte/Fachmarktimmobilien). Mit insgesamt 10,6 Mrd. Euro und einem Anteil von 41% investierten die Anleger in den großen europäischen Ländern das meiste Geld in diesem Segment, das damit gegenüber 2023 ein Wachstum von 18% verzeichnete.



Dennoch blieb das Volumen laut BNPPRE deutlich unter dem Fünf-Jahresschnitt von 12,533 Mrd. Euro und unter dem Spitzenwert von rund 16 Mrd. Euro im Corona-Jahr 2021 – damals auch angetrieben von Großbritannien und Deutschland. 2024 entfiel der allergrößte Anteil dagegen auf Großbritannien und etwa ein Drittel auf Deutschland vor Frankreich, Spanien, Italien und Polen, das seit dem Ende des Shopping-Center-Booms in der Finanzkrise 2008/2009 vermehrt auf Fachmarktzentren setzt.

Für das **Highstreet-Segment** ermittelte der Immobilienberater in den großen europäischen Ländern zusammen ein Transaktionsvolumen von 8,9 Mrd. Euro (+16% gegenüber dem Jahr zuvor) mit Deutschland auf dem Spitzenplatz. Hier wurde das Geschäft – entgegen dem üblichen Trend – nicht zuletzt durch die Insolvenz von Unternehmen wie der österreichischen Signa Gruppe angetrieben und der gleichfalls insolventen Centrum Gruppe. Hier erhöhte sich das Transaktionsvolumen laut BNPPRE immerhin um 203%. Daneben hat sich in diesem Markt – wie oben erwähnt – Italien mit dem Kauf in der Via Montenapoleone hervor getan.

Das Schlusslicht bildet mit 6,5 Mrd. Euro und einem Anteil von 25% das Teilsegment **Shopping-Center** – auch wenn dieser Wert gegenüber 2023 einem Zuwachs von 43% entspricht. Damit liegen Shopping-Center aber um 9% über dem Fünf-Jahresschnitt von 5,958 Mrd. Euro. 2023 und 2021 lag er deutlich darunter, 2022 aber deutlich darüber. Ob das ein Lichtblick für dieses Teilsegment ist oder ein kleines Zwi-

## Deals

### Konsumklima stabil auf niedrigem Niveau

In der ersten Erhebung nach der Bundestagswahl erholt sich die Verbraucherstimmung leicht: Sowohl die



**Konjunktur- und Einkommenserwartungen** als auch die **Anschaffungsneigung** verbessern sich. Da jedoch auch die Sparneigung zunimmt, bleibt das **Konsumklima** nahezu unverändert. Die Verbraucher erwarten für April 2025 im Vergleich zum Vormonat (revidiert -24,6 Zähler) einen minimalen Anstieg von 0,1 Zähler auf -24,5 Punkte. Nach den jüngsten Ergebnissen des **GfK Konsumklimas powered by NIM** verhindert die steigende Sparneigung im März eine deutlichere Erholung des Konsumklimas. Der Sparindikator stieg um 4,4 Zähler auf 13,8 Punkte, den höchsten Wert seit April 2024 mit damals 14,9 Punkten. „Offenbar haben die Wahlen mit der Aussicht auf eine neue Regierung bei einer Reihe von Konsumenten den Pessimismus etwas schwinden lassen“, sagt **Rolf Bürkl, Konsumexperte** beim NIM, der die hohe Sparneigung als Ausdruck einer beträchtlichen Verunsicherung der Verbraucher beurteilt. Eine zügige Regierungsbildung und die baldige Verabschiedung eines Haushalts würde für mehr Planungssicherheit sorgen. Dann würden die Bundesbürger wieder mehr Geld ausgeben.



HAHNAG.DE

# 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

schenhoch, wird sich zeigen müssen. Experten beobachten in Deutschland ein wachsendes Interesse nationaler und internationaler Investoren an Shopping-Centern. Und auch in Großbritannien scheint das Interesse an dieser Anlage-Klasse wieder zu steigen, wie die beiden großen Deals Meadow Hall und Bluewater gezeigt haben.

Beim Blick auf die Spitzenrenditen (Prime Yields) konstatiert BNPPRE, dass der Handelsimmobilienmarkt auf Grund des Strukturwandels in den vergangenen zehn Jahren bereits eine **langwierige Preisfindungsphase** durchlaufen hat, die je nach Sub-Anlageklasse allerdings unterschiedlich ausgeprägt ausfällt. Bei Shopping-Centern war die Preiskorrektur mit einem Anstieg der Prime Yields auf 8,25% im Jahr 2023 in Großbritannien am stärksten. Hier gaben die Werte inzwischen wieder auf 7,5% nach.

In Italien sind sie von 7,00% Ende 2023 auf 6,5% gesunken, in Spanien von 6,25% auf 5,95% und in Deutschland von 5,60% auf 5,25%. In Frankreich sind sie mit einem Rückgang von 5,00% auf 4,75% am niedrigsten, das heißt die Preiskorrekturen waren hier am geringsten. Dagegen sind die Spitzenrenditen in Polen im Jahresvergleich Ende 2024 von 6,25 auf 6,30

gestiegen. Größte Transaktion war hier der Verkauf des **Silesia City Center** für 405 Mio. Euro in Katowice.

Im Highstreet-Segment liegen die Spitzenrenditen in Großbritannien laut BNPPRE seit 2022 konstant bei 3,00% und damit unter dem Niveau der anderen großen Märkte. In Deutschland sind sie seit Ende 2023 konstant bei 3,45%. In Spanien haben sie von 4,00 auf 3,75% nachgegeben, in Italien von 4,10% auf 4,00%. Am höchsten liegen die Spitzenrenditen seit Ende 2023 mit 4,25% in Frankreich.

Im Segment Fachmärkte/Fachmarktzentren haben die Spitzenrenditen in Deutschland Ende 2024 von 4,75 auf 4,65% nachgegeben. Das ist im europäischen Vergleich das niedrigste Niveau. In Spanien verharren die Werte seit drei Jahren bei 5,5%, in Großbritannien sind sie auf 5,5% gefallen und in Frankreich von 5,25 (2022) auf 6,25 gestiegen. In Polen haben sie am deutlichsten von 5,50 Ende 2022 auf 6,50% zugelegt.

Beim Blick auf 2025 geht Patrick Delcol davon aus, dass die makroökonomischen Aussichten mit den 2024 gestarteten Zinssenkungen der Zentralbanken und der allmählichen Rückkehr der Inflation auf ein vernünftiges Niveau der **Kaufkraft der Verbraucher** und damit auch den Einzelhändlern zugutekommen werden. ■

## Studie zur Performance-Messung von Shopping-Centern

**HIR DÜSSELDORF.** Die **GIF Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V.** und der **German Council of Shopping Places e.V. (GCSP)** haben eine Studie zur Messung der Performance von Shopping Places im europäischen Kontext in Auftrag gegeben. Die Verträge mit den Kooperationspartnern wurden jetzt unterzeichnet.



Die Vielfalt internationaler Shopping-Center-Konzepte ist groß und einheitliche, über die reine Rendite hinausgehende Bewertungsmaßstäbe fehlen. Unterschiedliche Akteure wie Investoren, Banken, Betreiber, Mieter, Kunden und die Öffentlichkeit setzen bei der Bewertung eigene Kriterien an wie Rendite und Risiko, Umsatz und Kosten, Markenwirkung, Einkaufserlebnis, soziale Funktionen oder städtebauliche Aspekte. Um eine ganzheitliche Bewertung unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Perspektiven zu erstellen, wurden die **GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH** und die **Hochschule Mainz** mit einer entsprechenden Studie für die GIF und den GCSP beauftragt. Die Ergebnisse werden zur **Expo Real** vorgestellt und vorab am 11. September im Rahmen eines Fachforums in Hamburg bei der **HIH** präsentiert.

Laut **GCSP-Vorstand Harald Ortner** wurde das Budget für die Studie auf 20 000 Euro erhöht. Ziel der Studie ist die Erfassung und kritische Diskussion über messbare Bewertungsmaßstäbe für Shopping-Center und die Schaffung einer fundierten Basis für eine Performance-Messung sowie für Bewertungsmodelle in der Immobilienwirtschaft. Zudem soll das theoretische Modell anhand von fünf konkreten Objekten einem kritischen Praxistest unterzogen werden. Die Ergebnisse werden dann mit bestehenden Benchmarks verglichen, um die Anwendbarkeit und Aussagekraft des Modells zu überprüfen.

## Deals

### Decathlon übernimmt Galeria-Flächen

Der französische Sportartikelhändler **Decathlon** hat eine strategische Partnerschaft mit dem Warenhaus-Betreiber **Galeria** abgeschlossen und übernimmt in diesem Zuge mehrere Verkaufsflächen der Warenhauskette. Durch die Kooperation will Decathlon seine Präsenz in deutschen Innenstädten stärken und neue Kundengruppen erreichen. Decathlon wird ab Juli 2025 schrittweise Flächen von 1 500 bis 3 500 qm beziehen. Den Auftakt macht der Sportartikelanbieter in Konstanz, wo Anfang August eine Filiale mit 1 500 qm Verkaufsfläche eröffnet. Bis Ende 2025 folgen Standorte in Trier, Kassel und Duisburg – insgesamt sind mehr als fünf geplant.

**Emerging Trends in Real Estate Global Outlook 2025**

# Vor einem Jahr voller Unsicherheiten

**Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“**

*Der zur Expo Real 2023 formulierte Hoffnungsslogan „Survive till 25“ beginnt mit Erreichen des Sehnsuchtsjahres immer mehr zu bröckeln. Nach dem Ausbruch der Corona-Pandemie und des Kriegs gegen die Ukraine sowie der Zinswende bleiben die geopolitischen Risiken hoch und durch die Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten haben sich in Europa die Koordinaten grundlegend verändert. Damit dürfte auch 2025 für die Immobilienexperten eher ein weiteres herausforderndes Jahr werden.*



**Wolken über der MIPIM in Cannes 2025.**

Foto: Mipim

Denn auch wenn sich die Immobilienbranche inzwischen auf einen neuen Zyklus eingestellt hat, sehen sich die Akteure weltweit vor einem Jahr voller Unsicherheiten, stellen die Experten von **PwC** und **Urban Land Institute (ULI)** mit Blick auf die Ergebnisse ihres Reports **Emerging Trends in Real Estate Global Outlook 2025**, fest, den sie zur **Internationalen Immobilienmesse MIPIM** veröffentlicht haben. „Anhaltende Inflation – hauptsächlich verursacht durch geopolitische Instabilität und anhaltend hohe Zinssätze in einigen Regionen – könnte die erhoffte Erholung der Investment- und Vermietungsmärkte verzögern“, heißt es weiter.

Die politischen Risiken durch die zahlreichen Konflikte und Kriege stellen für die Branche laut Report ein übergeordnetes Risiko dar – vor allem mit Blick auf gesetzgeberische Entscheidungen durch die Politik, die Einfluss auf die Geldpolitik haben, auf das Wirtschaftswachstum und auf die internationalen Konflikte. Zu nennen sind hier etwa die von Trump angekündigten Erhöhungen resp. Erhebungen von Zöllen, die beispielsweise nicht ohne Folgen für Deutschland sowie Europa und die Wachstumsperspektiven in den Regionen bleiben dürften.

Das wird laut PwC/ULI auch Auswirkungen auf die **globale Investmentlandschaft** haben, wobei die Experten von zunehmenden regionalen Divergenzen ausgehen, die gemeinsame Ansätze bei der Krisenbewältigung erschweren könnten. Denn während für 67% der Befragten in Europa laut Studie **Umwelt- und Klimaschutz** oder die **Dekarbonisierung** sehr wichtige Anliegen sind, ist das Thema in Asien-Pazifik und Nordamerika weniger vorrangig. So gibt es etwa in den USA des Donald Trump einen regelrechten politischen Widerstand gegen Klimaziele und die ESG-Agenda.

Ungeachtet der großen Unsicherheiten, die gegenwärtig die weltweiten Immobilienmärkte prägen, haben die Experten bei der Befragung zu ihrem jüngsten Report aber teilweise auch Optimismus ausgemacht, etwa dass sich die Branche dem Ende des dreijährigen Erneuerungsprozesses nähern könnte, der 2022 mit dem Einmarsch

## Unternehmens News

### Deutsche Euro Shop mit 2024 zufrieden

Das Geschäftsjahr 2024 ist für die **Deutsche Euro Shop (DES)** positiv verlaufen. Die Ergebnisse lagen leicht über der Prognose. Nach den Worten von **Vorstand Hans-Peter Kneip** stiegen die Besucherfrequenz um 0,6% und der Umsatz der Mieter um 2,5%. Der Vermietungsstand erhöhte sich nach Abschluss wesentlicher Investitionsprojekte um 2,4 Prozentpunkte auf 95,4%. Denn u.a. im A10 Center, im Rhein-Neckar-Zentrum, in der Stadt-Galerie Hameln und in der City-Galerie Wolfsburg wurden neue Läden eröffnet. Im **Main-Taunus-Zentrum** wird der neue **Food Garden** am 10. April eröffnet. Auf Grund von temporären Leerstän-



den und vereinzelt geringeren Anschlussmieten sank der Umsatz um 0,7% auf 271,4 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) lag mit 216,3 Mio. Euro um 1,7% über dem Vorjahresniveau, während das Ergebnis vor Steuern (Ebt) ohne Bewertungsergebnis um 2,5% auf 165,2 Mio. Euro zurückging. Für 2025 erwartet der Vorstand einen Umsatz in der Bandbreite von 268 Mio. bis 276 Mio. Euro, ein Ebit von 209 Mio. bis 217 Mio. Euro und ein Ebt ohne Bewertungsergebnis von 150 Mio. bis 158 Mio. Euro.

Russlands in die Ukraine, drastisch steigenden Inflationsraten und deutlichen Zinserhöhungen begann. Die Marktakteure haben die Hoffnung, dass 2025 ein Wendepunkt erreicht werden könnte oder der Beginn eines neuen Zyklus. Wie schnell eine solche Erholung einsetzt, bleibt aber aus Sicht der Experten ungewiss.

So hat die Ankündigung der USA, Europa künftig nicht mehr länger militärisch unterstützen zu wollen, insbesondere Deutschland dazu veranlasst, sich für eine massive Aufrüstung stärker zu verschulden, was sich auch drastisch auf die **Renditen deutscher Staatsanleihen** und damit dauerhaft auf die Höhe der Bauzinsen auswirkt. Die dadurch gestiegenen Bauzinsen dürften im deutschen Immobilienmarkt die Wirkung der jüngsten Zinssenkungen durch die **Europäische Zentralbank** (EZB) konterkarieren. Und da Deutschland das größte Land in der Euro-Zone ist, hat der Anstieg deutscher Renditen auch Auswirkungen auf die Renditen anderer Euro-Länder. Diese Entwicklung dürfte im jüngsten PwC/ULI-Report Emerging Trends in Real Estate allerdings noch nicht berücksichtigt sein, weil sie sich erst kürzlich ergeben hat.

Ungeachtet dessen zeigt aus Sicht von **Lisette van Doorn, CEO von ULI Europe**, „unser jährliches globales Stimmungsbarometer (...), dass die Branche bereit dafür ist, ein neues Kapitel aufzuschlagen und einen neuen Zyklus einzuleiten – angetrieben von sinkender Inflation und ersten Zinssenkungen“. Aber auch sie räumt ein, dass breitere (geo)politische Risiken mit monetären und makroökonomischen Auswirkungen weiter für Unsicherheit unter den Immobilieninvestoren und Managern sorgen werden, sodass die Marktakteure vor allem vorsichtig agieren werden.

Auch **Harald Nolterieke, Leiter der Münchener Geschäftsstelle der Nord LB**, bringt von der diesjährigen MIPIM die Einschätzung mit, dass die Marktakteure 2025 nicht mit einem großen Turnaround rechnen. Vielmehr hätten sich alle Marktakteure auf eine Phase des Durchhaltens eingestellt – „ähnlich wie die Wolken, die über Cannes verweilten, während die Branche sich auf die Herausforderungen der kommenden Monate vorbereitete“. Vor diesem Hintergrund sieht er den Immobilienmarkt unverändert in einer Phase des Abwartens – allerdings bei tendenziell zunehmenden Chancen wie auch das verbesserte **Deutsche-Hypo-Immobilienklima** im März zeigt.

Solche Chancen könnten aus Sicht der ULI-Europe-CEO van Doorn strukturelle Wachstumstrends wie die Demografie, die Digitalisierung und die Energiewende eröffnen, die dann bestimmen, wohin das Kapital künftig fließt. Laut Report liegen derzeit die attraktivsten Investitionschancen in den Bereichen Logistik, Rechenzentren und neue Energieinfrastruktur, da diese Berei-

che durch Themen wie Energiesicherheit, KI-Expansion und wirtschaftliche Unabhängigkeit an Bedeutung gewinnen. Das gilt vor allem für Rechenzentren.

Erfolg dürften demnach Investoren haben, die in diesem schwierigen Umfeld über die „traditionellen Risikobetrachtungen hinausgehen und sich mit Digitalisierung, KI, Energiebedarf und Lieferketten-Resilienz befassen“. Vor diesem Hintergrund erkennt **Thomas Veith, Global Real Estate Leader** bei PwC, durchaus positive Signale in den globalen Immobilienmärk-



Foto: Mipim

ten. Allerdings geht nach dem endlosen Boom in den 2010er-Jahren, als es mehr oder weniger reichte, die Objekte zu halten, weil die Werte fast automatisch stiegen, der Trend über alle Klassen hinweg vermehrt wieder dahin, mit den Objekten operativ zu arbeiten.

Dafür sind laut Veith jedoch spezialisiertes Know-how, vertikale Integration und neue Partnerschaften notwendig. Angesichts des großen Nachholbedarfs, der in vielen Ländern bei der Erneuerung der Infrastruktur besteht, wie auch in Deutschland, sieht er die größten Renditechancen an der Schnittstelle von Immobilien und Infrastruktur. Hier könnten sich die Investitionen in diesem Jahr laut Veith beschleunigen.

Unter den neuen Bedingungen mit deutlich höheren Zinsen wird heute laut Report jeder Baustein der Immobilienwertschöpfungskette auf seinen positiven Beitrag hin überprüft. Das reicht von der Einhaltung der ESG-Kriterien über operative Daten bis hin zu den eingesetzten Baumaterialien. Dabei geht es nicht nur darum, die Innovationen in der Branche zu fördern, sondern langfristig auch deren Widerstandsfähigkeit.

Die Asset-Klasse Wohnen wird nach Einschätzung des Reports im Fokus der Investoren bleiben, vor allem das altersgerechte und studentische Wohnen, weil das weltweite Angebot knapp ist. Aber auch an Einzelhandelsimmobilien und wertsteigernden Büroimmobilien werde das Interesse der Investoren wieder wachsen, wenn die Preisniveaus attraktiv sind, heißt es weiter. ■



## Mode-Handel

# Corona-Spätfolgen immer noch zu spüren

**HIR DÜSSELDORF.** Fünf Jahre nach dem ersten Corona-Lockdown kämpfen viele mittelständische Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler immer noch um ihre Existenz. Das belegt eine aktuelle Umfrage des Handelsverbands Textil Schuhe Lederwaren (BTE), wonach die Hälfte der Unternehmen im vergangenen Jahr deutlich in die roten Zahlen gerutscht ist. Die vielen Insolvenzen in der jüngeren Vergangenheit sind ein weiterer Beleg dafür.

Nur etwas mehr als ein Drittel der Einzelhändler hat 2024 nach Feststellung des Spitzenverbands ein positives operatives Geschäftsergebnis von mehr als einem Prozent vom Bruttoumsatz erzielt – unter Berücksichtigung kalkulatorischer Kosten. Nach den Worten von **BTE-Geschäftsführer Axel Augustin** haben „zu viele Unternehmen im Mode-, Schuh- und Lederwarenhandel in den vergangenen Jahren mit ihrem Geschäft kein Geld verdient, sondern leben von der Substanz“.



Foto: R. Vierbuchen

Hauptgründe für die kritische betriebswirtschaftliche Lage sind nach Feststellung des **Handelsverbands Textil Schuhe Lederwaren** (BTE) stagnierende Umsätze bei gleichzeitig stark steigenden Kosten. Nach den beiden katastrophalen Corona-Jahren 2020/21 mit Rekord-Einbußen von durchschnittlich 30% hat der Umsatz in den Folgejahren zwar fast wieder das Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 erreicht, im gleichen Zeitraum haben sich aber auch die Kosten für Gehälter, Mieten und Energie um rund 20% erhöht. „Viele Geschäfte sind nur noch deshalb am Markt, weil die Inhaber vor allem in den Lockdown-Phasen Versicherungen und Rücklagen für ihren Ruhestand aufgelöst haben sowie Überbrückungshilfen des Staates erhielten“, wie Augustin weiter aufzählt.

Die als Ausgleich für die **staatlich verordneten Geschäftsschließungen** konzipierten **Überbrückungshilfen** bringen aktuell aber viele Unternehmen in Bedrängnis. Denn hier kommt es nach Beobachtung des Verbands immer wieder zu nicht nachvollziehbaren Rückforderungen durch die **Bewilligungsstellen** der Bundesländer. Dabei werden nach BTE-Informationen beispielsweise unklare Formulierungen und zum Teil nachträglich geänderte Bedingungen der Überbrückungshilfen je nach Bundesland unterschiedlich ausgelegt. Zudem werden die Händler mit endlosen Rückfragen zur Überprüfung von Kleinstbeträgen belastet. Vor diesem Hintergrund fordert BTE-Hauptgeschäftsführer Augustin im Namen des Spitzenverbands von „der Politik eine faire und möglichst zügige Abarbeitung der vielen offenen Fälle, um die aktuell schwierige Lage der Branche zu berücksichtigen“. Andernfalls sind aus Sicht des BTE noch mehr Schieflagen und Insolvenzen zu befürchten.

Mit Blick auf die Tatsache, dass der Politik attraktive Innenstädte, die von einem attraktiven Einzelhandel profitieren, sehr am Herzen liegen, bestünde hier zweifellos eine gute Möglichkeit, der angeschlagenen Branche durch eine großzügige Handhabung der Probleme unter die Arme zu greifen. ■

## Unternehmens News

### Galeria verlegt Sitz nach Düsseldorf

Der Warenhauskonzern **Galeria** wird im Mai im Rahmen seiner laufenden Umstrukturierung eine neue Zentrale in der Nähe des Düsseldorfer Medienhafens beziehen. Galeria und der Vermieter **Projekt Völklinger Str. 4 Düsseldorf GmbH** haben die Verträge bereits unterzeichnet, so-



dass das Unternehmen seinen Hauptsitz ab Mai sukzessive von Essen nach Düsseldorf verlegen wird. Hier hat das Unternehmen im Office Ensemble **RW14** insgesamt 47 000 qm gemietet. Mit dem Umzug will Galeria eine moderne Arbeitsumgebung gestalten, die auf seine Bedürfnisse und Ziele ausgerichtet ist. „Das Service Center ist so gelegen, dass wir als Handelsunternehmen nah an das angebunden sind, was uns ausmacht – die Filialen in bester Innenstadtlage“, sagt **CEO Olivier Van den Bossche**: „So können wir noch besser in die Bedürfnisse unserer Kunden und die dazu passenden Sortimente eintauchen und mit Lieferanten und Partnern zusammen umsetzen, was für unsere Filialen und die Innenstadt am besten ist. Düsseldorf bietet hier mit zwei Filialen eine Art ‚Blaupause‘ für das gesamte Unternehmen“, so der Galeria-Chef weiter. Galeria betreibt eine Filiale an der Königsallee und eine Filiale an der Schadowstraße.

Beurteilung von Städten

# Gefragt sind vor allem bezahlbarer Wohnraum und Sicherheit

**rv DÜSSELDORF.** Seit Ende der 1990er-Jahre zieht es die Menschen wieder vermehrt in die großen Städte zurück. Im Zuge dieser Re-Urbanisierung kehrt sich der Auszug der Bevölkerung mit dem Siegeszug der Automobilität in den 1980er-Jahren auf die grüne Wiese und an den Stadtrand wieder um. Und auch die Städte tun viel, um für Familien attraktiv zu sein. Vor diesem Hintergrund hat der Immobilienberater JLL gefragt, welche Erwartungen die Bewohner an Städte haben. Und die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing wendet sich mit Handlungsempfehlungen an die neue Bundesregierung.

Im Vergleich zu den Städten im ländlichen Raum, die mit der Abwanderung der jungen Leute in die Ballungszentren und einem Sterben des innerstädtischen Einzelhandels, der Gastronomie und der Aufenthaltsqualität zu kämpfen haben, punkten die großen Städte laut **JLL-Report Cityscape Experience Catalysts** mit ihren lebendigen, urbanen Räumen, die als soziale Treffpunkte bei Bewohnern und Besuchern gleichermaßen beliebt sind. Einkaufen, Arbeiten, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote sind hier eng beieinander – auch wenn in so mancher Innenstadt die Frequenz mit der wachsenden Online-Konkurrenz zum Leidwesen des Einzelhandels etwas nachgelassen hat.



Angesichts der Wohnungsknappheit in deutschen Städten in Verbindung mit dem kontinuierlichen Zuzug von Menschen ist es aber nicht überraschend, dass eine der wichtigsten Anforderungen der Bevölkerung mit 8,5 auf einer Bewertungsskala von null (= geringe Bedeutung) bis zehn (= sehr hohe Bedeutung) die Forderung nach **bezahlbarem Wohnraum** ganz oben auf der Anforderungsliste der 305 in Deutschland Befragten steht. Im Kontrast dazu ist die Zufriedenheit der Befragten mit der Lage auf dem Wohnungsmarkt in den großen Städten mit einer Bewertung von 4,9 extrem niedrig. Es gibt kein anderes Thema im aktuellen Forderungskatalog der Bundesbürger, mit dem sie so unzufrieden sind. Kein anderes Kriterium wurde laut JLL so niedrig bewertet. Angesichts der desaströsen Lage auf dem deutschen Wohnungsmarkt in den Großstädten ist das auch nicht überraschend.

Zwar bewerten die Befragten das Thema **Sicherheit** in den Städten mit einem Wert von 8,6 noch leicht höher als das Thema „bezahlbarer Wohnraum“, doch liegt hier die Zufriedenheit der Bürger mit dem Ist-Zustand mit 7,2 deutlich höher. Bei Themen wie **Öffentliche Verkehrsanbindung** und **Fußgängermobilität** liegen An-

**Sonstiges**

**Alexa profitiert von Rückkehr der Touristen**

Die Reisesaison 2025 nimmt Fahrt auf und das **Alexa** am Berliner Alexanderplatz verzeichnet ein deut-



liches Plus an internationalen Besuchern. Das Shopping-Center, das **Union Investment** gehört und von **Sonae Sierra** gemanagt wird, profitiert von der Erholung des Berliner Tourismus nach der Pandemie. Mit gezielten Konzepten für nationale und internationale Gäste festigt das Alexa seine Position als Premiumdestination am Alexanderplatz. Die Tourismusstatistiken für Berlin zeigen für 2024 eine nachhaltige Erholung des Reiseverkehrs. Von Januar bis September besuchten rd. 9,5 Mio. Gäste (+5,1%) die deutsche Hauptstadt. Der Alexanderplatz mit seinem ikonischen Fernsehturm bleibt dabei eine der meistbesuchten Destinationen in der Metropole. Davon profitiert das Alexa nach Unternehmensangaben in besonderem Maße. So beschäftigt das Center mehrsprachiges Personal und bietet Tax-Free-Services in vielen Shops. Zudem gibt es spezielle Werbekampagnen für Touristen auf Englisch. Außerdem werden die Touristen an Touchpoints vor und während der Reise abgeholt, etwa durch Werbeflächen am Berliner Flughafen. So verzeichnet das Center einen stetigen Zuwachs an Touristen.

forderungen und Zufriedenheit mit dem Status quo dagegen recht dicht beieinander und beim Thema **Fahrradinfrastruktur** werden die relativ niedrigen Erwartungen vom Ist-Zustand sogar deutlich übertroffen, genauso wie beim Thema **Zugang zu Gemeinschaftseinrichtungen**. Und das **Unterhaltungs- und Freizeitangebot** entspricht offenbar voll den Erwartungen. Auch mit dem Zugang zu Grünflächen sehen die Befragten offenbar ihre Erwartungen nahezu erfüllt.

Beim Thema **Nähe zum Arbeitsplatz** ist die Zufriedenheit mit 6,5 zwar recht niedrig, doch liegt der Wert der Erwartungen in diesem Punkt sogar noch leicht unter diesem Wert. Womöglich kommt es manchen Haushalten mehr darauf an, in einer attraktiven Stadt zu wohnen, als in die Nähe des Arbeitsplatzes zu ziehen. Insgesamt kommt JLL in seinem Report Cityscape Experience Catalysts aber zu dem Ergebnis, dass rund 88% der weltweit befragten Menschen „mit der Stadt, in der sie leben, zufrieden“ sind.

Und diese Zufriedenheit mit der eigenen Stadt und den Gegebenheiten vor Ort haben laut JLL „einen entscheidenden Einfluss auf den sozialen Zusammenhalt, die gemeinsame Kultur, die Sicherheit und auf das Gefühl der Verbundenheit“, wie **Markus Trost, Executive Director Urban Developments & Strategic Real Estate Projects Work Dynamics DACH**, der auch Niederlassungsleiter von JLL in München und Nürnberg ist, feststellt.

Für den Experten leitet sich aus diesen Ergebnissen ab, dass Kommunen, Entwickler und Vermieter die Attraktivität der gebauten Umgebung in den Fokus rücken müssen und sie für die verschiedenen Bedürfnisse und Vorlieben der Stadtbewohner ein ausreichendes Angebot schaffen müssen. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass die Bedürfnisse der Bewohner sehr unterschiedlich – wenn nicht sogar konträr – sein können.

## Deals

**Münster:** Das niederländische Mode-Label **Yaya** eröffnet im Herbst 2025 eine Filiale in Münster. Die Mode-Kette betreibt bereits über 30 Stores in Europa und hat nun durch Vermittlung von **SQM Property Consulting** eine attraktive Ladenfläche mit ca. 400 qm im Objekt Roggenmarkt 2 angemietet. Nach einem umfassenden Umbau werden die Türen im Herbst 2025 geöffnet. Yaya steht für lässige Eleganz, hochwertige Materialien und zeitlose Designs – ein Konzept, das zum urbanen Lifestyle von Münster passt. Mit der Expansion nach Münster setzt das Label seinen Wachstumskurs fort und stärkt die Innenstadt als Shopping-Destination.



**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](mailto:info@rohmert.de)

Cities | Center | Developments  
**HandelsimmobilienReport**

© fotalia.com

nen. So ergab die Studie, dass mehr als die Hälfte (56%) der weltweit Befragten einen ruhigen Wohnort präferieren, während 44% ein geschäftiges Treiben in ihrem Umfeld bevorzugen. Vor allem aber möchten die Menschen bezahlbare Wohnungen.

Ein anderes wichtiges Thema für die Beurteilung einer Stadt ist laut JLL, ob sie die Möglichkeit zur **gesellschaftlichen Teilhabe** bietet, was sich positiv auf das Wohlbefinden auswirkt: „Gastronomische Angebote nehmen dabei eine Schlüsselrolle ein, insbesondere Cafés“, heißt es in der Studie dazu. So steht bei 33% der weltweit Befragten der wöchentliche Besuch von Cafés hoch im Kurs, 31% gehen zumindest einmal im Monat dorthin. Bei einer großen Mehrheit (88%) ist der Zugang zu Grünflächen entscheidend für die Wahl ihres Wohnorts – nicht zuletzt, weil diese einen Beitrag zur Verbesserung des Mikroklimas leisten, zur Auflockerung der bebauten Umgebung beitragen und sie sich als Ort der Zusammenkunft eignen und Zugehörigkeit schaffen. Und wie die Umfrage gezeigt hat, sind die Befragten mit ihrem Zugang zu Grünflächen auch überwiegend zufrieden.



**Gastronomie und Grünflächen sind wichtig.**

Foto: Centrum Gruppe

Nach den Worten von **Helge Scheunemann, Head of Research** bei JLL Germany, gewinnt die Erfassung genauer Daten über die menschlichen Bedürfnisse an Bedeutung. „Ein datengestützter Ansatz sowie das Verständnis von Motivation und Erwartungen der Konsumenten haben einen signifikanten Einfluss auf Standortentscheidungen für Immobilien“, stellt er fest: „Städte und Quartiersentwicklungen, bei denen das menschliche Erlebnis und die soziale Verbindung im Mittelpunkt der Gestaltungsstrategien stehen, bieten Möglichkeiten, die Wertschöpfung in Bezug auf Frequenzen, Verbraucherzufriedenheit und Ausgaben sowie zukunftssichere Investitionen zu steigern.“ Dabei gibt es nach seiner Erfahrung aber keinen allgemeingültigen Ansatz, vielmehr sei es notwendig, die lokalen Prioritäten herauszufinden.

Um eine zukunftsfähige Innenstadtentwicklung sicher zu stellen, wendet sich die **Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland** (bcsd e. V.) mit fünf konkreten Handlungsempfehlungen an die künftige Bundesregierung. So fordert die BCSD von der Politik eine nachhaltige Sicherung der langfristigen Finanzierungsstrukturen für die Cities und den Abbau bürokratischer Hürden. Des Weiteren sollte „Stadtmarketing“ als strategisches Handlungsfeld etabliert und die GEMA-Tarife sollten reformiert werden, um bei Veranstaltungen eine faire Musikknutzung zu ermöglichen. Zudem fordert die Bundesvereinigung eine Verbesserung der Sicherheit im öffentlichen Raum bei Veranstaltungen und eine Entlastung der Veranstalter bei Sicherheitsfragen. Ganz grundsätzlich sollte die öffentliche Hand Sicherheit und Ordnung im öffentlichen Raum gewährleisten, fordert die Bundesvereinigung weiter.

„Wenn wir jetzt die richtigen Weichen stellen, bleiben unsere Innenstädte Orte der Begegnung, des Handels und des gesellschaftlichen Miteinanders,“ gibt sich **BCSD-Geschäftsführer Jürgen Block** überzeugt. ■

## Personalien

### JLL: Schumann leitet Logistics Investment

JLL hat **Diana Schumann** zum **Head of Industrial & Logistics Investment Germany** ernannt. Sie hat den Bereich bereits seit Anfang 2022 als Co-Head



zusammen mit Dominic Thoma geführt, der das Unternehmen verlassen hat. Die **Irebs** Immobilienökonomin mit Masterabschluss im Bereich Internationale Finanzmärkte ist seit 2018 bei JLL, hat als Team-Leiterin West das regionale Investment-Team in Düsseldorf aufgebaut und wird dessen Führung in Personalunion fortsetzen. Diana Schumann wird mit **Sarina Schekahn**, die den Bereich Industrial & Logistics Agency leitet, zusammenarbeiten.

zusammen mit Dominic Thoma geführt, der das Unternehmen verlassen hat. Die **Irebs** Immobilienökonomin mit Masterabschluss im Bereich Internationale Finanzmärkte ist seit 2018 bei JLL, hat als Team-Leiterin West das regionale Investment-Team in Düsseldorf aufgebaut und wird dessen Führung in Personalunion fortsetzen. Diana Schumann wird mit **Sarina Schekahn**, die den Bereich Industrial & Logistics Agency leitet, zusammenarbeiten.

## Deals

**Hamburg:** Die **FBB Gastro Company** hat eine Fläche in der **Galleria** an den Großen Bleichen 21 in Hamburg gemietet. Die Fläche umfasst 132 qm zzgl. des **Galleria Pontons** im Bleichenfleet. Eigentümer ist **Ruppert Immobilien**.

**Grossmann & Berger Immobilien** vermittelte. Damit übernimmt FBB Gastro die Räume der ehemaligen Bar Tabac, die nach über 25 Jahren während der Pandemie geschlossen wurde. FFB wird die Bar unter ihrem ursprünglichen Namen mit einem neuen Konzept wiedereröffnen. Der angrenzende Ponton wird als Terrasse für die Bar genutzt und dient im Sommer als Pop-up-Open-Air-Bar für den Pony Club aus Sylt.

**Generation Z**

**Navigation zwischen online und offline**

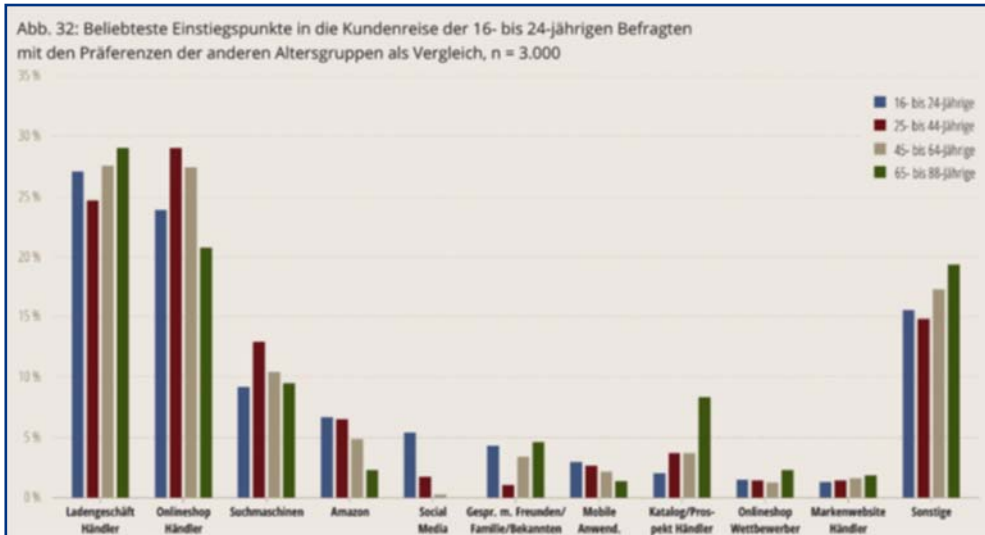
**Prof. Thomas Rudolph und Tim Florian Gerlach vom Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St. Gallen\*)**

*Neue Erkenntnisse einer Studie des Forschungszentrums für Handelsmanagement der Universität St. Gallen verblüffen: denn die „Generation Z“ nutzt den stationären Handel – und wie!*

Die Annahme, dass die **Generation Z** nur online lebt und konsumiert, ist weit verbreitet. Doch stimmt das? Die Studie **Omni-Channel Management in Deutschland, Österreich und der Schweiz 2024** des **Forschungszentrums für Handelsmanagement der Universität St. Gallen** geht dieser Frage nach und enthüllt, dass die Realität komplexer ist. Die Generation Z navigiert geschickt zwischen Online- und Offline-Welten und ihre Konsumgewohnheiten überraschen.

In der Studie wurden über 3 000 Konsumenten aus der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) zu ihrem kanalübergreifenden Einkaufsverhalten befragt. Die Kundenreise beschreibt den Weg des Kunden von seinem ersten Kontaktpunkt mit einem Händler, auf der Suche nach einem Produkt, bis zum Abschluss seines Einkaufs. Sie ist dementsprechend gegliedert in einen Startpunkt, einen Endpunkt und das Verhalten der Kunden dazwischen.

Dieser Artikel legt den Fokus auf das Konsumverhalten der jüngsten Gruppe der Befragten, die 16-24-Jährigen – die Generation Z. Diese Gruppe macht 17,5% der Befragten aus. Weiterhin vergleicht der Artikel diese Generation mit den 25-44-Jährigen (34,1% der Befragten), den 45-64-Jährigen (34,3%) und den 65-88-Jährigen (14,1%) und stellt Unterschiede zwischen den Generationen heraus.



**Abbildung 32** zeigt die beliebtesten Einstiegspunkte in die Kundenreise der jüngsten Altersgruppe im Vergleich zu anderen Altersgruppen. Dabei zeigt sich, dass die „Gen Z“ ihre Kundenreise mit 27,10% am liebsten in einem stationären Laden startet – und damit sogar häufiger als die nächstältere Altersgruppe der 25-44-Jährigen. Nur die über 44-Jährigen starten ihrem Kaufprozess hier noch häufiger. Weiterhin zeigt sich, dass Online-Shops bei der Gen Z weitaus weniger beliebt sind als Einstiegspunkt in die Kundenreise als bei den 25-45-Jährigen und den 45-64-Jährigen.

Social Media ist bei den jüngeren Befragten als Einstiegspunkt deutlich beliebter als bei allen anderen Altersgruppen. Weiterhin wird deutlich, dass **Amazon** als erster Kontaktpunkt im DACH-Raum bei den jüngeren Befragten eine besonders hohe Bedeutung hat. Man erwartet, dass Amazon mit dem Alterwerden dieser Generation

**Deals**

**Ratisbona realisiert Netto-Markt in Erfurt**

Ratisbona Handelsimmobilien hat am 25. März einen neuen Netto-Marken-Discounter mit 1 140 qm Verkaufsfläche und 1 500



qm Mietfläche inkl. einer Bäckerei in der Erfurter Allee 25 in **Erfurt-Vieselbach** eröffnet. Nach Unternehmensangaben wird damit eine Lücke im Nahversorgungsangebot geschlossen. Das Projekt wurde mit besonderem Fokus auf Nachhaltigkeit, ökologische Bauweise und hohen energetischen Standards umgesetzt. Die Grundstücksfläche beträgt 7 260 qm. Zudem gibt es 71 Parkplätze inkl. zwei E-Ladesäulen. Die Bauweise erfüllt die Anforderungen der BEG 40-Standards. Die Außenanlagen sind ökologisch gestaltet und umfassen verschiedene Rasen- und Wildblumenwiesen. Diese werden durch heimische hochstämmige Bäume sowie Stauden und Sträucher ergänzt. Zudem gibt es Habitatsschutz-zonen. Im Bereich der Parkplätze wird der Flächenversiegelung durch den Einbau von versickerungsfähigem Pflaster mit reduziertem Zementanteil entgegengewirkt. Der Markt ist gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden und auch gut fußläufig zu erreichen. Zusätzlich ist eine neue Fuß- und Radwegeverbindung zur Bahnhofsallee geplant.

insgesamt noch an Bedeutung gewinnt. Ebenso wird die Nutzung von mobilen Anwendungen für den Start der Kundenreise wichtiger.

Zusammengefasst zeigt die Betrachtung der Einstiegs- punkte in die Kundenreise, dass junge Konsumenten **stationäre Läden nicht meiden**, dass junge Konsu- mierende keineswegs abgeneigt sind, stationäre Läden zu besuchen. Mehr als ein Viertel der Befragten gab an, ihre Kundenreise im stationären Laden zu starten. Wenn die Gen Z ihren Kaufprozess online startet, sind neben dem Online-Shop des Händlers auch Kontakt- punkte wie Social Media oder Amazon wichtig.

Bei der Frage, wie die **Kundenreise nach dem ers- ten Kontaktpunkt** weitergeht, zeigte sich, dass die Top 10 der am häufigsten genutzten Kontaktpunkte der jungen und der alten Generation verschieden sind: Bei den Jungen sind Social Media und mobile Anwen- dungen wichtiger, während die Älteren sich eher auf **Preisvergleichsportalen** und in **Katalogen** und **Prospekten des Händlers** informieren. Der wohl markanteste Unterschied zeigt sich bei der Nutzung sozialer Medien, die von den Jungen doppelt so häufig genutzt werden wie von den 25-44-Jährigen. Interes- sant ist auch, dass **das Geschäft des Händlers** von den jungen Befragten häufiger während der Kunden- reise genutzt wird als von den älteren. Die 25- bis 44- Jährigen gehen mehr über den Online-Shop des Händ- lers. Dies widerlegt das Vorurteil, dass junge Menschen am besten über Online-Kanäle zu erreichen sind.

Junge Konsumenten schätzen die Wichtigkeit einzelner Kontaktpunkte für ihre Kaufentscheidung innerhalb der Kundenreise deutlich geringer ein als ältere. Es fällt auf, dass die Wichtigkeit von Amazon als Kaufkanal von jungen Menschen viel niedrig eingeschätzt wird, obwohl ein größerer Anteil der Jungen Amazon als Kontaktpunkt innerhalb der Kundenreise nutzt.

Ein möglicher Grund ist die Anzahl durchschnittlich ge- nutzter Kontaktpunkte im Rahmen des Kaufprozesses. Diese fällt bei den Jüngeren deutlich höher aus als bei Älteren, sodass individuellen Kontaktpunkten eine we- niger hohe Bedeutung zugesprochen wird. Die Konsu- menten nutzen durchschnittlich mehr Kontaktpunkte auf ihrer Kundenreise als Ältere. Sie nutzen durch- schnittlich 4.23 Kontaktpunkte auf ihrer Kundenreise, während die drei älteren Gruppen im Durchschnitt 3.85, 3.30 und 3.23 Kontaktpunkte nutzen. Es zeigt sich, dass die junge Generation deutlich häufiger die Kanäle von Wettbewerbern, wie das Ladengeschäft und den Onlineshop nutzt, um sich auf der Kundenrei- se zu informieren, als die älteren Befragten.

Interessant ist auch, dass 49,35% der Generation Z ihren Kauf im stationären Handel abschließen. Es fällt weiterhin auf, dass der Online-Shop für den Kaufab-

schluss weitaus weniger beliebt bei den jüngsten Be- fragten ist als bei allen anderen Altersgruppen. Es kann somit auch am Ende der Kundenreise erneut widerlegt werden, dass junge Konsumenten ausschließlich über Online-Kanäle ihre Einkäufe erledigen. Es geht sogar noch darüber hinaus: Die jüngsten Befragten schließen ihren Kauf deutlich häufiger in stationären Geschäften ab als die nächstältere Altersgruppe. **Gen Z beendet von allen Altersgruppen am seltensten ihren Kauf in einem Onlineshop.**



Bild: Fotolia

**Fazit:** 27,10% der jungen Befragten starten ihre Kun- denreise im Ladengeschäft des Händlers. Durchschnitt- lich besuchen die jungen Befragten insgesamt 4.23 Kon- taktpunkte. Zum Ende der Kundenreise gleichen sich die Kaufabschlüsse dem Verhalten der älteren Generation wieder an und 49,35% der Jüngeren geben an, im La- dengeschäft des Händlers zu kaufen. Es kann also kei- neswegs die Rede davon sein, dass Generation Z aus- schließlich online einkauft.

Es zeigt sich insbesondere ein markanter Unterschied bei der Nutzung sozialer Medien. Zwar steigen nur 5,42% der jungen Befragten über diesen Kanal in die Kundenreise ein, aber ca. 26% nutzen soziale Medien auf dem Weg vom Einstieg bis zum Kaufabschluss. Letz- terer wird dabei nur sehr selten direkt über diesen Kanal getätigt, was den Schluss zulässt, dass soziale Medien vor Allem zur **Beschaffung zusätzlicher Informatio- nen** genutzt werden.

Zusätzlich dazu spielen Kaufkanäle wie mobile Anwen- dungen während der Kundenreise der Gen Z eine größe- re Rolle als bei den älteren Befragten. Es lässt sich also festhalten, dass der stationäre Handel, entgegen allen Vorurteilen, eine wichtige Rolle für die Kundenreise der Gen Z spielt, die **Digitalisierung** aber vor allem die **Informationsbeschaffung** während des Kaufs beein- flusst. Beinahe 50% der 16- bis 24-Jährigen schließen ihren Kauf im stationären Ladengeschäft ab. Dem Vorur- teil, dass die Digital Natives auch nur digital einkaufen würden, kann also widersprochen werden. ■

**\*) Der Artikel wurde dem Habona Report 2025 entnommen**

**Aldi Süd**

## Revitalisierung eines Real-Markts

**HIR DÜSSELDORF.** Als der SB-Warenhaus-Betreiber Real zerschlagen wurde, kamen vor allem Kaufland und Edeka sowie die mittelständische Globus Gruppe aus St. Wendel als neue Betreiber zum Zuge. In der Gemeinde Kenn, nördlich von Trier, hat nun der Discounter Aldi Süd mit dem ersten Spatenstich die Revitalisierung des früheren Real-Standorts im ehemaligen „Mosel Einkaufszentrum“ gestartet.

Vor Ort in **Kenn** wird die Revitalisierung mit Spannung erwartet, wie **Burkhard Apsner, Ortsbürgermeister** der Gemeinde beim ersten Spatenstich (Foto: Aldi Süd) feststellt: Kein Thema habe die Bürgerinnen und Bürger in Kenn zuletzt so sehr interessiert wie die in Aussicht gestellte Revitalisierung ihres **Mosel Einkaufszentrums**: „Viele haben die Möglichkeit, im Ort einzukaufen, schmerzlich vermisst und erhoffen sich bald wieder mehr Lebensqualität.“



Foto: Aldi Süd

Das Hauptgebäude im früheren Mosel Einkaufszentrum umfasst nach Angaben von Aldi Süd etwa 8 500 qm Nutzfläche und wird das Herzstück des Grundstücks bilden. Saniert wird – wie heute bei neuen Objekten üblich – im Interesse der Nachhaltigkeit nach dem Standard **Effizienzgebäude 70 EE**. In diesem Kontext wird auf Wärmepumpentechnik und den Bau einer Photo-

voltaikanlage mit etwa 50 kWp Leistung gesetzt. Der Parkplatz wird etwa 350 Parkplätze und einen E-Ladepark mit mindestens acht Ladepunkten umfassen.

„Wir investieren in die Revitalisierung dieses Standorts, weil wir von seinem Potenzial überzeugt sind“, sagt **Christof Hake, Managing Director** bei **Aldi Süd Real Estate**. Geplant ist hier die Bündelung unterschiedlicher Angebote und Dienstleistungen im Sinne eines **One-Stop-Shoppings**, das den Kunden hilft, Ressourcen und Zeit zu sparen. Neben Aldi Süd selbst stehen als Mieter schon der Vollsortimenter **Rewe** und die Drogerie-Kette **dm** sowie ein Eis-Café und ein Tabakladen fest. „Weitere Flächen im Haupt- und Nebengebäude sind in Abstimmung, darunter Angebote aus den Bereichen Gastronomie sowie Schönheits- und Gesundheitspflege“, teilt Aldi weiter mit.

Im Rahmen der nächsten Schritte wird am Hauptgebäude das Dachtragwerk aus Holz überprüft und saniert, in die Bodenplatte werden die Grundleitungen eingebracht und der Fußbodenaufbau nach „EE 70-Standard“ vorbereitet. Im Innenbereich werden die Brandwände aufgebaut und außen wird nach EE 70-Standard die neue Fassade errichtet. Beim ersten Spatenstich waren neben Aldi Süd und dem Ortsbürgermeister noch **Landrat Stefan Metzdorf, Christiane Horsch** als Vertreterin der Verbandsgemeinde sowie Vertreter der Mieter und weiterer Partner dabei.

Insgesamt betreibt Aldi Süd in West- und in Süddeutschland über 2 000 Filialen, davon an mehr als 1 300 Standorten zusammen mit etwa 400 Partnerunternehmen. „Der individuelle Nutzungsmix richtet sich jeweils nach baurechtlichen Rahmenbedingungen, kommunalen Ansprüchen und lokalen Kundenbedürfnissen“, berichtet Aldi Süd und weist auf die eigene Flexibilität bei der Entwicklung von Standortkonzepten und Partnerschaften hin. ■

### Deals

**Dresden: Union Investment** hat einen weiteren Mietvertrag mit der **Life-style Clubs Concepts GmbH** abgeschlossen. Das vom Unternehmen betriebene Boutique Fitnessstudio der Marke **EVO Fitness** zieht im August dieses Jahres in die Prager Straße 7 in Dresden. Angemietet wurden das Erdgeschoss mit 285 qm sowie das erste Obergeschoss mit 516 qm. Der Mietvertrag läuft über zehn Jahre. Die Immobilie zählt seit 2005 zum Portfolio des institutionellen Publikumsfonds **Uninstitutional European Real Estate**. Die Prager Straße verbindet den Hauptbahnhof der sächsischen Großstadt mit dem Altmarkt im historischen Stadtzentrum. Neben weiteren Einkaufsangeboten befinden sich in der Umgebung des Objekts auch zahlreiche Hotels.

+++++

**Feldkirchen: Ovol Papier Deutschland** zieht nach Feldkirchen bei München. In der Hans-Riedl-Straße 5-9 in der Immobilie „Im Riedl“ mietet der Großhändler von Papier, Verpackungsmaterialien und Großformatdrucksystemen rund 2 300 qm, darunter rund 1 900 qm Industrie- und Lagerfläche sowie etwa 400 qm für Büros und einen Showroom. Der Bezug der neuen Niederlassung ist im März 2025 erfolgt. Der Industrie- und Bürokomplex wurde im Jahr 2002 errichtet und verfügt über insgesamt rund 25.600 qm Fläche. Eigentümer ist ein Immobilienfonds. **JLL** hat den Vermieter beraten und die Anmietung vermittelt.

## Nachhaltigkeit im Shopping-Centermarkt

# Der Trend ist unumkehrbar

**HIR DÜSSELDORF.** Die richtige Beleuchtung spielt im Einzelhandel beim Verkauf eine wichtige Rolle. Überhaupt ist der Stromverbrauch im Einzelhandel sehr hoch – etwa für Tiefkühltruhen, fürs Heizen im Winter und das Kühlen im Sommer. Schon allein wegen der hohen Stromkosten ist Energieeffizienz bei Handelsimmobilien besonders wichtig. Mit der Frage, wie es mit der Nachhaltigkeit bei Europas Einkaufszentren und ihrer Zertifizierung steht, hat sich deshalb die Regio Data Research GmbH mit Sitz in Wien und München befasst.

Dabei zeigt sich, dass der Trend zu mehr Nachhaltigkeit im vergangenen Jahr zugenommen hat – allerdings bleibt auch noch einiges an Luft nach oben. Als zentrale Indikatoren für die Nachhaltigkeit der über 11 000 von **Regio Data Research** untersuchten Shopping Malls, Retail Parks, Factory Outlet Center und Hypermarkets mit mehr als 5 000 qm Verkaufsfläche wurden die geltenden internationalen Zertifizierungen wie **BREEAM**, **LEED** und das Zertifikat der **Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen** (DGNB) zugrunde gelegt.



Foto: Kuehne Consulting Engineering

**Die Plus City in Pasching wechselte von DGNB zu BREEAM.**

Konkret ist der Anteil der Center aus der Liste der 100 größten Einkaufszentren in Europa, die inzwischen ein **Umweltzertifikat** haben, im vergangenen Jahr von knapp 50% auf mittlerweile 60% gestiegen. Das heißt im Umkehrschluss aber auch, dass im Jahr 2024 etwa 40% der größten europäischen Shopping-Center noch keine Zertifizierung haben. Allerdings ist davon auszugehen, dass mit Blick auf den **Green Deal** der **Europäischen Union**, wonach die europäischen Städte bis 2050 Klimaneutral sein müssen, und die Notwendigkeit, bei den Gebäuden die **ESG-Kriterien** einhalten zu müssen, die Zahl der Zertifizierungen weiter steigen werden.

Gleichzeitig wird von vielen Marktakteuren aber auch beklagt, dass die Europäische Union etwa zu den ESG-Faktoren und den Immobilien eindeutiger regulatorische Leitlinien festlegen müsste, um für mehr Klarheit und Sicherheit zu sorgen.

Der Blick auf die bevorzugten Zertifizierungsverfahren bei den 100 größten Einkaufszentren zeigt, dass sich das englische Umweltbewertungssystem **BREEAM** mit einem Anstieg von 35% im Jahr 2024 auf 40% im Jahr 2025 als führender Standard etabliert hat. Die Experten von **Regio Data Research** gehen zudem davon aus, dass die Prozentzahl tatsächlich sogar noch höher liegt, weil bei einigen Centern eine Zertifikatserneuerung noch aussteht.

Mit großem Abstand folgt die us-amerikanische LEED-Zertifizierung mit einem Anteil von nur 3% der Top-100-Center, vor dem deutschen DGNB-Zertifikat mit 2%. „Obwohl DGNB in Deutschland eine bedeutende Rolle spielt, ist es international we-

## Deals

### Fachmarktzentrum mit Wohnen auf Zeit

Die **FIM Unternehmensgruppe** entwickelt mit dem **FMZ Hirschaid** ein neues



Fachmarktzentrum mit 6 700 qm Mietfläche im Gewerbegebiet der Marktgemeinde **Hirschaid**, unweit von Bamberg. Hinzu kommen 88 Service Apartments. Der erste Spatenstich erfolgte am 27. März. Die Investitionssumme beträgt rd. 28 Mio. Euro. Auf dem etwa 19 000 qm großen Grundstück an der Industriestraße und in der Röhle entsteht im ersten Bauabschnitt ein zweigeschossiges Gebäude für einen **Edeka** Vollsortimenters mit ca. 3.580 qm und einen **Lidl**-Discounter mit rund 2 270 qm. Edeka und Lidl verlagern ihre bisherigen Standorte an der Industriestraße in das neue Fachmarktzentrum Hirschaid. Darüber entstehen versetzt angeordnet drei Gebäuderiegel mit 42 Service-Apartments der Hotelgruppe **Just Stay**. Die Eröffnung ist Ende 2025 geplant. Im zweiten Bauabschnitt wird der ehemalige Lidl-Markt entlang der Industriestraße durch ein kleineres, dreigeschossiges Gebäude ersetzt. Im Erdgeschoss wird eine dm Drogerie 850 qm belegen und darüber sind weitere 46 Service-Apartments geplant. Die Objekte werden nach DGNB-Gold-Standard gebaut. Es gibt 200 Parkplätze, davon gut 50 in der Tiefgarage für die Apartments.



niger verbreitet als BREEAM und LEED“, heißt es in der Regio-Data-Analyse. Zudem wird beobachtet, dass einige der bereits zertifizierten Center direkt zu BREEAM wechseln würden. Als Beispiel nennen die Experten die **Plus City** im österreichischen Pasching, die jüngst von DGNB auf BREEAM umgestellt hat.

Zwischen dem BREEAM-Zertifikat und LEED sowie DGNB haben sich **alternative Nachhaltigkeitszertifikate** etabliert, deren Anteil von 12% auf 15% gestiegen ist. Dabei geht es meist um den Einsatz moderner Technologien zur Reduktion des Energieverbrauchs wie energieeffiziente Beleuchtung, großflächige Begrünungskonzepte sowie intelligente Gebäudesteuerungssysteme. Des Weiteren führen die Experten von Regio Data Research neben den großen Zertifizierungssystemen auch noch individuelle Nachhaltigkeitsmaßnahmen auf, deren Zahl spürbar gewachsen sei. Als Beispiel wird die **Riviera Galleria** in Griechenland genannt. Hier setzen die Verantwortlichen auf lokale und natürliche Materialien, auf großzügige Grünflächen, natürliche Belüftung und Beleuchtung.

Dass angesichts der aufgeführten Maßnahmen und Zahlen das Thema Nachhaltigkeit zum festen Bestandteil der europäischen Center-Szene geworden ist, liegt auf der Hand. Nachhaltigkeit sei in der Branche kein kurzfristiger Trend, sie sei vielmehr ein langfristiges Engagement, das ganz generell in der Baubranche an Bedeutung gewinnt: „Der Anstieg an zertifizierten Gebäuden, die Reduktion nicht-zertifizierter Center und die zunehmende Vielfalt an Umweltstandards belegen, dass sich der Fokus immer stärker auf nachhaltige Bauweisen richtet“, heißt es. ■

**HDE-Prognose:** Zahl der Geschäfte wird 2025 sinken

## Die Entwicklung ist dramatisch

**HIR DÜSSELDORF.** *Angesichts der anhaltend schwachen Konsumstimmung ist die Lage der Innenstädte in Deutschland weiterhin schwierig. Vor diesem Hintergrund befürchtet der Handelsverband Deutschland (HDE), dass 2025 im Einzelhandel 4 500 Geschäfte ihre Türen für immer schließen werden.*

„Der Leerstand in den Innenstädten wird von Jahr zu Jahr sichtbarer“, konstatiert **HDE-Präsident Alexander von Preen** (Foto): „Die Entwicklung ist dramatisch. Unsere Stadtzentren müssen wieder attraktiver werden.“ Mussten im Jahr 2024 bereits 5 000 Läden schließen, so erwartet der HDE für das Jahr 2025 einen weiteren Rückgang von 4 500 Läden. Laut von Preen verlangsamt sich der Negativtrend zwar etwas, doch mit jeder Geschäftsschließung würden unsere Innenstädte weiter an Anziehungskraft verlieren. Denn die neuen Zahlen kommen auf die bereits geschlossenen Läden obendrauf, wie der Vergleich mit den Zahlen aus dem Jahr 2015 zeigt.



Damals gab es bundesweit noch mehr als 370 000 Läden, im Jahr 2025 werden es laut HDE-Prognose nur noch etwa 300 000 sein. Gründe für diese Entwicklung sieht der HDE in der eingetrübten Konsumstimmung sowie im Mangel an Nachfolgern selbst für gut laufende Läden.

Gegen den Negativtrend müssen laut HDE etwa die **Mietverträge** an die aktuellen Entwicklungen angepasst werden. Van Preen spricht sich deshalb für mehr **umsatzbasierte Mieten** aus, damit die monatliche Zahlung leistbar bleibe. Damit es sich für die Unternehmen wieder lohnt, zu investieren, plädiert er zudem dafür, Anreize wie Sonderabschreibungsmöglichkeiten zu schaffen, um privates Investitionskapital zu generieren – etwa **steuerliche Begünstigungen** von Investitionen in den Ladenbau, die Digitalisierung, in die Renovierung von Fassaden sowie den Einbau neuer Heizungs- und Klimatechnik. ■

## Deals

**Langensfeld:** **Invesco Real Estate** hat ein Grundstück für die Entwicklung eines Industrieparks in Lan-



gensfeld bei Frankfurt am Main erworben. Das Grundstück wurde für den Invesco Real Estate Europe Fund III – SCSp (Europe III) gekauft. Es handelt sich um das dritte Bauprojekt, das gemeinsam mit dem Bauträger **Propel One** aus Wien entwickelt wird. Das Bauprojekt ist Teil eines Seed-Portfolios, das spekulative kleine Logistik- bzw. Light-Industrial-Projekte in deutschsprachigen Märkten umfasst. Für die Immobilie wird eine DGNB-Platin-Zertifizierung angestrebt.

+++++

**Stuttgart:** Die **MEAG** verkauft aus einem von ihr gemanagten Spezialfonds das Geschäftshaus in der Calwer Straße 33–35 / Kronprinzstraße 28–30 in Stuttgart. Käufer ist ein von **J.P. Morgan Asset Management** verwalteter Fonds. **JLL** und **Norton Rose Fulbright** haben MEAG bei dem strukturierten Verkaufsprozess beraten, **Colliers** und **Möhrle Happ Luther** den Käufer. Die 1996 gebaute Immobilie befindet sich in bester Innenstadtlage und beherbergt Büros, Flächen für Bildung, Einzelhandel, Gastronomie und Wohnungen. Die Passage des Objekts dient als Verbindung der Einkaufsstraßen Königstraße und Calwer Straße.

**Stores of the Year 2025**

**Herausragende und innovative Konzepte**

**HIR DÜSSELDORF.** Im Rahmen des Handelsimmobilien-Kongresses in Berlin hat der Handelsverband Deutschland (HDE) auch in diesem Jahr wieder die „Stores of the Year“ in den fünf Kategorien „Fashion“, „Out of Line“, „Home/Living“, „Food“ und „Concept Store“ (Foto) ausgezeichnet.



Sieger in der Kategorie **Fashion** ist **C&A** mit seiner Filiale in der Neuhauser Straße in München. Mit seinem modernen, edlen und minimalistischen Ladenkonzept überzeugte der Store die Jury. Die offene Gestaltung mit großzügigen Videowänden im Eingang, der begrünte Innenhof und viel natürliches Licht würden für eine angenehme Atmosphäre sorgen. Hervorgehoben wird auch die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, etwa bei der Wiederverwertung der Einrichtung. Das neue Geschäft stehe für die **Inszenierung erschwinglicher Mode**.

Die **Thalia Mayersche Buchhandlung** am Neumarkt in Köln entschied die **Kategorie Out of Line** für sich. Das Ladenkonzept zeichnet sich laut Jury durch seinen regionalen Bezug durch charakteristische Elemente des Kölner Stadtbildes aus. Einen abwechslungsreichen Erlebnisraum bietet der Kinderbereich mit Spielmöbeln zum Klettern und Rutschen, der Marktplatz mit Ständen und Bäumen sowie das Café.

Das Küchenstudio **Proform** in Weinheim ist der Gewinner der Kategorie **Home/Living**. Der Showroom rückt Design und Funktionalität der präsentierten Küchen in den Fokus. Maßgeschneiderte Küchenlösungen werden für Kunden erlebbar und für Live-Videoformate sowie Fotoshootings genutzt. Das Küchenstudio Proform präsentiert laut Jury eine **Live-Performance-Location**.

In der Kategorie **Food** wurde die im eleganten Boutique-Stil gestaltete **Pâtisserie Johanna** in Hamburg ausgezeichnet. Die in der gläsernen Produktion handgefertigten Kreationen werden in stilvollen Vitrinen präsentiert. Der Store verbindet laut Jury hochwertige Handwerkskunst mit luxuriösem Ladenbau, Regionalität und Nachhaltigkeit. Ein Online-Shop und die Social-Media-Präsenz ergänzen das stationäre Konzept.

Die Kategorie **Concept Store** gewann die **Pier 14 Strandterrasse** im **Seebad Ahlbeck**. An der Strandpromenade wurde ein modernes Ladenkonzept geschaffen, das sich gekonnt in den historischen Kontext der Bäderarchitektur einfügt. Eine Kaffeebar rundet die Präsentation internationaler Designer-Kollektionen, hochwertiger Accessoires und exklusiver Lifestyle-Produkte ab. Neben exzellentem Ladenbau zeigt Pier 14, wie sich Digitalisierung vorteilhaft in den Point of Sale integrieren lässt.

Als Stores of the Year zeichnet der HDE herausragende und innovativer Händlerinnen und Händler aus, deren Ladenumbau oder Ladenneugestaltung nicht länger als ein Jahr zurückliegt. Ausgewählt wurden die Sieger von einer mit Expertinnen und Experten aus Handelsunternehmen und Handelsinstitutionen besetzten Jury. ■

**Deals**

**Winhöring:** In Winhöring hat **Barnhouse Naturprodukte** langfristig gut 3 700 qm Lagerfläche gemietet. **Loginvest** vermittelte. Vermieter des projektierten Neubaus in der Adolf-Bauer-Straße ist ein gewerblicher Investor. Barnhouse gilt als Pionier in der Bio-Lebensmittelbranche und hat das weltweit erste Bio-Knuspermüsli hergestellt. Das Unternehmen wächst kontinuierlich und hat eine Lagerfläche in der Nähe des Firmensitzes in Mühldorf am Inn gesucht. Der projektierte Neubau im Gewerbegebiet Eisenfelden wird nach KfW-40-Norm erbaut und ist gut an die A94 angebunden.

**Impressum**

**Chefredaktion:**  
**Dr. Ruth Vierbuchen** (V.i.S.d.P.);  
**Kontakt:**  
[redaktion@hi-report.de](mailto:redaktion@hi-report.de)  
[www.hi-report.de](http://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](mailto:info@rohmert-medien.de)  
[www.rohmert-medien.de](http://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.*