

# Handelsimmobilien Report



## Liebe Leser,

drei Jahre nach dem Ende der Corona-Pandemie mit ihren gravierenden Einschnitten auch für den innerstädtischen Einzelhandel, gefolgt von weiteren einschneidenden Krisen, wird klar, wie viel sich durch die Zwangsmaßnahmen für die Innenstädte verändert hat – auch im Zusammenspiel mit Online-Handel und KI Chatbots. So bringen die seit den Corona-Schließungen intensivierten Diskussionen darüber, ob die Innenstädte mit ihrem Einzelhandelsangebot im Internet-Zeitalter noch eine Bedeutung haben und wenn ja, wie sie sich verändern müssen, immer mehr Klarheit über den Status quo. Klar ist, dass der Online-Shop seine Position als Alternative zum stationären Einkauf festigen konnte – da haben die Zwangsschließungen geholfen – und die wachsende Bedeutung von KI den Einkaufsprozess beeinflussen wird.

Klar ist aber auch, dass die Innenstädte als Zentren des menschlichen Zusammenlebens unentbehrlich sind. Genauso wie Umfragen unter den Innenstadtbesuchern bestätigen, dass die Einzelhandelsangebote der Hauptgrund für den Gang oder die Fahrt in die City sind. Das gilt auch für die Generation Z, auch wenn diese fleißig im Internet einkauft. Wer die öden Stadtzentren in der DDR kennengelernt hat – hier war der Einzelhandel schon wegen des Produktmangels verpönt – weiß das einzuordnen.

Doch dass sich mit dem wachsenden Wohlstand und dem Strukturwandel in den Stadtzentren selbst die Ansprüche verändert haben, ist schon lange zu beobachten. Denn nachdem in den 1970er-/1980er-Jahren neben dem Lebensmittelhandel weitere Sortimente wie Baumärkte, Drogeriemärkte, Unterhaltungselektronik und damit wesentliche Teile des Versorgungseinkaufs auf die grüne Wiese zogen, steht die Innenstadt vor der Frage, wie und mit welchen Sortimenten sie die Kunden halten kann? Vor allem die Warenhäuser mit ihren Sortimenten in teuren Innenstadtlagen gerieten durch die Billig-Konkurrenz auf der grünen Wiese unter Druck.

Nach dem Verlust der Hauptversorgungsfunktion bleibt der City damit primär die Funktion des Erlebnishandels oder des Freizeiteinkaufs – nachdem der Wocheneinkauf erledigt ist. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass viele Lebensmittelhändler in die Cities zurückkehren. Das Massengeschäft bleibt im Stadtteil oder am Stadtrand. Dagegen ist der Innenstadthandel mit Mode zwar lukrativer, aber auch risikoreicher, weil er von Wetter und Modetrends abhängig ist, die gut ankommen oder auch nicht.

Wie sehr die Zwangsschließungen den City-Handel geschädigt haben, lässt sich an den vielen Filialschließungen im Rahmen von Insolvenzen und dem Verschwinden vieler namhafter Marken ablesen. Insofern ist es nicht überraschend, wenn aktuelle Umfragen ergeben, dass immer mehr Befragte eine abnehmende Angebotskompetenz in den Innenstädten registrieren. Hier gilt es für alle Innenstadttakteure mit guten Konzepten den Abwärtstrend zu stoppen. Dabei ist es auch wichtig, die eingetretenen Pfade zu verlassen. Die Präferenzen der Bürger und Bürgerinnen sind durch viele Umfragen bekannt und können auch in der aktuellen Ausgabe nachgelesen werden.

**Dr. Ruth Vierbuchen**

Chefredakteurin



Nr. 461 vom 06.02.2026

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

## Inhaltsverzeichnis

<b>Editorial</b>	1
<b>Handelsjahr 2026: Die Innenstädte müssen einen echten Mehrwert bieten</b>	2
<b>Einzelhandelskonjunktur: Kaufzurückhaltung bereitet Sorgen</b>	7
<b>Die Innenstädte von Morgen sind multifunktionale Erlebnisräume</b>	8
<b>Intersport: Die Gruppe forciert ihre Omnichannel-Strategie</b>	10
<b>Münchener City Befragung: Auftrag für die Innenstadttakteure</b>	11
<b>Investmentmarkt Logistik: Es fehlten 2025 dir großen Tickets</b>	14
<b>Kaufkraft Deutschland: Spürbares Wachstum in diesem Jahr</b>	16
<b>Vermietungsmarkt Logistik: Hoffnung auf das Sondervermögen</b>	18
<b>Impressum</b>	18

## HandelsimmobilienReport Partner





Foto: R. Vierbuchen

[Was hält 2026 für den Handel bereit?](#)

## Die Innenstädte müssen gegen das Internet einen echten Mehrwert bieten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

*Im vergangenen Jahr ist der Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamts real um 2,4% und nominal um 3,6% gewachsen – vor allem, weil der Internet- und Versandhandel zweistellig gewachsen ist. Derweil geht der Strukturwandel im stationären Einzelhandel und in den Innenstädten weiter – und damit auch die Suche nach dem richtigen Weg und der richtigen Strategie für die Zukunft. Alles bleibt im Fluss.*

„Es wird immer schwieriger, eine gute Antwort darauf zu geben“, schickt denn auch **Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln** beim **ECC Web Talk** seinem Vortrag über das Thema **Jahresausblick: Das hält das Jahr 2026 für den Handel bereit**, voraus. Sehr komplex sind die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel durch die zunehmende Digitalisierung des Verkaufsprozesses, die wachsende Bedeutung von Künstlicher Intelligenz (KI) bei Produktsuche und Produktwahl, die schwache deutsche Konjunktur und die seit Jahren schlechte Verbraucherstimmung. Hinzu kommen die gravierenden Folgen der Zwangsschließungen zur Corona-Bekämpfung für den innerstädtischen Nonfoodhandel und die Cities selbst.

So ist der Anteil der Deutschen, der befürchtet, seinen Lebensstandard auf Grund der aktuellen Wirtschaftskrise nicht mehr halten zu können, 2025 auf 53% gestiegen – nach 46% im Jahr zuvor. Nur 19% haben keine Existenzängste. Der Einzelhandel bekommt das direkt zu spüren. Denn laut IFH-Umfrage vom November 2025 gab die Mehrheit der Befragten an (72% der Nennungen), dass sie stärker als früher die Preise vergleichen. 2022 lag der Anteil bei 63%. Auch der Anteil der Bundesbürger, der mehr Sonderangebote kauft, ist von 51% (2022) auf 71% Ende November 2025 gestiegen. Zudem verzichtet die Mehrheit (58% der Nennungen) auf den Kauf von teuren Marken. Und schließlich kaufen seit November 2025 mit 46% der Nennungen wieder etwas mehr Kunden im Discounter ein als im August 2022 mit 44%.

Diese **Kaufzurückhaltung** und **Sparsamkeit** in Verbindung mit dem deutlichen **Anstieg der Lebenshaltungskosten** seit Corona und dem Ausbruch des Krieges in der Ukraine, spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung des Einzelhandels wider, der laut Kai Hudetz zwischen 2019 und 2024 kein reales Umsatzplus mehr verzeichnen konnte. So ist der **Lebensmittelhandel** in dieser Zeit zwar um nominal 26,2% gewachsen, unterm Strich stand aber ein reales Minus von -3,2%. Im **Nonfood-**

### Unternehmens News

#### Hahn Gruppe gewinnt Mandat für 42 Objekte

Die **Hahn Gruppe** hat zum 1. Januar ein Mandat für das Portfolio-, Asset- und



Property-Management eines institutionellen Immobilienportfolios erhalten. Dieses umfasst 42 Handelsimmobilien mit einem Immobilienvermögen von über 300 Mio. Euro. Die Anleger der luxemburgischen Fondsstruktur sind **berufsständische Versorgungswerke**, die seit Auflage des Fonds 2016 investiert sind. Mit der Mandatierung verantwortet die Hahn Gruppe alle Managementleistungen entlang der Wertschöpfungskette. Zuvor waren die Aufgaben auf zwei separate Dienstleister verteilt. Als Service-KVG fungiert **INTREAL Luxembourg**. Die rechtliche Beratung bei der Mandatsübernahme erfolgte durch **CMS, Frankfurt / Luxemburg** und **King & Spalding**. Das bundesweit diversifizierte Portfolio umfasst Fachmarktzentren, SB-Warenhäuser, Lebensmittelmärkte und Baumärkte. Zu den Hauptmietern zählen die **Rewe Group, Edeka** und **Kaufland**. Geplant ist, durch aktives Management und ein gezieltes Transaktions-Timing auf eine optimale Wertentwicklung des Portfolios hinzuarbeiten. Für **Vorstandschef Thomas Kuhlmann** unterstreicht das Mandat die Leistungsfähigkeit des integrierten Managementansatzes der Hahn Gruppe.

**Fachhandel** lag das nominale Wachstum bei 13,8%, real bedeutete das einen Umsatzrückgang von -2,0%.

Der **stationäre Einzelhandel** insgesamt verzeichnete bei einem nominalen Umsatzplus von 20,2% zwischen 2019 und 2024, ein reales Umsatzminus von -1,1%. In den ersten neun Monaten 2025 lag das nominale Umsatzwachstum bei 3,6% und real blieb zumindest noch ein kleines Plus von 1,1%. Nur der **Online-Handel**, der während der Corona-Zwangsschließungen stark gewachsen war, verzeichnete nach einem nominalen Plus von 44,7% auch real noch ein Wachstum von 29,6%.

## Der Internet-Handel hat sich als feste Größe in der Branche etabliert

Schon diese Zahlen belegen, dass sich der **Internet-Handel** und die **Digitalisierung** als feste Größe im Einzelhandel etabliert haben und auch die Entwicklung 2026 beeinflussen werden. Noch deutlicher wird das, wenn man die **Verschiebungen beim Kaufverhalten** zwischen 2023 und 2025 betrachtet. Während die Konsumenten etwa ihre **persönliche Ausstattung** 2023 und 2024 jeweils zur Hälfte im stationären Handel eingekauft und im Online-Shop bestellt haben, gingen sie davon aus, dass sie 2025 im Schnitt nur noch 44% vor Ort

einkaufen und 56% im Internet bestellen werden. Bei **Consumer Electronic** könnte der stationär gekaufte Teil von 46% (2023) auf 42% im vergangenen Jahr gesunken und der online gekaufte Anteil von 54 auf 58% gestiegen sein. Ob diese Erwartungen für 2025 auch so eintrafen, ist laut Hudetz aber nicht ganz ausgemacht.

Weiter verändern wird sich 2026 auch die **Customer Journey** bei der Nutzung von Suchmaschinen – etwa im Verhältnis von traditionellen Suchmaschinen wie Google oder Amazon, der bei der Produktsuche seit 2013 lange die Nummer eins war. Inzwischen rücken laut Hudetz aber **KI** und **Chatbots** bei der Suche immer weiter nach. Laut IFH-Umfrage nutzen 21% der Befragten zur Kaufvorbereitung heute noch bevorzugt **klassische Suchmaschinen** oder **Plattformen**. Gut jeder Dritte (35%) nutzt aber schon häufiger KI Chatbots als die klassischen Suchmaschinen oder Plattformen. Mit 44% nutzt der größte Teil der Befragten inzwischen aber klassische Suchmaschinen wie Google und Plattformen wie Amazon genauso häufig wie KI Chatbots.

Beim Blick in die weitere Zukunft gehen die Experten davon aus, dass die Bedeutung der KI-gestützten Suche via Chatbots weiter steigen wird. Unter den aktuellen Nutzern gaben aber auch 2% an, dass sie in Zukunft

# WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN.



## Einzelobjekte und Portfolien

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

Ein detailliertes Ankaufsprofil finden Sie im Internet unter [www.grr-garbe.com](http://www.grr-garbe.com)

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

**GRR.**  
GARBE Retail

keine KI-Chatbots nutzen werden, sondern sich wie bisher über die Produkte informieren. Die überwiegende Mehrheit der befragten Nutzer (61%) gab an, dass sie wahrscheinlich häufiger KI Chatbots nutzen werden, gleichzeitig aber auch die traditionellen Suchmaschinen einsetzen oder im Online-Shop stöbern werden. Eine beachtliche Gruppe von 37% will aber auch überwiegend KI-Chatbots nutzen.

Von den befragten **Nicht-Nutzern** gab immerhin knapp ein Drittel (32%) an, auch künftig keine KI Chatbots nutzen zu wollen. Die Mehrheit (63%) ist zwar offen für die neuen Möglichkeiten der KI, will aber auch weiterhin mit den klassischen Suchmaschinen arbeiten und Online-Shops besuchen. Aus dieser Gruppe sind denn auch nur 5% bereit, KI Chatbots künftig überwiegend bei der Produktsuche einzusetzen. Das zeigt, dass ein beachtlicher Teil der Kunden über die traditionellen Produktsuchmaschinen zu erreichen sind.



**Viele Filialschließungen nach Corona.**

Foto: R. Vierbuchen

Bleibt die Frage, ob die Nutzer nicht nur über KI Chatbots gesucht, sondern auch eingekauft haben? Im Bereich Mode & Accessoires hat die Hälfte der 13% Produktmaschinensucher auch gekauft, bei Kosmetik und Pflegeprodukten waren es sogar drei Viertel aus der Gruppe von 19% Nutzern. Auch bei Möbel und Wohnaccessoires lag die Einkaufsquote bei 50%.

IFH-Geschäftsführer Hudetz geht davon aus, dass 2026 auch der Verkauf über den neuen **TikTok-Shop** zunehmen wird. Die weitere Entwicklung dieses Vertriebskanals ist aus seiner Sicht Kategorie-übergreifend spannend. Gemäß IFH wurde hier mit 55% vor allem **Bekleidung** gekauft, gefolgt von **Kosmetik und Pflegeprodukten** mit 51%, **Sport und Freizeit** (34%) sowie **Unterhaltungselektronik** mit 30%. Dabei gibt es auch bereits einen großen Teil von Wiederkäufern. Denn der größte Teil der Befragten (51%) hat auch bereits drei bis fünf Mal im TikTok-Shop gekauft und 39% zumindest ein bis zweimal.

## Verkauf über den TikTok-Shop wird 2026 zunehmen

Der Blick auf die Entwicklung von **Amazon** zeigt, dass der **Eigenhandel** weniger Dynamik entfaltet und der Umsatz zwischen 2022 und 2024 nur noch von 17,3 Mrd. auf 18,0 Mrd. Euro (inkl. MwSt.) gestiegen ist. Dagegen ist der **Amazon-Marktplatz** in diesem Zeitraum von 56,4 Mrd. auf 65,9 Mrd. Euro (inkl. MwSt.) gewachsen. „Das tatsächliche Wachstumspotenzial kommt von den Händlern auf den Marktplätzen,“ so Hudetz. In diesem Umfeld geben laut IFH die Newcomer aus China, **Temu** und **Shein**, unter den Marktplätzen inzwischen den Ton an und sind zuletzt deutlich gewachsen. Vor allem bei Temu ist die Bestellhäufigkeit bis November 2025 um 25% gestiegen und der Plattform gelingt es zunehmend, aus Einmalkäufern Mehrfachkäufer zu machen – nicht zuletzt, weil der Anbieter die Besteller immer wieder mit Angeboten animiert.

## Unternehmens-News

### MEC managt die Römerpassage Mainz

Der Manager von Handelsimmobilien **MEC** übernimmt das Standortmanage-



ment für die **Römerpassage** in Mainz. Den Auftrag erteilte der Asset Manager **UBS Real Estate**. Wie die MEC mitteilte, konnte sie sich in einem kompetitiven Vergabeverfahren durchsetzen. Sie verantwortet das kaufmännische und technische Property Management sowie das Vermietungsmanagement der Römerpassage. Diese verbindet auf rd. 16 000 qm Mietfläche Einzelhandel, Wohnen, Büros und Gesundheitsdienstleistungen miteinander. Mit 27 Shops auf drei Etagen, darunter Einzelhändler wie **Hugendubel**, **Depot** und **Søstrene Grene**, zählt das Objekt zu den bedeutenden innerstädtischen Handelsimmobilien in Rheinland-Pfalz. Die Büros, Arztpraxen und Wohnungen sorgen zudem für eine hohe Nutzungsmischung und kontinuierliche Frequenz. Unter diesen Mietern findet sich mit der **CSL Plasma** ein Zentrum für Blutspenden. Wir **Jörg Wege**, **Head of Business & Project Development** und **Stadtplaner** bei der MEC, erläutert, sind „Mixed-Use-Konzepte wie die Römerpassage ein zentrales Element zukunftsfähiger Innenstädte“. Dadurch entstehe Wertschöpfung nicht nur durch Fläche, sondern durch Vielfalt, Synergien und urbane Lebensqualität.



# 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 7 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](http://hahnag.de)

 **Hahn  
Gruppe**  
Wertarbeit mit Immobilien

Im Kontrast zu den wachsenden Möglichkeiten der Digitalisierung und des Internet-Handels registrieren die Deutschen **in vielen Städten abnehmende Angebotskompetenz**. Viele Marken mussten sich laut Hudetz aus den Innenstädten verabschieden. Das Angebot auf der Fläche werde immer schwächer. Hier dürften sich auch die durch die Pandemie-Bekämpfung verursachten Insolvenzen auswirken. Laut IFH ist die Zahl der Verkaufsstellen zwischen 2019 und 2024 von rund 352 000 auf 306 000 gesunken und sie könnte 2025 auf 301 500 gesunken sein

In diesem innerstädtischen Abwärtstrend sieht der IFH Geschäftsführer eine große Gefahr, da genau das dazu führe, dass viele Kundinnen und Kunden ins Internet abwandern. Deshalb wäre es notwendig, der virtuellen Welt des Online-Handels in der realen Innenstadt ein vielfältiges und attraktives Warenangebot entgegenzusetzen. Stattdessen zeigt der Blick auf die Ergebnisse der **IFH-Studie Vitale Innenstadt** von 2024, dass die Zahl der Konsumenten, die viele Branchen mit der Note 3 und schlechter bewerteten, gegenüber 2020 gewachsen ist.

Laut Hudetz ist diese Entwicklung aber nicht Gott gegeben, denn es gebe auch viele Standorte, die dage-

gehalten würden. Als Positivbeispiel nennt er etwa den **stationären Buchhandel**, der sich mit **Vertrauen** und **Kundenzentrierung** gegen Amazon behaupten konnte. Dagegen wird vielen Innenstädten ein **langweiliges Angebot** ohne Inspiration konzediert (37% der Nennungen). Für andere (40%) ist es **zu aufwendig** in die Innenstadt zu kommen und 36% **fehlt die Zeit**, um zum Einkaufen ins Stadtzentrum zu fahren.

Doch wenn 40% der Befragten angeben, dass sie gerne Bummeln gehen und 47% berichten, dass sie dabei auch immer wieder etwas einkaufen und 38% finden, dass man sich gut in Geschäften aufhalten kann, dann ist das für den stationären Einzelhandel eine gute Voraussetzung, in attraktive Sortimente und Aufenthaltsqualität zu investieren. Zumal Bummeln gehen auch bei jungen Leuten sehr beliebt ist.

In diesem Kontext ist der IFH-Geschäftsführer überzeugt: Wir brauchen klassisches Unternehmertum mit dem Mut, neue Wege zu gehen und der Einzelhandel müsse einen echten Mehrwert bieten. Zumal die Digitalisierung der Branche erhalten bleiben wird, beispielsweise auch durch KI, die laut Hudetz aber auch echten Mehrwert auf die stationäre Fläche bringen kann. ■

## GPEP erwirbt Portfolio mit 11 Lebensmittelmärkten

Die **GPEP GmbH** hat für einen **Immobilienfond** ein Portfolio mit elf Lebensmittelmärkten erworben. Verkäufer ist die **Ratisbona Handelsimmobilien**. Die rechtliche Beratung erfolgte durch **GSK Stockmann**, die technische Due Diligence durch **Gleeds Deutschland**. Das Nahversorgungsportfolio umfasst zehn neu erbaute **Netto-Discounter** und einen 2018 erbauten **Rewe-Vollsortimenter**. Die Standorte befinden sich in Bayern, Hessen, Niedersachsen, Sachsen und Thüringen. Alle Objekte sind langfristig vermietet und stehen in verkehrsgünstigen, gut frequentierten Lagen. Die gewichtete durchschnittliche Restlaufzeit der Mietverträge (WALT) beträgt rund 14 Jahre.



Neben den bonitätsstarken Mietern überzeugt das Portfolio laut GPEP durch die hohe **ESG-Konformität**, die durch Mietverträge mit Green-Lease-Klauseln untermauert wird. Besonders die Netto-Märkte setzen Maßstäbe in puncto nachhaltige Bauweise, technische Ausstattung und einen ressourcenschonenden und energieeffizienten Betrieb. Geheizt wird über Luft-Wärmepumpen, während PV-Anlagen auf den Dächern Strom für die Technik und die E-Ladesäulen auf den Parkplätzen erzeugen. Die Außenanlagen wurden naturnah gestaltet, beim Bau kamen verstärkt Holz und Zellulose zum Einsatz.

Als ESG-Highlight des Portfolios gilt dabei der **Netto-Markt in Creußen**, der ganz auf Holz und recyclingfähige Elemente setzt, von der Fassade bis zur Innenausstattung. Unbehandelte Holzelemente und emissionsarme Baustoffe schaffen ein natürliches Raumklima und das Holz bindet langfristig CO<sup>2</sup>. Nach den Worten von **Jörn Burghardt, Geschäftsführer** der GPEP, sichert diese Neuakquisition den Investoren den Zugang und den Ausbau zum „stabilen und substanzstarken Segment des Lebensmitteleinzelhandels“. Die Standorte würden einen wichtigen Beitrag zur täglichen Nahversorgung in fünf Bundesländern leisten und für eine zukunftsfähige Verbindung von Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit stehen. Dabei profitieren die Mieter laut Burghardt von einem energieeffizienten Betrieb und die Investoren von langfristiger Stabilität und Werthaltigkeit.

## Deals

**Hamburg:** Im **Springer Quartier** am Axel-Springer-Platz 1 in Hamburg-Neustadt eröffnet das Fitness-Konzept **YTTP** ein neues Studio. Die Fläche im Erdgeschoss umfasst rd. 300 qm Mietfläche. **Grossmann & Berger Immobilien** vermittelte gemeinsam mit der **Momeni Group**, die das Ensemble entwickelt hat und managt. YTTP (Your Transformation to Power) steht für ein ganzheitliches Trainingskonzept, das Körper und Geist in Einklang bringt. Im Mittelpunkt steht **Reformer Pilates**, eine effektive Trainingsmethode, die gezielte Muskelkräftigung, verbesserte Beweglichkeit und mentales Wohlbefinden verbindet. Trainiert wird auf Reformer-Geräten, die ein kontrolliertes und gelenkschonendes Workout ermöglichen.

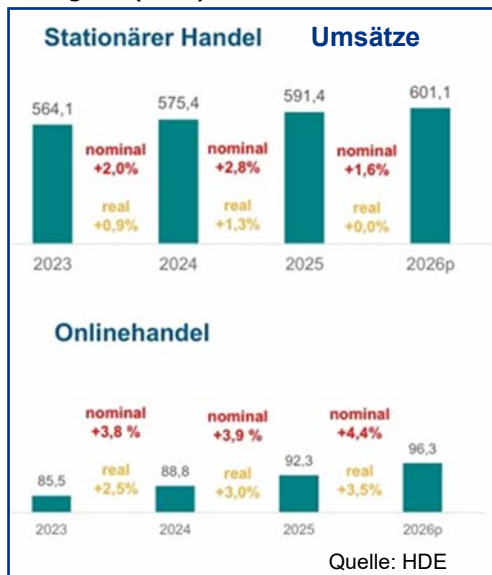
Einzelhandelskonjunktur

# Kaufzurückhaltung bereitet Sorgen

**rv DÜSSELDORF.** Im Jahr 2025, das der Handelsverband Deutschland als verlorenes Jahr für den privaten Konsum einstuft, hat die Branche im Weihnachtsgeschäft aber immerhin die Prognose von 1,5% Umsatzwachstum auf 126,2 Mrd. Euro erfüllt. Auch wenn damit real nur das Vorjahresniveau erreicht werden konnte. In einem herausfordernden Umfeld prognostiziert der Verband für 2026 ein Umsatzwachstum von nominal 2,0% – nach 3,0% im Jahr zuvor. Die Inflationsrate lag zuletzt bei 2,2%.

Nachdem der **Handelsverband Deutschland (HDE)** in seiner Jahrespressekonferenz davon ausgeht, dass der **private Konsum** mit 0,5% in diesem Jahr schwächer wachsen wird als 2025 mit nominal 1,4% und davon viel Geld in die Bereiche Gesundheit und Mobilität fließen wird, sieht **Hauptgeschäftsführer Stefan Genth**, für den deutschen Einzelhandel auch 2026 wenig Spielraum für Wachstum. Zumal Entlastungen wie etwa die ursprünglich geplante Absenkung der hohen Energiepreise auf ein tragfähiges europäisches Niveau für alle Verbraucher nicht in Sicht sind. Und für große Anschaffungen sind die Deutschen laut Genth – nicht zuletzt auf Grund der vielen Krisen – zu sehr verunsichert.

Das zeigt auch der Blick auf das **HDE-Konsumbarometer**, das im Februar zwar eine leichte Stimmungsaufhellung anzeigt, der Index aber insgesamt auf einem niedrigen Niveau bleibt. Laut Genth ist die Stimmung noch nicht wieder auf das Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 zurückgekehrt. Das spürt auch der Einzelhandel, wie eine Umfrage des HDE unter knapp 600 Unternehmen ergab. So rechnet nur gut ein Fünftel der Befragten (23%) mit einer Umsatzentwicklung, die „deutlich“ oder „leicht“ über dem



Vorjahresniveau liegt, wie **Alexander von Preen, Präsident** des HDE, berichtet. Mit einem Umsatz, der „leicht“ oder „deutlich“ unter Vorjahresniveau liegt, rechnen mit 49% mehr als doppelt so viele. Die aktuelle Geschäftslage bezeichnen laut von Preen nur 14% als „gut“ und 37% als „schlecht“. Als „befriedigend“ bezeichnet aber fast die Hälfte (49%) der Befragten ihre Lage.

Vor diesem Hintergrund prognostiziert der HDE-Präsident für 2026 für die Branche ein Umsatzwachstum von nominal 2% auf 697,4 Mrd. Euro, wobei der **stationäre Einzelhandel** (siehe Grafik) nominal um 1,6% (real: 0,0%) auf 601,1 Mrd. Euro wachsen soll und der **Online-Handel** um nominal 4,4% (real: 3,5%) auf 96,3 Mrd.

Euro. Potenzial erwächst dem Internet-Handel nach seinen Worten durch die älteren Verbraucher, die sich mit diesem Vertriebsweg zunehmend anfreunden.

Die größten Sorgen (81% der Nennungen) bereitet dem Einzelhandel laut HDE-Umfrage 2026 die **Kaufzurückhaltung** der Bundesbürger, die ein substantielles Umsatzwachstum verhindern dürfte, gefolgt von den Belastungen des Mittelstands und die Bürokratie (59%) sowie die Preisentwicklung (46%). Deshalb fordert die Mehrheit der Befragten (75% der Nennungen) von der Politik 2026 einen **spürbaren Abbau der Bürokratie**, eine **Absenkung** der Sozialversicherungsbeiträge bzw. ihre Begrenzung auf 40% sowie Steuerentlastungen für die Unternehmen und eine Senkung der Stromsteuer bzw. der Energiekosten, damit die Unternehmen bei moderater Umsatzentwicklung die Kosten im Griff behalten. Ein weiterer Anstieg der Arbeitskosten hätte aus Sicht der Mehrheit (77%) negative Effekte für die Beschäftigung.

## Personalien

### Christoph Scheuermann ist neuer Head of Retail

**Avison Young** verstärkt sein Investment-Team in Deutschland: Am 1. Februar hat **Christoph Scheuermann** die Position des



**Head of Retail Investment Germany** übernommen. Er wird von Frankfurt aus das

bundesweite Retail Investmentgeschäft verantworten und ausbauen. Scheuermann bringt gut 20 Jahre Erfahrung in der Immobilienbranche mit Schwerpunkt Retail-Investments, Bewertung, Transaktionsberatung und strategischer Kundenbetreuung, mit. Zuletzt war er als Relationship Manager bei **BNP Paribas** im Wealth Management, nachdem er hier auch andere führende Positionen inne hatte. Zudem war er bei **DTZ** in leitenden Funktionen. Der Architekt und Immobilienökonom (ADI) ist Mitglied der **Royal Institution of Chartered Surveyors (MRICS)** und verbindet technische Expertise mit Markt- und Investment-Know-how.

+++++

**Berlin: Jagdfeld Real Estate** hat im **Plaza Frankfurter Allee** in Berlin 370 qm an den indischen Supermarkt **Spice Junction** vermietet. Zum 1. Juli richtet der Deutsch-Indier **Rakesh Swamy** im EG mit Zugang zur Frankfurter Allee seinen zweiten Supermarkt ein. Dabei bietet Inhaber Rakesh Swamy frisch zubereitetes indisches Streetfood sowie indisches Gemüse mit Reis und Süßigkeiten.

Eine neue Denkweise für den Handel

# Die Innenstädte von Morgen sind multifunktionale Erlebnisräume

Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer IFH Institut für Handelsforschung GmbH Köln\*)

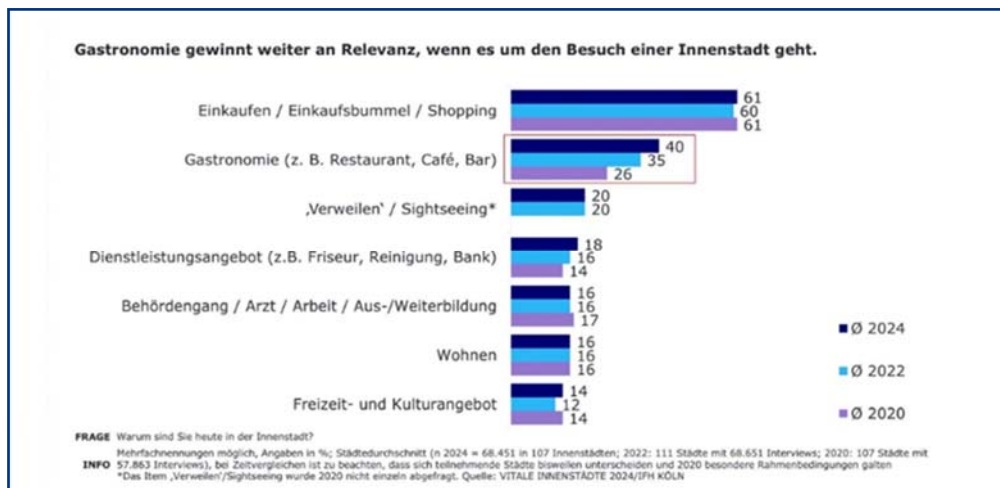
Die Innenstadt als Erlebnisraum: Multifunktionalität statt Monokultur: Innenstädte sind im Wandel – das ist keine neue Erkenntnis. Die entscheidende Frage lautet jedoch nicht, ob sich Innenstädte verändern, sondern wie dieser Wandel aktiv und nachhaltig gestaltet werden kann. Im Fokus dieser Überlegung muss vor allem die folgende Frage stehen: Wer kommt in die Innenstadt und warum? Denn nur dann, wenn Motive und Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher verstanden werden, können Strategien entstehen, die langfristig funktionieren.



**Die Innenstadt als Spiegel der Gesellschaft:** Trotz vieler Negativschlagzeilen in den vergangenen Monaten, etwa über Filialschließungen bei großen Handelsketten, ist die Lage in den Innenstädten oft besser als angenommen. Die Besucher bewerten ihre Citys im Schnitt mit der Schulnote 2,5, wie die Ergebnisse der Studie **Vitale Innenstädte 2024** des **IFH Köln** zeigen. Das ist zwar kein Spitzenwert, aber auch kein Grund zur Resignation.

Und auch ein Blick auf die Frage, wer heute in Zeiten von Onlineshopping und Co. noch in die Innenstädte kommt, schafft schnell Klarheit: alle. Die Besucherschaft ist ein Spiegel der Gesellschaft: **Millennials** (26 - 50 Jahre) stellen mit 30% die größte Gruppe dar, gefolgt von der **Generation X** (51 - 65 Jahre) mit 26%. 23% sind **Babyboomer** (> 65 Jahre) und 21% gehören zur **Generation Z** (bis 25 Jahre). Das durchschnittliche Alter der Innenstadtbesucher liegt aktuell bei 46,1 Jahren – und ist damit leicht rückläufig.

Der **Dauerbrenner:** Einkaufen bleibt das Besuchsmotiv Nummer 1. Shopping ist nach wie vor der Hauptgrund für einen Innenstadtbesuch. Wer Stadtentwicklung ohne Handel denkt, verfehlt somit die Realität. Doch allein mit Konsum lassen sich Menschen nicht mehr dauerhaft binden. Gastronomie gewinnt an Bedeutung: 40% der/des/von ... besuchen die Innenstadt wegen des kulinarischen Angebots – Tendenz steigend. Bei der Gen Z liegen Einkaufen (56%) und Gastronomie (44%) fast gleichauf. Innenstädte von morgen sind folglich **multifunktionale Erlebnisräume**, die (auch) Kultur, Freizeit und Aufenthaltsqualität bieten sollten. ▶



## Deals

### Union Investment erwirbt Fachmarktzentrum

Union Investment hat den **Gewerbepark Stadlau** in **Wien** erworben. Verkäufer ist die börsennotierte Immobiliengesellschaft **Nextensa**



aus Brüssel. Das Fachmarktzentrum befindet sich in Donaustadt, dem 22. Gemeindebezirk Wiens, und damit innerhalb einer der frequenzstärksten Gewerbegebiete der Stadt. Der Kauf erfolgt für einen offenen Immobilien-Spezialfonds von Union Investment. Der Kaufpreis beträgt rd. 36 Mio. Euro. Nach zweijähriger Zurückhaltung auf den Immobilieninvestmentmärkten ist dies in kurzer Zeit der zweite Ankauf. Anfang November 2025 erwarb der Hamburger Asset und Investment Manager eine Logistikimmobilie in Frankreich. Auch in diesem Jahr sind wieder vermehrt Akquisitionen geplant. Der **Gewerbepark Stadlau** wurde im Jahr 1996 als Baumarkt errichtet. Im Jahr 2016 erfolgte eine umfassende Restrukturierung als Fachmarktzentrum und eine Erweiterung um rund 3 000 qm. Der lebensmittelgeankerte **Gewerbepark** hat eine Mietfläche von 10 978 qm und ist derzeit vollvermietet. Ankermieter sind **TK Maxx**, **Intersport**, **Lidl** sowie **dm-Drogeriemarkt**. Union Investment wurde u.a. von **Schönherr Rechtsanwälte**, **TPA**, und **EHL** beraten, **Nextensa** von **Saxinger Rechtsanwälte** und **EY**.

**Zielgruppe statt Sortiment:** Eine neue Denkweise für den Handel. In den vergangenen Jahren haben sich im Einzelhandel vielfältige neue Formate entwickelt. Doch allzu oft orientieren sich Geschäftsmodelle immer noch zu stark an Sortimenten statt an Zielgruppen. Wer glaubt, ein breites Angebot an Produkten allein reiche, um Menschen in die Innenstadt zu ziehen, irrt.

Erfolgreich sind vielmehr jene Konzepte, die ihre Zielgruppen verstehen – nicht nur als Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auch und gerade als Menschen mit Erwartungen, Bedürfnissen und Alltagslogiken. Hierin liegt eine große Chance für Städte, Quartiere und Einkaufsstraßen, wenn sie gemeinschaftlich an den Themen arbeiten. Das bedeutet, dass sich nicht nur einzelne Händler, sondern vielmehr **ganze Standorte** Gedanken darüber machen sollten, welche Menschen sie ansprechen wollen und wie.

**Die Visitor-Journey als Kompass.** Um Innenstädte zukunftsfähig zu gestalten, muss jede Phase des Besuchs betrachtet werden, denn jede Phase der Visitor-Journey bietet konkrete Ansatzpunkte für eine Verbesserung:

- **Anreise und Anlass:** Die **Erreichbarkeit ist essenziell**. Während die Fußgängerfreundlichkeit häufig als gut bewertet wird, ist die **Parksituation oft problematisch**. Es bedarf daher **intelligenter Mobilitätslösungen**, die verschiedene Verkehrsmittel sinnvoll kombinieren.
- **Aufenthalt und Angebot:** Aspekte wie Sauberkeit, Sicherheit und Ambiente beeinflussen das Erlebnis maßgeblich. Vor allem Freizeit, Kultur und Sport schneiden im Vergleich zu Handel und Gastronomie schwächer ab – hier besteht großes Potenzial.
- **Bindung und Weiterempfehlung:** Viele Städte erreichen beim **Net Promoter Score** keine positiven Werte. Doch rund ein Viertel der Städte zeigt: Es geht auch anders. Durch gezielte Maßnahmen lassen sich Besuchende zu überzeugten Botschaftern machen.

**Positive Beispiele:** Lernen von den Erfolgreichen. Dass eine erfolgreiche Innenstadtbelebung kein Wunschdenken ist, zeigen Städte wie **Chemnitz**. Die Stadt hat im Rahmen der Studie „**Vitalen Innenstädte 2024**“ nicht nur mit der besten Gesamtnote bundesweit (1,4) überzeugt, sondern auch mit überdurchschnittlichen Werten bei den Aspekten **Aufenthaltsqualität** und **Mobilität**. Für diese Leistung wurde Chemnitz in diesem Jahr mit dem **VITALIA-Award** ausgezeichnet – ein Preis des **IFH Köln** für die Kommune, die es bundesweit am besten schafft, exzellente

Bewertungen bei lokalen Besuchern für die eigene Innenstadt zu erhalten.

In Chemnitz ist es gelungen, durch das **Zusammenspiel von Stadtverwaltung, Wirtschaft, Handel und zivilgesellschaftlichen Akteuren** eine Innenstadt zu gestalten, die Aufenthaltsqualität neu denkt. Neue gastronomische Angebote, grüne Erholungsbereiche, eine zeitgemäße städtebauliche Gestaltung sowie ein vielfältiges Veranstaltungsprogramm tragen spürbar zur Attraktivität des Zentrums in Chemnitz bei.



**Gastronomie wird immer wichtiger.** Foto: Comfort

**Projekt HOMie – junge Perspektiven für die Innenstadt.** Das Projekt „HOMCity – a place to be“ (kurz: HOMie) in **Homburg** zeigt, wie Jugendliche aktiv an der Stadtentwicklung beteiligt werden können. In einem **Reallabor** werden dort seit 2024 Ideen mit und für junge Menschen getestet – von **konsumfreien Zonen** bis zu  **kreativen Events**. Ziel dabei ist, herauszufinden, was junge Menschen bewegt und wie Innenstädte in ihrem Alltag (wieder) zu relevanten Orten werden können. Diese mutige und partizipative Herangehensweise wurde mit dem **Ko-Pionier-Preis** in der Kategorie **Gesellschaftlicher Zusammenhalt** gewürdigt. Das bedeutet Platz zwei in einem bundesweiten Innovationswettbewerb und ist ein klares Signal dafür, dass Zielgruppenorientierung der Schlüssel ist.

**Fazit:** Die Innenstadt gehört den Besuchenden. Die zentrale Erkenntnis aus allen Daten, Analysen und Best-Practice-Beispielen ist einfach, aber radikal: Alle Macht geht von den Besuchenden aus. Wer eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung betreiben will, muss die Bedürfnisse der Menschen in den Mittelpunkt stellen – und nicht institutionelle Zuständigkeiten, Ressortgrenzen oder Besitzverhältnisse. Die gute Nachricht: Viele Städte sind bereits auf dem Weg. ■

**\*) Der Artikel wurde dem Retail Report „Ready for the next Course, Highstreet?“ von Columbia Threadneedle Investments entnommen**

[Intersport Deutschland eG](#)

## Gruppe forciert Omnichannel-Strategie

**rv DÜSSELDORF.** Die Verbundgruppe Intersport Deutschland eG mit bundesweit 700 angeschlossenen Facheinzelhändlern hat mit einem Außenumsatz von 3,46 Mrd. Euro im Geschäftsjahr 2024/25 das Rekordniveau des Vorjahres wieder erreicht. Megatrends wie Sport und Gesundheit sowie die Forcierung der Omnichannel-Strategie haben zum Erfolg beigetragen. Hinzu kommt die 50%ige Beteiligung an der Unitex GmbH. 2026 feiert die Verbundgruppe ihr 70. Jubiläum.

Dabei verfolgt das Unternehmen nach den Worten von **Alexander v. Preen, CEO**



Foto: Intersport

der **Intersport Deutschland**, ehrgeizige Pläne: „Unser Ziel ist ein jährliches, qualitatives Wachstum von im Durchschnitt über 5% bis 2030.“ Fundament dieses Ziels ist die Investition in Effizienz, Service und Expansion, sowohl stationär als auch online.

Die 50%ige Beteiligung an der **Unitex GmbH** im vergangenen November, bezeichnet v. Preen während der Jahrespressekonferenz

als zentrales Highlight des Geschäftsjahres. Damit sichert sich Intersport Zugang zu einem Mode- und Lifestyle-Verbund mit über 800 Mitgliedern. Die Unitex bezeichnet sich als Service- und Dienstleistungsverbund für den Mode-Handel in Deutschland und Österreich mit Fokus auf Digitalisierung. Als einzige Verbundgruppe in dieser Branche verfügt sie über eine „bankgesicherte Zentralregulierung“. Dabei handelt es sich um ein effizientes Finanzdienstleistungs- und Abrechnungssystem, das den Zahlungsverkehr zwischen Lieferanten und Mitgliedern erleichtert.

Mit Blick auf seine **Finanzstärke** will Intersport Deutschland auch sein organisches Wachstum durch die Eröffnung neuer Sportfachmärkte vorantreiben. Dabei ist das Ziel von 100 neuen Standorten bis 2030 klar formuliert. Laut von Preen ist die Verbundgruppe auch „voll auf Kurs“. So wurden im vergangenen Geschäftsjahr zwölf neue Märkte eröffnet und an vier Standorten die Flächen deutlich vergrößert. Darüber hinaus fördert die Genossenschaft mit ihrem flexiblen Existenzgründungsprogramm **„Selbstständig mit Intersport“** Interessenten und bietet bei Nachfolgeprojekten passgenaue Lösungen an. Denn gerade im Facheinzelhandel müssen Läden oft geschlossen werden, weil sich kein Nachfolger findet.

Weiter geht es auch mit dem Premiumsegment des Sportfachhandels, dem **Intersport-Flagship-Konzept**. Nach der erfolgreichen Eröffnung der ersten vier Häuser ist das Netz seit Januar 2026 um sechs weitere Filialen gewachsen. Dazu gehören Sport Förg in Augsburg, Intersport Krumholz in Mülheim-Kärlich, Engelhorn Sports in Mannheim, Sport Reischmann in Kempten und Ravensburg sowie L&T in Osnabrück.

Ein wichtiger Meilenstein ist für den Verbund im Rahmen seiner Omnichannel-Strategie die **digitale Regalverlängerung** für 1 400 Intersport-Stores. Sie ermöglicht es den Kunden zusammen mit der Bedienung im Laden auf das gesamte Online-Sortiment zuzugreifen. Produkte, Größen und Farben können vor Ort online bestellt und wenige Tage später abgeholt werden. Davon profitieren auch die Markenhersteller, die ihre Zielgruppe so in über 800 kooperierenden Läden erreichen können. Laut **Thomas Storck, stellvertretender Vorstandschef** und **CFO** konnte Intersport 2024/25 mit „intersport.de“ im Omnichannel-Business um 19% wachsen. Zum 70. Jubiläum plant die Verbundgruppe viele Sportevents und Jubiläumskampagnen. ■

### Deals

**MEAG kauft  
Fachmarktzentrum**

Die **MEAG** investiert in das neu gebaute Fachmarktzentrum **Drewespark** in Wismar für den Immobilien-Spezialfonds **MEAG Multi-Sektor Immobilien**. Das Objekt befindet sich in der Schweriner Straße, der direkten Verbindung zwischen der nahen Wismarer Altstadt sowie der B 106 und der A20 im Zentrum. Das Grundstück umfasst 38 000 qm und die Mietfläche gut 14 000 qm. Die MEAG wurde rechtlich von **Norton Rose Fulbright** und technisch von **Gleeds** beraten, der Verkäufer von **Frantzen Steinhardt Wehle**. **CBRE** beriet als Makler den Ver-

**Handelsimmobilien  
Report**

Besuchen Sie uns  
auch auf unserer  
Homepage:

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

käufer. Wismar ist die zweitgrößte Hafenstadt an der mecklenburgischen Ostseeküste. Der Tourismus-Hotspot trägt die Auszeichnung UNESCO Welterbestadt und zählt jährlich über 2,5 Mio. Tagesgäste und über 390 000 Übernachtungen. Mieter des Lebensmittel-geankerten Fachmarktzentrums sind **Edeka, Aldi, Denn's Biomarkt, dm-Drogerie** und **B&B Hotels**. Für den Nahversorger mit PV-Anlage und Gründach auf 6 000 qm Fläche sowie E-Ladestationen ist ein DGNB-Gold-Zertifikat in Vorbereitung.

**Münchener City-Befragung**

# Ein klarer Arbeitsauftrag für die Innenstadtakteure

**rv DÜSSELDORF.** *In Deutschland gilt München als Einkaufsstadt Nummer eins, was schon daran abzulesen ist, dass hier bundesweit die höchsten Einzelhandelsmieten gezahlt werden. Verkaufsflächen sind gefragt und knapp. Doch dass es auch in der Bayernmetropole Luft nach oben gibt, zeigen die Ergebnisse der zweiten Münchener City Befragung von gut 1 000 Besuchern und 84 Handelsunternehmen.*



„Im intensiven Standortwettbewerb und als Gegenpol zu Online-Welten müssen heutzutage Umfeld, Aufenthaltsqualität und die Erreichbarkeit stimmen, damit die Menschen aus der Stadt und der Region auch künftig nicht nur gerne in Münchens ‚gute Stube‘ kommen, sondern auch gerne hier verweilen“, bringt **Nina Hugendubel, Geschäftsführerin der Hugendubel GmbH & Co. KG** und **Vorsitzende der City Partner e.V.** das Anliegen auf den Punkt, das die Auftraggeber mit der City-Befragung verfolgen: Herausfinden, wo es noch hakt und was verbessert werden muss. Zu den Initiatoren gehören neben City Partner München auch die **Landeshauptstadt München** und das **Referat für Arbeit und Wirtschaft** in Zusammenarbeit mit dem **Handelsverband Bayern (HBE)** und der **Rid Stiftung**. Durchgeführt wurde die Befragung von der **BBE Handelsberatung**.

Um es gleich vorwegzunehmen: 79% der 1 016 befragten Besucher der Münchener Innenstadt gaben im vergangenen November an, dass sie mit den Innenstadt-typischen Einzelhandelsangeboten „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ sind. Das Gros (57%) kommt mindestens ein Mal wöchentlich in die City. Allerdings: Bei der im Jahr 2022 nach der gleichen Methode durchgeführten Befragung lag die Zahl der Zufriedenen mit 85% noch etwas höher. Auch der Anteil der Befragten, der mit dem letzten Innenstadtbesuch zufrieden oder sehr zufrieden war, ist von 89% der Nennungen im Jahr 2022 auf nunmehr 83% gesunken. Das sind immer noch sehr gute Werte, aber der leichte Abwärtstrend könnte als erste Warnung verstanden werden.

Positiv fällt dagegen die **Entwicklung bei den jungen Leuten** bis 24 Jahre aus. Sie kommen gegenüber 2022 deutlich häufiger in die Innenstadt, denn der Anteil ist von damals 43% auf 58% gestiegen. Ins Auge springen auch die **Gründe für den Innenstadtbesuch** und wie sich der Trend in den vergangenen drei Jahren verändert hat. So kommt das Gros der Besucher (55%) zum **Einkauf in die City**, 2022 lag der Anteil mit 47% noch deutlich niedriger. Auch das Bedürfnis, **Freunde zu treffen**, ist von 37% auf 41% gestiegen. Wichtiger ist auch der Gastronomie-Besuch geworden, wie der Anstieg von 24% auf 37% zeigt. Auch der Stadtbummel (37%) ist inzwischen beliebter als 2022 mit 27% der Nennungen.

Dabei schätzen die Kunden und Kundinnen an der Bayernmetropole vor allem die gebotenen **Einkaufsmöglichkeiten, Atmosphäre und Flair der Innenstadt**, die **Architektur** und die **historischen Gebäude** sowie das **Gastronomieange-**

## Personalien

**CTP: Sandra Kraus neue Leasing Director**

Der Eigentümer, Entwickler und Bestandshalter von Logistik- und Industrieimmobilien, **CTP**, hat **Sandra Kraus** Anfang Januar zum **Leasing Director** für **CTP Deutschland** ernannt. In ihrer Funktion verantwortet sie die Leitung des Vermietungs- und Vertriebsteams in Deutschland. Zu ihren Aufgaben zählen u.a. die Koordination der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit, die Weiterentwicklung marktorientierter Go-to-Market-Ansätze sowie der Auf- und Ausbau des Teams. Sandra Kraus bringt langjährige Erfahrung im Gewerbe-, Logistik- und Industrieimmobiliensektor mit. Seit ihrem Eintritt bei CTP im Mai 2025 war sie als Vermietungsmanagerin tätig. Zudem war sie mehrere Jahre bei **CBRE** tätig.

## Deals

**Weiden i. d. Opf:** Die **IPH Gruppe** hat **Deichmann** als Mieter von 550 qm im Erdgeschoss des Einkaufszentrums **NOC Nordoberpfalz Center** im Stadtzentrum von Weiden i. d. Opf. gewonnen. Im Rahmen einer Flächenoptimierung verlässt Deichmann die Fußgängerzone und zieht ins NOC, in die Nachbarschaft von **TK Maxx, New Yorker, Jack & Jones** und **Rituals**. Die Eröffnung ist im April geplant. Das Center ist seit seiner Eröffnung im September 2019 der zentrale Einkaufsstandort der nördlichen Oberpfalz. Es bietet 50 Shops auf rd. 18 000 qm. Im März 2025 hatte die IPH das Mandat für das Management übernommen.

bot, sodass viele mit dem Gesamtangebot der Stadt zufrieden sind. Es gibt aber auch die Gruppe, die angab, dass sie seltener in die Innenstadt fährt. Davon finden 58% die Innenstadt **weniger attraktiv** – 2022 waren das nur 44%. Und der Anteil der häufiger **online einkauft** ist von 41% auf 48% gestiegen. Genauso wie der Anteil der Befragten, der im Homeoffice arbeitet von 16% (2022) auf 21% gestiegen ist.

Auf die Frage, was sie an der Stadt stört, nannten die Befragten vor allem die **Menschenmassen**, die sich durch die Einkaufsstraßen drängen, gefolgt von der Klage über **mangelnde Sauberkeit**, die **Bettler und Obdachlosen** im Straßenbild, dass die **Vielfalt** in der Stadt **abgenommen** hat und die hohen Preise. Vor diesem Hintergrund zeigt denn auch der **Soll-Ist-Vergleich** bei wichtigen Anliegen der Befragten, dass noch viel Luft nach oben ist (siehe Grafik).



Beim Thema Sauberkeit, das mit 97% der Nennungen ganz oben auf der Präferenzliste steht, sahen die Befragten den Anspruch nur zu 58% erfüllt. Bei Grünflächen/Bepflanzungen (92%) lag der Erfüllungsgrad nur bei 48%, bei der Forderung nach Plätzen und Aufenthaltsbereichen (92%), lag der Erfüllungsgrad immerhin bei 60% und bei Sitzgelegenheiten (89%) lag der Erfüllungsgrad bei 49%. Besonders schlecht sind Anspruch und Wirklichkeit beim Thema **öffentliche Toiletten** (88%). Der Erfüllungsgrad wird hier nur bei 26% gesehen. Diese Auflistung zeigt: Die Menschen wollen nicht nur

zielgerichtet einkaufen, sondern sich auch jenseits des kommerziellen Angebots in Ruhezonen aufhalten.

Vom **innerstädtischen Einzelhandel** wünschen sich die Kunden vor allem **flexiblere Öffnungszeiten**, vor dem Wunsch nach **vielen Fachgeschäften**, deren Zahl aber tatsächlich immer geringer wird – auch weil oft ein Nachfolger fehlt. Die Befragung ergab aber auch, dass vielen Innenstadtbesuchern **Kauf- und Warenhäuser** wichtig sind, sie außerdem **nachhaltige Angebote** schätzen und **Shopping-Nächte** sowie mehr **offene Sonntage**. Die Ergebnisse zeigen, dass der Erlebnisfaktor zum wichtigen Rahmenprogramm für das Einkaufen geworden ist.

## Händler beklagen schlechte Erreichbarkeit mit Pkw

Die **84 befragten Einzelhändler**, die quer über die Münchener Altstadt verteilt sind und sich im Schnitt bereits seit 61 Jahren an ihren Standorten befinden – das älteste Geschäft seit 1495 – kommen mehrheitlich (74) aus dem Fachhandel und nur jeweils fünf sind Filialisten oder Kauf- und Warenhäuser. Die Größen reichen von 50 qm bis über 5 000 qm und nur ein kleiner Teil von 6% ist noch nicht im Internet aktiv. Aus dem Kreis der Befragten wollen 10% ihren Standort in den nächsten beiden Jahren aufgeben – entweder, weil sie die City verlassen wollen, aus Altersgründen oder weil der Mietvertrag ausläuft.

Ins Auge springt dabei, dass der Anteil der Befragten, der mit seinem **Standort zufrieden oder sehr zufrieden** ist, seit 2023 deutlich von 76% auf 56% gesunken ist.

## Deals

### Union Investment verkauft Sisjö Entré

Union Investment hat das Fachmarktzentrum **Sisjö Entré** in Göteborg verkauft. Es gehört seit 2008 zum Portfolio des Spezialfonds **DEFO-Immobilienfonds 1**. Käufer ist das schwedische



Immobilienunternehmen **Bygg-Göta**. Das Fachmarktzentrum steht rund 10 km südlich der Innenstadt von Göteborg. Es hat eine Mietfläche von rd. 15 300 qm und ist zu 98% vermietet. Union Investment wurde rechtlich von **Gernandt & Danielsson**, steuerrechtlich von **KMPG** und technisch von **Drees & Sommer** beraten. Als Transaktionsberater agierte **Panreal** aus Göteborg. „Wir haben den sich aufhellenden Retail-Investmentmarkt in Schweden genutzt, um uns aus portfoliostrategischen Überlegungen von dieser Immobilie zu trennen. Durch unser aktives Asset Management wurden über die 17-jährige Haltedauer Werte gehoben, die sich nun im Exit mit einem Kaufpreis deutlich über dem zuletzt ermittelten Sachverständigenwert realisiert haben“, sagt **Felix Brandt, Investment Manager** von Union Investment. Die freigesetzte Liquidität soll laut **Michael Kammerzell, Leiter Fondsmanagement Immobilien-Spezialfonds** bevorzugt in lebensmittelgeankerte Fachmarktzentren in Schweden, Spanien oder den Niederlanden reinvestiert werden.

Auch der Blick auf die fünf wichtigsten Zufriedenheitsfaktoren zeigt, dass die Werte 2023 noch etwas besser waren. Etwa beim Themen **Sicherheit und Ordnung** ist der Wert von 78% auf 66% gesunken, bei der **Pas-santenfrequenz** von 69% auf 66%, bei der **Kundenfrequenz** von 65 auf 60%, bei der **Aufenthaltsqualität** von 72% auf 57% sowie beim **Geschäfts- und Gastronomieumfeld** von 63% auf 52%.

Bei den **Unzufriedenheitsfaktoren** bewegen sich die Antworten der Einzelhändler und der Innenstadtbesucher mehr oder weniger in die gleiche Richtung. So ist der Anteil der Händler, der das Straßenbild in München unattraktiv findet, von 54% (2023) auf 65% gestiegen, 61% vermissen Sitzgelegenheiten in der Innenstadt und die mangelnde Sauberkeit beklagen inzwischen 57%, nach 45% vor drei Jahren. Mit dem Gastro- und Geschäftsumfeld sind 48% unzufrieden – nach 37% vor drei Jahren – und der Anteil der Unzufriedenen ist von 28% auf 43% gestiegen.

Während die Innenstadt aus Sicht der befragten Händler zu Fuß, per Fahrrad und per ÖPNV gut zu erreichen ist, beklagen sie das **Fehlen eigener Parkplätze** (84%), die **schlechte Erreichbarkeit mit dem Pkw** (77%) und dass es nicht möglich ist, in der Nähe zu parken (75%). Zwar schätzen sie grundsätzlich die

zentrale Lage ihrer Geschäfte, doch beklagen viele Händler die vielen Baustellen und Sperrungen in der Stadt. Deshalb fordern sie eine **Reduktion der Baustellen** und eine bessere **Baustellenkoordination**.

Als **Haupt Herausforderungen** sehen die Händler in den nächsten drei Jahren den Erhalt der Frequenz, die städtische Verkehrspolitik, die Erreichbarkeit, die Personalqualität und die Erhaltung des Standortumfelds. Gemäß ihrer Kritik fordern sie von der Stadt mehr Sauberkeit im Stadtbild, mehr Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, eine bessere Erreichbarkeit mit dem Pkw, erweiterte Öffnungszeiten auch sonntags, kostenlosen oder zumindest günstigen ÖPNV und eine bessere Verkehrspolitik.

**Christian Scharpf, Referent für Arbeit und Wirtschaft** der LH München, versteht die Umfrage-Ergebnisse als „klaren Arbeitsauftrag, die Innenstadt als lebendigen Stadtraum und gut erreichbaren Wirtschaftsstandort gemeinsam weiterzuentwickeln“. Aus Sicht von **Johannes Berentzen, geschäftsführender Gesellschafter** der BBE Handelsberatung, muss die Stadt München für die richtigen Rahmenbedingungen bei Sauberkeit, Sicherheit und Aufenthaltsqualität sorgen und der Einzelhandel für Einkaufserlebnisse und innovative Konzepte. ■



**Wir schlagen die Brücke...**

... zwischen Immobilienwirtschaft, Einzelhandel und Kommunen.

Sie suchen neue Standorte?

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

Gern beantworten wir Ihre Fragen. [info@rohmert.de](mailto:info@rohmert.de)

Cities | Center | Developments  
**HandelsimmobilienReport**

© fotalia.com

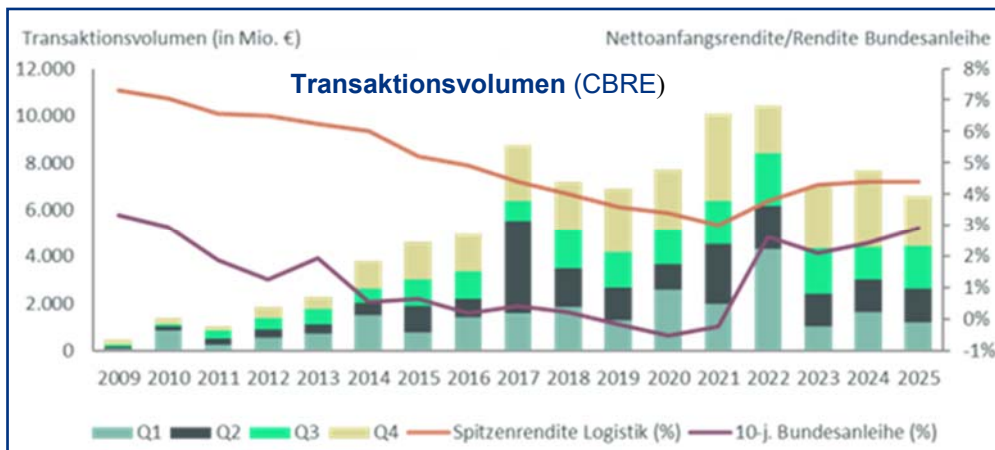
**Investmentmarkt Logistik**

# Es fehlten 2025 die großen „Tickets“

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

Die große Erholung auf dem Investmentmarkt für Logistikimmobilien, auf die viele nach dem lebhaften Schlussquartal 2024 gehofft hatten, ist 2025 ausgeblieben. Zwar zeigte sich der Markt im Jahresverlauf gemessen an der Zahl der Transaktionen immer lebhafter, doch große Einzel- und Portfoliotransaktionen waren seltener. Für 2026 wird erwartet, dass sich die Belebung stabilisiert und fortsetzt.

„Im Jahresverlauf hat das Transaktionsvolumen von Quartal zu Quartal weiter zugenommen“, fasst **Kai F. Oulds, Head of Industrial & Logistics** bei **CBRE**, die Entwicklung zusammen, doch sei das Marktgeschehen vor allem durch einen Mangel an adäquaten Value-add-Objekten ausgebremst worden, aber auch durch eine konjunkturbedingte schwächere Nutzernachfrage. Hier macht sich bemerkbar, dass Deutschland nach zwei Jahren ohne Wirtschaftswachstum auch 2025 beim Bruttoinlandsprodukt nur ein mageres Plus von 0,2% erreicht hat.



Die großvolumigen Deals jenseits der 100-Millionen-Euro-Marke waren 2025 laut **Tom Franke, Head of Logistic Investments** bei CBRE, deshalb deutlich seltener, weil potenzielle Verkäufer wegen der Größe der Transaktion nicht bereit waren, die von potenziellen Käufern erwarteten Preisabzüge zu akzeptieren. Gleichwohl sieht der Experte sowohl bei internationalen als auch bei deutschen Investoren wieder ein wachsendes Interesse an „größeren Tickets“. Im Vorjahr konnten nur acht Transaktionen mit einem Volumen jenseits der 100 Mio.-Euro-Marke registriert werden, so dass in dieser Größenklasse ein Rückgang von 65% zu verzeichnen war. Laut **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) hatte der Anteil der großvolumigen Deals 2024 noch bei 50% des Investitionsvolumens gelegen.

Im Gegenzug entwickelte sich das Geschäft mit Einzeldeals sehr lebhaft, wie **Christopher Raabe, Geschäftsführer** und **Head of Logistics & Industrial** der BNP Paribas Real Estate GmbH berichtet. Dieses Segment legte gegenüber 2024 um 17% zu und erreichte mit gut 4,1 Mrd. Euro den zehnjährigen Durchschnittswert. Auch CBRE registriert im kleinen und mittleren Segment zwischen 20 Mio. und 49,9 Mio. Euro eine spürbare Belebung, sodass deren Anteil 2025 gegenüber 2024 von 17% auf 32% gestiegen ist. Beim Blick auf 2026 beobachtet **Christian Kah, Head of Industrial & Logistics Germany** bei **Colliers**, aber, dass Investments in den größeren Klassen wieder steigen werden: Das Marktumfeld habe sich so stabilisiert, dass großvolumige Deals wieder erfolgreich am Markt platziert werden könnten.

Insgesamt ermittelten die Immobilienberater für das vergangene Jahr ein Transaktionsvolumen in der Bandbreite von 5,1 Mrd. Euro (Savills), 6,0 Mrd. Euro (Colliers), 6,2 Mrd. Euro (BNPPRE) und 6,58 Mrd. Euro (CBRE). Das waren – je nach Berech-

## Deals

### Garbe und Fortress entwickeln in Bukarest

Der Spezialist für Logistik- und Industrieimmobilien, **Garbe Industrial Real Estate Romania**, hat in Partnerschaft mit **Fortress Real Estate Investments** ein Joint Venture für die Ent-



wicklung eines Logistikzentrums mit 61 000 qm Mietfläche in der rumänischen Hauptstadt Bukarest aufgelegt. Fortress ist eine der größten Immobiliengesellschaften Südafrikas, die auch in Zentral- und Osteuropa aktiv ist. Im Zuge des Joint Ventures wurde im Dezember 2025 ein erstes Grundstück von 11 ha im Nordwestteil der Stadt nahe des neuen Autobahnringes A0 (Ausfahrt „Buftea / DN7“) erworben. Von hier aus sind das Stadtgebiet und die wichtigsten Verkehrswege zu erreichen. Der Baustart ist für Spätsommer 2026 geplant. Das Objekt soll bis Anfang 2027 für die ersten Nutzer bezugsfertig sein. Für Garbe Industrial ist dies die erste Projektentwicklung in Rumänien. Ziel des Ankaufs ist es, hochwertige Objekte in Kernmärkten mit guter Anbindung an wichtige Infrastruktur bereitzustellen. Für Fortress ist dies nach dem Erwerb des Fortress Logistics Park Bucharest I mit 50 000 qm in Buftea 2021 das zweite Projekt in Rumänien. **Der Garbe Park Bucharest** eignet sich nach Unternehmensangaben für große und mittelgroße Logistik- und Produktionsbetriebe.

nung – zwischen 10% und 38% weniger als 2024 und weniger als der Zehn-Jahres-Durchschnitt. Die Anfang 2025 geäußerte Hoffnung auf eine weitere Marktbelebung in dieser Asset-Klasse hat sich damit nicht erfüllt. Colliers begründet den Rückgang auch damit, dass sich einige Transaktionen auf Grund der langen Exklusivitätsprozesse bis ins Jahr 2026 hinein verzögern.

Hinzu kommen laut Kah die globalen Unsicherheiten, insbesondere durch geopolitische Spannungen, die zu einer hohen Volatilität an den Kapitalmärkten führten und so die Finalisierung vieler Investitionsentscheidungen verzögert haben. Die positive Kehrseite der Medaille ist aus seiner Sicht die sich daraus ergebende **substantielle Deal-Pipeline** für das laufende Jahr, „die eine Fortsetzung des frühzyklischen Erholungstrends erwarten lässt und die Grundlage für eine dynamische Marktphase im laufenden Jahr bildet“.

Zu den großen Transaktionen des Vorjahres zählte laut Colliers im vierten Quartal das von **Blackstone** gemanagte Portfolio mit vier Logistikimmobilien in deutschen Kernmärkten für gut 300 Mio. Euro an den Entwickler und Betreiber **GLP**. Für knapp 220 Mio. Euro erwarb ein chinesischer eCommerce-Gigant ein Portfolio aus acht Immobilien. Zudem erwarb die **DWS Group** für einen zweistelligen Millionenbetrag vom Entwickler **Panattoni** und **PGIM** den **Panattoni Campus Berlin Zentrum** (Foto) für einen zweistelligen Millionenbetrag. Und in der Region München wurde eine Light Industrial-Immobilie an einen Vermögensverwalter und in Feldkirchen ein Gewerbepark von **Deka Immobilien** an **Sirus Real Estate** veräußert. Das Investitionsvolumen lag zusammen bei knapp 90 Mio. Euro.

Wie die Beispiele zeigen, lag der Fokus der Investoren bei den größten Einzeltransaktionen laut Colliers auf den Kernmärkten der acht großen deutschen Logistikregionen. Vier der fünf größten Einzeltransaktionen entfielen demnach auf die Top-8-Regionen. Dieses Interesse an den etablierten Nutzermärkten von Hamburg über das Ruhrgebiet bis in den Raum Stuttgart, kann auch Kay Oulds bestätigen, wobei die Qualität der Lage wie Mikrolage, Anbindung und Drittverwendungsfähigkeit zu den wichtigsten Entscheidungskriterien gehören.

Wie bereits 2024 dominierten auch im vergangenen Jahr vor allem **internationale Investoren** den deutschen Industrie- und Logistikmarkt. Laut BNPPRE entfallen etwa 70% der Logistik-Investments auf ausländische Investoren, „die absolut zwar weniger investieren als noch im sehr starken Vorjahr, damit aber immer noch im Bereich des langjährigen Durchschnitts von 4,3 Mrd. Euro liegen“, wie der Immobilienberater feststellt. Dass der Anteil der deutschen Investoren im Vorjahresvergleich um 8 Prozentpunkte auf 28% zugelegt hat, zeigt aus Sicht von Oulds, dass wieder wachsende Vertrauen

in den Markt: „Deutschland bleibt auf Grund seiner Liquidität und Marktgröße ein zentraler Zielmarkt für internationale Investoren – trotz der gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen.“

Mit Blick auf die Entwicklung von **Preisen** und **Spitzenrenditen** konstatiert **Kristine Kühne, Director Valuation Advisory Services** bei CBRE, im Prime-Segment ein stabiles Preisniveau, so dass die Spitzenrenditen für Logistikimmobilien im Jahresverlauf bei 4,4% stabil blieben. BNPPRE beziffert die Renditen im vierten Quartal nach einem Anstieg um 10 Basispunkte mit 4,50% und in Leipzig mit 4,70% etwas höher und verzeichnete im



Jahresvergleich einen Anstieg um 25 Basispunkte. In diesem Kontext erhöhte sich laut Kristine Kühne der Anteil der Core-Transaktionen um 23 Prozentpunkte auf 49%. „Gleichzeitig agierten Investoren bei ihren Preisvorstellungen weiterhin sehr selektiv und Abweichungen von Prime-Qualität werden zunehmend stärker eingepreist“, wie sie beobachtet.

In seinem **Ausblick für das Gesamtjahr 2026** erwartet Tom Franke, dass die Investmentaktivitäten kontinuierlich steigen und dass die Anlage-Klasse von den Portfolioumschichtungen hin zu Logistik profitieren werden, die viele Investoren in ihren Strategien verankert hätten. Eine Fortsetzung der positiven Entwicklung des Jahres 2025 bei zunehmender Dynamik im Jahresverlauf erwartet auch BNPPRE, wobei der Immobilienberater darauf setzt, dass die schwächelnde wirtschaftliche Entwicklung im Jahresverlauf durch die positiven Impulse aus den Sondervermögen für Infrastruktur- und Umweltmaßnahmen sowie die zusätzlichen Ausgaben für Verteidigung überkompensiert wird.

Aus Sicht von Kah zeichnet sich bereits heute ab, dass vor allem der Logistikimmobiliensektor davon profitieren wird. Etwa im Bereich Spezialimmobilien wie Industrial Outdoor Spaces (IOS)-Flächen, temperaturgeführte Logistikobjekte sowie Cross-Dock-Immobilien. „Mit einer sich im Jahresverlauf aufhellenden Wirtschaftsdynamik und weniger volatilen Finanzierungsbedingungen sollten auch wieder mehr großvolumige Transaktionen abgeschlossen werden können, die entsprechend wieder für ein höheres Investmentvolumen sorgen könnten“, hofft Christopher Raabe. ■

**Kaufkraft Deutschland**

**Deutliches Wachstum in diesem Jahr**

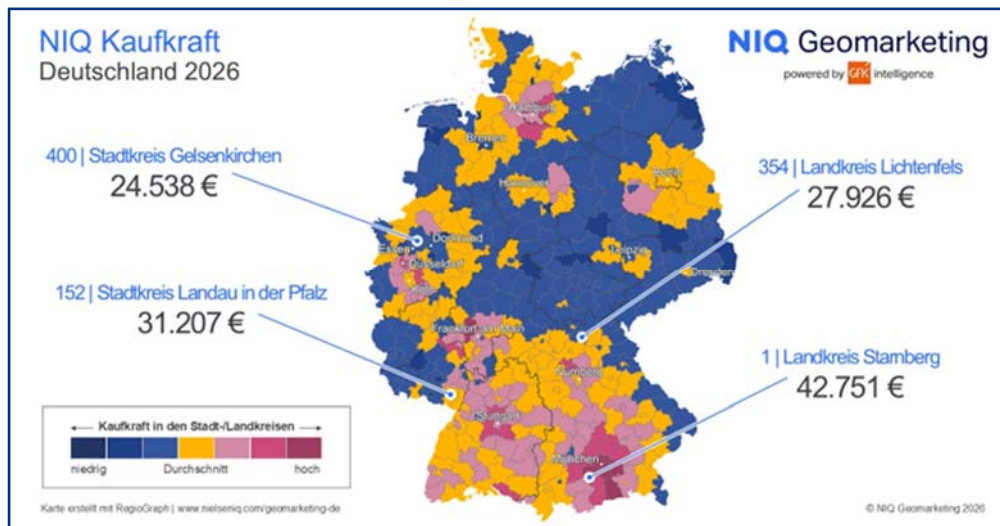
**rv DÜSSELDORF.** Nach einer moderaten Entwicklung in den vergangenen Jahren wird die Kaufkraft der Deutschen 2026 deutlich um 5% auf durchschnittlich 31 193 Euro pro Kopf steigen. Das sind 1 466 Euro pro Kopf und Jahr mehr als 2024, wie die aktuelle Kaufkraftstudie von NIQ, vormals GfK, zeigt. Wie viel von dem nominalen Kaufkraftzuwachs auf insgesamt 2,607 Bio. Euro am Ende real für die Ausgaben der Bürger übrigbleibt, wird von der Inflationsrate abhängen. Die lag 2025 – genauso wie 2024 – bei 2,2%.

Wie **Markus Frank, Experte** im Bereich **Geomarketing** von **NIQ** (vormals **GfK**), erläutert, wird die Entwicklung der realen Kaufkraft neben der Inflation auch durch die geopolitischen Konflikte und die Unsicherheiten in der Zollpolitik gebremst. Der **Kaufkraft-Index** berücksichtigt das nominal verfügbare Nettoeinkommen der Deutschen inklusive staatlicher Transferzahlungen wie Renten, Arbeitslosen- und Kindergeld. Die Kaufkraft umfasst die Summe, die den Menschen für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit oder zum Sparen zur Verfügung steht.

Neben der Inflation beeinflussen aber auch **regionale Unterschiede** zwischen den insgesamt **400 Stadt- und Landkreisen** resp. ihrer Wirtschaftskraft die Kaufkraft. Dabei profitieren nach Feststellung von NIQ-Experte Frank Kreise wie **Lichtenfels** und **Coburg** von einem wachstumsstarken Mittelstand in ihrer Region und verzeichneten damit zuletzt die bundesweit höchsten Kaufkraftzuwächse. Vor allem der oberfränkische Landkreis Lichtenfels verzeichnete unter allen 400 deutschen Kreisen mit einem Plus von 2,6 Indexpunkten den höchsten Zuwachs – auch wenn er mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 27 926 Euro noch um gut 10% unter dem bundesweiten Durchschnitt liegt.

Das zeigt aber, wie viel sich in einem Kreis zum Positiven verändern kann. Dagegen verzeichneten Städte mit Automobil- und Zuliefererstrukturen wie **Wolfsburg, Baden-Baden** und **Ingolstadt** in puncto Pro-Kopf-Kaufkraft zwar noch Wachstum, jedoch wuchsen sie deutlich langsamer als die anderen Kreise. Laut Markus Frank mussten sie „die größten Rückgänge in Bezug auf die Indexwerte“ hinnehmen.

Der Blick auf die **zehn Kaufkraftstärksten Stadt- und Landkreise Deutschlands** zeigt, dass sich hier gegenüber 2024 kaum etwas verändert hat. An der Spitze steht unvermindert der **Landkreis Starnberg** mit durchschnittlich 42 751 Euro pro Kopf. Der Landkreis profitiert vor allem davon, dass sich hier viele wohlhabende Familien angesiedelt haben. Auf dem zweiten Rang folgt der **Landkreis München** mit 41 355 Euro vor dem **Stadtkreis München** mit 40 800 Euro pro Person. Der Unter-



**Deals**

**Ratisbona eröffnet Markt in Lauterecken**

**Ratisbona Handelsimmobilien** hat Ende Januar einen neuen **Penny-Markt** in Lauterecken, in der Lauter-



talstraße 60 eröffnet. Er ersetzt den früheren Markt, der nicht mehr den aktuellen Komfort-, Energie- und Nachhaltigkeitsstandards entsprach. Auf einer Grundstücksfläche von rund 5 050 qm entstand ein ECO-Markt der umweltfreundliche Qualitätsmerkmale aufweist. Zudem gibt es 60 Stellplätze, darunter vier E-Ladepunkte. Die rd. 1 075 qm große Mietfläche wurde in einer modernen Holzbauweise realisiert und außen durch eine architektonisch hochwertige Holzfassade ergänzt, die den nachhaltigen Charakter des Gebäudes sichtbar macht. Der Markt wird als erster Penny-Markt des Projektentwicklers nach dem **DGNB Gold-Standard** zertifiziert. Eine wiederverwendbare Zellulosedämmung in den Wänden, eine Photovoltaikanlage mit über 100 kWp und die Beheizung über Luft Wärmepumpen bilden ein zukunftsfähiges Energiekonzept, das dem KfW Effizienzhaus 40 Standard entspricht. Die Außenanlagen bieten eine artenreiche Blühfläche für Bienen und insektenfreundliche Stauden und Gehölze. Ergänzt wird die Anlage durch heimische Baumarten zur klimatischen Stabilisierung.

schied zwischen Stadt- und Landkreis erklärt sich daraus, dass in der Stadt München auch Bevölkerungsgruppen mit geringem Einkommen wie Studenten, aber auch andere Geringverdienende leben, die den Durchschnitt nach unten drücken.

Auffallend ist laut NIQ Geomarketing jedoch, dass sich die Kaufkraft der Münchener Stadtbewohner und die der Wohlhabenden in den Nobelvororten immer stärker annähern: „So verzeichnet die Stadt München, bedingt durch höhere Einkommen, eine der größten Kaufkraftzuwächse (+1,8 Indexpunkte), während das verfügbare Nettoeinkommen im gleichnamigen Landkreis um 2 Indexpunkte zurückgeht.“ Das könnte daran liegen, dass mehr Wohlhabende in die Stadt ziehen und immer mehr Einkommensschwächere in weiter entfernte Vororte ziehen müssen.

Verbessert hat sich auch die Durchschnittskaufkraft im **Hochtaunuskreis** auf 39 977 Euro pro Kopf, sodass der Landkreis auf Platz vier vorgerückt ist und den **Landkreis Ebersberg** auf Platz fünf verdrängt hat. Gegenüber dem Landkreis Starnberg, mit dem sich der Hochtaunuskreis im Dunstkreis der Bankenmetropole Frankfurt/Main in früheren Jahren einen Wettbewerb um den ersten Platz in der Rangliste lieferte, hat der Landkreis um **Königsstein** aber verloren.

Auf Platz sechs folgt in der Liste der Top 10 der **Main-Taunus-Kreis** mit 38 969 Euro, gefolgt vom bayerischen **Landkreis Miesbach** mit 37 558 Euro auf Platz sieben. Der **Landkreis Fürstentum**, in dem viele in München Beschäftigte wohnen, konnte sich mit 37 129 Euro von dem neunten auf den achten Platz vorschieben und **Erlangen-Höchstadt** (37 116 Euro) auf Platz neun verweisen. Mit **Dachau** bildet ein weiterer bayerischer Landkreis im Dunstkreis der Bayernmetropole das Schlusslicht unter den Top 10. Hier haben die Bewohner im Durchschnitt 36 888 Euro zur Verfügung.

## Bayern steht unter den 16 Bundesländern an der Spitze

Angesichts der großen Zahl von bayerischen Stadt- und Landkreisen unter den zehn Kaufkraftstärksten Regionen Deutschlands ist es nicht erstaunlich, dass **Bayern** mit durchschnittlich 33 666 Euro pro Kopf auch unter den 16 Bundesländern an der Spitze steht. Es folgt mit 33 019 Euro das **Bundesland Hamburg**, das erstmals **Baden-Württemberg** (32 813) von Platz zwei auf den dritten Platz verwiesen hat. Und schließlich folgt **Hessen** mit der Bankenmetropole Frankfurt/Main (31 926 Euro) auf dem vierten Platz. **Schleswig-Holstein** auf Platz fünf liegt mit einer Kaufkraftsumme von 31 168 Euro und einem Kaufkraft-Index von 99,9 bereits ganz knapp unter dem Bundesdurchschnitt.

Wie in den Jahren zuvor weisen laut NIQ Geomarketing damit nur vier der 16 Bundesländer eine überdurchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft auf, während das Ausgabepotenzial in drei Vierteln unterdurchschnittlich ist. Schleswig-Holstein dürfte es im Laufe der nächsten Jahre aber gelingen, den Durchschnittswert zu überspringen. Erfreulich aus bundesweiter Sicht ist, dass die **neuen Bundesländer** inzwischen die größten Kaufkraftzuwächse verzeichnen, sodass die Lücke zu den westlichen Ländern kleiner wird. Die Wachstumsraten liegen bei +0,5 Indexpunkten in **Sachsen** auf Platz elf und reichen bis +0,9 Indexpunkten in **Berlin** auf Platz zehn. Das Schlusslicht bildet mit 27 172 Euro (87,5%) das **Bundesland Bremen** hinter **Mecklenburg-Vorpommern** (28 469 Euro).



Berlin bietet die größte Kaufkraftsumme. Bild: Fotolia

Dass die Neuen Bundesländer weiter aufholen, lässt sich auch daran ablesen, dass die rote Laterne schon seit längerem vom ostdeutschen Görlitz an den **Stadtkreis Gelsenkirchen** weitergereicht wurde, dessen Pro-Kopf-Kaufkraft mit 24 538 Euro um 21% unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Neben der absoluten Höhe der Kaufkraft in einem Stadt- oder Landkreis ist für den Einzelhandel aber vor allem die **Kaufkraftsumme** von Relevanz. Denn obwohl die Bundeshauptstadt **Berlin** in puncto Pro-Kopf-Kaufkraft mit 30 178 Euro um 3%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt liegt und auf Rang 208 steht, kann sie das durch die Zusammenballung von fast 3,8 Mio. Einwohnern kompensieren. Sie kommt damit auf eine Kaufkraftsumme von 111 Mrd. Euro.

Und obwohl München als kaufkraftstärkste deutsche Großstadt um knapp 31% über dem Bundesdurchschnittswert liegt, kommt die Bayernmetropole in puncto Kaufkraftsumme mit gut 61,404 Mrd. Euro nur auf Platz drei hinter Hamburg mit 61,499 Mrd. Euro. Und Düsseldorf, dessen Kaufkraft um 15% über dem Bundesdurchschnitt liegt, kommt bei der Kaufkraftsumme mit gut 22 Mrd. Euro nur auf Platz sechs. Der Einzelhandel in der Stadt Starnberg dürfte nur unterdurchschnittlich von der hohen Kaufkraft profitieren. ■

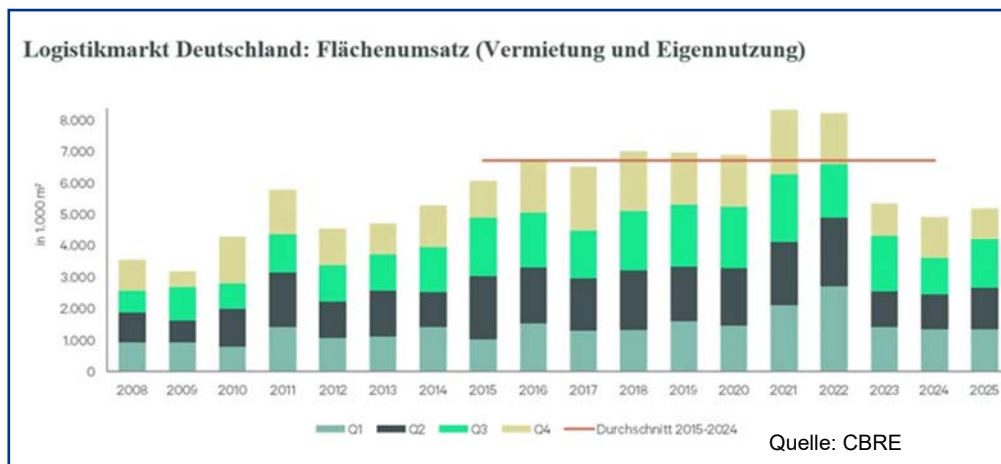
## Vermietungsmarkt Logistik

# Hoffnung auf das Sondervermögen

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

*Ein Wirtschaftswachstum von 0,2% im Jahr 2025 signalisieren für den deutschen Industrie- und Logistikimmobilienmarkt einen kleinen Hoffnungsschimmer aber noch nicht die erhoffte Trendwende, die den Vermietungsmarkt 2026 nachhaltig beleben könnte. Impulse kommen aber von chinesischen Online-Händlern. Zudem hofft die Branche auf die Rüstungsindustrie.*

In diesem Umfeld entwickelte sich der **Flächenumsatz** im deutschen **Industrie- und Logistikimmobilienmarkt** 2025 im Rahmen der Erwartungen. Nach einem relativ verhaltenen Auftakt hatte der Immobilienberater **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) 2025 von Quartal zu Quartal eine Belebung festgestellt und zum Jahreschluss einen Flächenumsatz von 6,1 Mio. qm sowie eine größere Zahl von Vertragsabschlüssen ermittelt. Das war zwar 14% mehr als 2024, blieb aber um 13% unter dem Zehnjahresdurchschnitt. Immerhin konnte sich der Logistikimmobilienmarkt aus Sicht der Experten damit in einem schwachen konjunkturellen Umfeld behaupten und sich im Jahresverlauf weiter positiv entwickeln. **CBRE** ermittelte für 2025 einen Flächenumsatz von 5,2 Mio. qm (+6%) und **Colliers** von 5,9 Mio. qm (+4%).



Zwar registrierte auch **Rainer Koepke, Senior Advisor** beim Immobilienberater CBRE, auf dem Logistikmarkt eine positive Entwicklung, die sich aber auf die Regionen Deutschlands konzentrierte, die zur sogenannten **Blauen Banane** gehören. Dabei handelt es sich um einen bandförmigen Korridor mit einer urbanen und industriellen Verdichtung, der sich – in Form einer Banane – über etwa 1 300 km von der Irischen See über Südostengland, die Benelux-Staaten, das westliche Deutschland und die Schweiz bis nach Norditalien erstreckt. Hier konzentrieren sich – wie Perlen an einer Kette – die wichtigsten Metropolregionen, Industriezentren und Finanzplätze Europas. In Deutschland zählt Koepke außerdem noch Berlin zu den wachstumsstarken Logistikregionen.

Insofern hat sich der deutsche Industrie- und Logistikimmobilienmarkt laut **Kai F. Oulds, Head of Industrial & Logistics Germany** bei CBRE, je nach Region und gemessen am Leerstand, höchst unterschiedlich entwickelt. Äußerst gering war der Leerstand in vielen **etablierten Logistikmärkten**, sodass hier auch die Spitzenmieten gestiegen sind, während in den Märkten mit geringerer Flächennachfrage der Leerstand entsprechend höher war. Konkret stieg die Leerstandsrate in der **Region Leipzig/Halle** um 6,6 Prozentpunkte auf 15,7%, während in den Logistik-Hubs **Frankfurt/Rhein-Main, München** und **Hamburg** fast Vollvermietung herrschte. Entsprechend sanken die Spitzenmieten in Leipzig laut CBRE um 2% auf 5,90 Euro (BNPPRE: 5,70 Euro), während sich die Spitzenmieten in München um 8% auf 11,00

## Deals

**Hamburg-Eimsbüttel:** Der Immobilienberater **Avison Young** hat den Verkauf eines denkmalgeschützten Wohn- und Geschäftshauses in der Schäferkampsallee im Hamburger Stadtteil Eimsbüttel begleitet. Verkäufer ist eine private Erbgemeinschaft, Käufer ist das Family Office **Lindenstruth & Cie. GmbH**. Das um 1905 errichtete Gebäudeensemble bietet rd. 2 300 qm Mietfläche, davon etwa 2 000 qm für Wohnen und rd. 300 qm Gewerbefläche. Die Immobilie ist voll vermietet. Der Transaktionsprozess konnte innerhalb von elf Wochen abgeschlossen werden.

## Impressum

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

**Herausgeber:**  
Werner Rohmert

**Anzeigen:**  
Marion Götza,  
05242-901-250

**Verlag:**  
Research Medien AG,  
Nickelstr. 21  
33378 Rheda-Wiedenbrück,  
T.: 05242 - 901-250,  
F.: 05242 - 901-251  
E.: [info@rohmert-medien.de](mailto:info@rohmert-medien.de)  
[www.rohmert-medien.de](http://www.rohmert-medien.de)

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

**Bankverbindung:** erhalten Sie auf Anfrage

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

Euro pro qm und Monat sowie in Frankfurt/Rhein-Main um 6% auf 8,70 Euro erhöhte.

Laut BNPPRE hat das Mietpreisniveau im Jahresverlauf an den meisten Standorten sowohl in der Spitze als auch im Durchschnitt leicht zugelegt. Bei den Spitzenmieten ermittelte der Immobilienberater über alle Top-Märkte hinweg eine Zunahme von durchschnittlich 3,8% und bei den Durchschnittsmieten in fast allen Märkten von +5,7% gegenüber 2024. Nur in Leipzig ging die Spitzenmiete zurück.

Spuren haben der geringe Flächenumsatz und der Anstieg beim Leerstand in einigen Regionen sowie das herausfordernde wirtschaftliche Umfeld laut Oulds bei vielen **Entwicklern** hinterlassen, die jetzt deutlich zurückhaltender agieren. Zumal auch der Flächenumsatz in den Neubauten zuletzt um 10% auf etwa 2,3 Mio. qm gesunken ist. So wurden auch spekulative Bauvorhaben zurückgefahren und laut Koepke mehr auf Built-to-suit-Möglichkeiten gesetzt.

Da inzwischen vermehrt auch wieder Unternehmen aus dem eCommerce aktiv sind und ihr Geschäft häufig von **Logistikdienstleistern** abwickeln lassen, wie **Christopher Raabe, Geschäftsführer** und **Head of Logistics & Industrial** der BNP Paribas Real Estate GmbH, berichtet, wirkt sich das auch auf die Verteilung des Vermietungsvolumens aus. Denn 2025 entfiel mit knapp 41% und 2,5 Mio. qm der größte Teil des Volumens auf Logistikdienstleister. Laut Raabe schätzen „viele Branchen die Flexibilität der Logistikdienstleister gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten“.

Dabei spielten bei der großen Flächenaufnahme durch **Transport- und Logistikunternehmen** laut Rainer Koepke die Online-Händler aus China bzw. deren Logistiker eine zentrale Rolle. Nachdem der Anteil der asiatischen Unternehmen in den vergangenen fünf Jahren bei durchschnittlich 3% lag, wie Colliers feststellte, generierten sie 2025 rund 10% des bundesweiten Flächenumsatzes – aus historischen Gründen vor allem in Nordrhein-Westfalen. Kai Oulds erwartet, dass Dienstleister chinesischer Online-Händler auch 2026 verstärkt am Markt auftreten werden – allerdings nicht mehr in Nordrhein-Westfalen. Colliers erwartet in diesem Jahr sogar eine Verstärkung des Trends. Dagegen hat Koepke festgestellt, dass Rüstungsunternehmen, über deren zunehmende Relevanz 2025 in der Branche diskutiert wurde, kaum in Erscheinung getreten sind.

Auf dem zweiten Platz folgten mit einem Flächenvolumen von 1,4 Mio. qm und einem Anteil von 27% die **produzierenden Unternehmen**, die laut BNPPRE im Jahr zuvor noch sehr aktiv waren, die aber 2025 weniger Flächen nachfragten. **Handelsunternehmen** (inkl. Online-Händler) lagen mit einem Vermietungsvolumen von 1,3 Mio. qm und einem Anteil von 25% (BNPPRE:

23%) auf Platz drei, wie CBRE ermittelte. In absoluten Zahlen lag die Branche aber wieder über den Volumen der beiden Vorjahre.

Zu den größten Anmietungen des vierten Quartals rechnet Colliers die Vermietung von 26 600 qm in einem Bestandsgebäude in Berlin an einen deutschen Getränkegroßhändler, gefolgt von der Anmietung von 26 300 qm in Mönchengladbach durch **GV Logistik** im neu entstehenden **Segro Logistics Center** (Foto). Und die



Foto: Segro

**größte Eigennutzeransiedlung** entfiel auf das Umland von Berlin in Kremmen. Hier hat der Discounter **Netto** im zweiten Quartal mit dem Bau eines circa 60 000 qm großen Logistikzentrums begonnen. Laut CBRE trugen vor allem **mittlere Dealgrößen** zum Anstieg des Flächenumsatzes bei, da es anders als 2024 keinen Abschluss mit über 100 000 qm gab.

Beim Blick auf 2026 geht BNPPRE davon aus, dass die Rahmenbedingungen vor allem im ersten Halbjahr herausfordernd bleiben, zumal die weltweiten geopolitischen Konflikte eher noch zu als abnehmen werden. Impulse auf nationaler Ebene erwartet der Berater durch das Sondervermögen für Infrastruktur und Klimaneutralität sowie die finanziellen Spielräume für Verteidigungsausgaben. Hier sollte sich die Nachfrage aber in der zweiten Jahreshälfte verstärken.

Auch Kai Oulds erwartet 2026 eine Belebung des Flächenumsatzes, „weil Rüstungsunternehmen durchaus verstärkt als Eigennutzer am Markt tätig werden könnten, um angesichts der veränderten geopolitischen Lage dem wachsenden Bedarf an speziellen Lagerflächen für Rüstungs- und Wehrmaterial gerecht zu werden“. Das sieht **Christian Kah, Head of Industrial & Logistics Germany** bei Colliers in Deutschland, ähnlich: „Erste Anmietungen und Expansionspläne haben wir bereits 2025 in Nord- und Süddeutschland gesehen. Insgesamt erwarten wir 2026 mehr Bewegung am Markt und ein Ergebnis, das leicht über dem Niveau von 2025 liegt“. Oulds ist aber überzeugt: „Entscheidend ist und bleibt der weitere Verlauf der deutschen Konjunktur. Sobald wieder ein **nennenswertes Wirtschaftswachstum** in Deutschland zu verzeichnen ist, wird sich dies auch auf die Nachfrage am Industrie- und Logistikimmobilienmarkt auswirken.“ ■