

# Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

die Botschaft des RICS Global Commercial Property Monitor (GCPM) für das erste Quartal in Deutschland könnte verwirrender kaum sein. Denn die Stimmung auf dem Immobilienmarkt ging mit 5 Punkten kräftig nach oben. Der Index, der die Stimmung der Mieter misst, machte einen noch größeren Sprung um 7 Punkte und beim Index für die Stimmungsmessung der Investoren ging es um 4 Punkte nach oben. Auf den zweiten Blick stellt sich freilich die Frage: Ja, wohin springen sie denn? Der Commercial Property Sentiment Index schafft es gegenüber dem vierten Quartal 2025 gerade einmal auf -21. Nur die Franzosen sind europaweit mit -39 noch schlechter gestimmt als die Deutschen. Der Occupier Sentiment Index schafft es auch nur auf -21 und der Investment Sentiment Index auf -20.

Diese Entwicklung spiegelt anschaulich die Orientierungslosigkeit, die hierzulande herrscht, seit die Europäische Zentralbank im Sommer 2022 ihre Geldpolitik straffen musste. Wie es scheint, wird vielen Investoren im Jahr 2026 klar, dass sich die Gemengelage so grundlegend geändert hat, dass die guten alten Niedrigzins-Zeiten der 2010er-Jahre nicht mehr zurückkommen werden. Zudem haben die Folgen des Iran-Konflikts zusammen mit der Sperrung der Straße von Hormus die Hoffnungen auf kräftige Wachstumsimpulse durch das Sondervermögen des Bundes für Infrastruktur und die Ausgaben für Rüstung gründlich gedämpft.

Die explodierenden Energiepreise zehren viel Kaufkraft auf. Und mit den steigenden Staatsausgaben etwa zur Dämpfung der Kraftstoffpreise und der steigenden Staatsverschuldung sind die Renditen für Bundesanleihen weiter gestiegen – mit dem entsprechenden Effekt für die Bauzinsen. So bleibt das Marktumfeld herausfordernd und es wird befürchtet, dass sich die Kreditkonditionen in der nächsten Zeit verschlechtern.

Gleichzeitig ist der Veränderungs- und Erneuerungsdruck unübersehbar – wie die Veränderungen in den Beziehungen zu den USA und zu Russland, die zu einer neuen Verteidigungsstrategie zwingen. Aber auch im Konsum-Sektor zeichnen sich grundlegende Veränderungen ab, wie der Blick auf die Notwendigkeit zeigt, die Berge von billiger Fast-Fashion durch Recycling einer sinnvollen Wiederverwendung zuzuführen. Auch für das nicht-verrottbare Plastik muss eine umweltfreundliche Alternative gefunden werden. Wichtig ist es auch, sich bei den Konsumgütern von der Wegwerfmentalität zu verabschieden und wieder die Wertigkeit von Produkten in den Vordergrund zu rücken.

Auch der Insolvenzbedingte Kahlschlag bei vielen innerstädtischen Einzelhandelsunternehmen durch die Zwangsschließungen zur Corona-Bekämpfung schafft Raum für neue attraktive Einzelhandels-Konzepte, um die Einkaufslagen wieder zu beleben. Mit der Zinswende und dem Aufkommen der Multi-Krisen ist zweifellos eine Ära des Booms und des stetig steigenden Wohlstands zu Ende gegangen. Doch stürmische Zeiten der Veränderungen bieten beste Bedingungen, um Windmühlen zu bauen, um von diesen Veränderungen zu profitieren.

**Dr. Ruth Vierbuchen**  
Chefredakteurin



Nr. 469 vom 29.05.2026

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

## Inhaltsverzeichnis

<b>Editorial</b>	1
<b>Shopping-Center-Markt: Gefragt sind Flexibilität und Transformation</b>	2
<b>RICS GCPM: Verschlechterte Kreditkonditionen</b>	7
<b>Signa-Insolvenz: WKStA weitet Betrugsermittlungen aus</b>	9
<b>GDC Deutschland: Bei Depot steht alles auf dem Prüfstand</b>	11
<b>Douglas Group: Der Markt pendelt sich neu ein</b>	12
<b>Deutsche Fachmarkt AG: Viele Mietverträge abgeschlossen</b>	14
<b>Recycling von Alttextilien: Vom Abfall zum Rohstoff</b>	15
<b>Generation Z: Wichtig ist der nachvollziehbare Nutzen</b>	16
<b>Impressum</b>	17

## HandelsimmobilienReport Partner





Das Westfield Überseequartier in Hamburg.

Foto: Habona

### [Shopping-Center im Wandel](#)

## Gefragt sind Flexibilität und die Fähigkeit zur Transformation

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

*Der Neubau-Boom am deutschen Shopping-Centermarkt ist längst abgeflaut. Die veränderten Ansprüche an heutige Einkaufslagen verlangen den Einkaufstempeln viel ab: Flexibilität, kreative Angebote und möglichst die perfekte Komposition für den jeweiligen Standort. Center müssen neu gedacht werden, wie es im Shopping-Center Report 2026 heißt. Das eröffnet aber auch noch viel Potenzial.*

Für den deutschen Shopping-Center-Markt war die Eröffnung des **Westfield Hamburg Überseequartiers** mit seinen etwa 94 500 qm Mietfläche für Handel, Gastronomie und Freizeit im Jahr 2025 ein Paukenschlag. Nicht nur, weil damit nach fast 20 Jahren dieses Prestige-Projekt, das ursprünglich noch von der ING Investment Management für die Hamburger Hafen City geplant worden war, unter Ägide von **Unibail-Rodamco-Westfield (URW)** endlich eröffnet werden konnte, sondern auch, weil sich damit eine Asset-Klasse zurückmeldet, die zwischen 2005 und 2016 den hiesigen Markt für Handelsimmobilien dominiert hatte, in den vergangenen Jahren bei den Investoren aber wenig Beachtung fand.

Nach Feststellung von **NIQ Geomarketing** (vormals GfK) hat das Westfield Hamburg Überseequartier nicht nur viel Frequenz in die Hafen City gebracht, sondern auch der Innenstadt wichtige Impulse verliehen. Aus den Daten nach der Eröffnung leitete **NIQ-Experte Filip Vojtech** ab, dass durch das neue Quartier die **touristische Gesamtattraktivität der Hansestadt** gestiegen ist. Nicht ohne Grund gilt im Einzelhandel der Leitsatz: Konkurrenz belebt das Geschäft. Die Kunden schätzen Vielfalt und Abwechslung. Je mehr Einzelhandel und Gastronomie an einem Standort, umso mehr Besucher.

Wie es im **Shopping-Center Report 2026**, der vom **EHI Retail Institute** in Köln in Kooperation mit dem **German Council of Shopping Places (GCSP)** erstellt wird, heißt, war das Leuchtturmprojekt in Hamburg im vergangenen Jahr eines von zwei neu eröffneten Shopping-Centern in Deutschland. Das zweite war mit dem **Drewespark** ein offenes Center mit 12 600 qm in Wismar. Der Drewespark wurde Anfang 2026 an die **MEAG Munich Ergo Asset Management** verkauft. Dass die Gesamtzahl der deutschen Einkaufszentren mit mehr als 10 000 qm Einzelhandelsfläche mit 506 dennoch gegenüber 2024 konstant geblieben ist, liegt daran, dass mit dem **Sofienquartier** in Heidelberg und dem **Schwaben Center** in Augsburg zwei Center

### Marktbericht

#### Immobilienklima setzt Abwärtstrend im Mai fort

Der Rückgang des **Immobilienklimas** setzt sich im Mai 2026 fort. So ist das **Deutsche Hypo Immobilienklima** gegenüber April um 4,7% auf 83,8 Punkte gesunken. Das sind 13,6% weniger als im Vorjahr. Dabei gab das **Ertragsklima** um 4,9% auf 90,6 Punkte nach und das **Investmentklima** um 4,2% auf 77,2 Punkte. Im Jahresvergleich zeigt sich der Rückgang besonders deutlich im Investmentklima, das gegenüber dem Vorjahresmonat um 17,2% sinkt. Das Ertragsklima verzeichnet im gleichen Zeitraum einen Rückgang von 10,2%. Im Mai verzeichnen alle Teilsegmente Rückgänge, wenn auch in unterschiedli-

### Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns  
auch auf unserer  
Homepage:

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

chem Ausmaß. Das **Büro-klima** zeigt sich mit einem leichten Minus von 0,7% auf 68,8 Punkte vergleichsweise stabil. Deutlicher fällt die Verschlechterung in den übrigen Segmenten aus: Das **Handelsklima** sinkt um 4,2% auf 76,1 Punkte und das Wohnklima um 4,7% auf 128, 2 Punkte. Die stärksten Rückgänge verzeichnen das **Hotelklima** mit -8,7% auf 88,6 Punkte sowie das **Logistiklima**, das um 11,9% auf 91,3 Punkte nachgibt.

aus der **EHI-Datenbank** herausgefallen sind, weil ihre Einzelhandelsfläche im Zuge von Umstrukturierungen mit 7 500 qm unter die Grenze von 10 000 qm gefallen ist bzw. gar kein Handel mehr vertreten ist.

Dennoch ist die Gesamtfläche der deutschen Shopping-Center um 3% oder 540 000 qm auf 17,2 Mio. qm gestiegen, wie **Lena Knopf, Leiterin des Forschungsbereichs Immobilien & Expansion** beim EHI, feststellt, was zweifellos dem Westfield-Überseequartier mit seinen insgesamt 419 000 qm (inkl. aller Nutzungsarten) geschuldet sein dürfte. Gleichzeitig ist auch die **Einzelhandelsfläche** der deutschen Einkaufszentren leicht um 0,3% oder 42 420 qm auf 13,1 Mio. qm gestiegen. Denn allen Unkenrufen zum Trotz erweitern einige Center auch ihre Einzelhandelsfläche wie der **Strelapark** in Stralsund um etwa 20 neue Geschäfte auf 6 000 qm.

Meist läuft es heute jedoch andersherum, wie der Blick auf die 38 Shopping-Center zeigt, die laut EHI-Report derzeit entweder Modernisierungsmaßnahmen durchführen oder eine Modernisierung planen. Das sind übrigens genauso viele wie 2024. Im Rahmen der Überarbeitung des Gesamtkonzepts wird dabei der Nutzermix über den Handel hinaus ergänzt. Laut Lena Knopf wird in puncto Nutzungsmischung „für jeden Standort die perfekte

Komposition erarbeitet“, wobei Freizeitnutzungen, Gesundheitsdienstleistungen und Büros am beliebtesten sind. Aber auch Bildungseinrichtungen und öffentliche Nutzungen bieten einen wertvollen Mehrwert.

Das passt auch zu dem Trend, dass viele stationäre Einzelhandelsunternehmen ihre Verkaufsflächen im Zuge von Omnichannel-Strategien verkleinern. Hinzu kommt, dass durch die zahlreichen Insolvenzen viele Filialen geschlossen wurden – auch in Einkaufszentren. „Weitere häufige Stellschrauben, an denen Center nachjustieren, sind Flächengrößen und -zuschnitte der Ladeneinheiten und veränderte Vermietungskonzepte – nicht selten mit größerem Schwerpunkt auf **Fachmärkte** und **Nahversorgung**“, wie die Expertin weiter aufzählt. Denn beide Branchen können sich in den aktuell schwierigen Zeiten gut behaupten.

In diesem Kontext haben nach Feststellung des Immobilienberaters **CBRE** vor allem **internationale Investoren** hierzulande wieder vermehrt Interesse an Value-Add- und Core-plus-Centern, die Wertsteigerungspotenzial eröffnen. Nationale Investoren fokussieren sich eher auf Core-Objekte. Im vergangenen Jahre gehörte der Verkauf der **Pasing Arcaden** durch Unibail-Rodamco-Westfield an die Ikea-Center-Sparte **Ingka Centres** zu

# WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN.



## Einzelobjekte und Portfolien

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

Ein detailliertes 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

den großen Transaktionen in dieser Anlage-Klasse. Der Blick auf Spitzenrenditen von durchschnittlich 5,9% (JLL/CBRE) für Center an A-Standorten zeigt zudem, dass die Preisfindungsphase in dieser Asset-Klasse weitgehend abgeschlossen ist. CBRE beziffert die Spitzenrenditen für Center in B-Lagen mit 7,75%.

„Die Entwicklung hin zu Mixed-Use-Konzepten, die Revitalisierung bestehender Standorte und die wachsende Bedeutung von Aufenthaltsqualität und Nutzungsmix zeigen, dass **Shopping Places** heute neu gedacht werden müssen“, ergänzt **Harald Ortner, Vorstand des German Council of Shopping Places**, in seinem Vorwort zum Report. Der Blick auf das Alter vieler Bestandsobjekte und die veränderten Ansprüche der Menschen an Einkaufslagen im Zuge des Strukturwandels macht deutlich, dass sich auch die Einkaufszentren stetig anpassen und ihre Flächen- und Lagepotenziale intelligent und optimal nutzen und neue, ergänzende Angebote kreieren müssen. Das sind laut Lena Knopf die langfristigen Voraussetzungen für den Erfolg. Aus ihrer Sicht um-



**Ganz neues Flair im „alten“ Ruhr Park.**

Foto: Unibail-Rodamco-Westfield

schreibt die Aussage „Survival of the fittest“ die Lage im Centermarkt sehr treffend: „Die Dynamik steckt in der Flexibilität und der Fähigkeit zur Transformation.“

Die beiden ältesten deutschen Shopping-Center, das **Main-Taunus-Zentrum (MTZ)** in Sulzbach bei Frankfurt und der **Ruhr Park** in Bochum entstanden 1964/1965 und mussten schon viele grundlegende Metamorphosen durchlaufen, um heute noch auf der Höhe der Zeit zu sein. Zuletzt hat das MTZ auf der Fläche eines ehemaligen Warenhauses mit seinem **Food Garden** einen ganz neuen Weg eingeschlagen. Die fünf freistehenden Restaurantgebäude in einer begrünten Außenanlage mit überdachten und offenen Terrassen wurden im April 2025 eröffnet und haben sich als Kundenmagneten erwiesen. 28 Mio. Euro wurde in das Konzept investiert.

Auch der Ruhr Park ist vor einigen Jahren grundlegend umgestaltet worden. Die beiden Beispiele zeigen aber auch, dass die Anpassung mit Hilfe von guten Konzepten funktioniert. Vor allem ab 1995 nahm der Bau neuer Einkaufszentren in Deutschland Fahrt auf, so dass sich die Zahl von damals 179 auf heute 506 erhöht hat. Das zeigt aber auch das große Revitalisierungspotenzial bei deutschen Einkaufszentren, von denen ein großer Teil in die Jahre gekommen ist.

Eine günstige Voraussetzung für den Revitalisierungsprozess ist, dass sich mit 46% ein großer Teil der Center in Innenstadtlagen befindet, die neben dem Einzelhandel auch als Bürostandorte und für die Gastronomie gefragt sind. Auch für andere Dienstleistungen sind die Lagen eine Option. 39% der Center befinden sich laut EHI-Report in Stadtteillagen und 15% auf der grünen Wiese.

Ein weiteres Beispiel für die Nachnutzung einer Warenhausfläche in einem Einkaufszentrum ist laut EHI-Report der **Bergische Hof** in Gummersbach. Hier wurde die Fläche des ehemaligen Karstadt-Hauses im ersten Obergeschoss für eine Volkshochschule

## Deals

### **GPEP und Netto mit neuem Markt in Birstein**

Das Asset Management der **GPEP** realisiert zusammen mit **Netto** einen zukunfts-



weisenden Markt im hessischen Birstein. Dafür wird der alte Netto-Markt mit 700 qm Vklfl. in der Bahnhofstraße abgerissen. Die Neueröffnung des auf 1 000 qm vergrößerten Markts, für den ein langfristiger Mietvertrag abgeschlossen wurde, ist Ende 2026 geplant. Der Markt wird von der GPEP für ein institutionelles Sondervermögen der **Bayerischen Versorgungskammer** gemanagt. Der Neubau, der die wohnortnahe Versorgung in Birstein sichert, zeichnet sich durch eine hohe Decke mit Leimholzbindern aus. Die Baurechtschaffung und Einholung der Baugenehmigung übernimmt GPEP. Der Bau wird durch Netto gesteuert. Laut **Marc Neis, Leiter Asset Management** bei GPEP, steht bei dem Markt die Ausrichtung auf hohe ESG-Konformität mit Wärmepumpe und PV-Anlage auf dem Dach im Fokus. Zudem gibt es E Ladesäulen und LED-Beleuchtung innen und außen. Wie **Herwart W. Reip**, Geschäftsführer der GPEP, betont, steigert der Ersatz eines funktional überholten Gebäudes durch einen nachhaltigen Neubau die Attraktivität des Standorts für den Mieter und verbessert die Energieeffizienz und damit die Werthaltigkeit der Immobilie für die Investoren.

und die Stadtbücherei umgebaut. Als weitere Beispiele für den Umbau von Einzelhandelsflächen für andere Nutzungsarten werden die **Rathaus Galerie Wuppertal** und das **Ring-Center 1** in Berlin genannt. Hier wird die Einzelhandelsfläche teilweise komprimiert, genauso wie im **Boulevard Berlin** und dem **Rheinpark Center Neuss**, das um ein großes Gesundheitszentrum, die **Mall of Life**, erweitert wird.

Manche Center schlagen aber auch die Gegenrichtung ein und bauen ihre Handelsfläche aus wie der **Lausitzpark Cottbus**, der **Lindapark** oder das **Zweibrücken Fashion Outlet**, das als Fabrikverkaufszentrum auf der grünen Wiese für andere Nutzungen aber auch nicht ideal sein dürfte. Hier zieht vor allem der Handel. Andere Einkaufszentren setzen mit einer veränderten Vermietungsstrategie und neuen Flächenzuschnitten ihren Schwerpunkt mehr auf **Nahversorgung** oder **Fachmärkte** wie das **Schloss-Straßen-Center Berlin** oder das **Haerder Center Lübeck**. Für diese Umstellung dürften vor allem die Shopping-Center in Stadteillagen gut geeignet sein.

Im **Brücken-Center Ansbach** wurde das Obergeschoss eines ehemaligen Real-Marktes auf 5 000 qm ausgebaut, sodass die benachbarte Hochschule Ans-

bach ihre Flächen in das Center hinein ausweiten konnte. Die freie Erdgeschossfläche hatte der Eigentümer und Betreiber **DV Immobilien** bereits früher an **TK Maxx** und **Rewe** neu vermietet. Die Beispiele zeigen, dass einer Neupositionierung kaum Grenzen gesetzt sind. Laut Report wurden 2025 in acht Centern die Revitalisierungsmaßnahmen fertiggestellt. Das waren etwas weniger als 2024.

Mit Blick auf die sich abzeichnende graduelle Erholung des Investmentmarkts für Shopping-Center in Deutschland konstatiert **Jan Schwarze, Director, Team Leader Research** bei der CBRE GmbH, in seinem Beitrag für den Shopping-Center Report 2026, dass die Renditeerwartungen vor allem ausländischer Investoren zunehmend erfüllt würden. Nach seiner Beobachtung kommen „attraktive Renditen und eine gut gefüllte Transaktionspipeline (...) den Erwartungen an die Rolle von Shopping-Centern auf dem deutschen Einzelhandelsinvestmentmarkt“ entgegen. Doch da die Kaufprüfungen sehr gründlich ausgeführt werden und die Verhandlungsprozesse heute sehr zeitintensiv sind, lassen höhere Investitionsvolumina jedoch noch auf sich warten. So ist der Anteil der Asset-Klasse am Transaktionsvolumen mit Retail Assets bislang noch eher überschaubar. ■

## Hahn und Sonae Sierra investieren gut 70 Mio. Euro

Die **Hahn Gruppe** und **Sonae Sierra** haben die drei ersten Objekte für den **Hahn Sierra Food Retail Fonds** erworben. Dazu gehören ein **Eroski-Hypermarkt** in San Sebastián (Spanien) und zwei **Continente-Verbrauchermärkte** in Portugal. Für zwei Continente-Märkte in Portugal gibt es Kaufoptionen, die bis Ende 2026 vollzogen werden sollen. Das Investitionsvolumen für die fünf Assets mit einem Waut von 15 Jahren beträgt gut 70 Mio. Euro. Zudem gibt es exklusive Verhandlungen über ein Portfolio im Wert von 60 Mio. Euro. Für **Hahn-Vorstand Christoph Horbach** sind die ersten Akquisitionen nur wenige Monate nach Auflage des Südeuropa-Fonds ein starkes Signal. Im Fokus sind erstklassige Lebensmittelmärkte mit bonitätsstarken Mietern, langfristigen Mietverträgen und defensivem Ertragsprofil.

Wie **Christoph Billwiller, Director Investment Management** bei Sonae Sierra, ergänzt, will das Unternehmen den Bereich Fachmarktimmobilien in Europa deutlich ausbauen. Als internationales Unternehmen mit langjähriger Erfahrung habe Sonae Sierra einen privilegierten Zugang zu attraktiven Anlagemöglichkeiten in Südeuropa mit stabilen Cashflows und langfristigen Ertragsperspektiven. Laut Hahn Gruppe verdeutlichen die Akquisitionen, wie die Kombination aus Fonds-Expertise der Hahn Gruppe und der Expertise von Sonae Sierra in konkrete Investments übersetzt wird.

Der Eroski-Hypermarkt mit 14 800 qm Mietfläche befindet sich im führenden Einkaufszentrum im Baskenland und wird von der größten Genossenschaftsgruppe Spaniens **Eroski** als Flagship-Standort betrieben. Im Umfeld leben 500 000 Menschen mit hoher Kaufkraft. Eroski hat im Baskenland einen Marktanteil von gut 35% am Lebensmitteleinzelhandel. Das Portfolio von **Magnify Partners** umfasst vier Continente Bom Dia-Supermärkte in Portugal mit rd. 8 000 qm Mietfläche. Die erworbenen Märkte sind neu, sehr energieeffizient und befinden sich in Benedita und Marinha Grande. Mieter der vier Standorte ist der führende portugiesische Lebensmittelhändler **Sonae MC**. Das Zielvolumen des offenen Spezial-AIF liegt bei rd. 600 Mio. Euro.



Foto:

## Deals

**Berlin-Mitte:** Die **Deka Immobilien** hat das Büro- und Geschäftshaus **Schönhau-ser Tor** in Berlin-Mitte aus dem Bestand des Offenen Immobilien-Publikumsfonds **Deka-Immobilien Europa** verkauft. Käufer des Objekts ist ein institutioneller Investor. Der Kaufpreis wird nicht genannt. Der achtgeschossige Büro- und Geschäftsgebäudekomplex in der Torstraße 49 umfasst rd. 16 200 qm Mietfläche, davon entfallen ca. 14 700 qm auf Büros, 950 qm auf Einzelhandel und 570 qm auf Lager. Zudem gibt es 124 Parkplätze. Das Objekt ist zu rd. 80% vermietet. Die Deka Immobilien hatte die Immobilie 1993 erworben. Mit dieser Transaktion nutzt das Fondsmanagement eine Marktgelegenheit zum Verkauf, um das Portfolio zu optimieren.



# 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 200 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

RICS Global Commercial Property Monitor

# Verschlechterung der Kreditkonditionen belastet die Stimmung zum Jahresstart

rv DÜSSELDORF. Auf globaler Ebene war beim Commercial Property Sentiment Index (CPSI), der die Stimmung auf den weltweiten Immobilienmärkten misst, im ersten Quartal 2026 wenig Veränderung festzustellen. Doch innerhalb der Weltregionen veränderte sich einiges, wie die jüngsten Zahlen des RICS Global Commercial Property Monitor (GCPM) zeigen. Das gilt für einen Großteil der europäischen Länder und hier insbesondere für Deutschland – auch wenn ein leichter Aufwärtstrend auf sehr niedrigem Niveau zu erkennen war.

Denn während sich der CPSI auf globaler Ebene im ersten Quartal 2026 nur leicht von -1 im vierten Quartal auf -2 verschlechterte, sank der Index in Europa von -7 zum Jahresende auf -8 im ersten Quartal schon deutlicher in den negativen Bereich. In Deutschland ist der Commercial Property Sentiment Index zwar deutlich um 7 Punkte gegenüber dem Vorquartal gestiegen, allerdings verharrte der Indexwert mit -21 immer noch sehr tief im negativen Bereich. Nur in Frankreich lag der Index mit -35 Punkten noch tiefer im Minus.

## Ergebnisse des RICS Global Commercial Property Monitor

RICS Sentiment	Q4 2025			Q1 2026			Movement		
	OSI	ISI	CPSI	OSI	ISI	CPSI	OSI	ISI	CPSI
Global	-1	-2	-1	-2	-2	-2	-1	0	-1
Americas	15	14	14	11	10	10	-4	-4	-4
APAC	-13	-16	-15	-10	-12	-11	3	4	4
MEA	12	11	11	9	8	9	-3	-3	-2
Europe	-7	-5	-6	-8	-8	-8	-1	-3	-2
Germany	-28	-24	-26	-21	-20	-21	7	4	5
France	-33	-37	-35	-40	-38	-39	-7	-1	-4
Italy	7	3	5	-6	-9	-8	-13	-12	-13
Spain	31	29	30	27	23	25	-4	-6	-5
Netherlands	7	1	4	3	-8	-2	-4	-9	-6
Greece	10	7	9	-3	8	3	-13	1	-6
UK	-10	-9	-9	-10	-14	-12	0	-5	-3

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

Quelle: RICS

Optimistisch blickt die Immobilienbranche in Ländern wie **Spanien, Portugal und Polen** in die Zukunft. Von den 18 untersuchten europäischen Märkten bewegten sich zehn – darunter auch **Österreich, Großbritannien und Italien** – mehr oder weniger tief im negativen Bereich und in acht Ländern blickte die Branche optimistisch in die Zukunft. Die Befragung der **Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS)**, an der weltweit 1 300 Fachleute teilgenommen haben, fand zwischen dem 18. März und dem 24. April 2026 statt, sodass in den Ergebnissen die negativen Folgen des Irankonflikts und der Sperrung der Straße von Hormus bereits voll abgebildet sind.

Wie **Susanne Eickermann-Riepe FRICS, Senior Vice President (SVP)** der RICS weltweit, bei Vorlage der Ergebnisse feststellte, waren vor allem die erneute **Verschlechterung der Kreditkonditionen** und die wieder **wachsenden Inflations-sorgen** ursächlich für den Abwärtstrend in Europa. Diese verschlechterten Kreditbedingungen könnten aus ihrer Sicht in den kommenden Quartalen auch auf einen schlechteren Ausblick bei der **Investitionsbereitschaft** in Deutschland und Europa hindeuten – auch wenn der **Investment Sentiment Index (ISI)**, der die Stimmung der europäischen Investoren misst, im ersten Quartal – gegenüber dem Vorquartal – nur relativ leicht von -5 auf -8 gesunken ist. Doch ein Rückgang beim Gesamtwert der **Kennzahl für Kreditbedingungen** in Europa von +15 im vierten Quartal auf -24 in den ersten drei Monaten, ist aus Sicht der Expertin schon ein deut-

## Deals

### Neue Mieter für ehemaligen Real-Markt

Für die Flächen des ehemaligen Real-Markts in der Poststraße in **Bexbach** wurden drei neue Mieter ge-

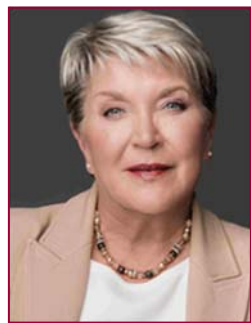


wonnen – **Rewe, Netto und dm Drogeriemarkt**. Bereits vor der ersten bundesweiten Schließungswelle der „Real-Märkte“ im Jahr 2020 begannen die Gespräche zwischen der Stadt Bexbach und der **Patrizia Real Assets KVG**, Eigentümerin des Gebäudes. Schon damals bestand Konsens, dass Bexbach mit seinen fast 18 000 Einwohnern Potenzial für den Einzelhandel hat. Auf der Real-Fläche entsteht ein Nahversorgungszentrum mit drei Einheiten für die Mieter. **CBRE** hat Patrizia bei der Aufteilung und den Gesprächen mit der Stadt beraten sowie die Vermietung begleitet und wird das Umbauprojekt als Projektsteuerer begleiten. Mit dem neuen Fachmarktzentrum wird ein wichtiger städtebaulicher Meilenstein umgesetzt, der Bexbachs Innenstadt stärkt. Damit wird der tägliche Einkauf wieder stärker ins Zentrum verlagert. Zudem wird das Umfeld mit Bahnhof, Bus- und Kulturbahnhof sowie Seniorenheim gestärkt. Der Bauantrag wurde bereits bei der Unteren Bauaufsichtsbehörde des Saarpfalz-Kreises vorgelegt, die Baugenehmigung liegt vor. Patrizia Real Assets KVG rechnet Ende 2026 / Anfang 2027 mit der Eröffnung.

liches Warnsignal. Eine Verschlechterung der Kreditkonditionen wurde laut Studie in 28 der 30 untersuchten Märkten registriert. Ein kleiner Lichtblick ist, dass sich die **Mieterstimmung** noch relativ stabil zeigte.

In diesem europäischen Umfeld hat sich der CPSI in **Deutschland** von -26 zum Ende des Jahres 2025 auf -21 zu Jahresbeginn 2026 verbessert. Die Stimmung der Mieter/Nutzer, gemessen im **Occupier Sentiment Index (OSI)**, erhöhte sich laut **Jens Böhnlein** (Foto rechts), **Vorstandsvorsitzender** der **RICS Deutschland**, von -28 auf -21 und die Stimmung der Investoren (ISI) von -24 auf -20.

Die Aufwärtsbewegung kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Stimmung zu Jahresbeginn 2026 tief im negativen Bereich verharrt. Vor diesem Hintergrund blieb hierzulande auch die Investorennachfrage über alle Assetklassen hinweg mit einem Nettosaldo von -12% weiterhin deutlich im Minus – nach einem Wert von -11% im vierten Quartal.



Und der Nettosaldo der Mieternachfrage über alle Assetklassen hinweg ging sogar weiter von -22% (Q4) auf -25% (Q1) zurück. Laut Böhnlein zeigen die aktuellen Ergebnisse für Deutschland, dass die Stimmung am Immobilienmarkt gedrückt bleibt, sowohl mit Blick auf den Nutzermarkt als auch auf den Investmentmarkt.

Die deutlich verschlechterte Stimmung bei den Kreditkonditionen, die **verhaltenen Marktaussichten bei den Kapitalwerten** und eine weiterhin schwache Investorennachfrage hierzulande, insbesondere bei Büroimmobilien, sorgen aus seiner Sicht dafür, dass das Marktumfeld hierzulande herausfordernd bleibt. Aktuell liegt der Nettosaldo bei den Kreditkonditionen bei -42%. Genauso wie Susanne Eickermann-Riepe auf europäischer Ebene bei den Erwartungen an die Kapitalwerte sowohl mit Blick auf das kommende Quartal als auch mit Blick auf die nächsten zwölf Monate eine moderate Abschwächung erwartet, registriert auch Böhnlein in Deutschland verhaltene Marktaussichten bei den Kapitalwerten.

Dieser **Anpassungsprozess** wird sich laut **Eickermann-Riepe** (Foto links) in Deutschland noch eine Weile hinziehen – zumal sich die Marktkorrekturen in Deutschland bislang langsamer vollzogen haben als in anderen Ländern. Zum ersten Mal seien hierzulande mehr Abschreibungen als Investitionen registriert worden, berichtet die Expertin: „Das zeigt für mich, dass dieser Prozess hier noch in vollem Gange ist.“

Im Rahmen dieser insgesamt gedrückten Stimmung sieht die Mehrheit der Befragten den deutschen Immobilienmarkt in einer **Abschwungphase** oder am **Tiefpunkt des Zyklusses**. Die Preisbildung in Deutschland, das lange bei vielen Marktakteuren als „teuer“ oder „sehr teuer“ galt, wird laut Böhnlein inzwischen als angemessen eingeschätzt. So ist der Anteil der Befragten, der die Immobilienpreise als vergleichsweise „teuer“ oder „sehr teuer“ einschätzt, von 39% im vierten Quartal 2025 auf nunmehr 30% gesunken. Vor allem aber ist der Anteil der Befragten, der die Immobilienpreise als „angemessen“ bewertet, inzwischen deutlich von 44% zum Jahresende auf nunmehr 56% gestiegen. Da fällt es kaum ins Gewicht, dass der Anteil der Befragten, der die Immobilien hierzulande als „günstig“ einschätzt, von 13% im vierten Quartal auf 12% gesunken ist.

Wie sich die Lage in Europa und in Deutschland im Jahresverlauf weiter entwickelt, dürfte maßgeblich davon abhängen, wie lange sich der Konflikt um die Straße von Hormus und die damit einhergehenden Behinderungen bei den Lieferketten noch hinziehen wird. Derzeit herrscht vor allem Unsicherheit. ■



## Unternehmens News

### Deutsche EuroShop mit gutem Jahresauftakt

Die operativen Kennzahlen haben sich im ersten Quartal planmäßig entwickelt wie **Hans-Peter Kneip, Vorstand** der **Deutsche Euro Shop AG (DES)**, berichtet – auch wenn die Konsumstimmung verhalten ist. Zwar lag die Frequenz in den Shopping-Centern auch wegen des kühlen Winterwetters um 0,5% unter dem Vorjahreswert, doch profitierte das erste Quartal davon, dass das Ostergeschäft teilweise in den März fiel. So sind die



Umsätze der Mieter gegenüber dem Vorjahresquartal um 5,0% gestiegen. Der

**Umsatz** des DES-Konzerns stieg um 2,0% auf 67,6 Mio. Euro, vor allem durch gestiegene Vertragsmieten und Abfindungen von Mietern. Die **operativen Centeraufwendungen** lagen durch den Anstieg von nicht umlagefähigen Kosten über dem Vorjahresniveau. Gleichzeitig sank der Wertberichtigungsbedarf auf Mietforderungen. Entsprechend stieg das Nettobetriebsergebnis (NOI) um 0,3% auf 53,3 Mio. Euro und das Ebit um 0,2% auf 53,5 Mio. Euro. Das Ebt ohne Bewertungsergebnis sank um 10,1% auf 35,7 Mio. Euro – vor allem wegen eines um 4,8 Mio. Euro gestiegenen Zinsaufwands. Vor diesem Hintergrund hält die DES an ihrer Jahresprognose fest und erwartet einen Umsatz in der Bandbreite von 269 Mio. - 277 Mio. Euro und ein Ebit von 211 Mio. - 219 Mio. Euro.

## Signa-Insolvenz

# WKStA weitet Betrugsermittlungen aus und ermittelt gegen Aufsichtsratschef

rv DÜSSELDORF. Der Verfahrenskomplex um die Signa-Insolvenz zieht immer weitere Kreise. So hat die Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft Wien (WKStA) neue Ermittlungen wegen Untreue, Betrug und betrügerische Krida (Konkurs) eingeleitet beziehungsweise ihre Ermittlungen ausgeweitet. In diesem Kontext ermittelt die österreichische Behörde auch gegen Alfred Gusenbauer in seiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender von zwei Signa-Gesellschaften wegen Untreue in Höhe von rund 10 Mio. Euro.

Wie die Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft Wien (WKStA) mitteilt, soll Alfred Gusenbauer als Aufsichtsratsvorsitzender der Signa Development Selection AG und der Signa Prime Selection AG im Oktober und November 2022 seine Befugnisse missbraucht und dadurch die beiden Gesellschaften in Höhe von zusammen 10 Mio. Euro geschädigt haben.



Bild: Fotolia

Im Einzelnen soll er mit einem Mitglied des Vorstands dieser Gesellschaften jeweils eine ungerechtfertigte Abschlagszahlung auf eine Erfolgsbeteiligung vereinbart und deren Auszahlungen an die Person angeordnet haben.

Dabei wirft die Korruptionsstaatsanwaltschaft dem Aufsichtsratschef vor, dass die Vereinbarung und die Anordnung der Zahlungen erfolgt ist, ohne dass die rechtlichen Voraussetzungen vorgelegen hätten. Das bezieht sich vor allem darauf, dass sie ohne Zustimmung des Gesamtaufsichtsrats erfolgt sei. Dem Vorstand wirft die Behörde vor, dass er Gusenbauer als Aufsichtsratsvorsitzenden zu diesen Taten bestimmt haben soll.

Wie es weiter heißt, haben in diesem Zusammenhang auch Hausdurchsuchungen stattgefunden und es wurden an mehreren Adressen in Wien und Niederösterreich Datenträger und Unterlagen sichergestellt. „Die Durchsuchungen waren von der Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft angeordnet, dem Landesgericht für Strafsachen Wien bewilligt und sind von der SOKO Signa des Bundeskriminalamts durchgeführt worden“, teilt die Behörde dazu mit.

Bei dem Tatbestand der Kapitalerhöhung durch Geldkarussell hat die Wiener Korruptionsstaatsanwaltschaft das Ermittlungsverfahren inzwischen ausgeweitet. Hintergrund ist, dass Signa-Gründer René Benko eine weitere Gesellschafterin der Signa Holding GmbH durch Vorspiegelung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und Rückzahlungswilligkeit des Unternehmens zunächst zur Gewährung eines Darlehens in Höhe von 250 Mio. Euro verleitet haben soll und in der Folge betrügerisch zu einer Verlängerung des Darlehens und zu einem teilweisen Forderungsverzicht bewegen haben soll.

Wie die Behörde erläutert, liefen bislang bereits Ermittlungen, weil René Benko Gesellschafter der Signa Holding zu weiteren Investments im Rahmen einer Kapitaler-

## Personalien

### FIM holt Sophia Konrad als Projektmanagerin

Die FIM Unternehmensgruppe hat Sophia Konrad als weitere Projekt- und Portfoliomanagerin gewonnen.



In dieser Funktion wird sie mit verantwortlich sein, das stetig wachsende Portfolio nachhaltig weiterzuentwickeln.

Sophia Konrad wird bei der FIM Unternehmensgruppe maßgeblich das wertorientierte Portfoliomanagement eines Immobilienportfolios verantworten und im Ankaufprozess bei weiteren Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien unterstützen. Zu ihren Aufgaben zählen neben einem strategisch ausgerichteten Asset Management und der Konzeption von langfristig angelegten Wertsteigerungsmaßnahmen wie Refurbishments und Repositionierungsprojekten das Monitoring und Controlling des Gesamtprozesses. Zuvor war sie zehn Jahre lang als Projektentwicklerin und Gebietsleiterin im Geschäftsbereich Expansion der Edeka Nordbayern-Sachsen-Thüringen zuständig. Zudem war sie 2025/2026 als Lehrbeauftragte im Bachelorstudiengang „Internationales Immobilienmanagement“ an der Hochschule Aschaffenburg tätig. Dort hatte sie im selben Fach ihr Studium mit dem Master Immobilienmanagement abgeschlossen. Zudem absolvierte sie 2025 das Intensivstudium „Real Estate Transaction Manager“ an der Irebs.

höhung in die Gesellschaft verleitet haben soll und zwar unter dem Vorwand, selbst durch die **Familie Benko Privatstiftung** gleichfalls Geld zuzuschießen. „Dabei soll er die Investments der getäuschten Gesellschafter zum Teil durch Überweisungen über mehrere Unternehmen hinweg schlussendlich als seinen eigenen Beitrag zur Kapitalerhöhung ausgegeben haben“, so der Vorwurf der Behörde.

Beim neuen Faktenkomplex **Intercompany-Darlehen** wird wegen Untreue und betrügerischer Krida in mehreren Fällen ermittelt. Dabei geht die Korruptionsstaatsanwaltschaft dem Verdacht nach, dass u.a. René Benko und mehrere Verantwortliche diverser österreichischer und deutscher Signa-Gesellschaften sowie weitere unbekannte Täter unbesicherte Darlehen an andere Signa-Gesellschaften in zwei- bis dreistelliger Millionenhöhe gewährt haben sollen.

„Durch die Darlehensgewährungen sollen die Gesellschaften geschädigt und die Befriedigung der Gläubiger der Gesellschaften vereitelt bzw. geschmälert worden sein“, heißt es zu diesem Sachverhalt. Nähere Angaben zu diesen Verfahrenssträngen wollte die Behörde aus ermittlungstaktischen Gründen zum jetzigen Zeitpunkt aber noch nicht machen.

Die österreichische Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft wird bei ihren Ermittlungen im Verfahrenskomplex Signa unter anderem wegen schweren Betrugs, betrügerischer Krida, Untreue, Förderungsmisbrauchs und Gläubigerbegünstigung von der SOKO Signa des Bundeskriminalamts unterstützt. Ermittelt wird gegen über ein Dutzend Beschuldigte und einen Verband. Der ermittlungsgegenständliche Gesamtschaden wird von der Behörde zum gegenwärtigen Zeitpunkt mit über 1,5 Mrd. Euro beziffert. ■

## Deals

**Bremen:** Die **Robert C. Spies Gewerbe & Investment GmbH & Co. KG** hat eine rund 140 qm große Einzelhandelsfläche in der Bremer Überseestadt vermittelt. Neuer Mieter ist die **NAS Studios GmbH** aus Berlin. Das Mietverhältnis beginnt am 1. Juli 2026. Vermieter der Fläche ist die **Quantum AG**. Am neuen Standort in der Altiero-Spinelli-Straße 2 entsteht das **NÄS Reformer Studio** für Pilates, ein exklusives Boutique-Studio. Das Angebot richtet sich an gesundheits- und lifestyleorientierte Menschen und basiert auf einem hochwertigen Pilates-Trainingskonzept in Kleingruppen.



**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

GDC Deutschland GmbH

## Bei Depot steht alles auf dem Prüfstand

**rv DÜSSELDORF.** Den ersten Insolvenzantrag in Eigenverwaltung hatte die expansionsfreudige Handelskette für Wohnaccessoires, Depot, respektive ihre Muttergesellschaft, die Gries Deco Company GDC, am 15. Juli 2024 beim Amtsgericht Aschaffenburg gestellt. Nach einem Sanierungsverfahren, das am Ende sehr viel umfangreicher ausfiel als zunächst geplant, stellte die Handelskette knapp zwei Jahre später, Mitte Mai, erneut einen Insolvenzantrag.

Im ersten Insolvenzverfahren hatte sich die Handelskette **Depot**, die in ihren besten Zeiten mehr als 600 Filialen betrieben hat, wie bei der Zeitschrift Unternehmer Blatt nachzulesen ist, unter dem Inhaber **Christian Gries** (Foto: Depot), der die Geschäftsführung nach Ausbruch der Krise wieder übernommen hatte, und den Restrukturierungsexperten **Sven Tischendorf** sowie **Alexander Höpfner** das Ziel gesetzt, die Geschäftsstruktur langfristig zu stabilisieren und zukunftsfähig zu machen. Im Kern ging es darum, jede der 302 im Jahr 2024 noch bestehenden Filialen in puncto **Rentabilität** auf den Prüfstand zu stellen und Standorte ohne Gewinnperspektive zu schließen.



Im ersten Schritt wurden 17 Läden sofort geschlossen. Am Ende des Prozesses waren es aber mehr als 100

Filialen und es zeichnete sich schon ab, dass zum Schluss nur noch 150 bis 180 Filialen weitergeführt werden sollten. Und auch die Belegschaft wurde von 3 300 Arbeitsplätzen auf etwa 2 000 reduziert. Zudem wurde die Betreibergesellschaft **Gries Deco Company GmbH** im Rahmen des Insolvenzverfahrens abgewickelt und durch die Auffanggesellschaft **GDC Deutschland GmbH** ersetzt. Gleichzeitig wurden der **Online-Vertrieb** und die digitale Verfügbarkeit gestärkt, um moderner und näher an den Kunden zu sein.

Grund für die erste Schiefelage von Depot waren zum einen – wie bei den meisten innerstädtischen Nonfood-Händlern – die Schwierigkeiten und Verluste durch die Pandemie-bedingten Zwangsschließungen, die weltweiten Lieferketten-Probleme, die das Unternehmen stark trafen und der härter werdende Wettbewerb durch Online-Konkurrenten wie **Temu** aber auch durch stationäre Konkurrenten wie **Action**.

Als Gründe für die erneute Insolvenz in diesem Mai nannte Geschäftsführer Christian Gries nach einem Bericht von „Der Spiegel“ neben der unvermindert harten Online-Konkurrenz durch asiatische Billig-Plattformen noch die Zölle und die starke Kaufzurückhaltung der Deutschen, die der gesamte deutsche Einzelhandel derzeit als großes Problem erlebt. Gleichzeitig versichert er: „Wir wollen auf jeden Fall weitermachen und möglichst viele Filialen erhalten.“

Wie er weiter einräumt, ist die Zeit für den Einzelhandel derzeit schwierig, da viele Kunden stark auf die Preise schauen würden. Doch Preisreduzierungen sind aus seiner Sicht auf Dauer kein Mittel, um ein rentables Geschäft zu führen. Der GDC-Geschäftsführer rechnet mit weiteren Filialschließungen, will sich aber noch nicht auf eine genaue Zahl festlegen. Alles soll erneut auf den Prüfstand gestellt werden. Dazu gehören auch Gespräche mit den Vermietern.

Als vorläufiger Sachwalter wurde der Frankfurter Rechtsanwalt **Thomas Rittmeister** eingesetzt, der die Interessen der Gläubiger überwacht. Als Verfahrensbevollmächtigter der Schuldnerin fungiert **Alexander Höpfner** von der Kanzlei **ACT Tischendorf**, der Depot bereits im vorherigen Schutzschirmverfahren begleitete. ■

### Deals

#### Rainer Koepke wechselt zu Cushman & Wakefield

Der Immobilienberater **Cushman & Wakefield** (C&W) verstärkt seine Geschäftsplattform im Logistiksektor in Deutschland



zum 1. Juli dieses Jahres mit **Rainer Koepke** in der Position des **Head of Logistics**

**Agency Germany.** Er wird vom Standort Frankfurt am Main aus tätig sein und an Mario Herbst, Head of Leasing & Tenant Representation Germany, berichten. Mit dem Wechsel setzt Cushman & Wakefield, nach der Verpflichtung von Maximilian Wüstefeld als Head of Logistics & Industrial Capital Markets Germany zum 1. August 2026, ein weiteres Zeichen für den Ausbau seines Logistikgeschäfts und die Stärkung seiner Position in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Marktumfeld. Koepke zählt zu den profiliertesten Logistikimmobilienexperten im deutschen Markt. Er war zuvor bei **CBRE**, wo er seit 2015 in verschiedenen Führungsfunktionen tätig war – zuletzt als Senior Advisor Industrial & Logistics Leasing. Darüber hinaus prägte Koepke mehr als 20 Jahre lang die Logistikberatung von **JLL**, zuletzt als Head of Industrial Germany. Mit seiner Marktkenntnis, seinem breiten Kundennetzwerk und seiner Erfahrung in der strategischen Weiterentwicklung von Logistikteams zählt er nach Unternehmensangaben zu den anerkannten Branchenexperten in Deutschland.

Douglas Group

## Der Markt pendelt sich neu ein

**DÜSSELDORF.** *Traditionell sind hochpreisige Konsumgüter krisenresilienter als die Güter des Massenkonsums. Doch auch bei Europas führendem Einzelhändler für „Premium Beauty“, der Douglas Group mit Sitz in Düsseldorf, haben sich die geopolitischen Unsicherheiten, die wachsende Inflation – vor allem bei den Energiekosten – und die „schwächste Konsumentenstimmung im Euroraum seit Ende 2022“ auf die Geschäftsentwicklung ausgewirkt. Dem will die Geschäftsführung mit einer wachstumsfördernden Strategie entgegenwirken.*

„Der europäische Markt für Premium Beauty pendelt sich neu ein, weshalb wir die Umsetzung unserer Strategie entsprechend beschleunigen und unsere operativen Prioritäten auf diese neue Realität ausrichten“, analysiert **Sander van der Laan**, (Foto) CEO der **Douglas Group**, die aktuelle Marktlage bei Vorlage der Bilanzzahlen für das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2025/26 (30.9.). Konkret will das Unternehmen den Fokus stärker auf seine **Omnichannel- und E-Commerce-Aktivitäten** richten sowie auf die erfolgreichen Cross-Channel Services wie **Click & Collect Express** und die zugrunde liegenden Technologien sowie auf den zeitgemäßen Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI).



Dazu gehören etwa der Einsatz von **AI Beauty Advisor Chatbots** im Online-Shop und in der App mit dem Ziel, die Zufriedenheit der Kunden zu steigern. Der AI Beauty Advisor soll in den nächsten Monaten und Jahren durch kontinuierliche Funktions-Updates, CRM-Integration und zusätzliche Features stetig weiterentwickelt und im Laufe der Zeit auch international eingesetzt werden. Wirtschaftliches Ziel ist es, die **Conversion Rate** zu erhöhen sowie den Warenwert zu steigern und die Größe der Warenkörbe zu erhöhen.

Als wichtige Säule des **kanalübergreifenden Einkaufserlebnisses** entwickelt sich nach Unternehmensangaben die **Beauty Card** seit ihrem Relaunch vor einem Jahr. Es handelt sich hier um eines der führenden Treueprogramme Europas, dessen Mitgliederzahl inzwischen bei einer Kundschaft von über 64 Mio. Menschen liegt. Dabei steht die Stammkundschaft in verschiedenen Märkten für etwa 80% des Umsatzes. Nach Unternehmensangaben wurde das neue Programm inzwischen in neun Ländern eingeführt und deckt mehr als zwei Drittel der Kundschaft ab. Die Einführung in weiteren Märkten ist geplant.

Die Geschäftsführung sieht das Omnichannel-Modell der Douglas Group mit ihren insgesamt 1 970 Filialen (inkl. Franchise-Partner) in 22 Ländern (Stand 31.3.) in



Foto: Douglas

### Deals

**Bremen:** Im **Balgequartier** wurden im April die Mietflächen des gehobenen orientalischen Gastronomiekonzepts **Bona'me** im **Kontorhaus** am Markt übergeben. Damit beginnt der Ausbau, den das Gastronomie-Konzept in Eigenregie realisiert. Die Eröffnung soll Ende September erfolgen. Bona'me wird im Erdgeschoss und in Teilen des ersten OG des Kontorhauses eine Fläche von über 730 qm beziehen. Auf über 460 qm entsteht der Restaurantbereich, ergänzt durch die Fläche „The Grand Arcade“, die Raum für ein eigenständiges Bar-Konzept bietet. Die Mietfläche reicht von der Langenstraße durch das Kontorhaus bis zur Bredenstraße. Geplant ist auch eine Außenterrasse mit bis zu 300 Plätzen, z.T. unter den Arkaden.

+++++

**London:** Die **HIH Invest** hat das Büro- und Geschäftshaus **67-73 Chancery Lane** in London für einen Spezialfonds erworben. Verkäufer der Core-Immobilie ist eine private Stiftung. Bei dem Ensemble handelt es sich um ein Re-Development bzw. einen Neubau aus dem Jahr 2008 hinter teilweise bestehenden historischen Fassaden. Das Gebäude wurde 2024 renoviert. Der Erbbaurechtsvertrag für das Grundstück läuft noch 175 Jahre. Das Gebäude bietet 7 230 qm Mietfläche, davon 5 325 qm Büro-, 1 436 qm Einzelhandels- und 469 qm Wohnfläche. Die vermietete Einzelhandelsflächen verteilen sich auf sieben Einheiten.

Kombination mit ihren „erstklassigen Online-Shops, mobilen Apps und weiteren digitalen Angeboten“ immer mehr als strategischen Vorteil im Premium-Beauty-Einzelhandel. Ablesen lässt sich das auch an der Tatsache, dass diese kanalübergreifenden Serviceangebote wie das bereits oben erwähnte Click & Collect Express im zweiten Quartal um 29,8% gewachsen sind und inzwischen einen Umsatzanteil von etwa 5% erreichen. Deshalb sind auch weitere internationale Rollouts und Funktionsverbesserungen geplant.

Ergänzt wird diese Multi-/Cross-Channel-Strategie durch die **Erweiterung des Sortiments** um eine einmalige Auswahl an **Exklusiv-, Selektiv- und Eigenmarken**, die das Angebot gegenüber der Konkurrenz unverwechselbar machen sollen. Das eröffnet auch mehr Spielraum bei der Preisgestaltung, da die Wettbewerber die Produkte nicht anbieten und deshalb auch nicht in einen Preiswettbewerb treten können. Ziel ist es, die Position als Europas führender Händler für Premium Beauty weiter auszubauen.

Exklusive Marken trugen im Geschäftsjahr 2025/26 bislang mehr als zwei Drittel zum gesamten Umsatzzuwachs bei – bei höheren Margen im Vergleich zum übrigen Geschäft –, was ihre Rolle als wichtiger Treiber für Wertzuwachs und Performance unterstreicht. Zu den bedeutendsten Markteinführungen im bisherigen Kalenderjahr 2026 zählen die Make-up-Marke „about-face“ der Sängerin **Halsey**, die Parfümmarke „Orebella“ des Models **Bella Hadid** und die Haarpflegemarke „Lolavie“ der Schauspielerin **Jennifer Aniston**. Alle Exklusiv- und Eigenmarken der Douglas Group machten im zweiten Quartal **fast 15% des Konzernumsatzes** aus.

## Exklusive Marken machen den Unterschied im Sortiment

Nach den Worten von Douglas-CEO Sander van der Laan sind die Maßnahmen „keine kurzfristigen Reaktionen auf Marktschwankungen, sondern bewusste Entscheidungen, um unser Fundament in einem sich wandelnden Umfeld zu stärken“. Hinzu kommen ein striktes Kostenmanagement und die Konzentration auf die strategischen Schwerpunkte, ein „unvergleichliches Einkaufserlebnis in der Premium-Beauty-Welt“ und ein „hocheffizientes Geschäftsmodell“, um die Basis für ein nachhaltiges und profitables Wachstum zu schaffen.

Allein im zweiten Quartal, das von Anfang Januar 2026 bis Ende März reicht, erzielte die Douglas Group einen Umsatz von 949,7 Mio. Euro, was gegenüber dem Vorjahresumsatz von 939 Mio. Euro einem Wachstum von 1,1% entspricht. In den Filialen erhöhten sich die Erlöse um 0,5% auf 629,2 Mio. Euro, während das E-Commerce- und das Cross-Channel-Geschäft zusam-

men um 2,4% von 312,9 Mio. auf 320,5 Mio. Euro zulegen. Der Bereich E-Commerce erhöhte seinen Anteil am Umsatz damit leicht von 33,3 auf 33,7%.

Zusammengerechnet mit dem ersten Quartal, das in den Monaten Oktober bis Dezember 2025 mit dem Weihnachtsgeschäft zusammenfällt, erhöhten sich die Erlöse im ersten Halbjahr um 1,5% von 2,585 Mrd. Euro auf 2,623 Mrd. Euro. Die Filialen legten in diesem Zeitraum nur leicht um 0,4% von 1,727 Mrd. Euro auf



rund 1,735 Mrd. Euro zu, während die Erlöse im E-Commerce – bei kleinerer Basis – um 3,4% von 858,2 Mio. auf 888,6 Mio. Euro zulegten. Der Anteil am Gesamtumsatz lag Ende des ersten Halbjahres bei 33,9%.

Dass trotz des Umsatzwachstums in einem schwierigen Umfeld im zweiten Quartal ein Nettoverlust in Höhe von 124,6 Mio. Euro anfiel, begründet die Geschäftsführung in erster Linie mit Goodwill-Abschreibungen in Höhe von 99 Mio. Euro im Zusammenhang mit dem französischen Geschäft (Nocibé) sowie **Parfumdreams** (als Teil des Segments Parfumdreams / Niche Beauty) und mit weiteren Wertminderungen auf Vermögenswerte, die mit rund 14,5 Mio. Euro beziffert werden.

Das bereinigte Nettoergebnis betrug -10,0 Mio. Euro nach -12,2 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Zudem belastete die Verunsicherung und Preissensibilität der Kundschaft die **Profitabilität** nach Unternehmensangaben auch im zweiten Quartal. Abzulesen ist das am Rückgang des bereinigten Ebitda um 5,1% auf 116,1 Mio. Euro und des bereinigten Ebit von 32,1 Mio. Euro auf 19,1 Mio. Euro.

Im ersten Halbjahr ging das **bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern** (Ebit) von 298,4 Mio. Euro auf 256,4 Mio. Euro zurück (-14,1%). Das bereinigte Nettoergebnis sank um 13,3% von 157,8 Mio. Euro auf 136,8 Mio. Euro. Für das Geschäftsjahr 2025/26, das am 30. September endet, erwartet die Geschäftsführung einen Umsatz in der Größenordnung von 4,65 Mrd. Euro. ■

Deutsche Fachmarkt AG

## Viele Mietverträge abgeschlossen

**HIR DÜSSELDORF.** Die **Deutsche Fachmarkt AG (Defama)** hat langfristige Mietverträge mit Bestandsmietern geschlossen, die auch eine gemeinsame Weiterentwicklung und Modernisierung der Standorte vorsehen. Zugleich sichert das Unternehmen damit künftige Erträge und erreicht durch ESG-Maßnahmen eine Aufwertung des Portfolios. Auch der Leerstand wurde vermindern.

Im Einzelnen wurde in **Apolda** mit **Netto** ein neuer Mietvertrag geschlossen, der eine Modernisierung und Vergrößerung des Markts inkl. Umstellung auf Wärmepumpe vorsieht. In **Schneeberg** wurde mit **Aldi** eine Vergrößerung und Modernisierung vereinbart. In **Melsungen** wurde der Mietvertrag mit dem **Herkules-Baumarkt** deutlich verlängert. Auch hier wird energetisch aufgewertet. In **Bergkamen** inves-



tiert Defama gemeinsam mit **Jysk** in die Vergrößerung der Fläche und hat einen neuen Mietvertrag abgeschlossen. In **Heinsberg** steht ein langfristiger Mietvertrag mit **Edeka** vor dem Abschluss. Neben der Modernisierung und Vergrößerung der Verkaufsfläche wird auch die Mall umgestaltet. Der Umbau soll noch 2026 erfolgen.

In **Zeitz**, dem flächen- und mietetragsmäßig größten Objekt, konnte ein langfristiger Vertrag mit **Kaufland** abgeschlossen werden. Gemeinsam sollen rund 6 Mio. Euro in die Modernisierung investiert werden. Dazu gehört die Umstellung auf Wärmepumpe, LED-Parkplatzbeleuchtung, eine neue Lüftungsanlage und Kühlmöbel mit Wärmerückgewinnung. Insgesamt wird Defama in die Projekte rd. 5 Mio. Euro investieren. Durch die Vertragsverlängerungen werden nach Unternehmensangaben jährliche Mieterträge von über 2 Mio. Euro gesichert, was bei Laufzeiten von durchschnittlich gut 10 Jahren Mieterlösen von über 22 Mio. Euro entspricht.

Des Weiteren hat die Defama Miet- und Kaufverträge abgeschlossen, die den Leerstand um rund ein Drittel reduzieren und zu signifikanten Liquiditätszuflüssen führen. Dazu gehören die ehemalige Hammer-Fläche in **Osnabrück** mit 2 100 qm, die wegen der Insolvenz des Mieters seit Anfang 2026 leer steht. Hier wird Rewe einen **Zoo Royal-Markt** einrichten, so dass die Mieteinnahmen wieder steigen.

In **Stelle** wurde ein neuer langfristiger Mietvertrag mit **Fressnapf** für eine als Leerstand erworbene Fläche von 430 qm geschlossen. Das Objekt ist damit voll vermietet. In **Freudenstadt** wurde ein neuer Mietvertrag mit **Café Wetzel** für eine Teilfläche von gut 400 qm des ehemaligen A.T.U geschlossen. In **Höhn** wurde ein Mietvertrag mit einem Fitness-Studio unterzeichnet, der eine Vollvermietung sichert.

Für die Objekte in **Sangerhausen**, **Schwarmstedt** und das Gebäude des ehemaligen **B1 Baumarkts** in **Dinslaken** (Foto oben) wurden Verkaufsverträge unterzeichnet – zum einen, weil die Märkte in Sangerhausen und Schwarmstedt zu klein bzw. zu kleinteilig sind. Zum andern trennt sich Defama mit dem Teilobjekt Dinslaken (6 700 qm) vom größten Leerstand. Die Verkaufspreise summieren sich auf 6,1 Mio. Euro. Dem stehen abgehende Nettokaltmieten von 225 000 Euro pro Jahr gegenüber. Mit Abwicklung der drei Verkäufe bis zum Ende des zweiten Quartals 2026 fließen dem Unternehmen nach Tilgung der Bankdarlehen rund 2 Mio. Euro zu. Die Vermietungsquote wird von knapp 93% auf gut 95% steigen. ■

### Deals

**Landau:** Die **HIH Invest** hat die Mixed-Use-Immobilie **Maxi34** in der Maximilianstraße 32, 34 in Landau in der Pfalz für ein Immobilien-Sondervermögen erworben. Verkäufer ist die **Schroder Real Estate KVG**. Das Gebäude wurde 1998 errichtet und 2021 im Rahmen einer Modernisierung um zwei Geschosse aufgestockt. Die Mietfläche beträgt 3 979 qm. Das Erdgeschoss verfügt über 2 079 qm Mietfläche und 180 Parkplätze, die von **Aldi Süd** gemietet werden. Die beiden Obergeschosse mit 1 900 qm Mietfläche werden vom **Studierendenwerk Vorderpfalz (AöR)** für Apartments gemietet.

+++++

**München:** Mit der Eröffnung von „**SUPER\***“ nimmt im Herzog Max am Karlstor in München nun auch die Gastronomie im Erdgeschoss zur Herzog-Max-Straße den Betrieb auf. Das Konzept ergänzt die Nutzerstruktur aus **Max-Planck-Gesellschaft, Ashurst, Pentrac** und **New Balance**. Aus dem früheren **Karstadt-Sports-Gebäude** ist eine kuratierte Innenstadtdressse mit Wissenschaft, Recht, Retail und Gastronomie entstanden. Perspektivisch kommt der **SUPER\*-Kiosk** unter den Arkaden zur Neuhäuser Straße als zweiter Anlaufpunkt hinzu. Er setzt einen zusätzlichen Anker an der zentralen Fußgängerzone und stärkt die Verbindung zur Herzog-Max-Straße. Eigentümer des rd. 14 000 qm großen Hauses ist **Euro Real Estate. Accumulata** verantwortet die Revitalisierung und Neupositionierung.

Recycling von Alttextilien: Großer regulatorischer Druck

## Vom Abfall zum Rohstoff

**HIR DÜSSELDORF.** *Der regulatorische Druck aus der EU, etwas gegen die riesigen Abfallberge aus Altkleidern zu tun, wächst. Das Kölner Start-up CRCL hat jetzt mit Apatura ein kreislauffähiges Granulat aus Alttextilien entwickelt, um daraus Materialien für andere Branchen zu erzeugen – vom Abfall zum Rohstoff.*

Altkleider werden schon seit Jahrzehnten gesammelt. Überall sind die Container zu sehen. Altkleider sind aber nur brauchbar, wenn sie noch getragen werden können oder aus reinen Materialien wie Baumwolle bestehen, damit daraus Dämm-Stoffe gemacht werden kann. Das Gros ist heute aber aus Mischfasern und damit bisher nicht mehr verwendbar, so dass sich riesige Müllberge auftürmen. Wie das Kölner Start-up-Unternehmen **CRCL** berichtet, werden weltweit jährlich 120 Mio. t Textilien weggeworfen – ein Trend, der durch Fast Fashion begünstigt wird.



Foto: Dirk Loerper

Der Druck, etwas gegen diese Ressourcenverschwendung und die Umweltverschmutzung zu tun, steigt, seit der **regulatorische Rahmen** in Europa den **Textil- und Bekleidungsmarkt** zum Umdenken zwingt: Denn seit 2025 müssen Textilien in der EU getrennt erfasst werden und die Regeln zur erweiterten Herstellerverantwortung (EPR) für Textilien wurden verschärft. Und ab Juli 2026 gilt für große Unternehmen ein Verbot, unverkaufte Kleidung und Schuhe zu vernichten.

Wie **Lars Conzendorf**, verantwortlich für **Business Development** sowie **Marketing & Sales** bei CRCL, feststellt, ist Textilabfall damit kein Entsorgungsproblem mehr – sondern eine Rohstoff-Frage. Es geht darum, die Abfälle zu recyceln, was bislang gerade bei den Mischtextilien im bestehenden System nicht möglich war. Mit Blick auf die Tatsache, dass für Entsorger, Textilunternehmen und Modemarken ein wachsender Kosten- und Handlungsdruck entsteht, hat CRCL ein Verfahren entwickelt, bei dem der problematische Materialstrom „als Ausgangspunkt für eine neue Wertschöpfung“ – oder kurz als Rohstoff – verwendet wird.

Wie **Lars Conzendorf**, verantwortlich für **Business Development** sowie **Marketing & Sales** bei CRCL, feststellt, ist Textilabfall damit kein Entsorgungsproblem mehr – sondern eine Rohstoff-Frage. Es geht darum, die Abfälle zu recyceln, was bislang gerade bei den Mischtextilien im bestehenden System nicht möglich war. Mit Blick auf die Tatsache, dass für Entsorger, Textilunternehmen und Modemarken ein wachsender Kosten- und Handlungsdruck entsteht, hat CRCL ein Verfahren entwickelt, bei dem der problematische Materialstrom „als Ausgangspunkt für eine neue Wertschöpfung“ – oder kurz als Rohstoff – verwendet wird.

Das Unternehmen verbindet Entsorgungsmarkt und Absatzmarkt in einem Modell. „Mit **Apatura** entsteht ein kreislauffähiges Granulat für eben solche neuen, industriellen Serienanwendungen“, teilt CRCL mit. Wie **Lauritz Schmidt**, verantwortlich für **Entwicklung, Projektmanagement** und **Controlling** bei CRCL mitteilt, konnte das Start-up beweisen, dass „selbst schwer verwertbare Mischfasern im Produktionsalltag industriell nutzbar gemacht werden können“. Es sei gelungen, die Verarbeitung im Spritzguss nachzuweisen, die Umsetzung auf einer industriellen Anlage zu erproben und es sei technisch möglich. Erste Pilotprojekte mit namhaften Firmen wie **VIT-RA** oder **Hanit** konnten demnach erfolgreich abgeschlossen werden.

Geeignet sind die Materialien, um daraus neue Bausteine für nachhaltigere Strategien für Branchen wie Möbel, Interior, Bau, Gardening oder den Automobilbereich zu machen. „Regulierung allein schafft noch keine Kreislaufwirtschaft“, betont **Timur Oruz**, verantwortlich für **Business Growth** und **Public Relations** bei CRCL: „Sie erzeugt aber den Druck, neue Lösungen schneller in den Markt zu bringen.“ Der Anspruch des Start-ups besteht nach seinen Worten darin, „aus diesem Druck eine konkrete Nachfrage zu machen – für die Modeindustrie, Entsorger, Marken und industrielle Anwender“. Relevant wird dies für Unternehmen, die nachweisen müssen, wie sie Ressourcen schonen, Recyclinganteile erhöhen und Produktkreisläufe schließen. ■

## Deals

### Neuer Mieter für den Four Parx Dreieich

Der auf Gewerbe- und Logistikflächen spezialisierte Projektentwickler **Four Parx** aus Dreieich hat eine rd. 5 000 qm große Fläche im



### **Four Parx Dreieich Airport**

vermietet. Damit sind etwa 50% der Gesamtfläche der Gewerbe- und Logistikimmobilie im hessischen Dreieich vermietet. Der neue Nutzer ist ein international tätiges Unternehmen aus dem Bereich Logistik- und Supply-Chain Dienstleistungen, das die Flächen für Lagerung, Konfektionierung sowie logistiknahe Dienstleistungen im technischen Umfeld von Rechenzentrums-Infrastrukturen nutzen wird. Der Four Parx Dreieich Airport befindet sich im Gewerbegebiet Buchschlag im Süden von Dreieich und steht in der Nähe des internationalen Verkehrsdrehkreuzes Flughafen Frankfurt. Zudem ist der Standort an die A5 und die A661 angeschlossen und die City ist schnell zu erreichen. Das Projekt ist gekennzeichnet durch sein ganzheitlich nachhaltiges Entwicklungskonzept, das den ESG-Anforderungen gerecht wird. Zentraler Baustein ist die Holz-Hybrid-Bauweise, die die Vorteile nachwachsender Rohstoffe mit struktureller Effizienz verbindet. Zudem gibt es eine energieeffiziente Gebäudehülle und einen fossilfreien Betrieb durch Wärmepumpentechnologie und eine PV-Anlage zur Selbstversorgung.

## Präferenzen der Generation Z

# Wichtig ist der nachvollziehbare Nutzen

rv DÜSSELDORF. Die zwischen Ende der 1990er-Jahre und den frühen 2010er-Jahren geborene „Genration Z“ ist für den stationären Einzelhandel deshalb so wichtig, weil sie die erste Generation ist, die von Anfang an mit Internet, Smartphones und dauerhaft verfügbaren Informationen groß geworden ist. Eine echte Generation der „Digital Natives“ also. Doch nicht alles, was als „typisch Gen Z“ gilt, ist aus Sicht von Experten neu und/oder dauerhaft relevant für den Einzelhandel. Deshalb lohnt der genauere Blick.

„Kaum eine Zielgruppe wird derzeit so intensiv diskutiert wie die „Generation Z“, schreibt **Susanne Dierl, KI-Trainer und Projektreferentin im Mittelstand-Digital Zentrum Handel**, in ihrem Beitrag. Der Grund: Der Generation eilt der Ruf voraus,

besondere Erwartungen an Konsum, Kommunikation und Marken zu haben, so dass sie den Einzelhandel stark verändern werde. Doch wie Dierl feststellt: Kaum eine Zielgruppe sei so stark von Klischees geprägt wie die Gen Z.

Junge Menschen hätten schon immer andere Prioritäten gesetzt als ältere Generationen, gibt die Expertin zu bedenken. Das dürfte auch jedem aus seiner eigenen Jugendzeit bekannt sein. Einen besonders harten Bruch gab es zwischen den 68ern und ihren Eltern. Laut Dierl wird in dieser Diskussion oft der Fehler gemacht, dass die **Generations-effekte** mit den **üblichen Lebensphasen** verwechselt werden. Doch dass junge Menschen weniger Geld zur Verfügung haben und deshalb Preissensibler sind, ist normal. Und auch, dass sie bereit sind, mehr auszuprobieren.

Deshalb ist es für den Einzelhandel wichtig zu unterscheiden, welche Veränderungen im Konsum, der Kommunikation und dem Umgang mit Marken bei der Beurteilung der Generation Z tatsächlich **strukturell relevant** ist und was kurzfristige, **altersbedingte Trends** sind. Dierl: „Wer diese Unterscheidung nicht trifft, läuft Gefahr, Marketingmaßnahmen an Oberflächenphänomenen auszurichten statt an realen Erwartungen“. Zumal nicht alles, was als „typisch für die Generation Gen Z gilt, für den Einzelhandel dauerhaft relevant sei. Die **Social-Media-Affinität**, der **Nachhaltigkeitsanspruch** der jungen Leute und die angeblich **geringe Markenloyalität** sage noch nichts über ihr Kaufverhalten aus.

Relevant für den Einzelhandel bei der Beurteilung dieser Generation ist laut Dierl vielmehr der **Kontext**, in dem Entscheidungen getroffen werden. Denn in der Welt der Generation Z sind Informationen – dank Smartphone – jederzeit verfügbar, Angebote unmittelbar vergleichbar und die Kommunikation findet öffentlich statt. Entscheidungen werden so unter anderen Rahmenbedingungen getroffen als noch vor einigen Jahren. Mit Blick auf die Schnelllebigkeit unserer Zeit ist es für den Einzelhandel deshalb wichtig zu wissen, welche dieser Veränderungen auch von Dauer sind.

Beispielsweise beim Umgang mit den **Social-Media-Kanälen**, die für diese jungen



Bild: Fotolia

**Wichtig sind Nutzen, Verfügbarkeit und Erlebnis.**

## Deals

**Böblingen:** Mitte Mai eröffnete die Bäckerei Kamps im Erdgeschoss der **Mercaden Böblingen** eine neue Filiale und feiert damit Premiere in der Kreisstadt. Auf rd. 180 qm bietet die Filial-Kette Kamps ein modernes Bäckerei- und Cafékonzept mit einer Fülle an täglich frischen und mehrfach am Tag gebackenen Brötchen und Backwaren. Ergänzt wird das Angebot in den Mercaden durch warme und kalte Snacks, Kaffeespezialitäten und erfrischende Getränke. Die Bäckerei bietet als Besonderheit einen großzügigen Café-Bereich mit 42 Sitzplätzen, was im Center angemessen ist.

## 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.**

Leute zwar sehr relevant sind, doch wechseln die Plattformen schnell, sodass Strategien des Handels, die nur darauf setzen, schnell an Wirkung verlieren können. Nach Feststellung des deutschen Branchenverbands für IT und Telekommunikation **Bitkom** nutzen aber immerhin 48% der 16- bis 29-jährigen soziale Netzwerke auch zum Online-Einkauf. So ist laut **Hansjürgen Heinick, Senior Consultant Market Insights** beim **IFH Köln** das Interesse an dem neuen **TikTok-Shop** stark gestiegen. Laut Dierl erhöht das zwar die Relevanz von Social Commerce, ersetzt aber noch keine belastbare Handelsstrategie.

Nachhaltiger ist aus ihrer Sicht ein Blick auf **Entscheidungslogiken**, die sich hinter Fragen verbergen wie: Warum wird gekauft? Wann entsteht Vertrauen? Welche Rolle spielen Preis, Qualität und Orientierung? Dabei wurde festgestellt, dass die Gen Z meist nicht anders reagiert als andere Zielgruppen aber **konsequenter in ihren Entscheidungen** auftritt: „Unklare Nutzenversprechen, fehlende Transparenz oder austauschbare Sortimente werden schneller erkannt und seltener akzeptiert“, heißt es. Die Regeln des Handels werden dadurch nicht verändert, sondern die Anforderungen an die Umsetzung dieser Regeln steigen. Kurz gesagt: **Transparenz wird zum Mindeststandard**.

Mit Blick auf die oben erwähnte ständige Verfügbarkeit von Informationen via Smartphone und Tablet können Kunden innerhalb von wenigen Minuten die Preise vergleichen, die Herkunft der Produkte prüfen und Angebote bewerten. Nach den Ergebnissen einer **Fraunhofer-Studie** zu den Erwartungen der Generation Z an den Einzelhandel, informierten sich mehr als zwei Drittel (72%) der Zielgruppe über die **Website eines Einzelhändlers**. Wichtig sind zudem **Online-Shops** und **Suchmaschinen**. Laut Mittelstand-Digital Zentrum Handel gehören digitale Kontaktpunkte im Rahmen der Customer Journey heute zum Standard.

## Viele junge Leute informieren sich über die Website des Handels

Was bedeutet das im Umkehrschluss für den Einzelhandel? Für die jungen Erwachsenen ist Transparenz eine Grundvoraussetzung beim Einkauf von Waren. Das bedeutet, dass die Preise im Einzelhandel nachvollziehbar und die Sortimente erklärbar aufgebaut sein müssen. Herkunft und Qualität müssen verständlich kommuniziert werden. So kann die Branche die Erwartungen erfüllen und Vertrauen schaffen. Expertin Dierl geht davon aus, dass Unternehmen, die diese Ansprüche der Klientel ignorieren, ihre Relevanz verlieren.

Als weiteren verbreiteten Irrtum im Umgang mit den jungen Leuten identifiziert die Expertin, den Versuch des Handels, die junge Zielgruppe über Aufmerksamkeit

und große Reichweite erreichen zu wollen. Tatsächlich seien ihnen aber Angebote wichtiger, die „ein konkretes Problem lösen oder einen klaren Nutzen stiften“. Auch eine große Auswahl an Produkten sei für die Gen Z nicht unbedingt attraktiv, sondern könnte zu Verunsicherung führen. Die Relevanz des stationären Innenstadthandels leitet sich für die 16- bis 29-Jährigen aus der Tatsache ab, dass die überwiegende Mehrheit (69%) zum Einkaufen oder zwecks Erledigungen in die Innenstadt gehen, wie im **HDE-Standortmonitor 2023** ermittelt wurde.

## Eine große Auswahl ist für die Gen Z nicht zwingend attraktiv

59% kommen in die City, um sich mit Freunden und Freundinnen zu treffen oder um hier abzuhängen. 57% verbinden den Stadtbesuch mit Essen und Trinken. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass der Einzelhandel vor Ort nicht nur mit den Wettbewerbern konkurriert, sondern auch mit diesen „sozialen und freizeitbezogenen Erwartungen“ der jungen Leute, wie Dierl erläutert: „Kuratiert aufgebaute Sortimente erleichtern Entscheidungen und stärken Vertrauen. Beratung wird dadurch wieder zu einem zentralen Bestandteil des Handels.“

Dem **stationären Einzelhandel** spielt dabei in die Hände, dass gemäß einer Studie des Fraunhofer Instituts 89% der Gen Z die gewünschten Produkte vor dem Kauf sehen oder ausprobieren möchten und 74% schätzen die Möglichkeit, Produkte direkt mitzunehmen. Das dürfte dafür sprechen, dass auch bei den jungen Leuten das Zusammenspiel aus **Nutzen, Verfügbarkeit und Einkaufserlebnis** gut ankommt. Mit Blick auf das Umweltbewusstsein der jungen Generation ist zudem das Thema Nachhaltigkeit bei den Produkten ein wichtiges Kaufkriterium.

Und mit Blick auf den sozialen Anspruch an die Innenstädte behaupten sich Geschäfte vor allem dort, wo sie **„Teil eines relevanten Aufenthalts- und Orientierungserlebnisses werden“**, wie Dierl feststellt. Geschäfte werden stärker zu Orten der Orientierung, der Beratung und des Austauschs. Erlebnis entsteht dabei nicht durch Inszenierung um ihrer selbst willen, sondern durch nachvollziehbaren Nutzen für die jungen Leute. Wer es schafft, den Laden als **sozialen Raum** zu denken, stärkt langfristige Beziehungen zur Kundschaft. Erfolgskriterien sind klar definierte Zielgruppen, reduzierte, verständlich strukturierte Sortimente und die Nutzenversprechen konkret zu formulieren, die Transparenz systematisch auszubauen und Nachhaltigkeit glaubwürdig umsetzen. Laut Mittelstand-Digital Zentrum Handel sind diese Maßnahmen aber nicht nur für die Generation Z relevant. Vielmehr erhöhen sie insgesamt die Qualität von Handelskonzepten. ■