

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

große Übereinstimmung herrscht im Einzelhandel darüber, dass die Kaufzurückhaltung derzeit das größte Problem ist. Das gilt für die Branche im Allgemeinen und Bekleidungs- sowie Schuhhändler im Besonderen. Das zeigen die jüngsten Umfragen der Branchenverbände. GfK-Konsumklima und HDE-Konsumbarometer spiegeln Monat für Monat die schwache Verbraucherstimmung und steigende Sparneigung, seit die Corona-Pandemie und schnell aufeinander folgende geopolitische Krisen kurzfristig auf einen endlos scheinenden Boom folgten, so dass man hier von einer Disruption sprechen muss. Ins Bild passt, dass auch die Unternehmen die hohen Kostensteigerungen beklagen, von denen die privaten Haushalte gleichermaßen betroffen sind – und natürlich die zunehmende Bürokratie.

Insofern ist die Kaufzurückhaltung der Deutschen Teil der grundlegenden Veränderungen der Weltordnung und der interstaatlichen Beziehungen, wie sie nach dem Zweiten Weltkrieg bis in die 2010er-Jahre Geltung hatte: Frieden in den großen Ländern der Erde, freier und gut funktionierender Welthandel und wachsender Wohlstand.

Zu Beginn der 2020er-Jahre, von denen so mancher Experte glaubte, dass sie als „goldene 20er-Jahre“ in die Geschichte eingehen werden, zeigte sich, dass in den „goldenen 2010er-Jahren“ mit vielen sozialen Geschenken Fehlstrukturen aufgebaut wurden, Unternehmen zu Fehlinvestitionen verleitet wurden, und die sich im Osten abzeichnende Krise im Verhältnis zu Russland ignoriert wurde. Zudem hat sich China mit zunehmender technologischer Ertüchtigung vom lukrativen Absatzmarkt zum wettbewerbsfähigen Konkurrenten und „global Player“ entwickelt.

Insofern gleicht die Lage Deutschlands im Jahr 2026 der eines Haushalts nach einer rauschenden Party, der nun das Chaos beseitigen und aufräumen muss. Übertragen auf den privaten Konsum heißt dies, dass die Störung der Lieferketten und der Krieg in der Ukraine zu einem sehr deutlichen Anstieg der Lebenshaltungskosten geführt hat, so dass viele Haushalte überlegen müssen, was sie sich leisten können und was nicht. Zudem wurden die während der Boomjahre gut aufgefüllten Sozialsysteme wie Krankenkassen durch Fehlentwicklungen und die Pandemie-Bekämpfung überlastet, so dass steigende Beiträge die Kaufkraft zu schmälern drohen.

Wegen des klammen Bundeshaushalts konnten auch die Strompreise für die privaten Haushalte nicht gesenkt werden und im Zuge der Klima-Politik wurde 2026 die CO₂-Abgabe weiter erhöht. Insofern ist die Belebung des privaten Konsums eingebettet in das Reformprogramm, das die Bundesregierung dringend anpacken muss. Dabei ist zu hoffen, dass sich CDU/CSU und SPD nicht wieder von Partei- und Klientelpolitik leiten lassen, sondern erkennen, was im Sinne der gesamten deutschen Bevölkerung notwendig ist.

Dr. Ruth Vierbuchen
Chefredakteurin



Nr. 462 vom 20.02.2026

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Vermietungsmarkt: Internationale Konzepte stärken die Cities	2
RICS GCPM: Die Stimmung bleibt hierzulande gedrückt	6
Galeria am Alexanderplatz: Commerz Real verlängert Mietvertrag um ein Jahr	8
Bekleidungs- und Schuhhandel: Branche hofft auf Konsumschub	9
Lebensmittelhandel in Europa: Basis für paneuropäische Investitionsstrategie	11
Mixed-Use-Objekte: Ein wichtiger Anker für die Transformation der Innenstädte	13
Bundeskartellamt untersagt Amazon Einsatz von Preismechanismen	15
Textil- und Modehandel: Die Lage der Branche bleibt volatil	17
Impressum	19

HandelsimmobilienReport Partner





Galeria-Filiale in Konstanz vermietet auch an Decathlon.

Foto: Galeria

Vermietungsmarkt

Internationale Konzepte stärken Deutschlands Innenstädte

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nach einem fulminanten Start im ersten Quartal 2025 mit einem Vermietungsvolumen von 152 200 qm (JLL), dem höchsten Quartalsergebnis seit 2020, hat sich das Vermietungsgeschäft im Markt für Handelsimmobilien 2025 stabilisiert – auch wenn sich mit 116 000 qm das Flächenvolumen im vierten Quartal etwas abgeschwächt hat. Insgesamt blieb das Volumen hoch. Derweil haben die Spitzenmieten insbesondere in Städten jenseits der zehn größten Städte leicht nachgegeben.

„Besonders bemerkenswert ist die konstant hohe Bedeutung **internationaler Konzepte** für den deutschen Einzelhandelsmarkt“, stellt **Aniko Korsos, Head of Retail Leasing** bei **JLL Germany** fest. Nachdem der Anteil internationaler Mieter am Flächenumsatz im **deutschen Vermietungsmarkt für Retail Assets** im ersten Quartal 2025 mit 76% seinen Jahreshöhepunkt erreichte, haben sich die Gewichte im Jahresverkauf aber wieder mehr zugunsten deutscher Einzelhändler verschoben, sodass der Anteil auf 58% gesunken ist. Für die Vermietungs-Chefin belegen diese Zahlen, dass der **innerstädtische deutsche Einzelhandelsmarkt** für internationale Handelsunternehmen gute Aussichten bietet und entsprechend attraktiv für eine grenzüberschreitende Expansion ist.

Mit Blick auf die vielen Insolvenzen deutscher Modeanbieter sowie von Großinsolvenzen als Folge der Corona-Pandemie, die 2023 zu umfangreichen Filialschließungen und zum Verwinden namhafter Marken geführt haben, ist klar, dass viele deutsche Einzelhändler – bis auf wenige Ausnahmen – ihre Expansion zurückgefahren haben und das Filialnetz konsolidieren mussten (siehe auch Seite 17). In diesem Kontext bildete die Expansion internationaler Handelsmarken **eine wichtige Säule** für den innerstädtischen Vermietungsmarkt.

Gleichzeitig wurden durch die zahlreichen Filialschließungen Verkaufsflächen freigesetzt, sodass sich 2025 eine gute Balance zwischen dem Flächenangebot einerseits und der Flächennachfrage andererseits herausgebildet hat. Da sich in den Jahren nach Ausbruch der Pandemie auch die Mieten – zumindest in den kleineren Städten – moderat bis rückläufig entwickelt haben, eröffnete das für viele Marktakteure neue Chancen. Vor allem die große Zahl der Schließungen von **Galeria**-Warenhäusern im Rahmen von drei Insolvenzen trugen zur Belegung des Neuvermietungsgeschäfts bei. In den ersten neun Monaten belief sich das entsprechende Flächenvolumen laut **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) auf rund 66 000 qm. ▶

Marktbericht

Der Februar bringt erneuten Dämpfer

Auch im zweiten Monat des Jahres 2026 setzt sich der Abwärtstrend im **Deutsche Hypo Immobilienklima** fort – damit geht der Index das dritte Mal in Folge zurück. Im Vergleich zum Januar sinkt der Index in der 218. Monatsbefragung um 3,2% auf 90,6 Punkte. Während das **Investmentklima** um 3,7% auf 88,8 Punkte nachgibt, fällt das **Ertragsklima** um 2,5% auf 92,5 Punkte. Dabei entwickelten sich alle Segmente außer des Büroklimas rückläufig. Das **Handelsklima** verzeichnet mit

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
Homepage:

www.hi-report.de

einem Minus von 8,3% den stärksten Rückgang auf nunmehr auf 78,1 Punkte. Das **Logistikklima** fällt erstmals seit über zwei Jahren wieder unter die 100 Punkte Marke und verliert 4,1% auf 98,6 Punkte. Auch das **Wohnklima** gibt nach, behauptet aber mit 142,9 Punkten (-2,2%) die Spitzenposition. Das **Hotelklima** verliert ebenfalls und steht nach -2,4% bei 103,3 Punkten – und damit wieder vor dem Logistikklima. Das **Büroklima** notiert erneut stabil bei 73,6 Punkten. Auf niedrigerem Niveau ist es damit das einzige Segment mit einem – allerdings nur minimalen – Zuwachs.

Insgesamt summierte sich das **Flächenvolumen im deutschen Vermietungsmarkt für Handelsimmobilien** nach Berechnung des Immobilienberaters JLL im vergangenen Jahr auf etwa 519 500 qm. Das waren 8,6% mehr als 2024 mit 478 300 qm und es war der höchste Wert seit 2020 mit damals rund 340 000 qm. Die Zahl der Einzelvermietungen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,4% auf 954 Vermietungsabschlüsse. Auch hier bildete das erste Quartal mit 297 Abschlüssen den Höhepunkt.

Im Schlussquartal 2025 wurden 174 Mietverträge abgeschlossen. Auf eine Abschwächung des Vermietungsmarktes deutet das allerdings nicht hin, wie der Blick auf die Quartalszahlen zeigt. Nach einem schwächeren vierten Quartal 2021 folgten 2022 zwei wieder deutlich stärkere Quartale.

Dass im vergangenen Jahr vor allem internationale Einzelhändler den Vermietungsmarkt dominiert haben, lässt sich auch daran ablesen, dass auf die zehn größten von JLL untersuchten Städte – dazu gehören München, Stuttgart, Frankfurt/Main, Köln, Düsseldorf, Hamburg, Berlin, Hannover, Nürnberg und Leipzig – mit 217 100 qm ein wesentlicher Anteil des Flächenvolumens und fast die Hälfte der Mietabschlüsse (48%) entfielen. Da-

bei sind traditionell die **fünf größten Metropolen** mit starken Einkaufslagen, Bezug zu Mode sowie vielen kaufkräftigen nationalen und internationalen Touristen wie Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München laut Aniko Korsos **die ersten Anlaufpunkte für den Markteintritt** internationaler Marken in Deutschland. Nach Feststellung der Expertin waren 2025 hierzulande vor allem Marken aus der Modebranche, der Kosmetik und dem Bereich Accessoires aktiv.

Beim Flächenvolumen steht Berlin an der Spitze

So erreichte die Bundeshauptstadt mit ihren beiden Stadtzentren in West- und Ostberlin um den Alexanderplatz mit einem Flächenvolumen von 68 300 qm (+120%) den Spitzenplatz. Auf dem zweiten Platz folgte Hamburg mit 32 700 qm (+5%). Mit 23 200 qm lag das Vermietungsvolumen in Frankfurt/Main um 68% über dem Niveau von 2024. Dass die in puncto Spitzenmiete teuerste deutsche Einkaufstadt München mit einem Flächenumsatz von 21 100 qm (+15%) gegenüber Berlin und Hamburg schwächer abgeschnitten hat, ist auch der Tatsache geschuldet, dass in der Bayernmetropole die Pro-Kopf-Ausstattung mit Verkaufsflächen mit 1,2 qm

Sie haben Immobilien. Wir haben Visionen.

gpep
Global Property
Executive Partners

Als Immobilienexperten investieren wir in Lebensmitteldiscounter, Supermärkte und Fachmarktzentren in ganz Deutschland. Und sichern so die Nahversorgung von Millionen von Menschen.

- **Schnelle Abwicklung dank erfahrem Transaktionsteam**
- **Kaufpreisabwicklung mit Eigenkapital**
- **Bundesweite Standorte, auch außerhalb der Ballungsgebiete**

Wir kaufen Einzelobjekte zwischen 2 und 50 Mio. € und Portfolios bis 500 Mio. €.



Ihr Ansprechpartner:

Jörn Burghardt • Geschäftsführer
Telefon: +49 (69) 756694334 • E-Mail: projekte@g-pep.com

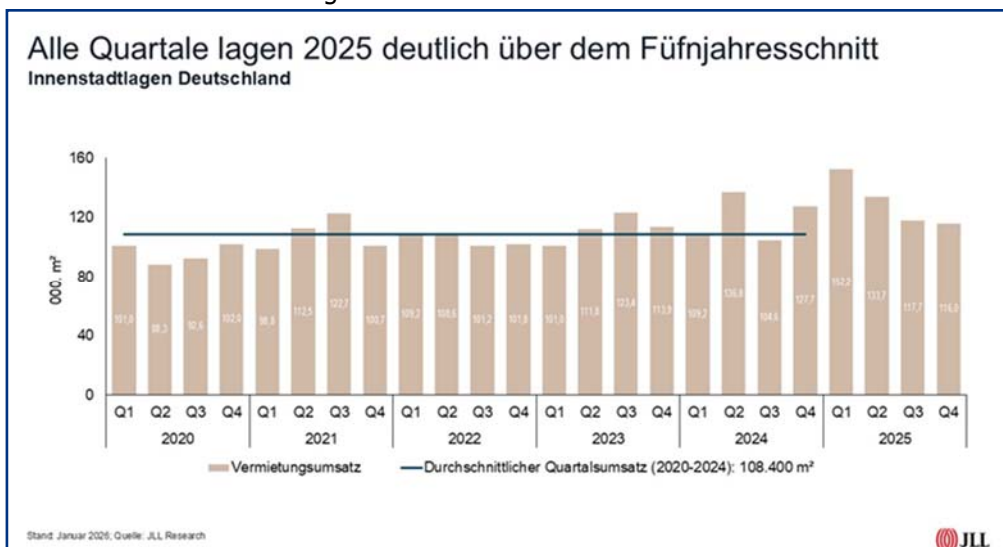
GPEP GmbH • Ste.-Foy-Str. 35-37 • 65449 Limburg • www.g-pep.com

unter dem Bundesdurchschnitt von 1,45 qm liegt, gleichzeitig die Nachfrage des Einzelhandels nach Verkaufsflächen sehr hoch ist. Hier konzentriert sich der Einzelhandel überwiegend auf die Innenstadt. Sehr moderat erhöhte sich das Vermietungsvolumen auch in Düsseldorf von 15 500 qm auf 16 500 qm (+6%). In Nürnberg stieg der Vermietungsumsatz laut JLL von 4 200 qm auf 11 400 qm.

Zu den internationalen Marken, die im vergangenen Jahr vermehrt den Eintritt in den deutschen Markt gesucht haben, zählt der Immobilienberater **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) den Anbieter für Outdoor-Bekleidung **Arc'terix** sowie den schwedischen Anbieter für Wohn- und Design, **Nordic Nest**. Andere, wie **Uniqlo** oder die dänische **Bestseller-Gruppe** mit ihren jungen Konzepten **Only & Sons**, **JJXX** sowie **Name it**, aber auch mit ihren etablierten Marken wie **Only**, haben ihre Expansion im stationären deutschen Einzelhandel wieder vorangetrieben.

Auch deutsche Händler wieder auf Expansionskurs

Zu erwähnen ist zudem die spanische **Inditex-Gruppe** mit ihren Marken, der Discounter **TK Maxx**, der Dessous-Anbieter **Calzedonia** und die schwedische Modemarke **Lager 157**, die in der ehemaligen Karstadt-Filiale im Shopping-Center **Limbecker Platz** in Essen eine Fläche gemietet hat.



Aber auch deutsche Einzelhändler wie die Mode-Ketten **C&A** oder **Wöhl** setzten wieder auf Expansion. Zu erwähnen ist auch **Peek & Cloppenburg** mit einer Anmietung in Oberhausen. Laut JLL expandiert auch der Dessous-Anbieter **Schiesser** weiter. Zudem verwies BNPPRE darauf, dass sich hinter den Großabschlüssen im Mode-Segment auch immer wieder **inhabergeführte und regionale Modehäuser** befinden. Als Beispiele nennt er die neuen Filialen des Modehauses **Klingemann** in Detmold mit 3 200 qm, von **Robert Ley** im Monheimer Tor mit 3 000 qm und des Modehauses **Zinser** im ehemaligen Breuninger Sporthaus in Reutlingen mit 1 500 qm.

Warenhäuser für Nonfood-Discounter interessant

Das zeigt aus Sicht des Immobilienberaters, dass sich auch Fachhändler mit einem zeitgemäßen und kundenorientierten Konzept behaupten können. Aus der Buchbranche ist der Marktführer im stationären Buchhandel, **Thalia**, zu erwähnen, der sich in den Top-Lagen der größten deutschen Städte neu aufstellt. Ein Beispiel dafür ist etwa die neu positionierte Buchhandlung in der **Neumarkt Galerie** in Köln.

An Flächen in **ehemaligen Warenhäusern** zeigten sich 2025 laut BNPPRE Nonfood-Discounter wie das expansive niederländische Konzept **Action** und die deutsche **Tedi** sowie die Billig-Kaufhaus-Kette **Woolworth** interessiert. Und der französische Sportartikel-Anbieter **Decathlon** hat im Rahmen einer strategischen Kooperation mit dem Wa-

Deals

Höfe am Brühl: URW verkauft Mehrheit

Der Entwickler und Bestandshalter **Unibail-Rodamco-Westfield**



(URW) hat eine Mehrheitsbeteiligung von 89,9% am Shopping-Center **Höfe am Brühl** in Leipzig an den tschechischen Immobilieninvestor **Investika Real Estate Fund**, der von der **Investika Investment Company** verwaltet wird, veräußert. URW wird weiterhin einen Anteil von 10,1% an dem Einkaufszentrum halten und während der Übergangsphase für das Center- und Asset-Management verantwortlich sein. Einzelheiten der Transaktion wurden nicht bekannt gegeben. Der Abschluss unterliegt den üblichen aufschiebenden Bedingungen und wird voraussichtlich im ersten Halbjahr 2026 erfolgen. Die Höfe am Brühl befinden sich im Zentrum der Leipziger Innenstadt und wurden als zentraler Dreh- und Angelpunkt für Shopping und Lifestyle positioniert. Das Objekt umfasst mehr als 130 Shops auf einer Gesamtmietfläche von 50 500 qm. Zu den Ankermietern zählen unter anderem **H&M**, **Adidas**, **Hugo**, **New Yorker**, **Bershka** und **Pull&Bear** sowie **dm-Drogeriemarkt**, **Müller**, **Action** und **Media Markt**. Als Mixed-Use-Komponenten verfügt das Einkaufszentrum außerdem über etwa 4 900 qm Flächen für Büros und Wohnungen.

renhaus-Betreiber Galeria in den Filialen in Konstanz, Duisburg, Freiburg, Trier und Kassel Flächen zwischen 1 500 und 3 500 qm angemietet.

Wie der Blick auf die Einzelhändler, die im Vorjahr neue Flächen angemietet haben, schon zeigt, ist der Bereich Mode überproportional stark vertreten. Entsprechend entfiel mit einem Anteil von 26% und insgesamt 136 878 qm laut JLL der größte Teil auf die **Textil-/Bekleidungseinzelhändler**. „Hier zeigt sich der Bereich **Young Fashion** am expansivsten, auf den knapp die Hälfte des Anmietungsvolumens der Branche entfällt“, wie der Berater feststellt. Dabei schlossen **Only** und **New Yorker** die meisten Verträge ab, gefolgt von der Damen- und Herrenmarke Uniqlo, TK Maxx und die Kinderbekleidungsmarke „Name it“.

An der Tatsache, dass der Bereich Gastronomie/Food (Lebensmittel) mit 113 293 qm und einem Anteil von 22% nicht weit dahinter liegt, hat sich nichts geändert. Laut JLL zeigt das die anhaltende Bedeutung des Lebensmitteleinzelhandels und insbesondere der Gastronomie für die Belebung der Stadtzentren. Neben der Supermarkt-Kette **Go Asia** haben 2025 laut JLL die Systemgastronomie-Ketten **Pommes Freunde** und **Burgermeister** ihr Netz ausgeweitet, genauso wie **L'Osteria** und auch traditionelle Restaurants. **Gesundheit/Beauty** folgen mit 11% Anteil vor **Sport/Outdoor** mit 10%.

Der Blick auf die Spitzenmieten zeigt ein heterogenes Bild

In diesem Umfeld zeigt sich bei den **Spitzenmieten** in den verschiedenen Städte-kategorien ein heterogenes Bild: Bei den Top 10 blieben die Spitzenmieten für ideale Kleinflächen in München mit 340 Euro laut JLL stabil. Auch in Berlin, Hamburg, Stuttgart, Köln, Hannover, Nürnberg und Leipzig blieben die Mieten unverändert. Lediglich in der **Königsallee** in **Düsseldorf** war ein Anstieg um 7,4% von 270 auf 290 Euro und in der **Zeil** in **Frankfurt/Main** um 3,7% von 270 auf 280 Euro festzustellen.

Bundesweit ermittelte der Immobilienberater in den 66 von ihm untersuchten Städten aber einen Rückgang bei der Spitzenmiete von durchschnittlich -1,8%. In den Städten mit mehr als 500 000 Einwohnern, die aber nicht zu den Top-10-Einkaufsstädten gehören, und in Städten in der Größenklasse von 250 000 bis 500 000 Einwohnern, gingen die Spitzenmieten laut JLL-Analyse moderat um 0,5% zurück. In den Städten mit 100 000 bis 250 000 Einwohnern sanken die Spitzenmieten dagegen deutlich um 2,8%. Beim Blick auf das Gesamtjahr 2026 rechnet Aniko Korsos bei den Mieten mit einer leichten Entspannung und in einzelnen Metropolen sogar „mit leichten Mietpreisanstiegen“. ■



Habona Report



**56 Fakten.
Ein Markt im Wandel.**

Der neue **Habona-Report 2026** –
Retail im Umbruch.
Wer gewinnt? Wer verliert?

JETZT LESEN

www.habona.de/Habona-Report

RICS Global Commercial Property Monitor

Stimmung bleibt hierzulande gedrückt

rv DÜSSELDORF. Eigentlich vermittelt der Commercial Property Sentiment Index (CPSI), der die Stimmung in der globalen Immobilienwirtschaft misst, zum Jahresende 2025 ein ermutigendes Signal, da der Indikator das beste Ergebnis seit dem ersten Quartal 2022 erreicht hat. Doch beim Blick auf den Indexwert für Europa ist wenig von Aufbruchstimmung zu erkennen. Dazu trägt – neben der Lage in Frankreich – nicht zuletzt die gedrückte Stimmung in Deutschland bei, die sich zum Jahresende weiter verschlechterte.

Diese Divergenz zwischen besser und schlechter performenden Märkten in Europa und den positiveren globalen Werten zeigt der Blick auf die Zahlen des jüngsten **RICS Global Commercial Property Monitor** (GCPM) zum vierten Quartal 2025, für den weltweit über 3 000 Experten befragt wurden. Demnach ist der **Commercial Property Sentiment Index** (CPSI) auf globaler Ebene auf -1 gestiegen, nach -4 im Vorquartal. Vor allem in den USA erhöhte sich der CPSI von +9 auf +14.

Als Zeichen für diese etwas optimistischere Stimmung auf globaler Ebene lässt sich auch der Anstieg des **Occupier Sentiment Index** (OSI), der die Stimmung der Mieter misst, werten. Der Indikator stieg laut RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors) im Schlussquartal gleichfalls von -4 auf -1 und der **Investment Sentiment Index** (ISI), der die Stimmung der Investoren misst, verbesserte sich von -5 auf -2. „In beiden Fällen deuten die Indikatoren auf einen moderat verbesserten Trend hin“, teilt die RICS in ihrem Quartalsbericht mit.

Im Kontrast dazu bleibt das europäische Sentiment uneinheitlich, wie **Susanne Eickermann-Riepe FRICS, Senior Vice President** (SVP) der RICS weltweit, feststellt: Die „wirtschaftliche Dynamik“ in der Region spiegelt sich auch in den Immobilienmärkten. Und diese Dynamik ist sehr unterschiedlich. Während in den **südeuropäischen Märkten** mit **Spanien** an der Spitze die Stimmung in der Immobilienwirtschaft am positivsten ist, finden sich die europäischen Schwergewichte **Frankreich** und **Deutschland** am unteren Ende des Spektrums mit einer sehr vorsichtigen Haltung.



So verbesserte sich der **CPSI in Europa** vom dritten zum vierten Quartal 2025 nur ganz leicht von -7 auf -6, während in diesem Kontext die **Mieternachfrage** im Quartalsvergleich von -9 auf -7 zulegen und die **Investitionsanfrage** von -6 auf -5. „Dieses flache Bild steht im Einklang mit den Ergebnissen, die zeigen, dass das europäische Transaktionsvolumen im Jahr 2025 kaum verändert war“, bezieht sich die RICS in ihrem Quartalsbericht auf die Zahl von **Real Capital Analytics**, wonach das Volumen nur um 1% gestiegen ist. ▶

RICS Sentiment	Q3 2025			Q4 2025			Movement		
	OSI	ISI	CPSI	OSI	ISI	CPSI	OSI	ISI	CPSI
Global	-4	-5	-4	-1	-4	-1	3	1	3
Americas	10	9	9	15	14	14	5	5	5
APAC	-16	-20	-18	-13	-16	-15	3	4	3
MEA	5	5	5	12	11	11	7	6	6
Europe	-9	-6	-7	-7	-5	-6	2	1	1
Germany	-20	-17	-19	-28	-24	-26	-8	-7	-7
France	-39	-41	-40	-33	-37	-35	6	4	5
Italy	1	-2	0	7	3	5	6	5	5
Spain	29	30	30	31	29	30	2	-1	0
Netherlands	-8	-8	-8	7	1	4	15	9	12
Greece	15	15	15	10	7	9	-5	-8	-6
UK	-12	-10	-11	-10	-9	-9	2	1	2

OSI Occupier Sentiment Index
ISI Investor Sentiment Index
CPSI Commercial Property Sentiment Index

Unternehmens News

Werre-Park erhält die größte PV-Anlage

Der **Werre-Park** in Bad Oeynhausen (Nordrhein-Westfalen) geht einen ent-



scheidenden Schritt in Richtung Nachhaltigkeit: Auf dem Dach entsteht die größte Photovoltaikanlage auf einem Shopping-Center-Dach in Deutschland. Die Anlage wird nach Fertigstellung eine Gesamtleistung von über 3 800 kWp erreichen und jährlich rund 3,8 Mio. kWh Grünstrom erzeugen. Insgesamt werden 8 384 Module mit einer Fläche von rd. 33 000 qm installiert. Die Inbetriebnahme ist für Oktober 2026 geplant. Damit werden ca. 660 000 kWh des Jahresstrombedarfs des Werre-Parks gedeckt. Die restliche Grünstrommenge von über 3 Mio. kWh Strom wird ins öffentliche Netz eingespeist. Das reduziert den CO₂-Ausstoß des Centers um rd. 1 670 t CO₂ jährlich. Als Initiator und Consultant für die Eigentümergesellschaft fungieren die **Boeing Glatzel Klug GmbH** aus Monheim am Rhein (BGK). Die Projektentwicklung und Installation übernimmt **Faber Solartechnik**. „Licht Blick“ ist für die Finanzierung und den Betrieb des Anlagenanteils verantwortlich, der die Versorgung des Werre-Parks sicherstellt. Betrieben und vermietet wird der Werre-Park von der **ECE** aus Hamburg.

In diesem europäischen Umfeld findet sich **Deutschland** in puncto Commercial Property Sentiment Index vor seinem Nachbarland Frankreich auf dem vorletzten Platz. Und im Kontrast zum globalen und zum europäischen Trend ging es hierzulande weiter bergab. So ist der CPSI zum Jahresende weiter von -19 auf -28 gesunken. In Frankreich hat sich der Indikator zumindest von -40 auf -35 verbessert. Auch die Stimmung unter den Mietern, gemessen im OSI, gab zum Jahresschluss nochmal von -20 auf -24 nach und die Stimmung unter den deutschen Investoren von -17 auf -26.

Die aktuellen Zahlen für Deutschland zeigen nach den Worten von **Jens Böhnlein MRICS** (Foto), **Vorstandsvorsitzender** der **RICS Deutschland**, ein weiterhin herausforderndes Marktumfeld. Das lässt sich auch aus der RICS-Umfrage ablesen, wonach zwei Drittel der Befragten angaben, dass sich der deutsche Immobilienmarkt aktuell entweder in einer **Abschwungphase** (30%) oder am **Tiefpunkt des Marktzyklus** (33%) befindet. Diese Einschätzung spiegelte sich auch in der weiteren Verschlechterung der Mieter- und der Investorenstimmung wider. Darin erkennt Jens Böhnlein im besten Fall erste Anzeichen für eine Bodenbildung.

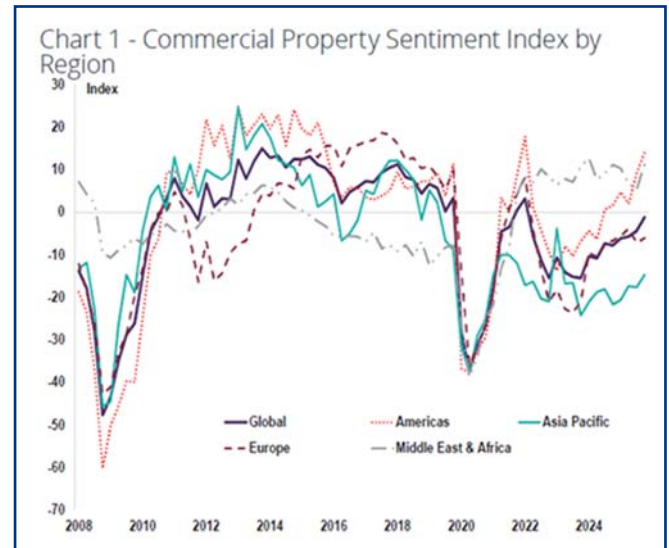


Ob dieser Punkt bereits erreicht ist, wird sich allerdings noch zeigen müssen. Denn inzwischen sehen zwar knapp 60% der Befragten die Immobilienpreise in Deutschland als „sehr billig“, „billig“ oder „fair bewertet“ an, knapp über 40% finden die Assets aber noch „teuer“ und ein sehr kleiner Teil findet sie noch „sehr teuer“. Zum Vergleich: In Spanien beurteilen über 80% der Befragten die Immobilien als „fair bewertet“ und weniger als 20% noch als „teuer“ oder „sehr teuer“. Auch in Großbritannien, das sehr frühzeitig mit Preiskorrekturen und Abschreibungen auf die neuen Marktbedingungen nach der Zinswende 2022 reagiert hat, sehen nur noch knapp über 20% der Befragten die Immobilien als „teuer“ oder „zu teuer“ an. In der Schweiz finden dagegen noch über 70% der Befragten die Immobilien als „teuer“.

Bei den **Kapitalwerterwartungen** für die nächsten 12 Monate hat sich laut RICS-Umfrage keine Veränderung ergeben, so dass der Netto-Saldo im vierten Quartal unverändert bei -18% lag – allerdings mit Unterschieden bei den Asset-Klassen. So konnten Büroimmobilien von -16% auf -15% steigen und Industrieimmobilien von -6% auf -4%. Dass sich die Kapitalwerterwartungen bei Handelsimmobilien von -33% auf -35% verschlechtert haben und auch der niedrige Gesamtwert sind nicht ganz nachvollziehbar. Denn insbesondere Fachmärkte und Fachmarktzentren mit Schwerpunkt Lebensmittel haben sich gerade in den Krisen als stabile

Anlagen und Stabilitätsanker erwiesen, was von Investoren auch bestätigt wird. In der Studie wird allerdings darauf hingewiesen, dass höherwertige Einzelhandelsobjekte relativ widerstandsfähig sind.

Angesichts der insgesamt bedrückten Stimmung auf dem deutschen Immobilienmarkt ist es nicht verwunderlich, dass sich auch die negative Einschätzung der Befragten zur Mietentwicklung in den nächsten 12 Monaten nicht verbessert hat und die **Mietenerwartun-**



gen über alle Anlage-Klassen hinweg konstant bei -14% verharren. Darauf deutete auch schon die Verschlechterung des Occupier Sentiment Index hin. Doch auch bei diesem Indikator ist die sehr negative Einschätzung bei Handelsimmobilien mit Blick auf die oben erwähnten Unterschiede nicht nachvollziehbar.

Bei den **Kreditkonditionen** registrierten die deutschen Teilnehmer im vergangenen Jahr eine **sehr volatile Entwicklung**, was daran abzulesen ist, dass der Netto-Saldo im Jahresverlauf zwischen dem ersten und dem vierten Quartal in der Bandbreite von -11%, +25%, 0% und zuletzt -6% schwankte. Nach dieser Verschlechterung der Indikatoren zum Jahresende stellt auch Jens Böhnlein fest, dass auf dem hiesigen Immobilienmarkt offenbar „eine klare Trendwende“ noch nicht erreicht werden konnte, da Nachfrage, Finanzierung und Projektaktivität verhalten bleiben.

Auch wenn der RICS-Deutschland-Chef in einzelnen Segmenten „erste Stabilisierungssignale“ erkennt, so stellt er bei den Marktteilnehmern doch immer noch eine **abwartende Haltung** fest, die auch andere Experten beklagen. Voraussetzungen für eine graduelle Markterholung wären aus seiner Sicht, wenn die Preisvorstellungen zunehmend realistisch würden, sich die Finanzierungsbedingungen stabilisieren und es punktuelle Nachfrageimpulse geben würde. ■

Galeria am Alexanderplatz

Commerz Real verlängert Nutzungsvereinbarung um ein Jahr

rv DÜSSELDORF. Im Ringen um den Fortbestand des Galeria-Warenhauses am Berliner Alexanderplatz hat die Eigentümerin Commerz Real der Betreiberin Galeria mehr Zeit gegeben und die Nutzungsvereinbarung vom 1. September 2026 bis zum 31. März 2027 verlängert. Normalerweise wäre der Mietvertrag Ende August ausgelaufen. Commerz Real hatte die Warenhausimmobilie im Sommer 2023 vom früheren Signa-Eigentümer René Benko erworben.

Nach Mitteilung von **Commerz Real** soll durch diese Verlängerung genügend Zeit für weitere Verhandlungen über die Frage zur Verfügung stehen, ob die Immobilie in ein Mischobjekt aus **Galeria-Warenhaus** sowie **Zentral- und Landesbibliothek (ZLB)** umgewandelt werden kann. Wie die Berliner Zeitung berichtete, sei im Zuge der dritten Insolvenz der Warenhaus-Kette deutlich geworden, dass die Einzelhandelsfläche an dem Standort für heutige Verhältnisse zu groß sei.



Foto: Galeria

Da das Management der Commerz Real gleichzeitig den Plan verfolgt, durch die Ansiedlung einer kulturellen Nutzung einen **Beitrag zur nachhaltigen Stadtentwicklung** zu leisten und eine positive Veränderung der Besucherzusammensetzung zu erreichen, boten sich Gespräche mit der ZLB an. Denn die Zentrale Landesbibliothek ist laut Berliner Zeitung auf zwei sehr sanierungsbedürftige Standorte in Berlin Mitte und Kreuzberg verteilt und ein geplanter Umzug auf die früheren Flächen des Warenhauses Galeries Lafayette in der Friedrichstraße war gescheitert.

Wie es in der Mitteilung von Commerz Real weiter heißt, laufen die Verhandlungen derzeit unter Federführung der Berliner **Senatorin für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt, Sarah Wedl-Wilson**. In diesem Kontext berichtet **Mario Schüttauf, Geschäftsführer** der **Commerz Real Investmentgesellschaft**, zu deren Portfolio die Warenhausimmobilie gehört, dass auch **Senatorin Franziska Giffey** diesen Ansatz mitträgt. Als Zeichen ihres Interesses an diesem Mietverhältnis, hat Commerz Real auch eingewilligt, „für die Zeit der Nutzungsvereinbarung mit der Miete wieder auf die 2025 vereinbarte und aktuell geltende Höhe zurückzugehen“.

An die Adresse des Betreibers richtet Schüttauf den Appell: „Wir wollen den Warenhausstandort gemeinsam mit Galeria deutlich weiterentwickeln, um ihn dauerhaft in eine profitable Zukunft zu überführen und somit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine echte Perspektive zu geben“. Allerdings mahnt er die Eigentümer auch, ihrer Verantwortung als Betreiber stärker nachzukommen etwa bei Instandhaltungen und dringend notwendigen Renovierungen. Auch erwartet er „signifikante strategische Investitionen in die Modernisierung des Einzelhandelskonzeptes“ – nicht zuletzt auch als Bekenntnis zum Standort Alexanderplatz, der künftig eine Mischung aus Arbeit, Kultur und Shopping bieten soll.

Zudem will Commerz Real die Weiterentwicklung des Warenhauses im Kontext des Umfeldes sehen und sich im Rahmen der Initiative des **Stadtbezirks Mitte** mit weiteren Eigentümern der Anrainergebäude für die Schaffung eines **Business Improvement Districts** einsetzen. Das Ziel: Ideen für die Weiterentwicklung dieses zentralen Areals „The Berlinian“ zu entwickeln. ■

Unternehmens News



MEC vermietet 2025 166 000 qm Fläche

Die **MEC** aus Düsseldorf hat im Vorjahr 272 Neu- und Anschlussmietverträge mit einer Gesamtfläche von rd. 166 000 qm abgeschlossen. Ein besonderer Fokus lag 2025 auf den beiden Umstrukturierungsprojekten **Halle Center Peißen** und **Saarbasar Saarbrücken** (Foto). In beiden waren im Zuge eines Generalmietvertrags alle Verträge ausgelaufen. Der MEC ist es gelungen, mit einem Großteil der Mieter Anschlussmietverträge zu vereinbaren und die Umstrukturierungen fast vollständig abzuschließen. Durch neue Mieter, optimierte Flächenzuschneide und die Weiterentwicklung des Angebots konnten die Center zeitgemäßer aufgestellt werden. Zum Ergebnis haben auch Aufträge von außerhalb des MEC-Portfolios beigetragen. Nach den Worten von **Christian Thiele, Head of Leasing Management** der MEC, kommt es gerade bei komplexen Ausgangslagen auf die Erfahrung der Mitarbeiter, das interdisziplinäre Zusammenarbeiten und die konsequente Umsetzung an. Das MEC-Leasing-Management arbeitet mit einem Team von 14 Spezialisten und profitiert von der engen Zusammenarbeit weiterer interner Experten für das Management und die Weiterentwicklung von Handelsimmobilien.

Schuh- und Bekleidungshandel

Was wir brauchen, ist ein Konsumschub

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der deutsche Bekleidungshandel hat das Jahr 2025 insgesamt nur mit einem schwachen Umsatzwachstum abgeschlossen. Eine noch schlechtere Bilanz musste der Schuheinzelhandel für das abgelaufene Geschäftsjahr ziehen. Beim Blick auf 2026 hoffen Deutschlands Bekleidungs- und Schuheinzelhändler zumindest auf eine Stabilisierung. Dabei sehen die Branchen aber auch die Politik in der Pflicht.

„Es war wieder kein gutes Jahr für unsere Branche“, konstatiert **Rolf Pangels, Hauptgeschäftsführer** des **Handelsverbands Textil, Schuhe, Lederwaren (BTE)**, mit Blick auf das nur moderate Umsatzwachstum im deutschen Bekleidungseinzelhandel von nominal knapp 1% auf 57,14 Mrd. Euro – nach 56,54 Mrd. Euro im Jahr 2024. Er spricht denn auch nur von einer homöopathischen Erhöhung. Und wie **BTE-Geschäftsführer Sönke Padberg** bei Vorlage der vorläufigen Zahlen des BTE für 2025 mit Blick auf den **Schuhhandel** ergänzt, weist die Branche seit 2023 eine Negativtendenz auf. Nachdem der Gesamtumsatz zwischen 2023 und 2024 schon von 11,71 Mrd. auf 11,66 Mrd. Euro nachgegeben hatte, gingen die Erlöse 2025 um weitere 1,5% auf 11,48 Mrd. Euro zurück.

Konkret verzeichnete gemäß der jüngsten Umfrage des BTE mehr als jeder dritte befragte Schuhhändler (37%) beim **operativen Ergebnis** einen Rückgang von über 5% und 30% verbuchten einen Rückgang in der Bandbreite von -1 bis -5%. Nur jeder Vierte (25%) erreichte mehr oder weniger den Vorjahreswert mit -1% bis +1%. Zu den Glücklichen mit bis zu 5% Wachstum bzw. mehr als 5% Wachstum beim operativen Ergebnis gehörten jeweils nur 4%.



Im **Bekleidungseinzelhandel** war der Anteil, der einen Ergebniseinbruch von mehr als 5% verzeichnete, mit 18% deutlich niedriger, allerdings verzeichnete auch hier fast jeder Dritte (32%) einen Rückgang von -1 bis -5%. Damit rutschte auch im Bekleidungseinzelhandel jeder Zweite im vergangenen Jahr in die **roten Zahlen**. Im Schuheinzelhandel war es mit 67% aber die deutliche Mehrheit. In etwa auf Vorjahresniveau lagen im Bekleidungshandel 17%. Und jeder Vierte (25%) konnte sein operatives Ergebnis um 1 bis 5% steigern, 8% sogar um mehr als 5%

Entsprechend blicken Deutschlands Schuheinzelhändler auch leicht pessimistischer auf 2026 als der Bekleidungseinzelhandel: Jeder Dritte (33%) rechnet auch in diesem Jahr mit einer mehr oder weniger starken Erosion seiner Umsätze, mehr als die Hälfte (51%) hofft darauf, mehr oder weniger den Vorjahreswert zu erreichen und

Deals

Hahn Pluswertfonds 185 investiert in Mannheim

Die **Hahn Gruppe** hat über ihre Kapitalverwaltungsgesellschaft **DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH** einen neuen geschlossenen Publikums-AIF



aufgelegt. Der **Hahn Pluswertfonds 185** – Fachmarktzentrum Mannheim investiert rd. 54 Mio. Euro in eine etablierte Handelsimmobilie in Mannheim. Ankermieter des Standorts ist Deutschlands umsatzstärkster Lebensmittelhändler Edeka mit einem großflächigen Marktkauf-Lebensmittelmarkt. Der Mietvertrag läuft bis zum 31.08.2040. Ergänzt wird der versorgungsorientierte Mietermix durch **Aldi** und **dm-Drogeriemarkt**. Auf den rd. 14 900 qm Mietfläche finden sich zudem Mieter wie **Jysk, Takko, Deichmann** und **Das Futterhaus** sowie weitere Fachmärkte und Gastronomiebetriebe. Damit deckt der Standort alle wesentlichen Bedarfssegmente des täglichen Einkaufs ab. Das im Jahr 2005 errichtete Fachmarktzentrum besteht aus zwei eingeschossigen Gebäudekörpern und fungiert als zentraler One-Stop-Shopping-Standort für den Stadtbezirk Neckarstadt-Ost und angrenzende Stadtteile. Rund 80% der Mieteinnahmen des Hahn Pluswertfonds 185 entfallen auf den Bereich Nahversorgung, der von einer stabilen, konjunkturunabhängigen Nachfrage profitiert.

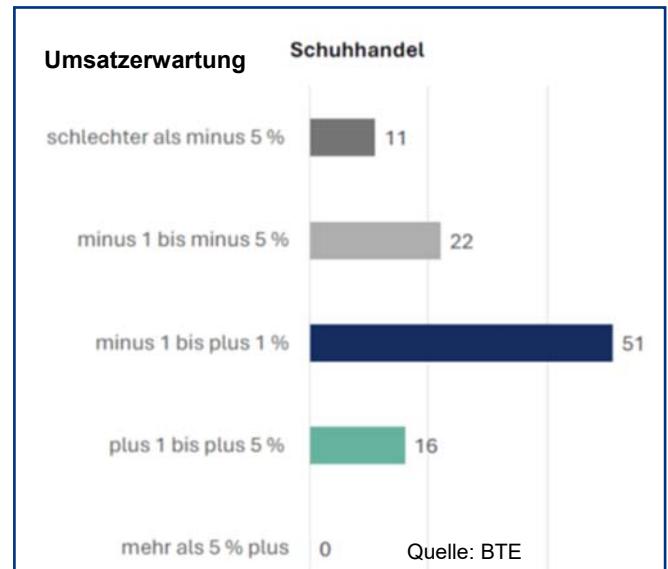
mit einem kleinen Umsatzwachstum von 1 – 5% rechnen 16%. Im Unterschied dazu erwarten immerhin 26% der Bekleidungseinzelhändler ein leichtes Erlöswachstum und eine kleine Gruppe (3%) erhofft sich ein Wachstum von über 5%. Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass ein großer Teil der Bekleidungshändler nicht euphorisch auf 2026 blickt und froh ist, wenn er den Vorjahresumsatz halten kann.

Ähnlich wie im gesamten deutschen Einzelhandel konnte im vergangenen Jahr der **reine Online-Handel** mit Schuhen etwas besser abschneiden als der **stationäre Einzelhandel** und seine Erlöse von 2,75 Mrd. auf 2,87 Mrd. Euro steigern. Die Erlöse im **stationären Schuhhandel** sanken dagegen von 6,70 Mrd. auf 6,45 Mrd. Euro – nachdem sie bereits zwischen 2023 und 2024 leicht zurück gegangen waren. Im Bekleidungshandel gelang es den stationären Einzelhändlern immerhin noch ein kleines Plus von nominal 0,3% auf 30,66 Mrd. Euro zu erzielen, die reinen Online-Shops legten hier aber von 15,67 Mrd. Euro auf 16,29 Mrd. Euro zu.

Nach den gravierenden Umsatzeinbrüchen in den Corona-Jahren, zahlreichen Insolvenzen und Filialschließungen ist es den verbliebenen Schuh- und Bekleidungshändlern auch im Vorjahr damit nicht gelungen, auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zurückzukehren. „Das Jahr 2025 hat unseren Branchen einen weiteren herben Rückschlag beschert“, stellt denn auch **Mark Rauschen, Präsident** des BTE und **geschäftsführender Gesellschafter** des Osnabrücker Modehauses **L&T Lengermann & Trieschmann** während der Pressekonferenz fest: „Wenn durchschnittlich deutlich mehr als die Hälfte aller Bekleidungs- und Schuhhändler operative Verluste machen, dann ist das ein wahres Horrorszenario“. Mit Blick auf diese dramatische Entwicklung in den für die Innenstädte so wichtigen Branchen ist es aus seiner Sicht notwendig, dass die noch bestehenden stationären Handels- und Versorgungsstrukturen nicht vollends wegbrechen. Insbesondere in deutschen Klein- und Mittelstädten ist die Lage nicht selten kritisch.

Die größten Sorgen bereitet den Branchen die **Kaufzurückhaltung der Bundebürger**, die neben den zahlreichen Krisen auch auf den Anstieg der Lebenshaltungskosten zurückzuführen ist. Bei stark gestiegenen Lebensmittelpreisen sowie Heiz- und Kraftstoffen bleibt zumindest einem Teil der Bevölkerung weniger Geld für Bekleidung übrig. Vor diesem Hintergrund fordert BTE-Präsident Rauschen von der Politik eine **Stärkung des privaten Konsums**, indem die Steuern auf Einkommen und Strom sowie die Sozialbeiträge gesenkt werden und der Anstieg der CO₂-Steuer gebremst wird. Durch die Erhöhung der CO₂-Abgabe sind Anfang des Jahres die Preise für Kraftstoffe gestiegen. Zudem wünscht sich der Verband, dass die Überstundenzuschläge steuerfrei gestellt werden.

„Was wir brauchen, ist ein Konsumschub, mit deutlichen Steuerentlastungen und weiteren Senkungen der Energiekosten für alle Menschen“, so Rauschen weiter: „Die Leute brauchen effektiv mehr Geld in ihren Portemonnaies, um es auch bei uns ohne große Sorgen und Überlegungen mit Freude ausgeben zu können.“ Denn da die Branchen vorwiegend von der Mittelschicht leben, ist aus seiner Sicht eine Entlastung und Stärkung gerade dieser sozialen Schicht notwendig.



Mit Blick auf die von den Schuh- und Bekleidungshändlern beklagten hohen Kostensteigerungen und der vor allem im Bekleidungshandel zunehmenden Bürokratie fordert der BTE-Präsident von der Politik auch hier eine Senkung der Körperschaftssteuer, der Stromsteuer und der Sozialversicherungsbeiträge. Im Rahmen des Bürokratieabbaus sollten die Dokumentations- und Berichtspflichten etwa beim Lieferkettengesetz, der Ökodesign-Verordnung und der Textilstrategie reduziert werden.

Handlungsbedarf sieht der Verband auch bei dem immer wieder beklagten **Attraktivitätsverlust der Innenstädte** und fordert deshalb eine **Verbesserung der Aufenthaltsqualität**, aber auch, dass die Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln sichergestellt wird und Bund sowie Länder die Kommunen finanziell in die Lage versetzen, ihre Aufgaben erfüllen zu können. Zudem wünscht sich der innerstädtische Einzelhandel, dass es leichter wird, **verkaufsoffene Sonntage** zu beantragen.

An die Branche selbst richtet der Verband den Appell, ihre **Geschäftsprozesse zu optimieren**, das Warenmanagement zu verbessern, für den Erlebniskauf mehr in Ladengestaltung, Events und Gastronomie zu investieren und sich durch kompetentes Personal und Beratung vom Online-Handel abzugrenzen. Auch die Zusammenarbeit von Handel und Industrie etwa bei den Ordermengen oder den Lieferzeitpunkten kann noch weiter verbessert werden. ■

Lebensmittelhandel in Europa

Gute Grundlage für den Aufbau einer paneuropäischen Investitionsstrategie

Thomas Thein, Leiter Fonds- & Portfoliomanagement, GRR GARBE Retail Real Estate GmbH*

Den EINEN Lebensmitteleinzelhandel in Europa gibt es nicht: Der Lebensmittelhandel in Europa unterscheidet sich deutlich von Land zu Land – je nach Marktstruktur, Konsumverhalten, Kultur, regulatorischem Umfeld und wirtschaftlicher Entwicklung.



Dabei stellt sich die Frage: **Wie diversifiziert sind die Lebensmitteleinzelhandelsmärkte eigentlich in Europa?** Stark konzentrierte Märkte finden sich in Deutschland, Frankreich, den Niederlanden, Großbritannien und Skandinavien. Hier dominieren nur **wenige Lebensmitteleinzelhandelsketten** das Marktgeschehen. Diese Länder oder Regionen zeichnen sich durch eine harte Konkurrenz, einen Preisfokus und eine starke Verhandlungsmacht gegenüber Herstellern aus. In Italien, Spanien und Osteuropa herrscht ein höherer Anteil an unabhängigen Händlern und kleinen Supermärkten vor. Der **traditionelle Einzelhandel** spielt hier noch eine größere Rolle (z. B. Wochenmärkte).

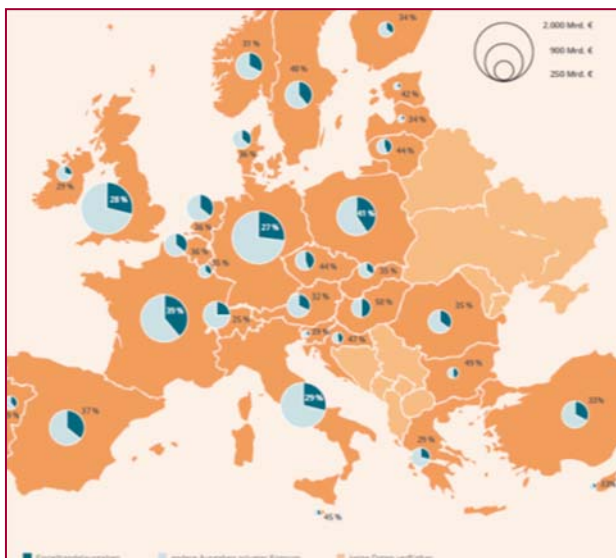
Es finden sich auch große Unterschiede bezüglich der **Dominanz unterschiedlicher Betriebstypen**: In Deutschland, Polen, Ungarn und Österreich ist der Marktanteil des Betriebstyps Discounter mit einem klaren Preisfokus recht hoch. Dagegen sind in Frankreich, Italien, Spanien und Skandinavien Discounter weniger dominant, Supermärkte und Hypermärkte hingegen weit verbreitet.

Bei der **Realisierung neuer Standorte** zeigen sich ebenso Unterschiede. Während Märkte wie UK oder Spanien aktiv in Filialwachstum investieren, liegt der Fokus in gesättigten Märkten wie Deutschland weniger auf Neueröffnungen, als vielmehr auf der Modernisierung bestehender Filialen und zentral gelegenen, gemischten Nutzungskonzepten.

Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt im europäischen Durchschnitt bei rund 34% und unterscheidet sich je nach Land sehr. Grundsätzlich gilt, dass weniger entwickelte oder ärmere Länder einen höheren Prozentsatz ihres Einkommens für Lebensmittel ausgeben, wohlhabendere Länder weniger. In vielen

osteuropäischen Ländern fließt fast jeder zweite Euro in den Einzelhandel, allen voran in **Ungarn (50%)**, **Bulgarien (49%)** und **Kroatien (47%)**. Den letzten Platz belegt **Deutschland**, wo nur knapp 27% der Konsumausgaben in den Einzelhandel fließen. **Italien** rangiert mit 29% knapp vor Deutschland, **Spanien** und **Frankreich** hingegen weisen mit 37 bzw. 39% vergleichsweise hohe Quoten aus.

Ganz grundsätzlich zeichnet sich die Entwicklung in Europa durch stabil bis moderat stei-



Personalien

Eileen Teichmann stärkt MLP Group

Seit 1. Januar 2026 verstärkt **Eileen Teichmann** das Team der **MLP Group** als **Director of Asset &**



Property Management für Deutschland und Österreich. In ihrer neuen Funktion verantwortet sie

das **Bestandsmanagement**, die **Mieterbetreuung** und das **Mietvertragsmanagement** des Immobilienportfolios sowie die **Bewirtschaftung der Bestandsimmobilien**. Sie bringt 15 Jahre Berufserfahrung im Asset und Property Management mit. Zuletzt war sie bei **Melcombe Partners** als Head of Asset Management Germany tätig, wo sie für die Wertsteigerung der Portfolios, strategische Vermietungskonzepte, die Budgetsteuerung und das strategische sowie operative Asset Management von Logistikimmobilien verantwortlich war. Zu Eileen Teichmanns weiteren beruflichen Stationen zählen leitende Funktionen bei der **Four Parx Gruppe**, unter anderem als Prokuristin, Head of Property Management und Geschäftsführerin der Energietochter. Darüber hinaus sammelte sie umfassende Erfahrungen bei **Berem Property Management (BEOS AG)**, **Apleona Real Estate Management** und **Wertgrund**, wo sie in den Bereichen Asset Management, Property Management und Key Account Management in den Segmenten Logistik, Büro, Retail und Wohnen tätig war.

gende Umsätze aus. Erstmals seit 2020 stieg der inflationsbereinigte Umsatz im Lebensmittelhandel in Europa im Jahr 2024 wieder an – um 2,4%, wie **McKinsey & Company** errechnete. Ausschlaggebend waren hierbei in vielen europäischen Märkten die Inflationsentwicklung der vergangenen Jahre, das Konsumverhalten generell und pandemiebedingte Umsatzverschiebungen, die sich aber teilweise wieder normalisieren. Der **Kernkanal** für den Vertrieb von Lebensmitteln ist dabei nach wie vor der **stationäre Einzelhandel**. Der Onlinehandel mit Lebensmitteln wächst – aber sehr unterschiedlich in Europa.

Stabil bis moderat steigende Umsätze in Europa

Auch hier geht die Schere zwischen fortgeschrittenen Ländern und Ländern mit Nachholbedarf weit auseinander. Legt man den Fokus auf den Online-Handel, so hat **Großbritannien**, bedingt durch die dominant urbane Region **Greater London** mit rund 9 Mio. Einwohnern, mit rund 9% einen recht hohen Anteil. Alle übrigen europäischen Länder weisen – schon immer – deutlich geringere Quoten auf. Bei vielen Ländern bewegen sich

diese zwischen 1,5 und 3,0%. Ausschlaggebend für diese geringen Quoten sind in den meist polyzentrischen Ländern eine aufwendige und teure Logistik, Margenprobleme und eindeutige Kundenpräferenzen. Diese Kriterien sind ausschlaggebend für ein schwaches Wachstum; wenn auch Corona einen Zwischen Schub beim Online-Handel mit Lebensmitteln geleistet hat, hat sich in der Post-Corona-Zeit das Wachstum wieder deutlich verlangsamt und das Marktgeschehen ist von Insolvenzen und Übernahmen geprägt.

Fazit: So unterschiedlich der europäische Markt für Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien ist, so spannend ist er. Versteht man die unterschiedlichen Märkte, bieten sich momentan beim Aufbau eines **paneuropäischen Portfolios** große Chancen wie lange nicht mehr. Kenntnis der lokalen Unterschiede ist der Schlüssel für intelligente Diversifikation und Wertsteigerungsstrategien. Insbesondere in Zeiten volatiler Zinssätze, eingeschränkter Kapitalzugänge und dem anhaltenden Bedarf an Nahversorgungsflächen bietet der Lebensmitteleinzelhandel robuste, verlässliche Investitionsmöglichkeiten mit paneuropäischem Hebel. ■

***) Der Artikel wurde dem GRR Basic Retail Report 2025 entnommen**



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

Mixed-Use-Objekte in der City

Ein wichtiger Anker für die Transformation der Innenstadt

Bea Steindor, Head of Marketing & Communications, Midstad Advisory GmbH*)

Unsere Innenstädte stehen vor einem grundlegenden Wandel: Steigender Leerstand, monofunktionale Handelsstrukturen und der Verlust sozialer Bezugspunkte gefährden ihre Funktion als lebendige öffentliche Räume. Die Innenstadt, wie wir sie lange kannten, verliert an Relevanz – und damit an gesellschaftlicher Tragkraft.



Zugleich wird Folgendes deutlich: Lebenswerte Städte entstehen nicht allein durch Architektur oder wirtschaftliche Nutzung, sondern durch funktionale Vielfalt, soziale Teilhabe und Investitionen mit räumlicher, ökologischer und kultureller Wirkung. Mixed-Use-Konzepte bieten hier eine konkrete Lösung. Mit **Midstad Frankfurt** entsteht auf der **Zeil** ein **vertikales Stadtquartier**, das genau dieses Prinzip in gebaute Realität übersetzt. Anstelle eines monofunktionalen Warenhauses entwickelt sich der Standort zu einem **zukunftsfähigen Stadtbaustein**, der Handel, Bildung, Freizeit, Arbeiten, Gesundheit, Veranstaltungen und Kultur in einem nachhaltigen Nutzungskonzept vereint. Die Transformation erfolgt ressourcenschonend im Bestand: Die Bausubstanz bis zum dritten Obergeschoss bleibt erhalten und wird durch eine Aufstockung in Holzhybrid-Bauweise ergänzt.

Vom monofunktionalen Handelsstandort zum resilienten Stadtbaustein.

Reine Handelsimmobilien sind in ihrer ursprünglichen Form heute nur noch selten wirtschaftlich tragfähig. Eine strategische Transformation hin zu gemischt genutzten, flexiblen Objekten bietet die Chance, innerstädtische Immobilien dauerhaft zu reaktivieren – wirtschaftlich, sozial wirksam und ökologisch nachhaltig. Bei Midstad Frankfurt wird dieses Prinzip konsequent umgesetzt: Neben Retail- und Gastronomieflächen entstehen eine Grundschule, flexible Büroflächen, ein Hotel, eine öffentlich zugängliche Dachterrasse mit gastronomischem Angebot sowie der **Playground** – ein multifunktionaler Raum für Sport, Kultur, Events und gemeinschaftlichen Austausch. Diese Kombination macht das Projekt zu einem durchlässigen Quartier mit hohem Identifikationspotenzial für unterschiedlichste Nutzergruppen.

Resilienz durch Vielfalt. Mischobjekte erhöhen die **Widerstandsfähigkeit urbaner Räume** gegenüber strukturellen Veränderungen. Sie schaffen über den gesamten Tagesverlauf eine frequenzstarke Nutzung und sprechen verschiedenste Zielgruppen an. Durch die Integration sozialer, kultureller und öffentlicher Funktionen entsteht eine hohe Aufenthaltsqualität, die über kommerzielle Zwecke hinausgeht. Erste Ergebnisse einer Studie von Midstad und der **IREBS** International Real Estate Business School zum wirtschaftlichen Erfolg von Mixed-Use-Gebäuden deuten auf einen strukturellen Wandel hin: Der Anteil der Transaktionen mit gemischt genutzten Immobilien ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. ▶



Visualisierung: Midstad

Personalien

Natalie Schmidt stärkt Neinver-Retail-Team

Neinver hat **Natalie Schmidt** zur **Retail Directorin** ernannt und stärkt damit einen der strategischen Geschäftsbereiche des Unternehmens. In ihrer



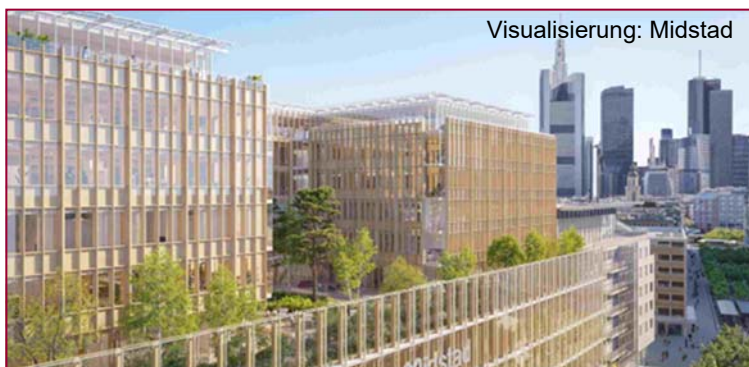
neuen Position wird Schmidt an **Joan Rouras**, Leasing & Retail

Director bei Neinver, berichten. Natalie Schmidt wird für die Gestaltung und Umsetzung der globalen Retail-Strategie verantwortlich sein, das gesamte kommerzielle Angebot verbessern und die Markenperformance in den 21 von dem Unternehmen verwalteten Outlet Centern in sechs europäischen Ländern – Deutschland, Spanien, Frankreich, Italien, den Niederlanden und Polen – maximieren. Sie bringt über 20 Jahre Erfahrung im nationalen und internationalen Retail-Sektor in leitenden Positionen mit. Vor ihrem Wechsel zu Neinver war sie als Deputy Retail Director bei **Wertheim Village** in Deutschland tätig, wo sie die Retail-Strategie für Premium-Marken leitete. Ihre berufliche Erfahrung umfasst Positionen als Product Distribution Manager bei internationalen Unternehmen wie der **VF Corporation** sowie bei führenden Modemarken wie **Oysho (Inditex Group)** und **Mango**. Später war sie bei **Desigual**, darunter auch als Global Monobrand Director und Global Retail Outlet Director, zuständig für Märkte wie Europa, den Vereinigten Staaten, Japan und Kanada. Zudem war sie bei CBRE.

Zudem zeigt sich eine **reduzierte Risikobewertung** dieser gegenüber monofunktionalen Gewerbeobjekten – mit entsprechend höheren potenziellen Immobilienwerten. Diesem Wertsteigerungspotenzial steht ein vermeintlich **höherer Management - und Investitionsaufwand** gegenüber. Im weiteren Verlauf des Forschungsprojektes werden diese Analysen vertieft, um die ökonomische Vorteilhaftigkeit von Mixed-Use-Objekten im Innenstadtbereich fundiert zu quantifizieren.

ESG neu gedacht: Das „S“ als zentraler Wirkfaktor. Insbesondere das „S“ von ESG (Environmental, Social, Governance) rückt bei der Transformation von Innenstadtlagen zunehmend in den Fokus. Midstad Frankfurt zeigt exemplarisch, wie soziale Infrastruktur gezielt in ein wirtschaftlich tragfähiges Nutzungskonzept integriert werden kann. Bildung, Sport, Gesundheit und kulturelle Angebote sind keine nachträglichen Add-ons, sondern Teil der programmatischen DNA.

Der „Playground“ als öffentlich zugängliches Herzstück des Quartiers schafft Raum



für Teilhabe, Begegnung und informelles Lernen. Die Integration einer Grundschule in zentraler Lage sowie die barrierefreie Erschließung aller Flächen stärken die soziale Durchmischung und verankern

das Projekt im Stadtgefüge. Kurze Wege zwischen Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Freizeit fördern darüber hinaus nachhaltige Mobilitäts- und Logistikstrukturen. Aspekte, die nicht nur ökologisch relevant sind, sondern auch zur Aufenthaltsqualität und zum subjektiven Sicherheitsgefühl beitragen – ein zentraler Faktor für die Resilienz von Innenstädten.

Transformationsarchitektur als Investition in die urbane Zukunft: Die Entwicklung von Midstad Frankfurt folgt einem klaren Prinzip: **Stadtentwicklung beginnt im Bestand.** Die Revitalisierung erfolgt im laufenden Betrieb, ressourcenschonend und unter Wahrung der gestalterischen Identität des Ortes. Der Aufbau auf bestehenden Strukturen spart graue Energie, vermeidet Abriss und stärkt die kulturelle Kontinuität des Quartiers.

Durch die Verknüpfung mit dem öffentlichen Raum – etwa durch die Aktivierung bislang untergenutzter Flächen, öffentliche Dachterrassen und neue Wegeverbindungen – entsteht ein sozialräumlicher Mehrwert, der sich auch in einer Wahrnehmung der Innenstadt widerspiegelt – als Ort der Begegnung, nicht nur des Konsums.

Fazit: Mixed Use als Grundlage zukunftsfähiger Innenstadtentwicklung. Midstad Frankfurt steht exemplarisch für eine neue Art des Umgangs mit innerstädtischen Bestandsimmobilien. Mixed-Use-Objekte sind mehr als eine bauliche Antwort auf Leerstand: Es sind **strategische Stadtbausteine**, die soziale, ökologische und wirtschaftliche Ziele miteinander verbinden.

Die Verbindung aus ESG-orientierter Transformation, funktionaler Vielfalt und hoher architektonischer Qualität macht Projekte wie Midstad Frankfurt zu attraktiven Investments – und zu einem zentralen Hebel für die Rückgewinnung urbaner Qualität. Die Zukunft der Innenstadt liegt in der Mischung – und in einer Transformation, die über das Gebäude hinauswirkt. ■

***) Der Artikel stammt aus dem Highstreet Report 2025 von Columbia Threadneedle Real Estate**

Personalien

CTP: Sarah Klein neue Construction Director

Der Eigentümer, Entwickler und Bestandshalter von Logistik- und Industrieimmobilien, CTP; hat **Sarah Klein** zum **Construction Director**



für CTP Deutschland ernannt. In dieser Funktion verantwortet sie die deutschen

Bauprojekte und steuert diese über alle Projektphasen hinweg. Zudem führt und koordiniert sie die Bereiche Development, Architektur und Construction. Klein ist seit Mai 2024 bei CTP tätig. Zuletzt war sie als Construction Director in Österreich für Aufbau und Weiterentwicklung des Construction-Bereichs zuständig. Ihre berufliche Laufbahn begann sie mit einer Ausbildung zur Beton- und Stahlbetonbauerin, anschließend absolvierte sie ein Bauingenieurstudium.

Deals

Soest: In der Innenstadt von Soest hat **Brockhoff** den Verkauf des Wohn-, Büro- und Geschäftshauses in der Brüderstraße 34, Ecke Waisenhausstraße, vermittelt. Für den Käufer, einen regionalen privaten Bestandshalter, war die Kombination aus Mischnutzung, hoher Vermietungsquote und bonitätsstarkem Handelsbesatz ausschlaggebend. Verkäufer ist die **Deka Immobilien Investment GmbH**. Im Erdgeschoss sind die Filialisten **Schuhpark** und **Jeans Fritz** ansässig. Beide stehen für verlässliche Mietverhältnisse und stabile Frequenzen, zwei Faktoren, die derzeit den Ausschlag geben.

Bundeskartellamt

Wettbewerbshüter untersagen Amazon Einsatz von Preismechanismen

HIR DÜSSELDORF. Das Bundeskartellamt hat Anfang Februar die Praxis der Amazon.com Inc., Seattle, USA, und der Amazon EU S.à r.l., Luxemburg, untersagt, die Preise von Händlern auf dem deutschen Amazon Marketplace zu beeinflussen. Nach Vorgaben der Wettbewerbsbehörde darf Amazon „Mechanismen zur Kontrolle der Händlerpreise“ künftig nur noch ausnahmsweise, insbesondere für Fälle des Preiswuchers, einsetzen.

Zum Hintergrund: Amazon ist Betreiber eines **umfassenden digitalen E-Commerce-Ökosystems**, zu dem auch die Handelsplattform **amazon.de** gehört, die rund 60% des Umsatzes im deutschen Online-Handel mit Waren auf sich vereint. Auf dieser Plattform ist Amazon zum einen mit seinem **Eigenhandelsgeschäft** „Amazon Retail“ tätig, zum anderen betreibt das Unternehmen dort einen **Online-Marktplatz** (Amazon Marketplace), über den Dritthändler ihre Waren direkt an Endkundinnen und Endkunden verkaufen können (Marktplatzhändler).



Rund 60% der über die Handelsplattform amazon.de vertriebenen Waren werden von **unabhängigen Dritthändlern** und nicht von Amazon Retail an die Endkundinnen und -kunden verkauft. Die

Dritthändler **verantworten ihre Preise** auf dem Amazon Marketplace und tragen das **wirtschaftliche Risiko** ihrer Verkaufsaktivitäten selbst, wie das Bundeskartellamt erläutert.

Nach den Worten von **Andreas Mundt** (Foto), **Präsident des Bundeskartellamtes**, tritt „Amazon (...) auf seiner Plattform in den direkten Wettbewerb zu den übrigen Marktplatzhändlern. Daher ist eine **Einflussnahme auf die Preisgestaltung** der Wettbewerber auch in Form von Preisobergrenzen nur in absoluten Ausnahmefällen wie zum Beispiel bei **Preiswucher** zulässig. Ansonsten besteht die Gefahr, dass das Preisniveau auf der Handelsplattform nach den Vorstellungen von Amazon gelenkt und im Wettbewerb gegen den restlichen Online-Handel außerhalb Amazons eingesetzt wird.“ Aus Sicht des Kartellamt-Präsidenten könnten diese Eingriffe in die Preisgestaltung der unabhängigen Einzelhändler dazu führen, dass sie ihre Kosten nicht mehr decken könnten und dadurch vom Marktplatz verdrängt würden.

Anlass für die Wettbewerbshüter, aktiv zu werden, ist die Maßnahme des Marktplatzbetreibers, zur Überprüfung der Preise von Marktplatzhändlern **verschiedene Preiskontrollmechanismen** einzusetzen. Wenn diese Mechanismen die Händlerpreise als zu hoch bewerten, werden laut Kartellamt die entsprechenden Angebote entweder ganz vom Marktplatz entfernt oder sie werden nicht im hervorgehobenen Einkaufsfeld („Buy Box“) angezeigt. „Solche Einschränkungen der Sichtbarkeit der



Foto: Bundeskartellamt

Unternehmens News

Sonae Sierra zieht für 2025 positive Bilanz

Das von **Sonae Sierra** für Dritte gemanagte Portfolio aus 19 Shopping-Center hat 2025 gut bei Vermietung, Frequenz und Umsatz abgeschnitten. So lag die Ver-



mietungsquote bei 95%, die Frequenz stieg um 1% und der Umsatz erhöhte sich gegenüber 2024 um 6%. Konkret wurden 360 neue Mietverträge und Verlängerungen über 108 400 qm abgeschlossen. Davon entfielen 35 000 qm auf 172 Mietverträge und 73 400 qm auf 188 Mietvertragserneuerungen. Durch die Übernahme von REM, der Management Sparte von **Unibail-Rodamco-Westfield**, mit Centern wie den Riem Arcaden und den Pasing Arcaden (Foto) in München, den Spandau Arcaden, den Köln Arcaden, den Düsseldorf Arcaden sowie Breuningerland in Sindelfingen und Ludwigsburg, im Oktober 2025 konnte Sonae Sierra seine Position als Center-Manager in Deutschland deutlich ausweiten. Die Gesamtfläche des Portfolios umfasst 1 Mio. qm. Aus Sicht von **Christine Hager**, **Sonae Sierra Director Property Management** in Deutschland und **Mitglied der Geschäftsführung**, bestätigt die positive Entwicklung, dass die Akquisition der REM der richtige Schritt war, um die Marktposition hierzulande weiter zu stärken.

Händlerangebote können erhebliche Umsatzeinbußen nach sich ziehen“, kritisiert das Bundeskartellamt.

Dabei stellt Andreas Mundt explizit fest, dass die Wettbewerbsbehörde nicht gegen das Ziel von **Amazon** vorgehen will, den Endverbraucherinnen und -verbrauchern möglichst niedrige Preise anzubieten. Doch sind diese Preiskontrollmechanismen aus seiner Sicht nicht erforderlich, um dieses Ziel zu erreichen. Vielmehr habe der Marktplatzbetreiber dafür andere Möglichkeiten. Das könnte beispielsweise **die Absenkung der Gebühren und Provisionen** sein, die die Händler an Amazon zahlen müssen. Amazon dürfe zulässige Angebote der Marktplatzhändler nicht in ihrer Sichtbarkeit beschränken oder beseitigen, nur weil deren Preise den Vorstellungen von Amazon nicht entsprechen würden.

Zudem bemängelt die Wettbewerbsbehörde die aus ihrer Sicht **intransparenten Regeln der eingesetzten Kontrollmechanismen**. Für die Marktplatzhändler sei nicht hinreichend ersichtlich, nach welchen Grundsätzen die Preisgrenzen zustande kommen und wo diese in etwa liegen. Deshalb sei es für die Marktplatzhändler schwer vorhersehbar, „unter welchen konkreten Umständen ihr Angebot auf Amazon nicht mehr oder nur noch eingeschränkt sichtbar ist“.



Foto: Amazon

Konkret sieht das Bundeskartellamt durch diese systematischen Eingriffe in die Preisgestaltungsfreiheit der Marktplatzhändler „einen Missbrauch nach den besonderen Vorschriften für große Digitalunternehmen (§ 19a Abs. 2 GWB) sowie einen Verstoß gegen die allgemeinen Missbrauchsvorschriften des § 19 GWB und Artikel 102 AEUV“. Deshalb hat sie die **Anwendung der bestehenden Preiskontrollmechanismen** untersagt. Wie es weiter heißt, darf Amazon solche Mechanismen nur ausnahmsweise einsetzen – insbesondere in Fällen von Preiswucher, nach Vorgaben des Bundeskartellamtes hinsichtlich der Parameter, der Regelsetzung und der Benachrichtigungen.

Darüber hinaus hat das Bundeskartellamt zum ersten Mal von der im Jahr 2023 grundlegend reformierten Möglichkeit Gebrauch gemacht, den **wirtschaftlichen Vorteil**, den Amazon durch das **kartellrechtswidrige Verhalten** erlangt hat, abzuschöpfen. Nach der Reform kann der wirtschaftliche Vorteil anhand einer Vermutungsregel festgestellt werden. Da der festgestellte Kartellrechtsverstoß nach wie vor andauert, hat das Bundeskartellamt zunächst einen Teilbetrag in Höhe von rund 59 Mio. Euro festgesetzt.

Die Wettbewerbsbehörde hat das Verfahren eng mit der **Europäischen Kommission** koordiniert, die unter anderem für die Durchsetzung der EU-Verordnung über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor (sog. Digital Markets Act) zuständig ist. Außerdem hat die Behörde ihre Entscheidung bezüglich der **Transparenzanforderungen** mit der Bundesnetzagentur abgestimmt, die für die Durchsetzung der sogenannten Platform-to-Business-Verordnung zuständig ist.

Da Amazon die Möglichkeit hat, innerhalb eines Monats Beschwerde gegen die Entscheidung einzulegen, über die dann der **Bundesgerichtshof** entscheiden würde, ist „die Entscheidung des Bundeskartellamtes noch nicht bestandskräftig“, wie die Wettbewerbsbehörde mitteilt. ■

Deals

DEFAMA kauft in Bayern und Sachsen

Die **Deutsche Fachmarkt AG** (DEFAMA) hat Kaufverträge über drei Immobilien geschlossen. Es handelt sich um Standorte in **Hersbruck** und **Adelsdorf** (beide Bayern) sowie in **Freiberg** (Sachsen) mit vermietbaren Flächen von zusammen rund 3 400 qm. Langjährige Mieter der 2006 gebauten Objekte sind Aldi Süd im 20 km östlich von Nürnberg gelegenen Hersbruck und Würth in Freiberg, rund 30 km westlich von Dresden. Der etwa 2000 erbaute Fachmarkt im 30 km nördlich von Nürnberg gelegenen Adelsdorf ist an einen E-Bike-Händler vermietet. Die jährlichen Mieterträge belaufen sich auf gut 300 000 Euro. Der saldierte Kaufpreis beträgt 3 Mio. Euro. Die Transaktion steht noch unter aufschiebenden Bedingungen. Nach Abschluss aller Transaktionen umfasst das Portfolio der DEFAMA nunmehr 97 Standorte mit 330 000 qm Nutzfläche, die zu 93% vermietet sind.

+++++

Detmold: Der Anbieter von Männermode **Engbers** verlegt seinen Standort innerhalb der Fußgängerzone von Detmold und zieht zwei Häuser weiter in ein größeres Ladenlokal in der Lange Straße 33. Die Mietfläche umfasst 170 qm. **Brockhoff** vermittelte. Nach Abschluss des Umbaus ist die Eröffnung für das erste Quartal 2026 geplant. Eigentümer ist eine lokale private Eigentümergesellschaft, die zu den Stammkunden von Brockhoff gehört.

Textil- und Modehandel

Die Lage der Branche bleibt volatil

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Lederwaren konnte 2025 nicht vom Weihnachtsgeschäft profitieren und verbuchte allein im Dezember einen Umsatzrückgang von nominal -1,3%. Im Gesamtjahr blieb unter dem Strich ein Umsatzrückgang von -0,3%. Geprägt wird die Geschäftsentwicklung jedoch nicht nur von der Kaufzurückhaltung der Deutschen, sondern auch von den Verschiebungen zwischen den Vertriebskanälen „Online“ und „Offline“ sowie den Folgen der Pandemie.

„Die verhaltene Nachfrage im **November und Dezember** hat dazu geführt, dass die Mehrheit der **Textil- und Modehändler** das Jahr 2025 mit einem einstelligen Umsatzminus abgeschlossen hat“, berichtet der **Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren** (BTE), in einem ersten Rückblick: Da die Kosten jedoch gleichzeitig stabil geblieben seien oder sogar noch zugelegt hätten, dürften zahlreiche Unternehmen im vergangenen Jahr in die roten Zahlen gerutscht sein. Vor diesem Hinter-



Die Filialen von Gerry Weber wurden im Rahmen der Insolvenz geschlossen.

grund ergibt die Umfrage des Verbands vom Januar, dass das Gros der Modehändler (71% der Nennungen) für sich die Notwendigkeit sieht, die Kostenentwicklung besonders intensiv zu überprüfen und zu senken und die Warensteuerung (72% der Nennungen) so zu verbessern, dass die Abschriften vermindert werden – sprich: weniger Ware am Ende der Saison zu reduzierten Preisen verkauft werden muss.

In diesem Kontext will laut BTE rund die Hälfte der befragten Unternehmen, die **Motivation seiner Mitarbeiter stärken** und in die **Schulung des Personals** investieren. Denn im Wettbewerb mit dem Online-Handel kann der stationäre Einzelhandel gerade mit guter Beratung punkten. Weitere Investitionsschwerpunkte sind laut Umfrage die Themen **Einkaufserlebnisse schaffen** und **Events** (45%) anbieten, verstärkt auf **digitales Marketing** und **CRM** (40%) setzen, die **Nutzung von KI** (35%) sowie die Investition in die **Optik des Ladens** und in die **Warenpräsentation** (29%) vorantreiben. All dies sind Maßnahmen, um sich von der virtuellen Internet-Welt abzugrenzen und hier Boden gut zu machen.

Dass dies notwendig ist, zeigt der Blick auf die Zahlen. Im Jahr 2024 – jüngere Zahlen liegen noch nicht vor – erreichte der **Einzelhandel mit Bekleidung** (ohne Schuhe) sowie **Haus- und Heimtextilien** laut BTE mit einem Umsatz von rund 67,5 Mrd. Euro zwar wieder das Niveau des Vorjahres, doch verzeichnete der Versand- und Online-Handel einen Zuwachs von 1,6% auf 19,1 Mrd. Euro. Das Umsatz-

Unternehmens News

Jagdfeld mit positivem Vermietungsgeschäft

Der Asset Manager **Jagdfeld Real Estate** hat sein Vermietungsgeschäft 2025 positiv entwickeln können. Gegenüber 2022 stieg die neuvermietete Fläche um 65% von 39 981 qm auf 65 974 qm und die Zahl der abgeschlossenen Verträge um knapp 34% von 145 auf 194. Besonderer Treiber war der **Retail-Bereich**, in dem das Unternehmen mit ca. 51 000 qm insgesamt knapp 17% mehr Flächen als 2024 vermieten konnten. Der **Lebensmitteleinzelhandel** hatte daran den größten Anteil. „Im vergangenen Jahr eine solche, auch qualitative Verstärkung der hervorragenden Zahlen der Vorjahre erreicht zu haben, spricht für unsere nachhaltige Vermietungsarbeit“, wie **Benedikt Jagdfeld, Chef** der Jagdfeld Real Estate betont.

Deals

Garching: In Garching bei München hat das dänische Transport- und Logistikunternehmen **DSV** eine Immobilie mit knapp 9 000 qm Lager- und Bürofläche im Norden der Stadt langfristig angemietet. **Logivest** hat den Vertrag vermittelt. Die Bestandsimmobilie im Gewerbegebiet Garching-Hochbrück befindet sich in der Nähe der Bundesstraßen B471 und B13 und somit in idealer Anbindung an die Bundesautobahnen A9 und A92 und an den Münchner Autobahnring A99. Laut Logivest steigt die Nachfrage nach Bestandsimmobilien weiter.

plus entfiel dabei nach Feststellung des Analyseunternehmens **Bulwiengesa** fast ausschließlich auf die **Internet Pure Player**. Dagegen ging der Umsatz im **stationären Einzelhandel** um -0,9% auf 36,0 Mrd. Euro zurück. Damit entfallen etwa 60% des Umsatzes auf den stationären Handel und rund 40% auf den Online- und Versandhandel. Dessen Umsatzanteil hat sich dadurch um 1,0% oder 0,4 Prozentpunkte erhöht.

Ganz massiv haben sich auch die **Zwangsschließungen zur Corona-Bekämpfung** auf die deutsche Bekleidungs- und Textilindustrie ausgewirkt. Abzulesen ist das an den **zahlreichen Insolvenzen** in den vergangenen Jahren. So berichtete das Analyseunternehmen Bulwiengesa in der **20. Ausgabe des Hahn Retail Real Estate Report 2025/2026** von 153 Modeanbieter-Insolvenzen und 33 Großinsolvenzen im Nach-Corona-Jahr 2023. Laut Textilwirtschaft seien das dreimal so viele Insolvenzen wie im Jahr zuvor gewesen. Viele der von den Zwangsschließungen betroffenen Unternehmen gerieten erst nach Abflauen der Pandemie in Schieflage, etwa weil sie die Staatshilfen zurückzahlen mussten, die Ertrags- und Umsatzeinbrüche in der Pandemie aber noch nicht ausgleichen konnten. Im Jahr 2024 verzeichnete der Modehandel zwar eine Stabilisierung bei den Insolvenzen, laut Bulwiengesa aber auf einem kritischen Niveau.

„Die Insolvenzwelle verlor zwar an Intensität, blieb jedoch in der gesamten Modebranche einschließlich Handel und Herstellern deutlich über dem langjährigen Durchschnitt“, schreibt **Joseph Frechen, Niederlassungsleiter** bei der **Bulwiengesa GmbH**, im Hahn Report: „Das Jahr 2024 war geprägt von mehreren Insolvenzfällen etablierter Marktakteure.“

Die Insolvenzwelle bleibt auf einem kritischen Niveau

Zu den Namen gehört etwa der Herrenausstatter **Wormland**, der 2024 zunächst erfolgreich saniert und nach Abschluss des Verfahrens im August nach Übernahme durch Lengermann & Trieschmann weitergeführt wurde. Nach der zweiten Insolvenz im vergangenen November werden alle Filialen geschlossen. Einer der Gründe für das endgültige Aus soll die mangelnde Kompromissbereitschaft der Vermieter gewesen sein.

Zu den Insolvenzen, die erfolgreich abgeschlossen werden konnten, gehört die komplette Übernahme der Luxus-Kaufhaus-Kette **KaDeWe-Group** im Rahmen der Signa-Insolvenz durch den thailändischen Warenhaus-Betreiber **Central Group**. **Galeria Karstadt Kaufhof** konnte ihr drittes Insolvenzverfahren innerhalb von vier Jahren am 31. Juli 2024 erfolgreich mit den neuen Eigentümern, dem Unternehmer **Bernd Beetz** und der **NRDC Equity Partners** abschließen. Der Anbieter von

Designermode **Sör** meldete im März 2024 ein Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung an und beendete es im April 2025.

Die Mode-Kaufhaus-Kette **Sinn** stellte im August 2024 den vierten Insolvenzantrag und konnte das Verfahren erfolgreich und etwas verschlankt zum 31. Juli 2025 beenden. „Auch im Jahr 2025 bleibt die Situation im



Die Mode-Kette Sinn startete nach der Insolvenz wieder durch. Foto: Sinn

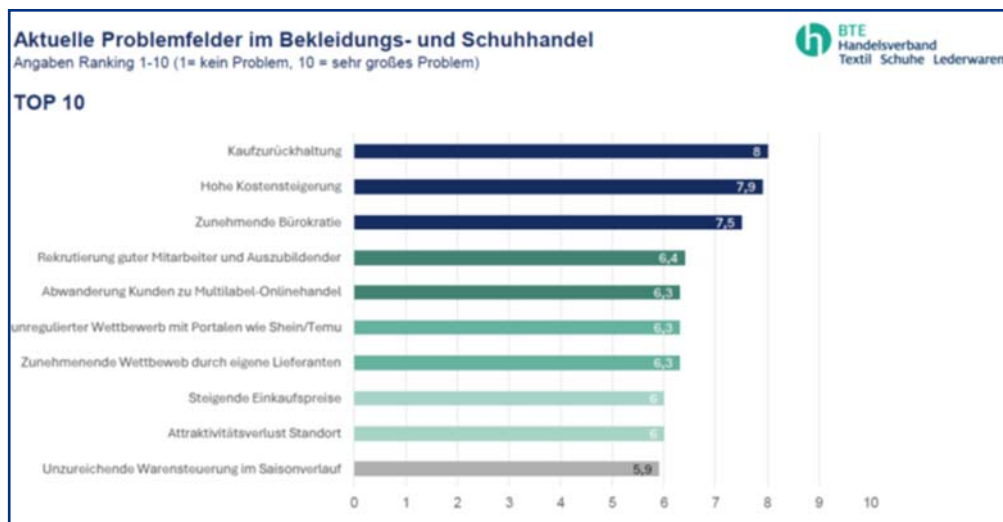
Modehandel volatil“, stellt Frechen weiter fest. So kamen neue Insolvenzanträge im August 2025 von der Modemarke **Closed** hinzu, nachdem schon der Textil-Discounter **Pepco Deutschland** im Juli Insolvenz beantragt hatte und zahlreiche Filialen schließen und Personal abbauen musste. Die Ex-Deichmann-Tochter **Onygo** musste im April 2025 Insolvenz anmelden und schließlich ihr Geschäft einstellen, weil sich kein Investor für sie fand.

Die Modemarke **Gerry Weber** war im März 2025 erneut in Insolvenz gegangen. Inzwischen sind alle Filialen geschlossen und die Namensrechte wurden an den spanischen Modehersteller **Victrix** verkauft. Der österreichische Wäschehersteller **Palmers** musste im Februar 2025 Insolvenz anmelden, genauso wie der Skateboard-Händler **Titus**, der die Insolvenz in Eigenverantwortung laut Hahn Report aber im Juli 2025 erfolgreich beenden konnte.

Vor dem Hintergrund dieser weiteren Insolvenzen im Jahr 2025 erwartete der BTE keine durchgreifende Verbesserung der Marktlage: „Die Branche steht vor anhaltenden strukturellen Herausforderungen, resultierend aus stagnierenden bis leicht rückläufigen Erlösen bei gleichzeitig kontinuierlich steigenden Betriebskosten“, stellt Frechen fest: „Während Luxus- und Billiganbieter in den vergangenen drei Jahren Wachstum verzeichneten, befindet sich das **mittlere Preissegment** in einem intensiven Verdrängungswettbewerb.“ ▶

Laut Branchenverband BTE setzt sich die Marktkonsolidierung vor allem bei den **mittelständischen Händlern** fort, die mit **Standardsortimenten** unter erheblichem Anpassungsdruck stehen. Abzulesen ist das laut Frechen auch daran, dass sich die Marktkonzentration weiter verstärkt. Der Anteil der **Großunternehmen** mit einem Jahresumsatz ab 100 Mio. Euro erreichte 2024 einen Marktanteil von 64,7%, während kleine und mittlere Fachgeschäfte – oft lautlos – vom Markt verschwinden

In diesem schwierigen Umfeld zeichnete sich nach Beobachtung von Joseph Frechen bereits 2024 beim Einkauf von Modeartikeln „eine höhere Bedarfsorientierung ab“, die auch im ersten Halbjahr 2025 zu beobachten war. Als Antwort darauf haben die Bekleidungshersteller und auch der Modeeinzelhandel ihren „Ready to Wear“-Ansatz verstärkt. Das bedeutet, dass die Mode dann in den Geschäften zu finden sein soll, wenn die Saison beginnt oder das passende Wetter da ist. Gleichzeitig nimmt nach Frechens Beobachtung die Lust auf den Einkauf von Mode weiter ab. So sei der Anteil der Menschen, der kein Interesse an Mode hat, im ersten Halbjahr 2025 nochmals gewachsen. Allerdings schlägt diese **Einkaufsverweigerung** nach seiner Feststellung stärker auf den Online-Handel als auf den stationären Modehandel durch.



Des Weiteren registrierte er 2025 gegenüber 2024 bei Mode ein **gemischtes Ausgabeverhalten**: „Während die Konsumenten grundsätzlich preissensibel bleiben, hat die gefühlte Belastung durch Inflation allmählich nachgelassen“, wie er feststellt: „Dies führte im Verlauf des ersten Halbjahres 2025 zu selektiv erhöhten Einkaufsaktivitäten, wobei die Verbraucher verstärkt auf Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnisse achten.“ Und das Verhalten während der Corona-Zeit, sämtliche Modekäufe möglichst auf ein Geschäft zu konzentrieren, wurde wieder abgelöst von dem differenzierten Mode-Shopping-Trip, bei dem gezielt verschiedene Geschäfte aufgesucht und im Rahmen eines strategischen Einkaufs Einzelstücke gekauft werden.

Das Preisbewusstsein spielt eine wichtige Rolle

Wenig veränderte sich dabei aber am **Preisbewusstsein** der Deutschen, das laut Frechen weiterhin eine Rolle spielt, so dass Sonderangebote oder der verstärkte Kauf von Eigenmarken im Mittelpunkt stehen. Dieses Verhalten wird seit Ausbruch der Inflation 2021/2022 auch im Lebensmittelhandel beobachtet. „Da sich besonders der Online-Kanal über den günstigen Preis definiert, zeichnet sich im ersten Halbjahr 2025 trotz der allgemeinen Zurückhaltung beim Mode-Shopping eine stabile bis leicht positive Umsatzperformance im Online-Einzelhandel mit Mode ab“, stellt der Experte fest und spricht vom hybriden Einkaufen. Tatsächlich erzielte der **Internet- und Versandhandel** nach den vorläufigen Zahlen des BTE 2025 bei Bekleidung einen Umsatzanstieg von 15,67 Mrd. auf 16,29 Mrd. Euro. ■

Deals

Ahaus: Im Sommer des vergangenen Jahres hatte **Brockhoff** den Männermode-Spezialisten **Engbers** bei der Optimierung seiner Verkaufsfläche begleitet und den Umzug von der Marktstraße 4 in die Marktstraße 20 ermöglicht. Durch diese Verlagerung wurde die Fläche in der Marktstraße 4 frei, ebenfalls ein Standort in der 1A-Lage mit hoher Sichtbarkeit und starkem Publikumsverkehr. In enger Abstimmung mit dem Eigentümer des Geschäftshauses und der Buchhandlung **Thalia**, vermittelte Brockhoff nun die Anmietung von 270 qm Mietfläche in dem Geschäftshaus in der Marktstraße.

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.