

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

der Konflikt zwischen US-Präsident Donald Trump und dem Chef der Federal Reserve Jerome Powell steht sinnbildlich für die grundsätzlichen Differenzen zwischen Regierungen und Notenbanken. Politiker wollen vor allem niedrige Leitzinsen, womit sie aus ihrer Sicht das Wachstum ankurbeln können. Mit dieser Einschätzung steht Trump in der politischen Klasse nicht allein da.

Vor allem in den südeuropäischen Volkswirtschaften bildet die von John Maynard Keynes entwickelte Theorie von den wachstumsfördernden Effekten eines „Deficit Spending“ in Krisenzeiten die Grundlage politischen Handelns. Nach der Theorie initiieren kreditfinanzierte Staatsausgaben Wachstumsimpulse in der Privatwirtschaft. Das funktioniert dauerhaft aber nur, wenn die Staatsfinanzen immer wieder konsolidiert werden.

In Demokratien ist das aber nicht einfach, wenn immer wieder neue Regierungen mit teuren Wahlgeschenken an die Macht kommen. Die hohe Verschuldung in vielen südeuropäischen Euroländern zeigt die negative Seite dieser Politik, die den Handlungsspielraum auf Dauer stark einschränkt. Insofern ist die Unabhängigkeit der Zentralbanken von den parteipolitischen Interessen der Politik im Interesse der Bevölkerung.

Dennoch wirkt es eigenartig, wenn ausgerechnet die Präsidentin der Europäischen Zentralbank (EZB), Christine Lagarde, ihrem US-Kollegen Powell im Kampf um die Unabhängigkeit der US-Zentralbank zur Seite springt. Zwar beteuern Lagarde und die EZB, dass die Geldwertstabilität oberste Priorität hat. Doch in der Euro-Schuldenkrise und in den Folgejahren hat sich gezeigt, dass die schwierige Konstruktion des Euro als Währung von politisch unabhängigen Staaten, hier enge Grenzen setzt.

Denn um die überschuldeten Euro-Staaten vor zu hohen Zinsen zu schützen hat die EZB mit ihrer ultralockeren Geldpolitik und dem Kauf von Staatsanleihen den Markt mit Geld geflutet und die Inflation an den Vermögensmärkten/Immobilienmärkten befeuert und zu einer Umverteilung von unten nach oben beigetragen. Da sich die Notenbanken aber nur für die Bekämpfung der Inflation bei Verbraucherpreisen zuständig sehen, wird das einfach ignoriert.

Dass der EZB-Rat Mitte April ein weiteres Mal die Leitzinsen gesenkt hat, obwohl er nach der vorletzten Sitzung signalisierte, dass er erst einmal eine Pause einlegen würde, wird mit der Eintrübung der Wachstumsaussichten in der Eurozone begründet. Zudem würden die meisten Messgrößen auf eine Stabilisierung der Inflation beim Zielwert von 2% hindeuten. Tatsächlich zeigt der Blick auf die Zinspolitik der EZB, dass sie eine hohe Affinität für niedrige Zinsen hat: Etwa als sie nach dem Aufflammen der Inflation sehr lange mit der ersten Zinserhöhung wartete. Und auch jetzt ist es angesichts der Krisen und Kriege nicht sicher, dass die Geldwertstabilität gesichert ist. Die Zinspolitik der EZB wird zweifellos primär von der Fragilität des Euro-Systems geprägt und zeugt nicht von Unabhängigkeit gegenüber der Politik.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin



Nr. 443 vom 30.04.2025

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Vermietungsmarkt: Deutliche Zeichen für eine Stabilisierung	2
Trendbarometer: Der Aufschwung lässt auf sich warten	7
Online-Handel: Bei Lebensmitteln ist vieles anders	9
Outlet-Center-Markt Europa: Südeuropäische Dominanz	11
Investmentmarkt Logistik: Moderater Jahresstart, Hoffnung auf weitere Belegung	14
Deutsche Fachmarkt AG: Viele Kaufobjekte in der Prüfphase	16
SES Spar: Mehr Besucher und mehr Umsatz	17
Travel Retail: Der Anteil an Berufspendlern und Fernreisenden macht den Unterschied	18
Impressum	19

HandelsimmobilienReport Partner





Decathlon wird Untermieter bei Galeria in Konstanz, vormals Karstadt.

Vermietungsmarkt

Deutliche Zeichen für eine Stabilisierung

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Im Einzelhandel und im innerstädtischen Vermietungsmarkt ist viel in Bewegung. Die durch den Strukturwandel und die Krisen bedingten Korrekturen bei den innerstädtischen Mieten sowie die Insolvenz-bedingten Warenhausschließungen und die Neuausrichtung des Warenhaus-Betreibers Galeria haben das Interesse neuer Handelskonzepte an Innenstadtlagen geweckt und die Nachfrage vor allem nach Großflächen im ersten Quartal steigen lassen.

Als Beleg dafür kann beispielhaft die Ankündigung von **Decathlon** gesehen werden, neun Märkte in innerstädtischen Einkaufslagen eröffnen zu wollen, wie der Immobilienberater **JLL** in seinem Bericht über den innerstädtischen Vermietungsmarkt mitteilt. Er beziffert das entsprechende Flächenvolumen mit 20 000 qm. Konkret geht es u.a. um die strategische Partnerschaft mit der **Galeria-Geschäftsführung**, wonach der französische Sportartikelanbieter ab Juli 2025 schrittweise in einige der Filialen als Mieter von 1 500 bis 3 500 qm Verkaufsfläche ziehen wird.

Den Anfang macht Decathlon in der Galeria-Filiale in **Konstanz** mit 1 500 qm, die im August an den Start gehen wird. Bis Ende 2025 sollen weitere Flächeneröffnungen folgen. Genannt werden bislang die Galeria-Häuser in **Trier, Kassel** und **Duisburg**. Der Immobilienberater JLL nennt zudem noch **Leverkusen**, wo es sich aber um eine leerstehende Filiale handelt, die im Zuge der Insolvenz geschlossen wurde.

Aus Sicht von **Christoph Scharf, Geschäftsführer** und **Head of Retail Services** der **BNP Paribas Real Estate GmbH** (BNPPRE) erwecken diese jüngsten Neueröffnungen in Warenhäusern den Anschein, dass sie deutlich langfristiger angelegt sind, nachdem „in den ersten Jahren nach der **Corona-Krise** und der **Signa-Pleite** viele größere Nachbesetzungen vor allem in ehemaligen Kaufhäusern eher den Charakter von Interimsvermietungen hatten“. Die strategische Kooperation mit Galeria im ersten Quartal belegt aus seiner Sicht diese Einschätzung.

Im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit Galeria hat **Stefan Kaiser, Director Real Estate** bei Decathlon Deutschland, zudem angekündigt, dass der Sportartikelanbieter im Rahmen seiner Expansion bis 2027 insgesamt 60 neue Standorte eröffnen will und dabei den Fokus „klar auf erstklassige City-Lagen“ legen wird. Ob noch weitere Anmietungen bei Galeria darunter sein werden, wird sich zeigen. Ursprünglich war Decathlon ausschließlich auf Fachmarktlagen fokussiert. Aus Sicht von **Aniko Korsos, Head of Retail Leasing** bei JLL Germany, geht von diesen Anmietungen auch ein positives Signal an andere Händler aus und sie sind aus ihrer Sicht

Marktbericht

Herber Rückschlag für das Immobilienklima

Die Hoffnung auf eine Trendumkehr beim **Deutsche Hypo Immobilienklima** hat sich mit den April-Zahlen zerstreut. Nachdem sich der Index im März positiv entwickelte, sank die Stimmung der rd 1 000 befragten Immobilienfachleute um 7,2% auf nun 92,7 Punkte. Der Verlauf ist vor allem dem Rückgang des **Ertragsklimas** um -12,7%) auf 91,6 Punkte geschuldet. Das **Investmentklima** sank dagegen nur um 1,1% und steht jetzt bei 93,8 Punkten. Der Blick auf die Assetklassen zeigt, dass die Mehrheit teils erhebliche negative Stimmungstendenzen aufweist. Vor allem das **Büroklima** (-12,0% auf 70,4

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
Homepage:

www.hi-report.de

Punkte) und das **Handelsklima** (-9,7% auf 80,2 Punkte) mussten deutliche Verluste hinnehmen. Logistik und Hotel rangieren in der Mitte. Das Logistikklima sank um 4,2% auf 108,7 Punkte und das Hotelklima verzeichnete einen Rückgang um 4,8% auf einen Wert von 110,9 Punkte. Einzig das **Wohnklima** musste im April nur einen leichten Dämpfer hinnehmen und erwies sich mit einem Minus von -0,5% auf 149,6 Punkte als robust.

auch „ein klares Bekenntnis zum stationären Einzelhandel in der Innenstadt“.

So kann der Immobilienberater JLL feststellen, dass „eine **bemerkenswerte Nachfrage nach Großflächen** dafür gesorgt hat, dass das erste Quartal 2025 mit einer Vermietungsleistung von 152 200 qm eines der stärksten Quartale seit Erhebungsbeginn im Jahr 2005 war und außerdem das stärkste Ergebnis seit Ende 2014 vorweisen kann“. Nach 2014 hatten sich die Folgen des stark wachsenden Online-Handels erstmals spürbar auf dem Vermietungsmarkt für Handelsimmobilien ausgewirkt. Gemessen am Vorjahresquartal bedeutet der Wert laut JLL ein Plus von 39%, wobei auf Großflächen ab 1 000 qm etwa 57% des Flächenumsatzes entfielen.

Der Immobilienberater BNPPRE kommt unter Einbeziehung der Neuzugänge im Einkaufszentrum **Westfield Hamburg-Überseequartier** auf ein Flächenvolumen von gut 150 000 qm – ohne Westfield beziffert er den Flächenumsatz mit rund 135 000 qm. „Noch erfreulicher als die gute Zwischenbilanz“ ist aus Sicht von Christoph Scharf aber der Eindruck, „dass sich das Vermietungsgeschehen insbesondere in den großflächigen Segmenten inzwischen deutlich nachhaltiger gestaltet als zuvor“. Das sieht Aniko Korsos ähnlich, wenn sie feststellt, „dass

die Nachfrage nach großen Handelsflächen in den Toplagen der Innenstädte enorm groß ist und Händler wie Eigentümer bereit sind, die Zukunft der Innenstädte aktiv zu gestalten“.

Dass hier viel zu bewegen ist, stellt auch BNPPRE bei seiner **Analyse der Kundenströme** in namhaften deutschen Innenstadtlagen fest. Im Vergleich der Einkaufsstraßen müssen demnach die Lagen mit dem in absoluten Zahlen gemessenen höchsten Passantenaufkommen nicht unbedingt auch die dynamischsten sein, wie etwa der Blick auf die **Petersstraße in Leipzig** zeigt. In der sächsischen Metropole ist die Grimmaische Straße mit 14,7 Mio. Passanten im Jahr 2024 und 3,0 Mio. im ersten Quartal 2025 zwar die Top-Lage, doch mit einem Zuwachs von 12% hat die Petersstraße zuletzt im Straßenvergleich viel Boden gut gemacht. Ähnlich sieht es beim **Neuen Wall in Hamburg** aus, der 8% mehr Frequenz verzeichnete oder bei der **Schloßstraße in Berlin** mit einem Zuwachs von 6% sowie bei der **Ehrenstraße in Köln** und der **Flingerstraße in Düsseldorf** mit jeweils +5%. Sie gehören zu den Lagen mit den signifikantesten Aufwärtstrends.

Für Christoph Scharf zeigt diese Entwicklung eindrucksvoll, „dass es durch zugkräftige neue Ankermieter und

WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN.



Einzelobjekte und Portfolien

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

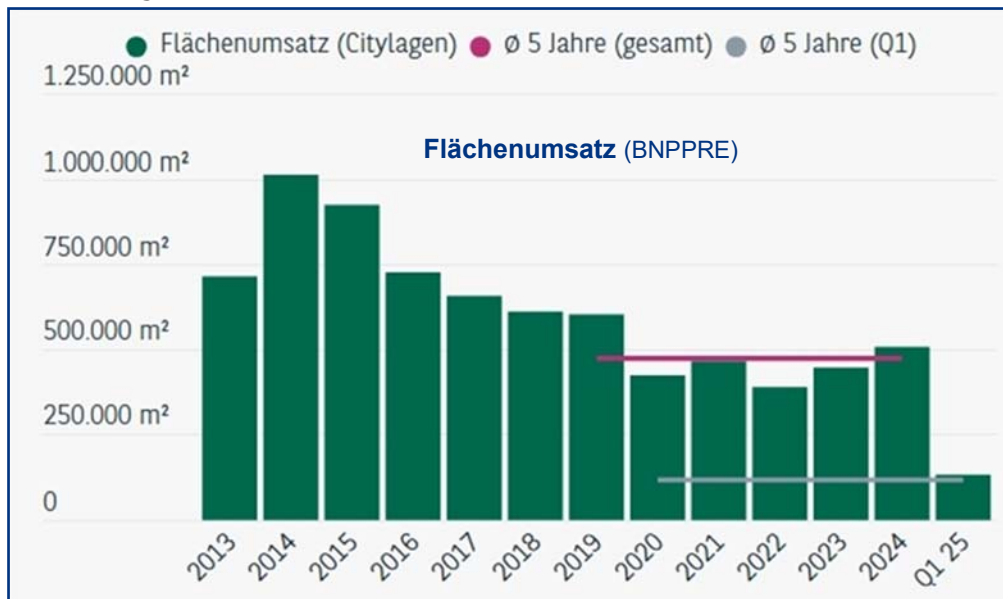
Ein detailliertes Ankaufprofil finden Sie im Internet unter www.grr-garbe.com

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

GRR.
GARBE Retail

eine stringente und durchdachte Ausrichtung hinsichtlich des Einzelhandelsbesatzes immer wieder zu Verschiebungen der Passantenströme im innerstädtischen Kontext zu Gunsten aber auch zu Lasten einzelner Mikrolagen kommen kann“. Das zeichnet aber auch den Markt für Handelsimmobilien aus, da hier Lagen durch die Zugkraft einzelner Mieter oder des gesamten Branchenmix aufgewertet werden können.

Vor diesem Hintergrund sind laut Scharf nach der Eröffnung des **Westfield Hamburg Überseequartier** am 8. April mit sehr viel Besucherzuspruch auch die Augen sehr stark auf dieses Viertel gerichtet. Damit habe die Hansestadt einen weiteren innenstadtnahen Einkaufsschwerpunkt erhalten. Und die Übersicht über die Mieter zeige, dass der Angebotsmix sehr durchdacht sei.



Neben dem guten Vermietungsumsatz im großflächigen Segment war laut JLL aber auch die Neuvermietung in der **gängigen Größenklasse von 100 bis 250 qm** zu Jahresbeginn 2025 recht lebhaft. Jede dritte Vermietung entfiel auf dieses Segment. Mit insgesamt 297 Neuvermietungen konnte im ersten Quartal 2025 – gemessen am Vorjahresquartal – die Zahl der Neuvermietungen um knapp 50% übertroffen werden.

Und damit wird auch klar, dass sich im Vermietungsmarkt für Retail Assets die günstige Entwicklung aus dem vergangenen Jahr 2025 fortsetzt, wie BNPPRE feststellt. Zumal sich nach Feststellung des Beraters internationale Einzelhandelsketten wie **Uniqlo** oder die Marken aus dem spanischen **Inditex-Universum**, die für langfristige Mietverträge stehen, zuletzt wieder aktiver gezeigt haben. Sie hätten das Potenzial, in fast jeder Stadt als neue Ankermieter zu fungieren.

Modehändler sind die aktivsten Mieter

Mit einem Anteil von 27% am Flächenumsatz bildete der **Textileinzelhandel** auch im ersten Quartal wieder das stärkste Segment – auch wenn der Anteil weiter geschrumpft ist. Im gesamten Jahr 2024 war noch knapp die Hälfte des Flächenumsatzes auf dieses Segment gefallen. Dass vor allem der **Young-Fashion-Bereich** die Entwicklung vorangetrieben hat, lässt sich daran ablesen, dass die Marken **Only** und **Snipes** mit jeweils vier Neueröffnungen sowie **New Yorker**, **Uniqlo** und **YaYa** mit jeweils drei neuen Läden vorneweg marschierten. Gemessen am Flächenanteil waren die Textildiscounter wie **TK Maxx**, **Takko** und **Kik** mit einem Anteil von 20% sehr aktiv. Nonfood-Discounter profitieren derzeit von der schwachen Konjunktur.

Angesichts der ambitionierten Pläne des Sportartikelanbieters Decathlon für Deutschlands Innenstädte verwundert es nicht, dass der Bereich **Sport/Outdoor** mit einem Anteil von 18% am Flächenumsatz auf den Zweitplatzierten **Gastronomie-/Food-**

Marktbericht

HDE: Mehr Unterstützung für die Innenstädte

Mit Blick auf das umfassende **Sofortprogramm zur Wiederbelebung** der deutschen Wirtschaft der künftigen Bundesregierung, das Maßnahmen von Sonderabschreibungen über Bürokrati-



tieabbau bis hin zur Senkung der Energiekosten umfassen soll, fordert der **Handelsverband Deutschland (HDE)** als ein wichtiges Schlüsselprojekt eine **Investitionsoffensive für die Innenstädte**: „Die geplanten Sonderabschreibungen begrüßen wir ausdrücklich“, schreibt **HDE-Präsident Alexander von Preen** in seinem offenen Brief an den künftigen Bundeskanzler **Friedrich Merz**: „Um jedoch auch für die Innenstädte einen Vitalisierungsboom zu entfachen, braucht es zusätzliche Anreize.“ Vor diesem Hintergrund schlägt er auch im Namen des Verbands vor, die Sonderabschreibungen auch gezielt auf **Modernisierungen in Innenstädten** auszuweiten – beispielsweise auf „eine 12-jährige lineare Abschreibung von 100% der Investitionskosten“. Das mobilisiere auch privates Kapital, stärke die Attraktivität der Stadtzentren und entlaste auch den Staatshaushalt, so von Preen. Eine Studie von **CIMA**, HDE und **CMVO** hatte ergeben, dass vor allem in westdeutschen Innenstädten viel Sanierungsbedarf gesehen wird.



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

Bereich mit 19% aufgeschlossen hat. „Das ist ein deutliches Plus, nachdem die Branche zuletzt meist einstellige Werte erzielte“, stellt Aniko Korsos fest. Auf Decathlon entfällt denn auch der Löwenanteil des Flächenumsatzes.

Wesentlich vielfältiger ist dagegen das Bild im Bereich Gastronomie/Food. Drei Viertel der hier vermieteten 30 000 qm entfielen im ersten Quartal auf den Bereich Gastronomie, während in den Corona-Jahren vor allem der Lebensmittelhandel die Expansion getragen hatte. Hier gehörten mit **Burgermeister, Haus des Döners, Loco Chicken, L'Osteria** und **Mangal x LP10** mit jeweils vier beziehungsweise drei Neuanmietungen zu den expansivsten Konzepten.

Auch wenn die Stabilisierung am Vermietungsmarkt für Retail Assets 2024 und Anfang 2025 unübersehbar ist, so hat sich das noch nicht steigend auf die Mieten ausgewirkt. Denn nach Feststellung von JLL blieben die Spitzenmieten in den 1A-Lagen der zehn großen Einzelhandelsmärkte in Deutschland unverändert. Das gilt sowohl gegenüber dem vierten Quartal als auch gegenüber dem ersten Quartal 2024. An der Spitze bleibt unverändert München mit 340 Euro je qm und Monat für gut geschnittene Kleinflächen in der Kaufingerstra-

ße. Mit 290 bis 250 Euro folgen die Top-Lagen in Berlin mit der Tauentzienstraße, Düsseldorf mit der Königsallee, Frankfurt mit der Zeil, die Hamburger Spitalerstraße und Stuttgarts Königstraße. 225 Euro sind es in der Schildergasse in Köln. Die Grimmaische Straße in Leipzig folgt mit 110 Euro auf Platz zehn.

Der größte Flächenumsatz entfiel mit 12 400 qm – wie so oft in den vergangenen Jahren – auf die Bundeshauptstadt **Berlin** mit ihren zwei Stadtzentren in West und Ost sowie den vielen Statteilzentren, gefolgt von **Hamburg**, das mit 10 500 qm zweifellos auch noch vom Westfield Hamburg-Überseequartier profitierte. Auch **Frankfurt/Main** konnte mit einem Flächenvolumen von 8 500 qm auf Platz drei noch Anschluss an die Spitze halten. Für **München** registrierte JLL 6 400 qm, für **Stuttgart** 5 500 qm sowie für **Düsseldorf** und **Köln** jeweils 5 100 qm.

Mit Blick auf die Stabilisierung des Vermietungsgeschäfts ist der Immobilienberater BNPPRE zuversichtlich, dass auch zur Jahresmitte wieder eine positive Bilanz gezogen werden kann, sofern sich die gute Vermietungsdynamik der vergangenen Monate fortsetzt. Das gelte für die Passantenfrequenzen und auch die innerstädtischen Flächenumsätze. ■

Ifo Geschäftsklima steigt – Exporterwartungen stürzen ab

HIR DÜSSELDORF. Während sich die Stimmung der Unternehmen in Deutschland leicht verbessert hat und der **Ifo** Geschäftsklimaindex im April auf 86,9 Punkte (86,7 Punkte im März) gestiegen ist, haben sich die Ifo Exporterwartungen deutlich von -2,3 Punkten im März auf -9,8 Punkte im April verschlechtert. Für den leichten Lichtblick beim Ifo Geschäftsklima sorgte die Tatsache, dass die Unternehmen ihre aktuelle Lage positiver beurteilen. Dass der Anstieg nur moderat ausfiel, dürfte daran liegen, sich die gleichzeitig die Erwartungen wieder eingetrübt ha-



ben. Die Unsicherheit unter den Unternehmen habe zugenommen und die deutsche Wirtschaft stelle sich auf Turbulenzen ein.

Besonders stark stieg die Unsicherheit bei den **Industrieunternehmen**, obwohl die aktuelle Lage etwas besser bewertet wird und der Auftragsbestand nicht weiter zurückgeht. Im **Dienstleistungssektor** hellte sich insbesondere im Gastgewerbe die Stimmung auf, was auf die anstehende Sommersaison zurückzuführen sein dürfte. Der Bereich **Transport und Logistik** verzeichnete dagegen einen Rückschlag. Im **Handel** haben sich die Erwartungen wieder eingetrübt – vor allem beeinflusst von der negativen Entwicklung im **Großhandel**. Dagegen ist das Geschäftsklima im **Bauhauptgewerbe** – auf Grund gesteigener Erwartungen – auf den höchsten Wert seit Mai 2023 gestiegen. Die größte Hürde, der Auftragsmangel bleibt aber bestehen.

Dass die **Ifo Exporterwartungen** auf den niedrigsten Stand seit Mai 2020 gefallen sind, erklärt **Klaus Wohlrabe**, **Leiter** des Ifo-Bereichs Umfragen, mit dem Zollkonflikt mit den USA, der die Hoffnung auf eine Erholung der Exportwirtschaft unterbrochen habe. Er fürchtet, dass die Unsicherheit darüber, wie sich die Zölle entwickeln werden, die Lage weiter verschlechtern könnte. So erwarten die Automobilhersteller rückläufige Exporte, ähnlich wie die chemische Industrie, der Maschinenbau und die Möbelindustrie. Einzig die Getränkehersteller erwarten deutliche Zuwächse bei den Auslandsumsätzen.

Deals

Defama erwirbt einen Fachmarkt in Havelberg

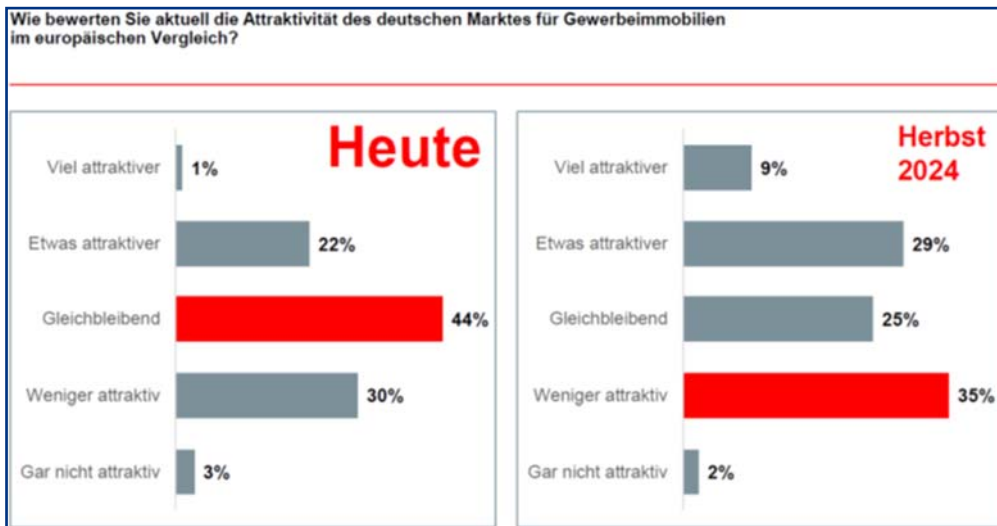
Die **Deutsche Fachmarkt AG** (DEFAMA) hat einen Kaufvertrag über einen Lebensmittelmarkt in **Havelberg** (Sachsen-Anhalt), knapp 100 km nördlich von Magdeburg, geschlossen. Die Immobilie befindet sich auf einem gut 7 000 qm großen Grundstück und verfügt über eine Mietfläche von knapp 3 000 qm. Wesentlicher Mieter ist bisher **Edeka**. Eine leerstehende Teilfläche bietet noch Entwicklungspotenzial. In der Nachbarschaft befindet sich eine Filiale von **Aldi Nord**. Nach Abschluss aller laufenden Transaktionen steigt die annualisierte Jahresnettomiete der DEFAMA auf über 27 Mio. Euro. Das Portfolio umfasst dann 79 Standorte mit 313 000 qm Nutzfläche.

Berlin Hyp Trendbarometer

Der Aufschwung lässt auf sich warten

rv DÜSSELDORF. Nachdem die Verunsicherung zu Beginn des Jahres 2025 angesichts der vorgezogenen Neuwahlen und der Stagnation in Deutschland sehr groß war, hat sich die Lage auch nach der Wahl noch nicht spürbar verbessert. Zollstreitigkeiten, Protektionismus und Handelskonflikte sind zu den Problemen hinzugekommen. Und auch nach Abschluss des Koalitionsvertrags ist noch nicht klar, ob die neue Bundesregierung den angekündigten Politikwechsel wirklich einleitet.

Deutschland müsse nach den Wahlen dringend den Vorwärtsgang einlegen und die erforderlichen Reformen angehen, heißt es deshalb auch im zweiten **Trendbarometer 2025** der **Berlin Hyp**, für das im März knapp 140 Immobilienfachleute nach ihrer Einschätzung über die Perspektiven des deutschen Immobilienmarkts, aber auch über die Perspektiven von Europa befragt wurden. Denn die Probleme seien gleichgelagert. Und auch die Immobilienbranche sowie das Investitionsklima können sich der aktuell ungünstigen Großwetterlage nicht entziehen.



Vor allem in einem Punkt hat sich das Ergebnis des jüngsten Trendbarometers gegenüber der vorherigen Befragung nicht verändert: Hatten sich im Vorfeld der Bundestagswahl 79% der Befragten von der künftigen Bundesregierung gewünscht, den **Bürokratieabbau voranzubringen**, um die deutsche Wirtschaft anzukurbeln, so forderten bei der jüngsten Umfrage sogar 86% „weniger Regulatorik und Bürokratie“ in der gesamten EU, um den europäischen Markt wieder wettbewerbsfähiger zu machen. Daneben forderten 58% eine „Verbesserung der Infrastruktur“, ein Thema, das auch in Deutschland ganz oben auf der Agenda steht – genauso wie eine „größere Unabhängigkeit im Energiesektor“, die 43% fordern.

Nach den Worten von **Sascha Klaus, Vorstandsvorsitzender** der Berlin Hyp, zeigen die aktuellen Ergebnisse des Trendbarometers, dass auch auf europäischer Ebene – genau wie in Deutschland – die bestehenden strukturellen Herausforderungen unbedingt angegangen werden müssen, die den deutschen durchaus ähneln.

In diesem Umfeld erbrachte die Frage „Welche europäischen Immobilienmärkte halten Sie aktuell für besonders attraktiv?“ eine eindeutige Antwort. Mit 48% entfiel das Gros der Nennungen auf den **deutschen Gewerbeimmobilienmarkt**, vor **Skandinavien** mit 40% der Nennungen, den **Benelux-Ländern** mit 29% und **Spanien** mit 25%. Auf **Frankreich** und **Großbritannien** entfielen jeweils 19% und auf **Italien** nur 9%. Dabei zeigten sich bei der Frage nach der Bewertung des deutschen Marktes im einige Verschiebungen gegenüber den Befragungsergebnissen im vergangenen Herbst (siehe Grafik). ▶

Unternehmens News

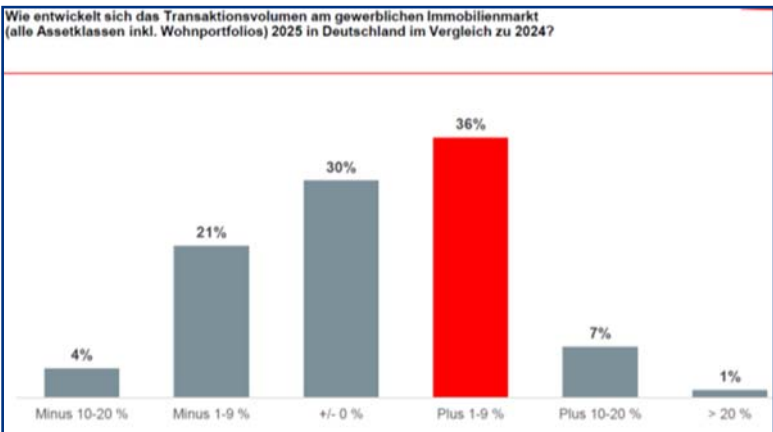
Jagdfeld Real Estate mit guter Vermietungsbilanz

Der Dürener Asset Manager **Jagdfeld Real Estate** konnte im ersten Quartal 16 mittel- bis langfristige Mietverträge über 8 633 qm Einzelhandelsfläche neu abschließen oder verlängern. Dabei



haben sich 13 Mieter zur Verlängerung entschieden, davon acht vorzeitig. Sechs Einzelhändler nutzen die Chance, um mit ihrem neuesten Ladenkonzept anzutreten. Bei den Einkaufszentren handelt es sich um das **Rathaus Center Pankow**, das **Forum Steglitz** und das **Forum Köpenick** (Foto, alle in Berlin), das **Dollart Center** in Emden und die **Fronhofer Galeria** in Bonn. „In den anhaltend herausfordernden Zeiten von Konsumzurückhaltung und Strukturwandel kann diese Bilanz nicht hoch genug bewertet werden“, findet **Benedikt Jagdfeld, Chef und Inhaber** der Jagdfeld Real Estate: Die Eigentümer könnten sich über praktisch vollvermietete Objekte freuen und die Händler über attraktive Standorte mit Perspektive. Verlängert haben u.a. **Parfümerie Douglas, Haase Feine Kost, Barber Shop, Top Two, Mister*Lady, Expert, Camp David** sowie **C&A**.

Damals hielten ihn immerhin noch 9% für „attraktiver“, heute findet das nur noch 1%. Und der Anteil der Befragten, der den hiesigen Markt „etwas attraktiver“ findet, ist von 29% im Herbst auf 22% im Frühjahr gesunken. Dagegen ist der Anteil der Befragten, der den Markt „weniger attraktiv“ findet, von damals 35% auf nunmehr 30% gesunken. Die größte Gruppe mit 44% findet ihn „gleichbleibend“, ein Anteil, der sich damit um 19 Prozentpunkte verbessert hat. Doch insgesamt spiegeln auch diese Einschätzungen über den hiesigen Markt die Unsicherheiten wider, die allenthalben auch auf den Immobilienmärkten zu spüren sind. Und dem kann sich auch der deutsche Markt trotz Vorschuss-Lorbeeren nicht entziehen.



Vor diesem Hintergrund ist es interessant zu sehen, wie die Immobilienfachleute die weitere Entwicklung des Transaktionsvolumens am gewerblichen Immobilienmarkt 2025 im Vergleich zur Entwicklung des Jahres 2024 einschätzen. Dabei

zeigt sich, dass trotz der Unsicherheiten die Optimisten, die ein Wachstum in der Bandbreite von +1 bis +9% mit 36% der Befragten die größte Gruppe bilden (siehe Grafik). Mit einem Wachstumssprung von 10 bis 20% rechnen mit 7% allerdings nur die wenigsten und es gibt noch eine ganz kleine Gruppe von 1%, die sich sogar einen Zuwachs von mehr als 20% vorstellen können.

Darüber hinaus zeigt sich aber auch bei dieser Lageeinschätzung die allgemein herrschende Verunsicherung. Denn immerhin jeder Fünfte (21%) kann sich auch vorstellen, dass das Transaktionsvolumen, das sich 2024 gegenüber 2023 wieder belebt hatte, im laufenden Jahr in der Bandbreite von -1 bis -9% schrumpfen könnte. Knapp jeder Dritte (30%) erwartet ein Wachstum von +/- 0. Und ganz pessimistische 4% rechnen mit einem Rückgang von -10 bis -20%. Die Immobilienfachleute bleiben demnach vorsichtig bis leicht optimistisch.

Mit Blick auf die vielen Diskussionen über den Klimawandel und die Energiewende in Deutschland, bei der auch die Bestandsimmobilien eine zentrale Rolle spielen, wurden die Experten auch gefragt, worauf die Investoren nach ihrer Einschätzung am meisten achten? Bei den Antworten steht ganz im Zeichen der Zeit mit 47% der Nennungen der **energetische Zustand der Immobilie** ganz oben auf der Agenda. Auf Position zwei folgt mit 40% der Nennungen naturgemäß die **Nettoanfangsrendite** bzw. der **Kaufpreis**. Das **Mietsteigerungspotenzial** eines Kaufobjekts folgt mit nur 28% der Nennungen erst auf dem dritten Platz, was dafür spricht, dass das Sicherheitsdenken bei den meisten im Vordergrund steht.

Die weiteren Antwortmöglichkeiten wie etwa die „Drittverwendungsfähigkeit“ (25% der Nennungen), die gegenwärtig etwa bei Großimmobilien aus dem Handel wie Warenhäusern eine wichtige Rolle spielt, die „Mikrolage eines Objekts“ (24%), auch ein sehr wichtiger Aspekt bei Retail Assets, ein „langfristiger Mietvertrag“ (24%) oder eine „hohe Mieterbonität“ (22%) liegen nach Feststellung von Berlin Hyp „sehr dicht beieinander“. Dagegen bildet der „Zugang zu Fördermitteln und anderen Unterstützungen“ mit 8% das Schlusslicht. Blickt man isoliert auf das Thema Retail Assets, so könnten die hier genannten Anforderungen wie die Mikrolage oder die Bonität des Mieters bei den Nennungen einen höheren Stellenwert erreichen. ■

**Unternehmens
 News**

Habona Invest erwirbt Nahversorger

Die **Habona Invest Gruppe** erweitert ihr Portfolio mit dem Erwerb eines etablierten **Rewe**-Marktes mit 1 519 qm Mietfläche und 87 Parkplätzen in **Heitersheim** (Baden-Württemberg). Die Immobilie wurde für den in Kooperation mit der **Deka** aufgelegten offenen Immobilien-Spezialfonds **Habona Deutsche Nahversorger 02 (Inst.)** von einem privaten Investor erworben. Das Gesamtinvestitionsvolumen beträgt rund 5,5 Mio. Euro.



Mit diesem Ankauf wächst das Portfolio des Spezialfonds für institutionelle Investoren auf 29 Objekte. Als Service-KVG fungiert die **Hansainvest**. Das Objekt wurde der Habona Invest von **Blue Tree Real Estate** zum Kauf angeboten. Die rechtliche Beratung erfolgte durch die Wirtschaftskanzlei **Menold Bezler** und die technische Due Diligence durch **Alea Real**. Die wachsende Kleinstadt Heitersheim befindet sich südlich von Freiburg im Dreiländereck zwischen Frankreich und der Schweiz. Der Rewe Markt steht in einem gut erreichbaren, etablierten Dienstleistungszentrum mit weiteren Gesundheits- und Serviceangeboten. Für ein Einzugsgebiet mit 14 000 Menschen übernimmt der Markt eine zentrale Versorgungsfunktion.

Online-Handel

Bei Lebensmitteln ist vieles anders

rv DÜSSELDORF. Der Online-Einkauf gehört heute insbesondere bei den jüngeren Generationen zum normalen Einkaufsalltag. Seit in den 1990er-Jahren mit dem Siegeszug der Computer auch der entsprechende Einkauf per Maus-Click – kurz eCommer­ce genannt – an Bedeutung gewann, setzte auch der Lebensmittelhandel von Anfang an auf diesen Vertriebsweg. Doch während der Online-Vertrieb von Nonfood-Gütern so funktioniert wie früher der normale Versandhandel, gelten beim Online-Handel mit Lebensmitteln eigene Regeln.



Foto: Rewe

Gemäß der Umfrage zum **Online-Lebensmitteleinkauf**, für die die globale Strategieberatung **Strategy&** im Auftrag der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft **PwC Deutschland** 1 500 Verbraucher in der DACH-Region befragt hat, fließen im Durchschnitt 17% der Ausgaben für Nahrungsmittel in den Online-Shop. In Branchen wie dem Modehandel oder der Consumer Electronic liegt der Anteil am Branchenumsatz bereits bei um die 50%. Dabei ist das Motiv für die Entscheidung, die Ware online zu bestellen, immer das gleiche: **die Bequemlichkeit und die Zeitersparnis**. „Ein paar Klicks und wenige Stunden später steht der Wochenendeinkauf in sorgfältig gepackten Tüten vor der Haustür“, heißt es in der Studie.

Doch während inzwischen viele Pakete mit Nonfood-Artikeln einfach beim Nachbarn abgegeben, in Packstationen deponiert oder im Treppenhaus abgestellt werden, handelt es sich bei Lebensmitteln um verderbliche Ware, die teilweise gekühlt oder sogar tiefgekühlt werden muss. Einfach bei Dritten abzugeben, geht nicht, so dass die persönliche Entgegennahme zwingend ist.

Damit der Online-Kauf von Lebensmitteln aber auch tatsächlich bequem und zeitsparend abläuft, ist es den Kunden laut Umfrage sehr wichtig, dass bei der Lieferung das **vereinbarte Zeitfenster** eingehalten wird, um unnötige Wartezeiten zu vermeiden. Nur gut jeder Fünfte (22%) wäre bereit, ein Lieferzeitfenster von mehr als zwei Stunden zu akzeptieren und nahezu die Hälfte (48%) möchte die Lieferung in einem Zeitfenster von maximal 60 Minuten zugestellt bekommen.

Auch ist die Mehrheit der Online-Kunde (52%) nicht bereit, für gelieferte Lebensmittel Preise zu bezahlen, die **über dem Niveau der stationären Supermarktpreise** liegen und 38% der Befragten sind auch nicht bereit, **Liefergebühren** zu entrichten. Insbesondere deutsche Kunden sind beim Lebensmittelkauf oft sehr preisbewusst. Gut ein Drittel der Befragten (34%) wäre laut Studie immerhin bereit, einen Aufpreis von bis zu 5% gegenüber dem Laden vor Ort zu akzeptieren. Und während, wie oben erwähnt, ein großer Teil nicht bereit ist, überhaupt Liefergebühren für online bestellte Lebensmittel zu bezahlen, ist immerhin ein Drittel bereit, eine Gebühr von **zwei Euro pro Einkauf** zu akzeptieren. ▶

Deals



Neuer Mieter für das Bremer Essighaus

Das **Balgequartier** in der Bremer Innenstadt hat mit dem Fast-Casual-Konzept **Beets & Roots** einen neuen Gastronomie-Mieter fürs **Neue Essighaus**. Der Mietvertrag mit dem Projektentwickler **Joh. Jacobs & Co. Gruppe** über 132 qm im Erdgeschoss wurde jüngst unterzeichnet. Die Vermittlung erfolgte durch die **3REAL GmbH**. Die Eröffnung ist für Anfang 2026 geplant. Damit sind im EG nur noch zwei Handelsflächen verfügbar. Das Angebot von Beets & Roots umfasst vor allem vegetarische Gerichte wie Bowls, Wraps, Suppen und Salate, konzipiert von dem mit einem Michelin-Stern ausgezeichneten Küchenchef und **Gründer Andreas Tuffentsammer**. Auf acht Ebenen mit einer Gesamtfläche von etwa 5 500 qm entstehen im Neuen Essighaus flexible Flächen für Büros und Einzelhandel, Gastronomie- und Feinkostkonzepte sowie Beauty- und Wellnessangebote mit direkter Anbindung an den **Jacobshof**. Weitere Mieter sind die nachhaltige Lifestyle- und Interieur-Marke **Dille & Kamille** aus den Niederlanden, die im Erdgeschoss einen Store eröffnen wird, während die Wirtschafts- und Beratungsgesellschaft **PwC Deutschland** die 5., 6. und 7. Etage bezieht.

Mit Blick auf die Transportkosten ist beim Online-Kauf von Lebensmitteln natürlich auch der **Mindestbestellwert** ein zentrales Thema. In diesem Kontext ergab die Befragung, dass der durchschnittlich akzeptierte Mindestbestellwert für Lebensmittellieferungen bei **35 Euro** liegt. Nur noch 5% wären bereit, online zu kaufen, wenn die Mindestbestellsumme bei 80 Euro liegen würde. Eine gewisse Skepsis besteht bei einem Teil der Befragten auch, dass die Qualität der Nahrungsmittel beim Online-Kauf womöglich nicht so gut ist, als wenn man die Ware selbst aussucht.

Interessant ist auch der Blick auf die Haltung der Konsumenten zum Thema Lebensmittelkauf per **Click & Collect**, der beim Nonfood-Kauf durchaus weit verbreitet ist. Gut ein Drittel der Befragten (35%) sieht beim Kauf von Nahrungsmitteln keinen Sinn darin, sie online von zu Hause aus zu bestellen und später fertig zusammengestellt im Geschäft abzuholen. Das Bedürfnis, die Produkte lieber selbst auszusuchen und womöglich im Supermarkt noch neue Produkte zu entdecken, ist hier größer. Bei 43% ist allerdings die Freude, durch Click & Collect viel Zeit zu sparen, größer als der Drang, selbst auszusuchen. Es kommt also immer auf die Prioritäten an.

Für den **Lebensmittelhandel** ergibt sich aus dieser Gemengelage schnell die Quadratur des Kreises. Denn für die Auslieferung von Lebensmitteln müssen spezielle Autos eingesetzt werden, die auch geeignet sein müssen, gekühlte oder eingefrorene Ware zu transportieren. Dem stehen Kunden gegenüber, die meist nicht mehr als den üblichen Preis im Supermarkt zahlen wollen und die nicht viel von Zustellgebühren halten. „Um die hohen Erwartungen der Kunden zu erfüllen und gleichzeitig profitabel zu bleiben, konzentrieren sich viele Lieferdienste und Quick-Commerce-Anbieter zunächst auf dicht besiedelte städtische Gebiete“, berichtet **Christian Wulf, Consumer Markets Leader bei PwC Deutschland und EMEA**.

Die Belieferung des ländlichen Raums bleibt ein Problem

Mit Blick auf die hohen Transportkosten bei der Belieferung von Haushalten im ländlichen Raum hat selbst der US-Internet-Riese **Amazon** seine Pläne, im großen Stil auch Lebensmittel zu liefern, nach einiger Zeit wieder zusammengestrichen und Lebensmittellieferungen in vielen Bundesstaaten wieder eingestellt und sich stattdessen primär auf die Ballungsgebiete konzentriert. Dabei wäre gerade der Online-Handel mit Lebensmitteln für ältere Haushalte im ländlichen Raum mit seiner großmaschigen Nahversorgung wichtig. Doch die Transportkosten sind ein Hemmnis.

Laut Wulff werden technologische Entwicklungen in der Logistik und auch die Geschäftsmodelle selbst in der Branche immer weiter erprobt und verfeinert, doch werde sich nur das durchsetzen, was von den Kunden auch angenommen werde „und zugleich mittelfristig gewinnbringend möglich ist“. Deshalb schätzen die Experten in der PwC-Strategy&-Analyse, dass das Marktvolumen des Online-Lebensmittelhandels in Deutschland bis zum Jahr 2030 auf etwa 18 Mrd. Euro wachsen wird. Das wäre immerhin ein jährliches Plus von 8%. Der Umsatz des gesamten deutschen Lebensmittel Einzelhandels liegt bei über 200 Mrd. Euro und bildet die größte Einzelhandelsbranche.



Am stationären Lebensmittelmarkt führt für die meisten kein Weg vorbei. Foto Hahn Gruppe

Zwar verzeichnete der Online-Handel mit Lebensmitteln während der Corona-Pandemie einen unglaublichen Boom, weil viele Menschen den Weg in den Supermarkt scheuten, sodass dieses Marktsegment nach den Worten von **Jens Langkammer, Director** bei Strategy& Deutschland, jährlich um 30% zulegen konnte, doch stagnierte das Wachstum ab 2022 mit dem Abflauen der Pandemie im Zuge der breiten Impfkampagnen. Hinzu kamen die Auswirkungen der hohen Inflation – gerade bei Lebensmitteln – und die Abkühlung der Wirtschaft, so dass die Bundesbürger ihr Geld stärker zusammenhalten. Nach der Konsolidierung seit 2022 verzeichnen die Experten aber auch in diesem Markt wieder Wachstum, mehr Investitionen und Kooperationen, aber auch eine fortschreitende Konsolidierung und vereinzelt auch Insolvenzen.

Der Blick auf die allgemeinen Zahlen über das Kaufverhalten zeigt aber auch, dass mit 46% der Befragten ein großer Teil der Konsumenten **nur im stationären Lebensmittelmarkt** einkauft und ein Drittel immer noch mehrheitlich offline Lebensmittel einkauft. Knapp jeder Fünfte (19%) kauft zu gleichen Teilen stationär und online. Der stationäre Lebensmittelmarkt wird demnach weiter gebraucht. ■



Das Serravalle. Foto: McArthurGlen

Outlet-Center-Markt Europa

Südeuropäische Dominanz setzt sich fest

rv DÜSSELDORF. In der Riege der profitabelsten Factory respektive Designer Outlet Center (FOC/DOC) in Europa fanden sich in regelmäßigen Abständen die gleichen altbekannten Namen. Das hat sich nach den Ergebnissen des jüngsten Outlet Center Performance Report Europe geändert. An der Spitze steht erstmals ein Italiener und auch sonst ist der Süden Europas gemäß der vom Wirtschaftsberater Ecostra und dem französischen Institut Magdus veröffentlichten Studie gut vertreten.

Doch der Weg zum Erfolg des Designer Outlets **Serravalle** in der norditalienischen Region Piemont an der stark befahrenen Autobahn A7, die Mailand mit Genua verbindet, war weit und langwierig. Denn bereits vor fast 25 Jahren – im September 2000 – war die Outlet Mall des Betreibers **McArthur Glen eröffnet** worden. Aber erst sechs Flächenerweiterungen später, die das Serravalle schließlich mit knapp 250 Outlet Shops auf etwa 50 650 qm GLA zu einem der größten Outlet Center Europas anwachsen ließen, kürten die Mieter aus der europäischen **Markenhersteller-Szene** das Center zum profitabelsten Outlet in Europa.

Dieser Aufwärtstrend hat sich nach Feststellung von **Joachim Will, Geschäftsführer** des Wiesbadener Beratungsunternehmens **Ecostra** in den vergangenen Jahren aber bereits abgezeichnet, da sich Serravalle schon länger in der Gruppe der Top-Performer etablieren konnte.

Neben der kritischen Größe der im typischen Village-Stil erbauten Outlet Mall profitiert das Serravalle laut Will von seiner beachtlichen Zahl an **hochpreisigen Designer-Marken**, die auch seine Entwicklung zu einer Destination mit überregionaler Bedeutung – vor allem auch für die Touristenströme auf dem Weg zu den Küsten der Riviera – begünstigt hat. „Zuletzt konnte eine jährliche Besucherzahl von etwa 6 Millionen vermeldet werden“, berichtet der Ecostra-Geschäftsführer weiter, „die in dem Center ganz offensichtlich die Kassen kräftig klingeln lassen“. Ergänzt wird das Angebot von Designer-Ware seit 2021 durch das Angebot des Freizeitparks **Play Land**, der sich gleich in der Nachbarschaft angesiedelt hat und Entspannung nach dem Einkaufen bietet – eine ideale Kombination für ein Ausflugsziel.

Mit dem **Designer Outlet Roermond** in den Niederlanden, nicht weit von der deutschen Grenze entfernt, findet sich auf dem zweiten Platz laut Outlet Center Performance Report Europe dann doch noch ein Seriensieger in der Spitzengruppe. Doch dann folgen mit dem **Porto Fashion Outlet** des Betreibers **VIA Outlet** aus Portu-

Deals

Ratisbona entwickelt zwei Nahversorger

Ratisbona Handelsimmobilien hat Ende März mit dem Bau von zwei neuen Netto-Märkten in **Barsinghausen** und in **Ovelgönne** begonnen. Die beiden nachhaltigen Nahversorger vereinen modernes Design, nachhaltige Energieversorgung und eine ökoeffektive Außenanlage. Die Fertigstellung der Lebensmittel-discounter ist für Ende 2025 geplant. In Ovelgönne, an der Meerkircherstraße 1, wurde am 24. März 2025 offiziell mit dem Bau des neuen Netto-Marktes begonnen. Auf einem etwa



6 630 qm großen Grundstück entstehen eine Mietfläche von rund 1 109 qm und eine Verkaufsfläche von ca. 797 qm. Vier E-Ladepunkte ermöglichen es den Kunden, ihre Elektrofahrzeuge bequem und schnell aufzuladen. Auf einem rund 5 214 qm großen Grundstück in der Spielburg 26 entsteht zudem in **Barsinghausen** (Foto) der städtebaulich wertvolle Neubau eines **Netto-Discounters** mit rund 800 qm Verkaufsfläche und 1 365 qm Mietfläche. Es gibt 70 Parkplätze – darunter vier E-Ladepunkte. Der Baubeginn erfolgte Ende März dieses Jahres. Die Übergabe des Lebensmittel-discounters ist für Oktober 2025 geplant, die Eröffnung soll im November dieses Jahres erfolgen.

gal auf Platz drei und dem **Designer Outlet Malaga** des Betreibers McArthur Glen in Spanien auf Platz vier relativ neue Namen und diesmal kein Outlet Center aus Großbritannien unter den Top 3. „Wir können feststellen, dass sich nach Angaben der Outlet-Mieter zunehmend mehr südeuropäische Center als äußerst profitabel erweisen“, erläutert **Caroline Lamy, Chefin** des **Magdus-Instituts**, das seit 2012 an der Erstellung des Performance Reports mitarbeitet.

Immerhin befinden sich diesmal aus der Liste der Top 10 allein fünf Center in **Italien, Spanien** oder **Portugal**, wobei Südeuropa schon klimatisch als Ferenziel mit vielen Sonnentagen bei Touristen punkten kann. Dass die Outlet Malls aber auch den Betreibern so große Freude bereiten, wie zuletzt, war nach den Worten der Magdus-Chefin aber nicht immer so. Offenbar haben die Betreiber in den vergangenen Jahren ihre Hausaufgaben gemacht.

Dies ist umso mehr herauszustreichen, als diese Märkte laut Lamy auf Grund ihres vergleichsweise hohen Center-Besatzes schon als weitgehend gesättigt gelten, so dass die Wettbewerbsintensität hoch ist. Wie stark die Outlet Center in der Region zuletzt offenbar aufgeholt haben, lässt sich auch daran ablesen, dass sich kein einziges südeuropäisches Outlet Center laut Lamy im Tabellenkeller befindet.

Hier finden sich laut Report vielmehr einzelnen Outlet-Standorte in **Deutschland**, der **Schweiz** und den **Niederlanden**. Dabei trägt – bedauerlich aus deutscher Sicht – das **Fashion Outlet Marl** in Nordrhein-Westfalen auf Platz 82 erneut die „rote Laterne“, weil es aus Mietersicht am schlechtesten performt hat. Abzulesen ist das an der Benotung mit 4,43. Es scheint im Tabellenkeller wie einzementiert zu sein, heißt es im



Im oberen Mittelfeld: Designer Outlet Ochtrup

Report. Viel Kritik von den Mietern ernteten erneut auch die **Outlet Center in Schönenwerd** in der Schweiz und in **Haarlemmermeer** in den Niederlanden, die es bislang nicht geschafft haben, sich aus dem Tabellenkeller herausarbeiten.

Aus Sicht von Ecostra-Geschäftsführer Will bleibt deshalb nur zu hoffen, dass es den Objekten noch gelingt, „Wege aus dieser Tristesse zu finden“. Denn es gebe Positivbeispiele, versucht er Mut zu machen. So habe es das **Designer Outlet Rosada** in Roosendaal, gleichfalls in den Niederlanden beheimatet, geschafft, einen Platz im guten Mittelfeld der Rangliste zu errei-



Foto: Outletcity Metzingen

Outlet City Metzingen unter den Top 20.

chen. Auch das **Designer Outlet Roubaix** in Frankreich hat sich inzwischen einen stabilen Platz im Mittelfeld erarbeitet. Die Unzufriedenheit der Mieter ist offenbar kein unausweichliches Schicksal.

Der Blick auf die Position **deutscher Outlet Malls** in der Rangliste der Best-Performer zeigt, dass hier noch Luft nach oben ist. Als bestes Center findet sich die **Outletcity Metzingen** mit der Note 2,09 auf Platz 14 und das **Designer Outlet Berlin** in Wustermark mit der Note 2,21 auf Platz 21. Das **Designer Outlet Ochtrup** (Foto links: McArthurGlen) findet sich mit 2,28 auf Rang 24. Der Vergleich mit dem Designer Outlet Serravalle, das mit der Bestnote 1,67 bewertet wurde, zeigt aber auch, dass die Center im oberen Bereich der Rangliste eng beieinander liegen.

Zu den größten Problemen der Mieter in den Factory Outlet Center gehören laut Report weiterhin die **Personeknappheit**, die durch die langen Öffnungszeiten noch verschärft wird, und die stark **gestiegenen betrieblichen Nebenkosten** für Heizung und Energie, über die auch viele andere Branchen in Deutschland klagen. Einige der befragten Markenhersteller beklagen auch die **gestiegenen Mietkosten**. Nach Jahren der Zurückhaltung bei der Expansion ergab die jüngste Befragung zum Performance Report zudem erstmals wieder eine leichte Belebung. So sei in den nächsten zwölf Monaten pro Marke mit durchschnittlich etwa 2,7 Neueröffnungen von Outlet Stores zu rechnen. Der Spitzenwert war 2018 mit 3,7 Neueröffnungen pro Marke erreicht worden. ►

Ob sich der Trend in diese Richtung weiter fortsetzen wird, muss sich aus Sicht von Caroline Lamy aber noch zeigen, denn die **Zahl der Neuplanungen in Europa** ist überschaubar. Deshalb würden **Flächenerweiterungen** und **Standortoptimierungen** von Bestandsobjekten den Markt bestimmen. Der Nachteil ist aus ihrer Sicht allerdings, dass „die Flächenmietpreise in diesen, meist etablierten und gut performenden Centern alles andere als Schnäppchen“ sind.

Eine Alternative mit **relativ günstigen Mieten** könnte sich für die befragten Markenhersteller mit den **Hybridkonzepten** aus **klassischen Shopping-Centern** und **Outlet Centern** eröffnen, die bislang eher kritisch gesehen wurden. Nun ergaben die Befragungsergebnisse, dass die Hersteller solche Hybrid-Center mit erhöhter Aufmerksamkeit betrachten. Laut Will haben die Eröffnung der Outlet-Ebene innerhalb des **Huma-Einkaufszentrums** in **St. Augustin** bei Bonn und die bislang durchweg positive Mieterresonanz offenbar einiges bewegt.

Allerdings: Für Luxus- oder Premiummarken kommen solche Standorte nicht in Frage. Dafür dürfte das Publikum fehlen. Doch für gute Marken des mittelpreisigen Segments sei das durchaus ein Thema. „Und das scheint sich herumzusprechen“, berichtet der Ecostra-Geschäftsführer.

Positiv fällt für die Branche laut Outlet Center Performance Report ins Gewicht, dass Outlet Stores als Vertriebskanal deutlich profitabler sind als eigene Markenstores in den Hauptgeschäftslagen der Innenstädte – und auch etwas besser als die eigenen Online-Stores der Marken. „Allerdings hat sich die wirtschaftliche Bewertung dieser beiden Vertriebskanäle im vergangenen Jahrzehnt doch deutlich angenähert, so dass nur noch ein geringer Unterschied zwischen Online- und Offline-Outlets erkennbar ist“, heißt es im Report. ■

Deals

Cottbus: Die **CBC Projekt GmbH**, Tochter einer französischen Fondsgesellschaft, hat das **Blechen Carré** im brandenburgischen Cottbus verkauft. Käufer des Objekts in der Karl-Liebknecht-Straße 136 ist ein privates Käuferkonsortium niederländischer Family-Offices. Das 2008 erbaute Center bietet 20 650 qm Mietfläche, davon rd. 17 500 qm für Einzelhandel, verteilt auf 76 Läden. Hinzu kommen ein Fitnessstudio und zwei Arztpraxen. Ankermieter sind **TK Maxx**, **Deichmann**, **New Yorker** und **Inter-sport**, bei einer Vermietungsquote von 76%. Hinzu kommen 461 Parkplätze. **JLL** hat die Transaktion vermittelt.



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

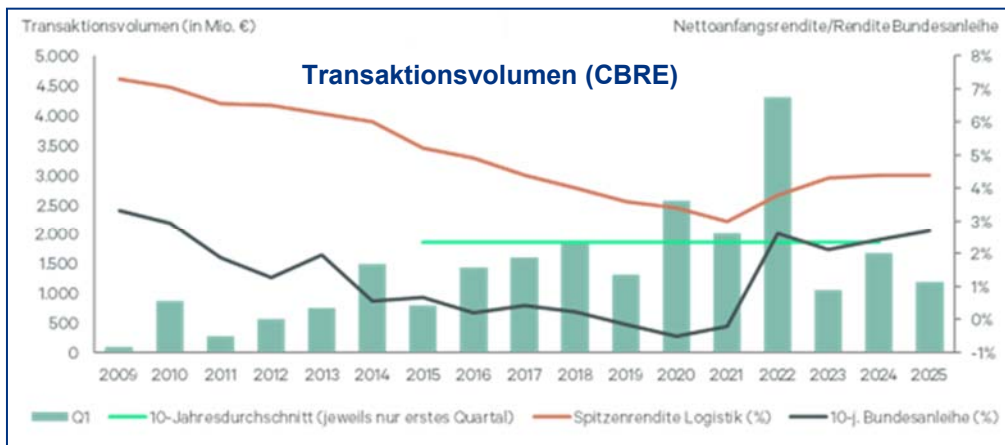
Investmentmarkt Logistik

Moderater Jahresstart, Hoffnung auf hohe Volumina im Jahresverlauf

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report

Den Schwung aus dem vierten Quartal 2024 konnte der Investmentmarkt für Logistik und Industrieimmobilien nicht ganz ins erste Quartal 2025 mitnehmen. Das Transaktionsvolumen lag spürbar unter dem Vorjahresniveau. Entscheidungs- und Prüfprozesse dauern insbesondere bei größeren Transaktionen derzeit länger. Für das Gesamtjahr sind die Berater aber zuversichtlich und rechnen mit hohen Volumina.

„Wir verzeichnen eine sehr hohe Nachfrage nach Logistikimmobilien, stellt **Kai Oulds, Head of Logistics Investment** bei **CBRE** in Deutschland, zusammenfassend fest. Dass sich dieses Interesse zum Jahresstart aber noch nicht in einem höheren Transaktionsvolumen niedergeschlagen hat, führt er darauf zurück, dass sich die Entscheidungs- und Prüfprozesse vor allem bei großen Einzeltransaktionen und bei den Portfolioverkäufen, die gegenwärtig angebahnt werden, in die Länge ziehen. Nach Beobachtung von **Christian Kah, Head of Industrial & Logistics Investment Germany** bei **Colliers**, gilt das vor allem bei ausländischen Investoren, so dass er mit einigen der Abschlüsse erst im zweiten Quartal rechnet. Hinzu kommt aus seiner Sicht, dass klassische Core-Investments fehlen oder die Vorbereitungszeiten bis zur Platzierung am Markt hier länger dauern würden.



Vor diesem Hintergrund registriert auch der Immobilienberater **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE), „dass in den ersten drei Monaten des Jahres noch keine Transaktion im dreistelligen Millionenbereich verzeichnet werden konnte“. Mit Blick darauf sei das in den ersten drei Monaten erzielte Quartalsergebnis immer noch „sehr bemerkenswert“, findet **Christopher Raabe, Geschäftsführer und Head of Logistics & Industrial** der BNP Paribas Real Estate GmbH, da die Zahl der Deals mit einem Volumen von bis zu 100 Mio. Euro im ersten Quartal 2025 fast doppelt so hoch ausfiel wie im Vorjahresquartal. Überhaupt übertraf die Zahl der Deals das Niveau früherer Jahre. Sehr aktiv waren die Investoren laut BNPPRE mit einem Anteil von jeweils knapp 35% in der Preiskategorie zwischen 25 Mio. und 50 Mio. Euro sowie zwischen 50 Mio. und 100 Mio. Euro. Der Anteil der Ausländer lag bei 59%.

Im Jahr 2024 war das Geschäft dagegen vor allem von Transaktionen im dreistelligen Millionen-Bereich getragen worden. Mit 54% entfiel im Vorjahr das Gros der Investitionen auf Transaktionen ab 100 Mio. Euro. Sofern Christian Kah mit seiner Einschätzung recht behält, könnte sich das Geschäft mit Großtransaktionen im Jahresverlauf 2025 aber noch beleben. Zumal die Deal-Pipeline nach den Worten von Kai Oulds gut gefüllt ist und für das zweite Quartal auch wieder Portfoliotransaktionen zu erwarten seien. ▶

Deals

Savills IM erwirbt Logistikneubau

Savills Investment Management (Savills IM) hat im Auftrag eines **süddeutschen Versorgungswerks** ein 2024 erbautes Logistikobjekt im Nordwesten Frank-



reichs erworben. Das für das deutsche Versorgungswerk seit 2015 aufgebaute Portfolio wächst damit auf 13 Objekte in fünf europäischen Ländern. Das Objekt wurde von **Virtuo Industrial Property** mit Unterstützung von **Aiteo IM** entwickelt, die als Asset Manager fungieren und die Entwicklungsfinanzierung durch die Strukturierung eines Investoren-Pools um den Bauträger und private Investoren sicherstellte. Die Grade-A-Logistikimmobilie steht zwischen Paris und Le Havre, nahe Rouen und profitiert von einem direkten Anschluss an die Autobahn A13 und der Nähe zum Großraum Paris. Die Mietfläche von 22 550 qm ist langfristig an das Transport- und Logistikunternehmen **De Rijke** vermietet. Das Gebäude erfüllt hohe ESG-Standards und ist energieeffizient konzipiert. Es verfügt über eine automatische Temperaturregulation, ein intelligentes Gebäudemanagementsystem, LED-Beleuchtung, reversible Wärmepumpen sowie Ladestationen für E-Fahrzeuge und soll noch eine PV-Anlage erhalten. Das Gebäude hat eine BREEAM-Excellent-Zertifizierung.

Insgesamt beziffern die Immobilienberater das Transaktionsvolumen im deutschen Markt für Industrie- und Logistikimmobilien in der Bandbreite von 1,09 Mrd. Euro (JLL), 1,19 Mrd. Euro (CBRE), 1,2 Mrd. Euro (Colliers) und 1,3 Mrd. Euro (BNPPRE). Dabei zeigte sich im ersten Quartal 2025 – gemessen am Vorjahresquartal – eine spürbare **Verschiebung bei den Risiko-Klassen**. So erhöhte sich der Anteil der **Core-Investments** laut CBRE von 22% auf 33% und der Anteil von **Core-Plus** stieg um vier Prozentpunkte auf 26%. Im Kontrast dazu ging der Anteil von **Value-Add-Anlagen** um 30 Prozentpunkte auf 21% zurück.

Wichtig für die weitere Stabilisierung des Marktes dürfte sein, dass nach Feststellung von Christopher Raabe „Käufer und Verkäufer zu einem für beide Seiten annehmbaren Preisniveau gefunden haben“, wie die Marktentwicklung 2024 bereits gezeigt habe. Das habe zu einer spürbaren Stimmungsaufhellung bei den Investoren beigetragen. Vor diesem Hintergrund geht er grundsätzlich von einem steigenden Investmentvolumen in diesem Jahr aus.

Dass mit Blick auf die zahlreichen Krisen und die Wachstumsschwäche in Deutschland das Marktumfeld auch für diese Anlage-Klasse herausfordernd bleiben wird, dürfte auf der Hand liegen. Dabei sieht BNPPRE aber auch Licht und Schatten eng beieinander: Während die führenden deutschen Wirtschaftsinstitute weiterhin von einer eher schwächelnden Wirtschaftsentwicklung ausgehen würden, dürften von dem neuen Investitionspaket der Bundesregierung für die Branche positive Impulse zu erwarten sein. Auch **Jan Linsin, Head of Research** bei CBRE in Deutschland geht davon aus, dass die Assetklasse von den geplanten Infrastrukturinvestitionen am stärksten profitieren wird. Die Auswirkungen der US-Handelspolitik mit ihren weitreichenden Zöllen sind aus Sicht von BNPPRE dagegen noch nicht absehbar.

Positive Impulse von den Infrastrukturinvestitionen erwartet

Portfoliotransaktionen machten im ersten Quartal 2025 laut Colliers nur bescheidene 7% des Transaktionsvolumens aus. Die größte Transaktion war nach Feststellung des Beraters die 50%-Beteiligung des australischen Pensionsfonds **Australian Super** am Logistikportfolio der **Oxford Properties Group**, um in den nächsten drei bis fünf Jahren im Rahmen eines Joint-Ventures eine etwa 4,5 Mrd. Euro schwere **paneuropäische Logistikplattform** aufzubauen. Ansonsten fokussierten sich die Investoren vor allem auf Einzelobjekte im Core-Plus-Segment.

Die Spitzenrenditen von Logistikimmobilien blieben im ersten Quartal 2025 laut CBRE bei 4,4% stabil, nach-

dem sie im vergangenen Jahr leicht um 0,1 Prozentpunkte gesunken waren. Auch BNPPRE registriert unter den gegenwärtigen Bedingungen für die A-Standorte unveränderte Renditen von 4,25% und für den Standort Leipzig von 4,45%.

Beim Blick auf das Gesamtjahr 2025 stellt Kai Oulds fest, dass neben der **gut gefüllten Pipeline** auch die



Foto: ECE

Viele kleinere Transaktionen im ersten Quartal

Verkaufsbereitschaft wieder zugenommen hat, weil das Vertrauen der Investoren in erfolgreiche Abschlüsse gestiegen ist. Im zweiten Quartal erwartet er auch wieder Portfoliotransaktionen. Impulse könnte der Markt dadurch erhalten, dass die anhaltende Zurückhaltung von Seiten der Core-Investoren den Core-plus-Investoren die Chance bietet, hochwertige Core-Objekte in guten Lagen zu erwerben.

Wie auch Christopher Raabe beobachtet, ist das Interesse nationaler und internationaler Investoren an Logistikimmobilien ungebrochen hoch und dürfte noch weiter zunehmen: „In Verbindung mit großvolumigen Transaktionen kann für das Gesamtjahr durchaus ein höheres Investitionsvolumen als im Vorjahr (6,9 Mrd. Euro) erwartet werden. Die Spitzenrenditen dürften aus seiner Sicht wegen der jüngst gestiegenen Finanzierungskosten, der gestiegenen Renditen deutscher Staatsanleihen und den durch die US-Zollpolitik nur schwer kalkulierbaren Leitzinsentscheidungen der großen Notenbanken stabil bleiben.“

Dieser Einschätzung schließt sich auch Christian Kah an. Er erwartet mehr ausländisches Kapital auf dem deutschen Logistikmarkt, der in den vergangenen fünf Jahren seine Krisenresilienz bewiesen habe. Im Jahresverlauf könnten mehrere größere Einzel- und Portfoliotransaktionen realisiert werden, die derzeit vorbereitet werden. Impulse für den Vermietungsmarkt könnten aus den Bereichen Verteidigung, öffentlicher Sektor und Batterielagerung kommen. Für 2025 erwartet er ein Transaktionsvolumen, das mit etwa 8 Mrd. Euro leicht über Vorjahresniveau liegen werde. ■

Deutsche Fachmarkt AG

Viele Kaufobjekte in der Prüfphase

HIR DÜSSELDORF: Die Deutsche Fachmarkt AG (DEFAMA), die auf den Kauf und die Verwaltung von Fachmarktimmobilien in kleinen und mittelgroßen Städten spezialisiert ist, hat nach noch nicht testierten Zahlen ihren Umsatz im Vorjahr von 23,3 Mio. auf 27,3 Mio. Euro und den Konzernüberschuss nach HGB von 4,2 Mio. auf 4,6 Mio. Euro gesteigert. Für die Aktionäre soll die Dividende erneut erhöht werden.

Dabei schlug sich der Verkauf eines Objekts in **Büdelsdorf** nach Unternehmensangaben in den Zahlen mit einem positiven Beitrag von 1,1 Mio. Euro zu Buche. Im Jahr 2023 war ein positiver Verkaufs-Effekt in Höhe von rund 0,5 Mio. Euro enthalten. Der Konzernüberschuss nach HGB je Aktie erhöhte sich im vergangenen Jahr von 0,87 Euro (2023) auf 0,96 Euro.



Foto: DEFAMA

Die Funds From Operations (FFO), bei denen Verkaufsgewinne herausgerechnet werden, lagen bei 10,0 Mio. Euro, nach 9,7 Mio. Euro im Jahr zuvor, was einem FFO von 2,08 (2,02) Euro je Aktie entspricht. Wie das Unternehmen weiter mitteilt, betrug „der annualisierte FFO nach Abschluss aller Transaktionen und Umbauprojekte“ zum Bilanzstichtag bereits rund 12 Mio. Euro, oder 2,50 Euro je Aktie. „Durch die Vorlaufzeiten bis zum Wirksamwerden der vollen Ertragskraft aus neuen Mietverträgen und des ganzjährigen Ergebnisbeitrags der jüngsten Zukäufe wird dieses Ertragsniveau wie immer erst mit Zeitversatz im erzielten FFO sichtbar werden“, begründet die DEFAMA den Unterschied.

Im Sinne der seit Firmengründung verfolgten aktionärsfreundlichen Politik mit jährlich steigenden Dividenden, wollen Vorstand und Aufsichtsrat auf Grundlage des erzielten Gewinns der als hybriden Veranstaltung geplanten Hauptversammlung am 18. Juli in Berlin die Erhöhung der Dividende von 57 auf 60 Cent je Aktie vorschlagen.

Zu diesem Schritt haben sich Vorstand und Aufsichtsrat entschlossen, obwohl das Unternehmen mit den vorgelegten Zahlen die für 2024 angestrebten Ziele nicht vollständig erreicht hat. Begründet wird das im Wesentlichen mit massiven Investitionen in den Personalaufbau für das Insourcing der Objektverwaltung sowie um die außergewöhnlichen Wachstums-Chancen im aktuellen Umfeld zu nutzen: „So ist derzeit eine Rekordzahl an potenziellen Kaufobjekten in Prüfung“, teilt die DEFAMA mit.

Für 2025 hat sich der Vorstand das Ziel gesteckt, die FFO um 10% auf 11 Mio. Euro und den Konzernüberschuss nach HGB auf mehr als 5 Mio. Euro zu steigern – darin einbezogen ist der Positiv-Effekt durch den beurkundeten Verkauf eines Objekts, der noch unter aufschiebender Bedingung steht. Hinzu kommen mögliche weitere Veräußerungsgewinne. Davon sollen die Aktionäre im Rahmen einer Dividendenerhöhung profitieren. Das Unternehmen verfügt aktuell über ein Portfolio von 79 Fachmarktzentren mit rund 313 000 qm Nutzfläche. Die Vermietungsquote liegt bei fast 97%. Die annualisierte Jahresnettomiete beläuft sich auf rund 27 Mio. Euro. Zu den größten Mietern gehören Namen wie Aldi, Edeka, Kaufland, Lidl, Netto, Norma, Penny, Rewe, JYSK, Rossmann, Tedi, AWG, Deichmann, KiK, Takko und Toom. ■

Deals

Ratisbona realisiert Netto in Klein-Berßen

Der Entwickler und Investor **Ratisbona Handelsimmobilien** beginnt in der Gemeinde **Klein-Berßen**, in



der Sögeler Straße 12, mit dem Bau eines neuen **Netto**Discounters. Der Markt soll im vierten Quartal eröffnet werden. Der Nahversorger auf dem rd. 6 000 qm großen Grundstück wird eine Mietfläche von 1 110 qm und eine Verkaufsfläche von ca. 800 qm haben. Es gibt 62 Parkplätze – darunter vier Schnellladepunkte für Elektrofahrzeuge. Im Innenbereich wird das Gebäude in einer hochwertigen Sichtholzoptik gestaltet und dem **BEG 40 Standard** entsprechen. Beim Bau liegt der Fokus auf Nachhaltigkeit – verwendet werden kreislauffähige Materialien. Dazu zählt die Zellulose-dämmung, die in den Wänden und im Dach eingesetzt wird. Nach Gebrauch kann diese ausgeblasen und in neuen Märkten wiederverwendet werden, was die Kreislauffähigkeit des Marktes unterstützt. Die Außenanlage wird durch eine vielfältige und klimaresistente Bepflanzung aufgewertet. Klimarobuste Bäume, heimische Sträucher und insektenfreundliche Pflanzen schaffen zusammen mit einer Wildblumenwiese und Habitatelementen eine artenreiche und naturnahe Umgebung.

SES Spar European Shopping Centers

Mehr Besucher und mehr Umsatz

rv DÜSSELDORF. Der österreichische Entwickler, Errichter und Betreiber von Shopping-Centern, die SES Spar European Shopping Centers ist mit dem Geschäftsjahr 2024 zufrieden. Die Händler, Gastronomiebetriebe und Dienstleister in den Centern konnten ihre Bruttoverkaufserlöse um 6,5% auf 3,54 Mrd. Euro erhöhen und die Zahl der Besucher um 4,5% auf jährlich 117 Mio. Menschen steigern. Zudem wurden 490 neue Mietverträge auch für neue Konzepte sowie Verlängerungen abgeschlossen. Ein wichtiger Meilenstein war 2024 das Joint-Venture mit der Vinzenz Gruppe Service (VGS), um an ausgewählten Standorten Gesundheitsparks einzurichten.

Als erstes Einkaufszentrum aus dem Portfolio der **SES Spar European Shopping Centers** (SES), das einen solchen Gesundheitspark erhält, ist der **Sillpark** in Innsbruck vorgesehen. Bei dem Objekt ist ohnehin bis Herbst 2026 eine umfassende Mall Modernisierung im laufenden Betrieb (Investition: 30 Mio. Euro) geplant, wie das Unternehmen mitteilt. Mit den Gesundheitsparks soll auch die Zentralitätsfunktion der jeweiligen Mall für die Besucher gesteigert werden.



Nach den Worten von **Christoph Andexlinger, CEO der SES Spar**, legt das Unternehmen gerade in Zeiten des Wandels viel Wert auf die richtige Mischung aus Kontinuität, Resilienz und Innovation und darauf, dass das tägliche Angebot für möglichst viele Menschen relevant ist. In der positiven Entwicklung der Besucherfrequenz sieht er deshalb eine Bestätigung für diese Strategie.

Die SES Spar betreibt 28 Shopping-Center, zwei Retail Parks und eine gemanagte Einkaufsstraße in der Seestadt Aspern in Wien mit zusammen 855 000 qm Einzelhandelsfläche. Das Unternehmen ist in Österreich, Slowenien, Italien, Ungarn, Kroatien und in der Tschechischen Republik vertreten.

Im Heimatmarkt Österreich, in dem die SES mit 16 Einkaufszentren, einem Retail Park und der Einkaufsstraße Marktführerin bei großflächigen Shopping-Standorten ist, stiegen die Erlöse um 3,5% auf gut 2 Mrd. Euro. Auch in Slowenien ist das Unternehmen Marktführerin bei großflächigen Centern und erzielte hier ein Umsatzplus von 6% auf über 748 Mio. Euro. Die Einzelhandelsumsätze der vier norditalienischen SES-Center lagen bei knapp 300 Mio. Euro.

Das Center mit dem höchsten Umsatz in der SES-Gruppe ist nach Unternehmensangaben der **Europark Salzburg** mit allein 395 Mio. Euro. Das Einkaufszentrum gehört zudem – neben dem **Murpark Graz** und dem **Sillpark Innsbruck** – zu den Centern mit dem höchsten Besucheraufkommen. Die SES-Malls mit den gegenüber 2023 höchsten **prozentuellen Umsatzzuwächsen** waren 2024 die **Weberzeile Ried** und das **Huma Eleven** (Foto: SES Spar) in Wien. Die höchsten prozentuellen **Frequenzsteigerungen** verzeichneten der **Sillpark** und das **Mariandl Krems**.

2024 investierte SES 52 Mio. Euro (2023: 46 Mio. Euro) in Instandhaltung und energiereduzierende Maßnahmen sowie in die Aufenthaltsqualität der Malls. So wurden Tiefgaragen und Dächer thermisch saniert, effizientere Wärme- und Kälteanlagen eingebaut, Wärmepumpen zur Grundwassernutzung installiert und die Beleuchtung konsequent auf stromsparende LED-Technologie umgerüstet. ■

Deals

Erster JDY Store in Deutschland

Das **Halle Leipzig The Style Outlets** vom FOC-Spezialisten **Neinver** wächst weiter: Am 17. April feierte der **Only Store** seine



Wiedereröffnung auf vergrößerten 900 qm, dem größten Store der Marke in der Region. Nur zwei Wochen später, am 30. April, feierte **JDY**, eine Untermarke von Only, auf 280 qm die bundesweit erste Eröffnung eines eigenen Stores mit einer breiten Auswahl an Mode für den Alltag. Das Sortiment reicht von Denim und Strick bis hin zu saisonalen Kollektionen mit einem Fokus auf moderne und vielseitig kombinierbare Kleidung. Die Marke wurde vor über einem Jahrzehnt gegründet, um eine Lücke im Bereich erschwinglicher Basics zu schließen, und hat sich seitdem international etabliert. Mit der Erweiterung der Only-Fläche konnte auch die Auswahl an Mode für jede Gelegenheit noch vergrößert werden. Neben trendigen Styles gibt es eine große Bandbreite an Basics und zeitlosen Klassikern. Das Modelabel wurde 1995 gegründet und ist heute in über 4 500 Geschäften in 70 Ländern vertreten. Mit diesen Neueröffnungen erweitert das Halle Leipzig The Style Outlets erneut sein Markenangebot. Zuletzt sind Starbucks und Vero Moda hinzugekommen, die das Shopping-Erlebnis bereichern sollen.

Travel Retail an Flughäfen und Bahnhöfen

Der Anteil an Berufspendlern und Fernreisenden macht den Unterschied

HIR DÜSSELDORF. *Flughäfen und besonders Bahnhöfe sind stark frequentierte Verkehrsknotenpunkte sowie beliebte Orte der Begegnung, aber auch des Einzelhandels und der Gastronomie. In der EHI-Studie „Travel Retail 2024/2025“ untersucht das EHI Retail Institute, Köln, die größten bzw. relevantesten Flughäfen (15) und Bahnhöfe (31) Deutschlands mit Blick auf das Besucheraufkommens und den Mietermix aus Handel, Gastronomie und Dienstleistungen.*

Bahnhöfe und Flughäfen sind auf Grund ihrer hohen Frequenz durch Reisende und Pendler auch für den Einzelhandel sehr interessant. Nicht zuletzt auch deshalb hat



die **Bahn** das Einzelhandels- und Gastronomie-Angebot in ihren Bahnhöfen in den vergangenen Jahrzehnten zum Teil schon zu regelrechten Einkaufszentren ausgebaut. Und in den Flughäfen begünstigte vor der Realisierung des **Europäischen Binnenmarkts** die zollfreie Zone im Wartebereich der Abflughallen den Duty-Free-Handel. Nach Abschaffung der Grenzkontrollen in Europa im Rahmen des EU-Binnenmarktes blieb der Einzelhandel den Standorten dennoch treu. Genauso wie die Gastronomie profitiert die Branche von den vielen Reisenden, die sich hier ihre Wartezeit vertreiben.

Nach Feststellung der **EHI-Studie Travel Retail 2024/2025** lag das Passagieraufkommen in den 15 untersuchten deutschen Flughäfen im Jahr 2023 um durchschnittlich 22% über dem Niveau des Jahres 2022, als der Flugverkehr und damit das Passagieraufkommen noch von der Pandemie und den Zwangsmaßnahmen belastet war. Besonders der Flugverkehr war durch die Pandemie 2020 und 2021 fast vollständig zum Erliegen gekommen. Erst in den Sommermonaten 2022 belebte sich das Geschäft wieder, allerdings belastet durch viele Flugausfälle und – auf Grund von Personalmangel – lange Abfertigungszeiten.

Insofern ist es auch für den Einzelhandel eine gute Nachricht, wenn 2023 laut EHI-Studie beispielsweise das Passagieraufkommen in **Frankfurt am Main** bei fast 60 Mio. Reisenden lag und im benachbarten **Flughafen Hahn** bei rund 1,6 Mio., sodass sich die Lage wieder normalisiert hatte. Deutschlands größter Flughafen in Frankfurt beherbergt mit 252 bundesweit die meisten Mieter, gefolgt von Flughafen Nummer zwei, dem **Münchener Airport** mit 199, **Düsseldorf** mit 112, **Berlin** mit 110 Mietern und last not least **Hamburg** mit 90.

Im Schnitt betrachtet setzt sich der Branchen-Mix laut EHI-Studie aus Einzelhandel (37%), aus Gastronomie (28%) und aus Dienstleistern zusammen. Vertreter dieser Branchen sind der Währungsspezialist **Travelex**, der das Mietranking mit 22 Geschäften, vor **Travel Value & Duty Free** mit 21 Läden und **Relay** mit 18 Filialen

Deals

Mannheim: **BNP Paribas Real Estate Investment Management Germany** hat ein Mixed-Use-Objekt mit rd. 4 000 qm Mietflächen in den Mannheimer Quadraten an eine Objektgesellschaft der **Per Invest** mit Sitz in Stuttgart, die das Objekt langfristig im Bestand halten wird, verkauft. Die Verkäuferin wurde vom Investment Manager **Edmond de Rothschild REIM** beraten. **Colliers** war exklusiv mit der Vermarktung mandatiert. Das Büro- und Geschäftshaus beherbergt moderne Büroeinheiten und repräsentative Einzelhandelsflächen.

+++++

Redwitz: **Catella Investment Management (CIM)** und die **KVG-Plattform Catella Real Estate AG** haben für den Fonds **Catella Logistik Deutschland Plus (CLD+)** eine Logistik- und Produktionsimmobilie im bayerischen Redwitz an der Rodach an das Münchener Unternehmen **easy2cool** vermietet. Die Immobilie befindet sich auf einem rund 36 000 qm großen Grundstück im Gewerbegebiet Redwitz-Ost in der Dr.-Ludwig-Straße 7. Sie umfasst ca. 17 400 qm Mietfläche. Die Mietvertragslaufzeit beträgt über zehn Jahre. Die Immobilie wurde 2021 für den offenen Immobilien-Spezialfonds CLD+ erworben, der die Kriterien nach **Artikel 8** der EU Offenlegungsverordnung erfüllt. Der neue Mieter **easy2cool** ist spezialisiert auf individuelle, passive Kühllösungen und bietet ganzheitliche Kühlkonzepte für den Schutz temperaturempfindlicher Waren.

anführt. Ins typische Flughafen-Angebot passen die drei Autovermietungen **Avis**, **Europcar** und **Sixt**, die in diesem Jahr mit jeweils 14 Niederlassungen in den zehn größten Flughäfen vertreten sind. Aus dem Bereich Gastronomie/Food kommen **Kamps** und **Starbucks** auf jeweils elf Filialen.

In der EHI-Studie „Travel Retail 2024/2025“ untersucht das EHI neben den Flughäfen auch die 31 größten und relevantesten Bahnhöfe Deutschlands mit Blick auf das Besucheraufkommen sowie den Mietermix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen. Dabei zeigten sich – abhängig vom Aufkommen des Fernverkehrs – Unterschiede bei der Verteilung des Besucheraufkommens: **Bahnhöfe mit einem geringeren Anteil an Fernverkehr** haben eine höhere Passantenfrequenz an den klassischen Arbeitstagen Montag bis Freitag und die Stoßzeiten am Morgen und Nachmittag sind deutlich ausgeprägter als an Bahnhöfen mit viel Fernverkehr“, erklärt **Studienautor Björn Stelzenmüller**.

Wird der Zugverkehr überwiegend von den **Berufspendlern** geprägt und sind Fernzüge in der Minderheit, dann konzentriert sich die Frequenz hier auf die Tage Montag bis Freitag und auf die Morgen- sowie Abendstunden, wenn die Menschen zur Arbeit fahren bzw. abends wieder zurückkommen. Dadurch sind laut EHI-Studie die Spitzen-Zeiten unter der Woche deutlich ausgeprägter als an den Bahnhöfen mit einem hohen Fernverkehrsanteil. Das dürfte auch den Mieterbesatz beeinflussen. Im Kontrast dazu werden **Bahnhöfe mit viel Fernverkehr** am Wochenende zusätzlich von Touristen frequentiert. Dadurch verteilt sich die Frequenz gleichmäßiger auf die gesamte Woche – allerdings mit dem Freitag als höchst frequentiertem Wochentag.

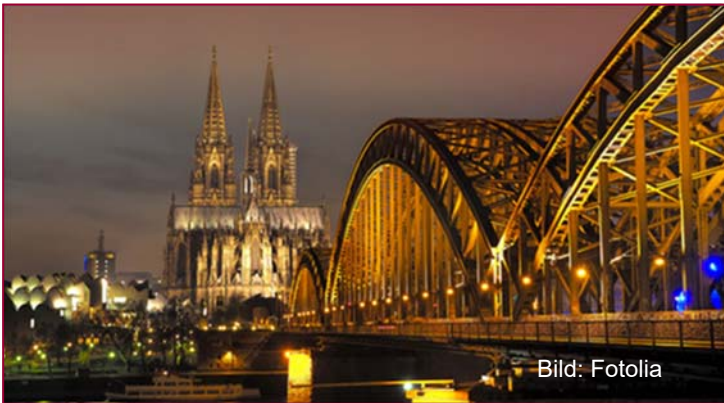


Bild: Fotolia

Welches Potenzial die vielen Reisenden für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen bieten, zeigt der Blick beispielsweise auf die Zahlen des **Berliner Hauptbahnhofs** mit seinen 68 Mietern, an dem monatlich im Schnitt 4,5 Mio. Passagiere gezählt werden und in dem sich knapp 30% der Besucher mindestens 30 Minuten lang aufhalten. Das eröffnet Potenzial, beispielsweise um noch Reisebedarf zu decken oder sich nach der Rückkehr von der Reise mit Lebensmitteln zu versorgen. Auch am **Münchener Hauptbahnhof** hält sich knapp ein Drittel der Besucher mindestens 30 Minuten im Bahnhof auf.

Im **Kölner Hauptbahnhof** (Foto) mit seinen 58 Mietern hält sich laut EHI-Studie die Mehrheit der Reisenden und Pendler (59%) nicht länger als 15 Minuten auf. Das spricht für ein überwiegend schnelles Angebot aus Imbiss-Stuben oder Anbietern wie **Rewe to go** für die schnelle Erledigung. Es gibt aber auch die 22%, die sich hier mindestens eine halbe Stunde aufhalten. In **Hamburg** oder in Frankfurt am Main ist die Aufenthaltsdauer der meisten Pendler ähnlich bemessen wie in Köln.

In diesem Umfeld bildet der **Leipziger Bahnhof** insofern eine Ausnahme, als mit den **Promenaden** ein richtiges Einkaufszentrum angeschlossen ist, das mit 118 Mietern das größte Angebot bietet und zweifellos nicht nur für Reisende, sondern auch für die Leipziger aus der Umgebung als Einkaufsstätte attraktiv sein dürfte. Doch auch bei den übrigen großen Bahnhöfen dürfte die Tatsache, dass sie als Verkehrsknotenpunkte nicht dem Ladenschlussgesetz unterliegen, dazu führen, dass auch Stadtbewohner die Sonntagsöffnung für Einkäufe nutzen. ■

Deals

Kleve: Eine regionale Immobiliengesellschaft hat das Wohn- und Geschäftshaus in der Große Straße 92–94 mitten in der Fußgängerzone von Kleve, erworben. Mit der Vermarktung war **Brockhoff** von der privaten Eigentümergesellschaft beauftragt worden. Die Immobilie hat eine Mietfläche von rund 600 qm und befindet sich in der Nachbarschaft etablierter Einzelhandelsmarken. Mieter des Erdgeschosses ist der Einzelhandelsfilialist **Nanu-Nana**. Die Wohnungen in den oberen Etagen einschließlich des ausgebauten Dachgeschosses sind vollständig vermietet.

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.