

GRR BASIC RETAIL REPORT

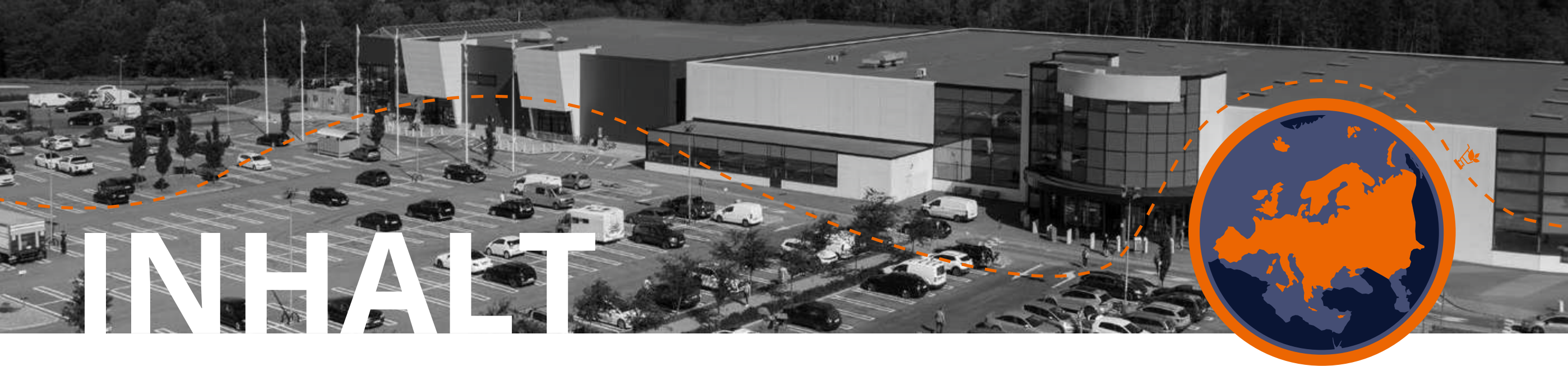
2025



LEBENSMITTEL- EINZELHANDEL IN EUROPA.

Märkte verstehen – Chancen nutzen





INHALT

1 Vorwort	05	4 Handel und Verbraucher	71
2 Allgemeine Marktentwicklung	09	■ Kaufland: europäische Expansion und innovative Filialkonzepte	73
■ Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien: eine resiliente Investition in stabilen und volatilen Zeiten	11	■ ALDI Nord und ALDI SÜD Baubeschreibung: Kosteneffizienz eines einheitlichen europäischen Baustandards im LEH	77
■ Struktur und Entwicklung im Einzelhandel in Deutschland	21	5 Immobilie und Investment	81
3 Big Picture	25	■ ESG und Bewertung – Auswirkungen auf Gewerbeimmobilien in Europa	83
■ Der Lebensmitteleinzelhandel in ausgewählten Ländern Europas	27	■ GRESB als Vergleichsinstrument zur Bewertung des ESG-Status-Quos im paneuropäischen Kontext	89
■ Europas Lebensmitteleinzelhandelslandschaft: Unterschiede und Gemeinsamkeiten im europäischen Nahversorgungssegment	31	■ Internationale Immobilieninvestments erfordern umfassende Erfahrung	91
■ Der Lebensmitteleinzelhandel in ausgewählten europäischen Ländern – die Beispiele Italien und Finnland	39	6 Mieter und Management	93
■ Risiken und Vulnerabilität in der Immobilienbranche: Deutschland im Vergleich zu Europa	41	■ Mietvertragsspezifika und Green Lease im europäischen Kontext	95
■ Von Regulatorik zu Rendite – der Weg zur wertgetriebenen ESG-Performance im Retail-Sektor	43	■ Unterschiede im Baurecht: Von deutscher Gründlichkeit bis zum italienischen Tempo	99
■ ESG im europäischen Kontext: Datenherausforderungen und Photovoltaikpotenzial im Lebensmitteleinzelhandel	47	■ Der niederländische Lebensmitteleinzelhandel: Stabilität trifft Komplexität	105
■ Der europäische Arbeitsmarkt und sein Einfluss auf den Lebensmitteleinzelhandel: Unterschiede, Herausforderungen und Zukunftstrends	51	■ Herausforderungen für Fondsmanager bei internationalen Investitionen. Blick aus dem Länderbüro Italien	107
■ Lebensmitteleinzelhandel in Europa: Warum ist genau dieser geeignet für den Aufbau einer paneuropäischen Investitionsstrategie?	59	■ Lebensmitteleinzelhandel in Österreich: Ein Markt mit eigenen Spielregeln	113
■ Rein in den Markt, aber bitte mit Plan. Rechtliche Herausforderungen beim Markteintritt in den europäischen Lebensmitteleinzelhandel.	63	7 Investoren und Fonds	115
■ Chancen und Risiken des europäischen Gewerbeimmobilienmarkts	67	■ Besonderheiten bei der Finanzierung von Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien im internationalen Kontext	117
		■ Stabil, resilient, renditestark: Wie europäische Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien zum strategischen Anker institutioneller Portfolios werden	119
		■ Der geopolitische Kompass – Nahversorgung als Fixstern im europäischen Immobilienportfolio	123
		■ Managerperspektive: Aufbau eines paneuropäischen Fonds mit Immobilien aus dem Lebensmitteleinzelhandel	129
		8 Schlusswort	131



Andreas Freier
Geschäftsführer,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH



Jan Heidelbergmann
Geschäftsführer,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH

Liebe Leserinnen und Leser,

es freut uns sehr, dass wir, GRR GARBE Retail Real Estate, Ihnen nunmehr den 5. GRR Basic Retail Report mit einem Fokus auf paneuropäische Themen lebensmittelgeankerter Immobilien vorlegen können. Während viele Bereiche des stationären Einzelhandels durch den Onlinehandel, veränderte Konsumgewohnheiten und strukturelle Transformationen zunehmend unter Druck geraten sind, haben sich Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien in den vergangenen Jahren als eine der stabilsten Anlageklassen innerhalb des europäischen Immobilienmarktes erwiesen. In einer Zeit tiefgreifender Veränderungen beeinflussen geopolitische Unsicherheiten, steigende Zinsen, hohe Energiekosten und zu erwartende Inflationsdynamiken jedoch auch die Betriebskostenstrukturen wie auch die Kaufkraft der Konsumenten und damit letztlich auch die Ertragsprofile von Mietern und Investoren.

Vor diesem Hintergrund analysiert der aktuelle Report die Entwicklung von Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien in ausgewählten europäischen Ländern. Der länderübergreifende Vergleich soll verdeutlichen, wie unterschiedlich Märkte mit den jeweiligen Rahmenbedingungen

und den aktuellen Herausforderungen umgehen. Während in manchen Ländern Konsolidierung und Effizienzsteigerungen im Vordergrund stehen, bestimmen in anderen Märkten Expansionsstrategien, innovative Konzepte oder regulatorische Rahmenbedingungen die Marktdynamik. Einheitlich zeigt sich dabei, dass Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Standortqualität zunehmend zu entscheidenden Bewertungskriterien für Investoren werden.

Mit diesem Bericht möchten wir Ihnen eine fundierte Grundlage für strategische Überlegungen bieten. Ziel ist, die Chancen und Risiken im europäischen Vergleich transparenter zu machen, stabile Ertragsquellen zu identifizieren und Impulse für eine zukunftsorientierte Portfoliostrategie zu geben. Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien stellen für Investoren gerade auch im paneuropäischen Kontext ein attraktives Segment dar – jedoch sind die länderspezifischen Besonderheiten ebenso wie länderübergreifende Strategien und die wachsenden Anforderungen an nachhaltige Immobilienkonzepte zu berücksichtigen.

An dieser Stelle möchten wir uns im Namen der Geschäftsführung GRR GARBE Retail bei allen Experten bedanken, die mit ihren Beiträgen und Analysen zu diesem Report beigetragen haben und hoffen, dass Ihnen diese Lektüre wertvolle Einblicke in den europäischen Markt liefert – ob als Branchenprofi oder Neueinsteiger in diesen Marktsegmenten. Wir möchten uns auch besonders bei unserem Kooperationspartner JLL bedanken und natürlich würden sich unsere Mitarbeiter der GRR Garbe Retail, die intensiv an dem Report mitgearbeitet haben, über weitere Denkanstöße, Ideen und Feedback Ihrerseits freuen.



Liebe Leserinnen und Leser,

die vergangenen Jahre haben eindrucksvoll demonstriert, welche besondere Rolle lebensmittelgeankerte Immobilien im Portfolio defensiv orientierter Investoren einnehmen können. Die unverzichtbare Natur des täglichen Bedarfs an Nahrungsmitteln schafft eine kontinuierliche und verlässliche Nachfrage nach geeigneten Verkaufsflächen. Diese Fundamentaldaten unterscheiden den Sektor deutlich von anderen Handelssegmenten und machen ihn zu einer wertvollen Portfoliokomponente in unsicheren Zeiten.

Der vorliegende Report beleuchtet systematisch die vielfältigen Facetten des paneuropäischen Lebensmitteleinzelhandels – von makroökonomischen Entwicklungen über regulatorische Rahmenbedingungen bis hin zu operativen Herausforderungen des Portfoliomanagements. Ein besonderer Fokus liegt auf der Darstellung der Unterschiede in den europäischen Märkten und deren Vorzügen, was sich auch im kontinuierlich wachsenden Interesse institutioneller Anleger zeigt. Die verbesserte Marktliquidität und die wachsende Produktvielfalt eröffnen dabei neue strategische Möglichkeiten für paneuropäische Investitionsansätze.

Erfolgreiches Investieren in diesem Segment erfordert jedoch eine fundierte Marktkennntnis und strategische Objektauswahl. Faktoren wie Standortqualität, Mieterbonitäten, Vertragslaufzeiten sowie Inflationsschutz bleiben entscheidende Bewertungskriterien.

Die Herausforderung liegt in der erfolgreichen Navigation zwischen nationalen Besonderheiten und der Entwicklung kohärenter paneuropäischer Strategien. Von rechtlichen Rahmenbedingungen über ESG-Anforderungen bis hin zu lokalen Verbraucherpräferenzen – der europäische Lebensmitteleinzelhandel zeigt eine bemerkenswerte Vielfalt, die sowohl Chancen als auch Komplexität mit sich bringt.

Dieser Report liefert praxisrelevante Einblicke für die erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung von Investitionsstrategien im europäischen Lebensmitteleinzelhandel. Er richtet sich an alle, die sich über das Potenzial dieses robusten Marktsegments informieren möchten. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen im Namen von JLL eine informative und spannende Lektüre.



Sandra Ludwig
Head of Retail Capital
Markets, JLL

ALLGEMEINE MARKT- ENTWICK- LUNG.



LEBENSMITTELEINZELHANDELSIMMOBILIEN:

EINE RESILIENTE INVESTITION IN STABILEN UND VOLATILEN ZEITEN.

Europäische Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien zeigen weiterhin ihre Attraktivität als einer der widerstandsfähigsten gewerblichen Immobiliensektoren, wobei das Investoreninteresse stetig steigt, da der Sektor erfolgreich durch disruptive Wirtschaftszyklen navigiert. Von der Bewältigung der Herausforderungen der Covid-19-Pandemie bis zur Aufrechterhaltung der Stabilität während der jüngsten hohen Inflation hat der Lebensmittelsektor wiederholt seine defensiven Qualitäten unter Beweis gestellt. Da institutionelle Investoren verlässliche Ertragsströme suchen, bietet der Lebensmittelimmobiliensektor überzeugende Fundamentaldaten.

Ein Bericht von
Sandra Ludwig

Head of Retail Capital
Markets, JLL

Tjard Martinus

Head of Retail
Research, JLL



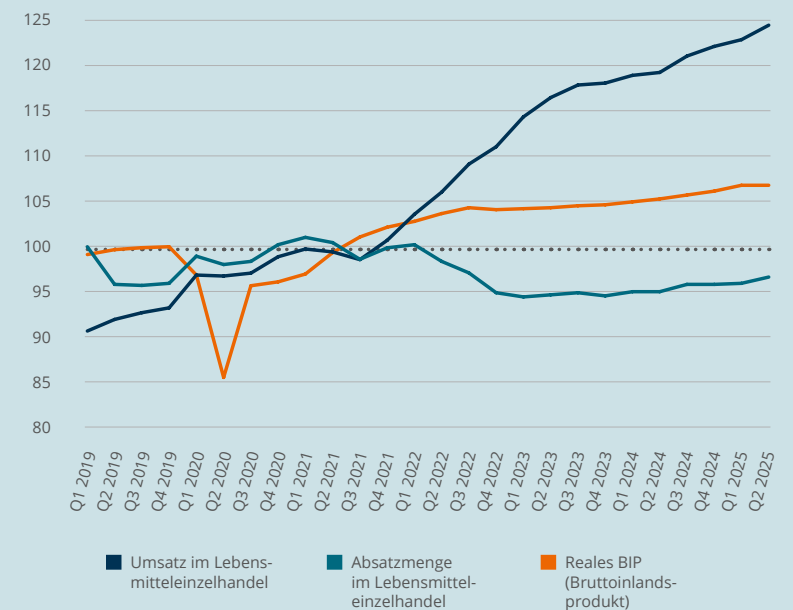
EUROPAS GRÖSSTER UND WIDERSTANDS-FÄHIGSTER EINZELHANDELSSEKTOR

Der europäische Lebensmittelsektor ist der größte Einzelhandelssektor der Region. Nach Daten von Oxford Economics generierten Lebensmittelverkäufe, einschließlich Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakprodukten, beeindruckende 1,6 Billionen Euro Umsatz im Jahr 2024 in der EU und mehr als 1,8 Billionen Euro Umsatz unter Einbeziehung des Vereinigten Königreichs. In den fünf größten Märkten beliefen sich die Summe der Lebensmittelverkäufe auf insgesamt 1,2 Billionen Euro, wobei Deutschland und Frankreich die größten Märkte mit Blick auf Gesamtausgaben sind.

Was den Lebensmitteleinzelhandel für Investoren besonders attraktiv macht, ist seine bewiesene Widerstandsfähigkeit über Wirtschaftszyklen hinweg, da er kontinuierlich die grundlegenden Bedürfnisse der Verbraucher bedient. Die Umsätze im Lebensmittelbereich wuchsen in der EU von 2001 bis 2024 um 3,0 Prozent jährlich und übertrafen damit traditionelle Einzelhandelssektoren wie Mode (Eurostat). Das Volumen stieg durchschnittlich um 0,5 Prozent pro Jahr und lag damit höher als das jährliche Bevölkerungswachstum der Region von 0,2 Prozent im gleichen Zeitraum. Während der Covid-19-Pandemie, als das EU-BIP 2020 um 5,7 Prozent fiel, wuchsen die Lebensmittelumsätze um 5,4 Prozent und das Volumen stieg um 3,1 Prozent, da der Lebensmitteleinzelhandel weiterhin geöffnet blieb, während andere Einzelhändler Beschränkungen unterworfen waren. Trotz einer Inflation von 9,2 Prozent im Jahr 2022 und 6,4 Prozent im Jahr 2023 in der EU fiel das Lebensmittelvolumen bis Ende 2024 nur um 3,9 Prozent im Vergleich zu 2021, während der Umsatz im gleichen Zeitraum um 19,4 Prozent anstieg.

EU-EINZELHANDELS-UMSATZINDEX FÜR LEBENSMITTEL UND BIP-INDEX

2021 = 100; saisonbereinigte Zeitreihen; Lebensmittel umfassen Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren



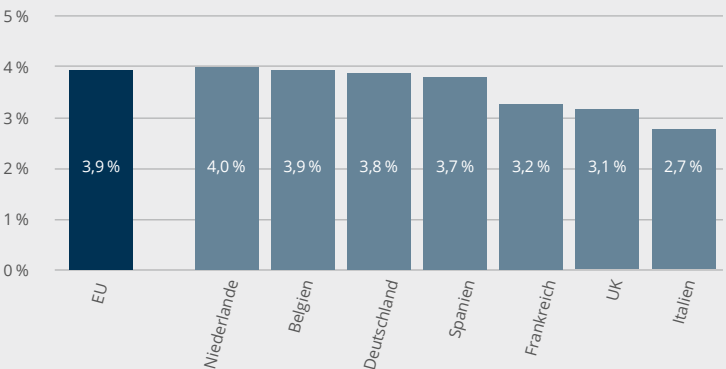
Quelle: Eurostat, Oxford Economics (August 2025)

VERBRAUCHERTRENDS UNTERSTÜTZEN
EINE SOLIDE INVESTITIONSTHESE

Seit 2022 sind europäische Verbraucher bei Lebensmitteleinkäufen vorsichtiger geworden, hauptsächlich aufgrund der Inflation, die die Haushaltsbudgets belastet. Viele Konsumenten sind hochgradig preissensibel geworden, was sie dazu bringt, entweder ihre Lebensmitteleinkäufe zu reduzieren oder sich für Eigenmarken und Discount-Alternativen zu entscheiden. Die Verbrauchernachfrage erfuhr 2024 eine allmähliche Erholung, unterstützt durch nachlassende Inflation und reales Lohnwachstum. Diese Erholung wird voraussichtlich in den kommenden Jahren anhalten, obwohl das Volumenwachstum moderat bleiben dürfte.

Als Reaktion passen sich Lebensmitteleinzelhändler an, indem sie neue Lebensmitteloptionen einführen, um den Umsatz zu steigern, wie z. B. einen verstärkten Fokus auf Eigenmarken, gesunde Lebensmittelvarianten und verzehrfertige Mahlzeiten. Die Lebensmittelumsätze in der EU werden voraussichtlich von 2025 bis 2029 durchschnittlich um 3,9 Prozent pro Jahr wachsen. Für den gleichen Zeitraum wird prognostiziert, dass die inflationsbereinigten Lebensmittelverkäufe durchschnittlich um 1,2 Prozent jährlich steigen werden (Oxford Economics).

PROGNOSE: UMSATZWACHSTUM P.A.



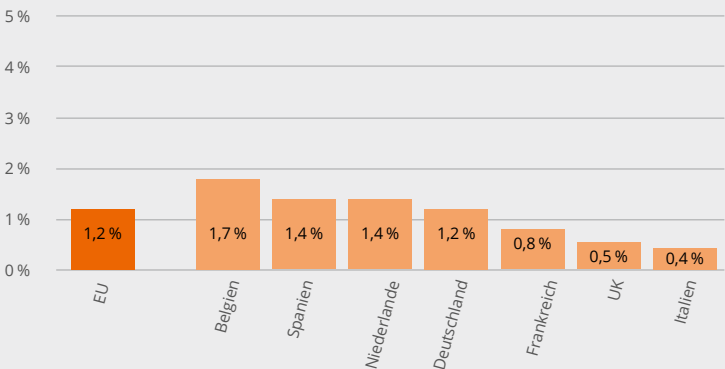
PROGNOSE
UMSATZWACHSTUM
LEBENSMITTELEINZEL-
HANDEL 2025–2029

Durchschnittliches Wachstum pro Jahr (%); Lebensmittel umfassen Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren

Ein entscheidender Aspekt für Immobilieninvestoren: Trotz des digitalen Wandels dominieren physische Geschäfte weiterhin den Lebensmitteleinzelhandel. Die Studie „The State of Grocery Retail 2025“ von EuroCommerce und McKinsey & Company belegt, dass der Onlineanteil am Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2024 in den zehn fortschrittlichsten europäischen Märkten bei nur 6,5 Prozent des Gesamtumsatzes lag. Somit erwirtschafteten stationäre Geschäfte nach wie vor 93,5 Prozent der Lebensmittelumsätze. Die Wirtschaftlichkeit spricht eindeutig für den stationären Handel: Bei der Onlinelieferung können Transportkosten bis zu 80 Prozent der gesamten Abwicklungskosten ausmachen. Während für den Onlinehandel im Lebensmittelsektor von 2025 bis 2029 ein jährliches Wachstum von 6,0 Prozent in den zehn relevantesten Märkten erwartet wird, sollen physische Lebensmittelgeschäfte mit 3,5 Prozent pro Jahr im selben Zeitraum wachsen.

Große Lebensmittelhändler passen sich an, indem sie „Click & Collect“-Services in größeren Geschäften einführen, überschüssige Flächen nutzen, während sie Lieferkosten eliminieren und zusätzliche Impulskäufe fördern. Zudem arbeiten Händler mit Essenslieferdiensten wie Uber Eats, Deliveroo und Glovo zusammen, um Waren innerhalb

PROGNOSE: INFLATIONSBEREINIGTES UMSATZWACHSTUM P.A.



Quelle: Eurostat, Oxford Economics (August 2025)

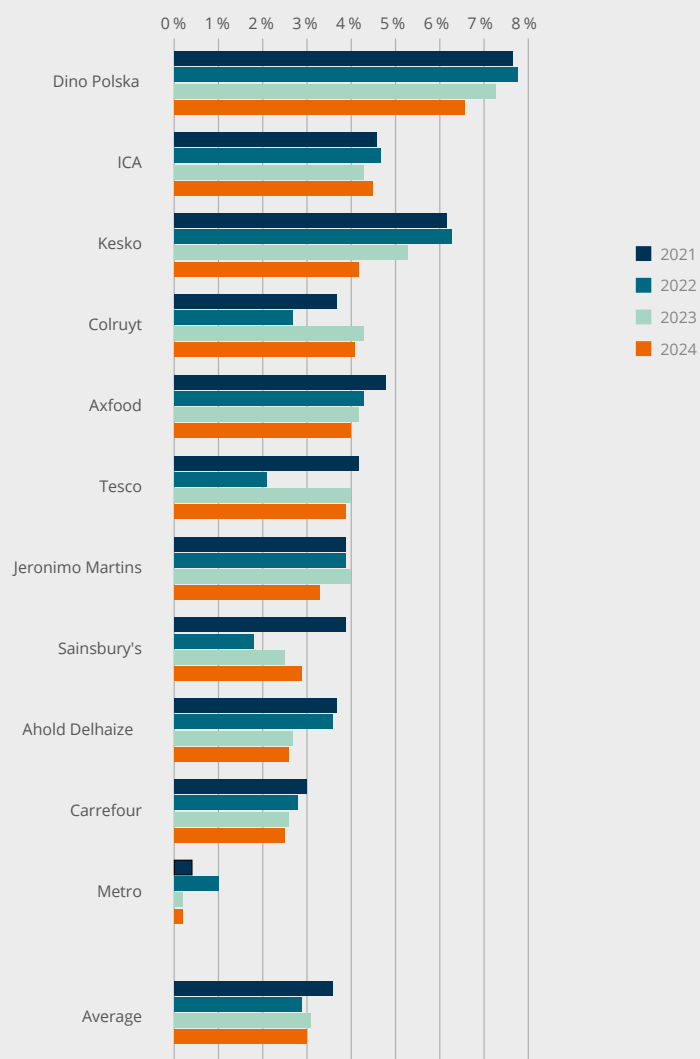
von 30 Minuten aus bestehenden Geschäften zu liefern. Dieser hybride Ansatz stärkt das Argument für physische Lebensmittelgeschäfte, anstatt es zu untergraben.

Demografische Trends unterstützen die Investitionsthese weiter, wobei die Stadtbevölkerung in der EU zwischen 2025 und 2035 voraussichtlich um 6,0 Millionen Menschen (+1,8 Prozent) wachsen wird. Bei Betrachtung der kombinierten Bevölkerung von EU und dem Vereinigten Königreich wird die Stadtbevölkerung um 9,9 Millionen Menschen wachsen, eine Steigerung von 2,5 Prozent im gleichen Zeitraum. Gut angebundene Lebensmittelgeschäfte in wachsenden Ballungsräumen können neue Verbraucher anziehen und Phasen schwacher wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ausgleichen.

STARKE
MIETERBONITÄTEN
UND MIETVERTRAGS-
STRUKTUREN

Europäische Lebensmittelhändler bieten attraktive Mieterbonitäten, wobei die führenden Betreiber des Kontinents zu den größten Einzelhandelsgruppen weltweit zählen. Die 20 größten europäischen Lebensmittelgruppen generierten 2024 einen kombinierten Jahresumsatz von 1,1 Billionen Euro, was einem Anstieg von 4,8 Prozent gegenüber den Ergebnissen von 2023 entspricht. Dieser Umsatz schließt verschiedene Lebensmittelfilialen, Geschäftsformate, Auslandsverkäufe und Einkommen aus Nicht-Lebensmittelaktivitäten ein und zeigt die erhebliche finanzielle Stärke der Konzerne trotz des Betriebs mit geringen Margen. Europäische Lebensmittelhändler haben typischerweise Betriebsmargen zwischen 2 und 5 Prozent.

BETRIEBSMARGEN AUSGEWÄHLTER
EUROPÄISCHER LEBENSMITTELHÄNDLER

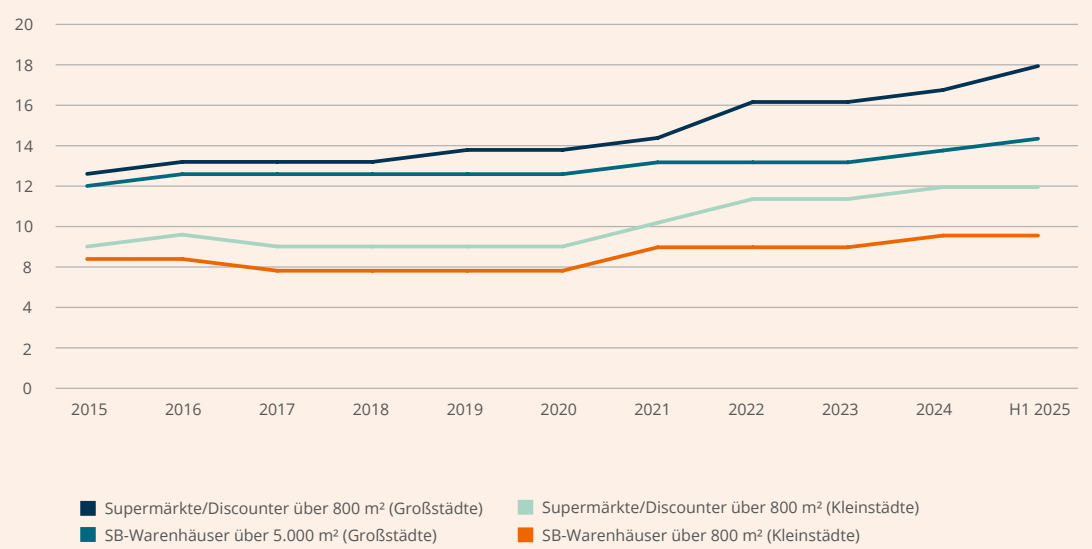


Quelle: Company reports (August 2025); The financial tax year results for Colruyt ending on March 31 2025, for Tesco and Sainsbury's both ending on February 28 2025 have been considered as 2024 results. Exchange rates are based on the annual average exchange rate.

Lebensmittelhändler unterzeichnen typischerweise längere Mietverträge im Vergleich zu anderen Einzelhändlern, wobei Mietverträge für Discounter und Supermärkte in Europa üblicherweise um drei bis fünf Jahre längere Laufzeiten aufweisen. Sonderkündigungsoptionen sind äußerst selten, insbesondere in reifen Märkten, da Betreiber ihren Marktanteil schützen und Investitionen amortisieren möchten. Mietverträge sind üblicherweise an lokale Inflationsindizes gekoppelt und werden jährlich entsprechend angepasst, wodurch Investoren eine verlässliche Absicherung gegen die Inflation erhalten. Obwohl das vertraglich vereinbarte Mietwachstum aufgrund der Verhandlungsposition der Betreiber in manchen Märkten auf 70 bis 90 Prozent der jährlichen Indexanpassung beschränkt sein kann, erweisen sich die Sicherheit und Kontinuität der Mieteinnahmen im gegenwärtigen wirtschaftlichen Umfeld als äußerst attraktiv.

EINZELHANDELSMIETEN IM LEBENSMITTEL-
SEGMENT IN DEUTSCHLAND

Mieten in € pro Quadratmeter pro Monat; Großstädte: ≥100.000 Einwohner;
kleinere Städte: <100.000 Einwohner



Quelle: JLL Research (August 2025)

1,1
BILLIONEN
EURO
JAHRES-
UMSATZ

EIN UNTERALLOKIERTER IMMOBILIENSEKTOR

Immobilieninvestoren fokussieren sich verstärkt auf Supermärkte, Discounter und SB-Warenhäuser sowie auf Fachmarktzentren. Im Zeitraum von 2015 bis 2024 belief sich der europäische Investmentmarkt für lebensmittelgeankerte Immobilien auf durchschnittlich 4,7 Milliarden Euro jährlich, was einem Anteil von 11,3 Prozent der europäischen Kapitalströme im Einzelhandelsimmobiliensektor entsprach. Die Investitionsvolumina erreichten 2021 während der Covid-19-Pandemie mit 6,5 Milliarden Euro ihren Höchststand, sanken jedoch in den beiden darauffolgenden Jahren auf 4,7 Milliarden Euro, da steigende Zinssätze zu Preisdiskrepanzen zwischen Käufern und Verkäufern führten – insbesondere im Core-Segment. Der Markt erwies sich 2024 als widerstandsfähig: Das europäische Investitionsvolumen für lebensmittelgeankerte Immobilien erreichte 4,4 Milliarden Euro, trotz eines Rückgangs von 7,1 Prozent im Jahresvergleich, der auf weniger große Portfoliotransaktionen zurückzuführen ist. Dieser Trend setzte sich im ersten Halbjahr 2025 fort, mit einem Volumen von 1,6 Milliarden Euro – ein Rückgang von 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Zu den jüngsten bemerkenswerten Akquisitionen zählen das Joint Venture von Supermarket Income REIT mit Blue Owl Capital über 255 Millionen Euro für acht britische Supermärkte, der Erwerb von 45 deutschen Fachmarktimmobilien durch Slate Asset Management für 420 Millionen Euro sowie der Verkauf von AMFs Mercada-Anteil für 200 Millionen Euro an Kesko in Finnland.

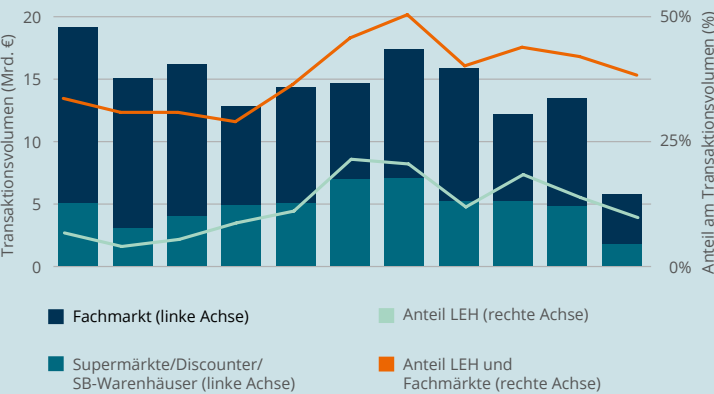
Je nach Region weisen starke Fachmarktzentren häufig Lebensmittelankermieter auf. Die Gesamtinvestitionen in Supermärkte, Discounter, Hypermärkte und Fachmarktzentren beliefen sich zwischen 2015 und 2024 auf durchschnittlich 13,9 Milliarden Euro jährlich und repräsentierten 33,5 Prozent des gesamten europäischen Einzelhandelsinvestmentvolumens.

2024 stieg das kombinierte Volumen um 11,0 Prozent auf 12,4 Milliarden Euro, während das erste Halbjahr 2025 einen Anstieg von 1,8 Prozent im Jahresvergleich auf 4,3 Milliarden Euro verzeichnete – ein deutlicher Beleg für die anhaltende Investorennachfrage nach lebensmittelgeankerten Einzelhandelsimmobilien.

EUROPÄISCHER INVESTMENTMARKT FÜR LEBENSMITTELGEANKERTE IMMOBILIEN

Die Analyse erhält ausschließlich Transaktionen >5 Mio. Euro.

INVESTITIONSVOLUMEN IM EUROPÄISCHEN LEBENSMITTEL- UND FACHMARKTSEGMENT 2015–2024



INVESTITIONSVOLUMEN IN LEBENSMITTELIMMOBILIEN – VERGLEICH 2024 UND DURCHSCHNITT 2015–2024



Europäische Lebensmittelimmobilien wurden historisch von Investoren übersehen, mit Investmentvolumina, die nur 11,3 Prozent der Kapitalallokation in Handelsimmobilien zwischen 2015 und 2024 umfassten, obwohl Lebensmittel 36 Prozent des gesamten Einzelhandelskonsums ausmachen. Diese Unausgewogenheit korrigiert sich im aktuellen Marktumfeld signifikant, was sich an höheren Transaktionsvolumina zeigt und der Markt immer liquider wird. Steigende operative Belastungen für Lebensmittelhändler treiben das verstärkte Interesse an Sale-and-lease-back-Strategien voran und erschließen den Zugang zu hochwertigen Immobilien für Investoren. Die laufende Branchenkonsolidierung durch M&A-Aktivitäten schafft zusätzliche Investitionsmöglichkeiten, während Value-Add-Investoren, die das Ende ihrer Investitionszyklen erreichen, voraussichtlich weiteren Bestand auf den Markt bringen werden, was kollektiv die Investitionsattraktivität des Sektors erhöht.

PREISSTABILITÄT
IN EINEM VOLATILEN
MARKT

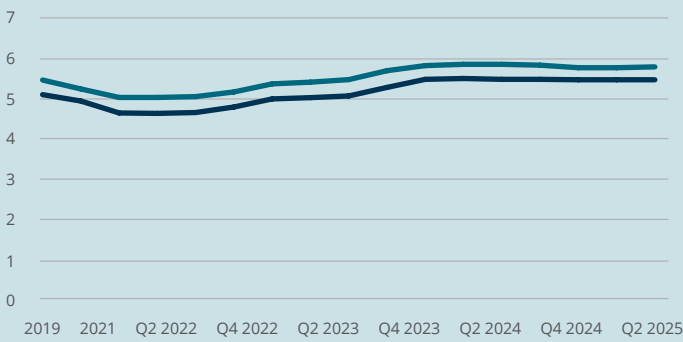
Lebensmittelgeankerte Immobilien haben sich als eine der stabilsten Anlageklassen im europäischen Gewerbeimmobiliensektor in Bezug auf die Preisentwicklung etabliert. Obwohl die Zinserhöhungen auch im Core-Segment der lebensmittelgeankerten Immobilien zu Renditeverschiebungen führten, fielen diese deutlich moderater aus als in anderen Bereichen des gewerblichen Immobilienmarktes.

In Q2 2025 lagen die durchschnittlichen Nettoanfangsrenditen im Core-Segment für europäische Supermärkte bei 5,60 Prozent und für SB-Warenhäuser bei 5,85 Prozent. Ausblickend dürften die begehrtesten Lagen Ende 2025 bis 2026 eine leichte Renditenkompression verzeichnen, da sich die Finanzierungsbedingungen entspannen und institutionelle Investoren verstärkt auf qualitativ hochwertige lebensmittelgeankerte Handelsimmobilien setzen.

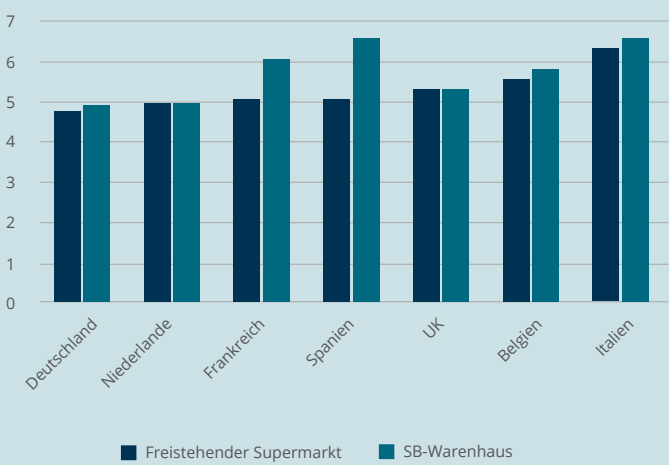
SPITZENRENDITEN VON SUPER-
MÄRKTEN UND SB-WARENHÄUSERN

Nettoanfangsrendite (%)

DURCHSCHNITTliche SPITZENRENDITE IN EUROPA



SPITZENRENDITEN FÜR LEBENSMITTELIMMOBILIEN,
2. QUARTAL 2025



Quelle: JLL Research (August 2025)

ÜBERLEGUNGEN ZUR INVESTITIONSSTRATEGIE

Der europäische Lebensmittelimmobiliensektor hat sich als außergewöhnlich defensive Anlageklasse etabliert, die wirtschaftliche Turbulenzen mit bemerkenswerter Stabilität durchgestanden hat. Diese Resilienz findet bei Investoren zunehmend Beachtung: Das Interesse wächst kontinuierlich, da Marktteilnehmer das Potenzial des Sektors erkennen, auch in volatilen Zeiten verlässliche Renditen zu generieren. Die robusten Fundamentaldaten ziehen sowohl reine Eigenkapital- als auch Fremdkapitalinvestoren an, während sich die Marktliquidität weiter verbessert und künftig größere strategische Flexibilität verspricht.

Für Investoren, die von den Chancen europäischer lebensmittelgeankerter Immobilien profitieren möchten, ist eine strategische Objektauswahl unerlässlich. Entscheidende Bewertungskriterien für erstklassige Immobilien bleiben die Standortqualität, die Bonität der Mieter, langfristige Mietvertragslaufzeiten sowie die Indexierung zum Inflationsschutz. Die attraktivsten Investitionsmöglichkeiten bieten Lebensmittelgeschäfte mit marktbeherrschender Stellung in ihren Einzugsgebieten, die in wachstumsstarken Ballungsräumen situiert und durch langfristige Verträge mit finanzstarken Betreibern abgesichert sind.

In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit machen die defensiven Eigenschaften von lebensmittelgeankerten Handels-

immobilien diese zu einer wertvollen Portfolioergänzung für institutionelle Investoren: Die Kombination aus grundbedarfsorientierter Nachfrage, bonitätsstarken Mietern, inflationsgeschützten Erträgen und operativer Widerstandsfähigkeit bietet stabile langfristige Renditen. Ein zielgerichteter Investitionsansatz, fundiert auf sorgfältiger Objektselektion und dem Vertrauen in dauerhafte Ertragsströme, bildet das Fundament für nachhaltigen Erfolg in diesem Marktsegment.



STRUKTUR UND ENTWICKLUNG IM EINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND.

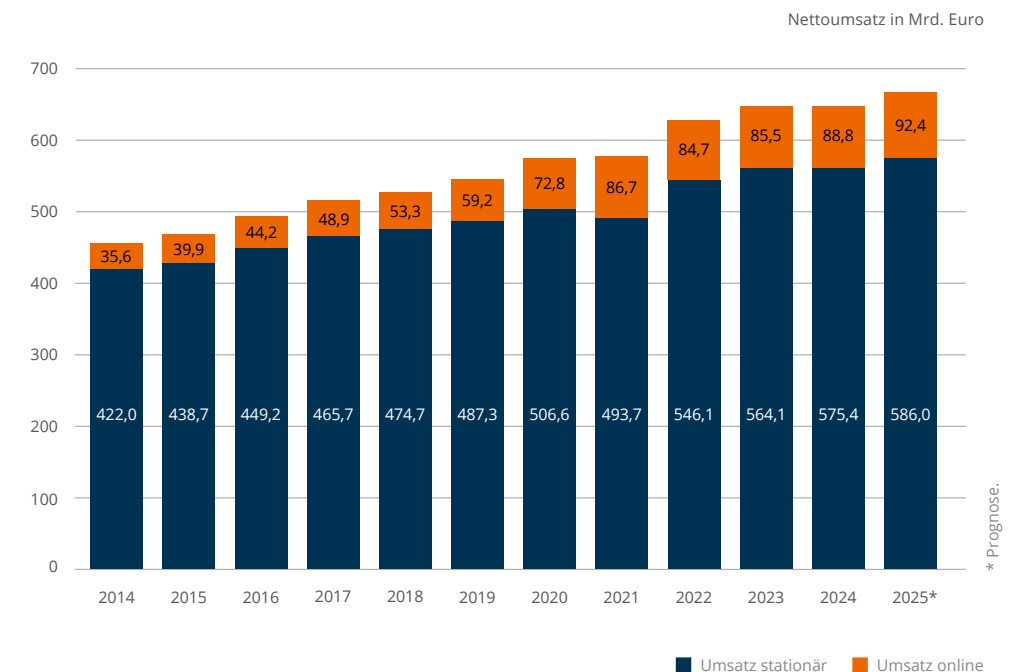
**Ein Bericht von
Lena Knopf**

Projektleiterin Forschungs-
bereich Handelsimmobilien
und Expansion,
EHI Retail Institute GmbH



Für den Einzelhandel in Deutschland wird für das laufende Jahr 2025 ein **Gesamtumsatz von 678,4 Mrd. Euro** erwartet. Daraus ergibt sich eine nominale Umsatzsteigerung von 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, was einem realen Plus von 0,5 Prozent entspricht. Mit 586 Mrd. Euro werden 86,4 Prozent des Gesamtumsatzes im stationären Einzelhandel umgesetzt. Die übrigen 92,4 Mrd. Euro bzw. 13,6 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf den Onlinehandel.

UMSATZ IM EINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND.

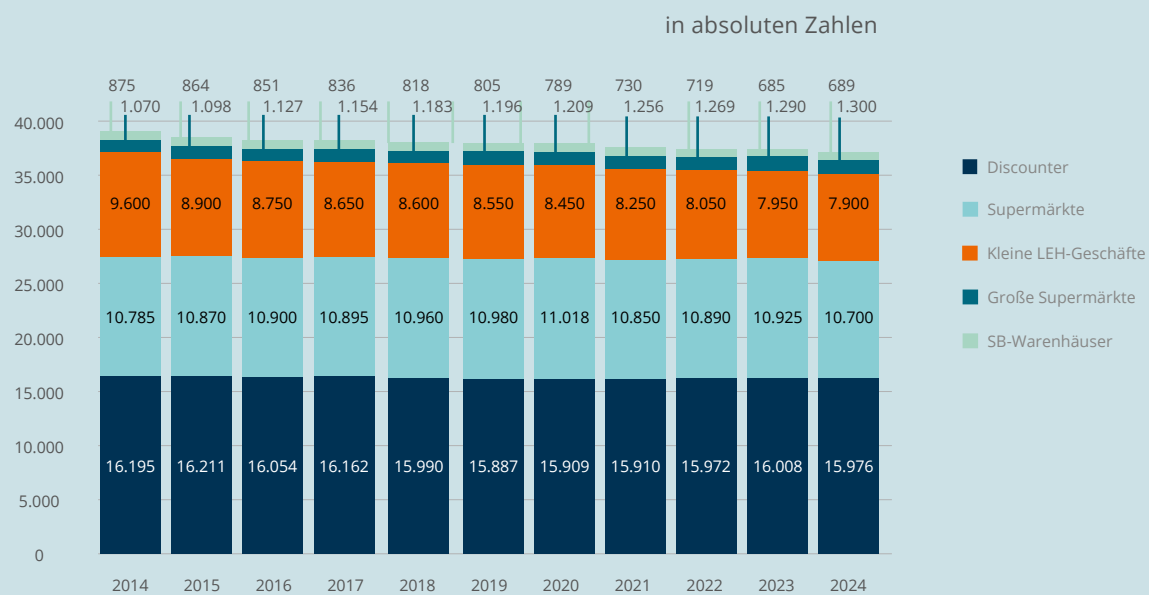


Quelle: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland (HDE) 2025

LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND.

Knapp **44 Prozent** der 36.565 Lebensmittelgeschäfte sind **Discounter**, diese sind damit die am meisten verbreitete Betriebsform in Deutschland, gefolgt von Supermärkten und kleinen Lebensmittelgeschäften. Im Vergleich zum Vorjahr ist Gesamtzahl der Verkaufsstellen im Lebensmitteleinzelhandel um 0,8 Prozent bzw. 293 Märkte zurückgegangen, dabei war im Rahmen von Portfoliovereinbarungen insbesondere die Größenklasse der Supermärkte (unter 2.500 qm Verkaufsfläche) aktiv, die 2024 noch 10.700 Märkte umfasste.

ANZAHL DER LEBENSMITTELGESCHÄFTE IN DEUTSCHLAND NACH BETRIEBSFORMEN



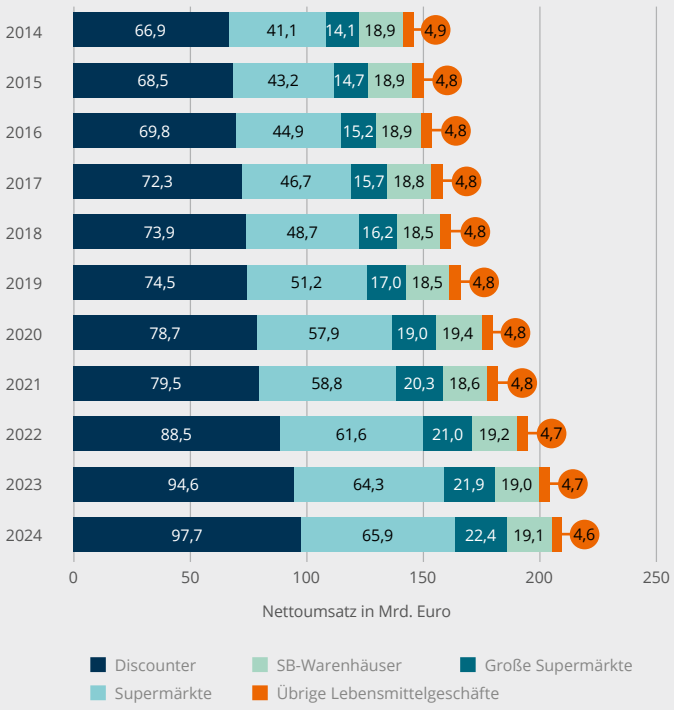
Quelle: EHI Retail Institute 2025

Die Verkaufsfläche im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist im selben Zeitraum um etwa 300.000 m² gestiegen. Auch hier sind die Supermärkte Motor der Entwicklung und haben ihre gemeinsame Verkaufsfläche nach 12,3 Mio. qm im Vorjahr auf 12,6 Mio. qm ausgeweitet – trotz einer geringeren Anzahl an Verkaufsstellen. Dies entspricht einer durchschnittlichen Größe von rund 1.180 qm pro Supermarkt.

Der Umsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel legte im Jahr 2024 um 2,5 Prozent auf 209,7 Mrd. Euro zu. Dabei entfielen 46,6 Prozent der Umsätze auf die Discounter, die ihren Umsatz **überdurchschnittlich** steigern konnten. Nicht nur dichte Filialnetze, gute Erreichbarkeit und günstige Produktpreise sind aus Kundensicht Vorteile der Discounter – auch die Leistung weiterer Markenartikel und die Weiterentwicklung der Sortimente in den Bereichen Frische, Bio oder vegetarisch und vegan sprechen die Verbraucher an. Zu den umsatzstärksten Unternehmen bzw. Vertriebslinien im Lebensmitteleinzelhandel gehören Edeka (7 Regionalgesellschaften) mit 49 Mrd. Euro Umsatz, REWE mit 31,8 Mrd. Euro Umsatz und Lidl mit 30,4 Mrd. Euro Umsatz. Auf Rang 4 liegt die SB-Warenhaus-Kette Kaufland mit einem Umsatz von 21,3 Mrd. Euro in 780 Märkten.



UMSATZ IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND NACH BETRIEBSFORMEN



TOP-LEBENSMITTELHÄNDLER IN DEUTSCHLAND 2024

Unternehmen	Verkaufsstellen	Umsatz in Mrd. Euro
Edeka*	10.859	49.000
REWE	3.800	31.800
Lidl	3.237	30.400
Kaufland	780	21.250
Aldi Süd	2.025	19.100
Netto Marken-Discount	4.399	17.600
Aldi Nord	2.219	14.600
Penny	2.124	9.800
Norma	1.360	3.950
Globus	61	3.500

* Summe der Einzelhandelsumsätze der 7 Edeka-Regionalgesellschaften: Edeka Minden-Hannover, Edeka Südwest, Edeka Rhein-Ruhr, Edeka Nord, Edeka Südbayern, Edeka Nordbayern und Edeka Hessenring.

Quelle: EHI Retail Institute 2025

BIG PICTURE.



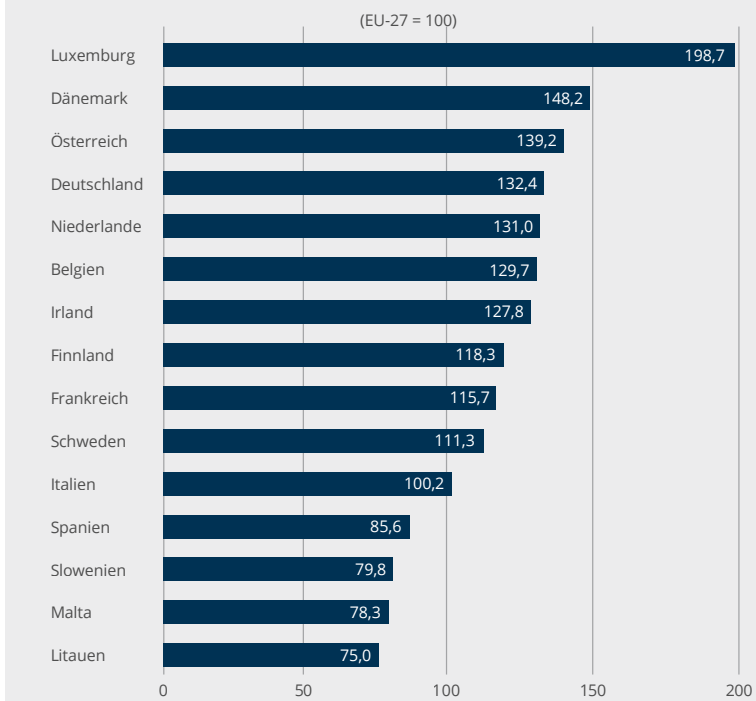
DER LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN AUSGEWÄHLTEN LÄNDERN EUROPAS.

Man könnte meinen, ein so alltäglicher Prozess wie das Einkaufen von Lebensmitteln läuft innerhalb Europas sehr ähnlich ab. Genauer betrachtet lassen sich jedoch **zahlreiche Unterschiede, Präferenzen und Eigenheiten** in den verschiedenen Ländern festmachen. Werden beispielsweise Discounter oder Vollsortimenter bevorzugt oder das Bestellen von Lebensmitteln? Geht man lieber zum kleinen Tante-Emma-Laden um die Ecke oder zu einem tausende Quadratmeter großen Hypermarkt? Wie viel geben die Menschen in Europa für Lebensmittel aus und was konsumieren sie am liebsten?

Anhand einiger Länderbeispiele soll in diesem Beitrag aufgezeigt werden, welche Merkmale das Einkaufsverhalten und den Lebensmittelmarkt in verschiedenen Ländern Europas ausmachen. Angefangen mit dem deutschen Markt.

Die **Deutschen** sind bei ihren Ausgaben für Lebensmittel **sparsam**: Sie geben im Schnitt 13,4 Prozent des privaten Konsums für Lebensmittel aus. Dies ist der **niedrigste Wert in der EU**.¹ Das Preisgefüge im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ist hart umkämpft. Im Gegensatz dazu ist das Durchschnittseinkommen bzw. die Kaufkraft im europäischen Vergleich hoch. Die Kaufkraftkennziffer liegt im EU-27-Schnitt bei 100, in Deutschland bei 132,4.²

KAUFKRAFTINDEX JE EINWOHNER IN DEN LÄNDERN DER EUROPÄISCHEN UNION IM JAHR 2024



¹ Die Kaufkraft als Index gibt an, in welchem Verhältnis der Pro-Kopf-Kaufkraft-Wert des jeweiligen Landes zum Durchschnitt der EU-27 steht. Landesspezifische Preisniveaus sind jedoch in keinem Index berücksichtigt.
Quelle: NIQ Geomarketing

¹ NielsenIQ (2024): Einzelhandel Europa 2023 und 2024.
² NIQ Geomarketing (2025): Kaufkraftindex je Einwohner 2024.

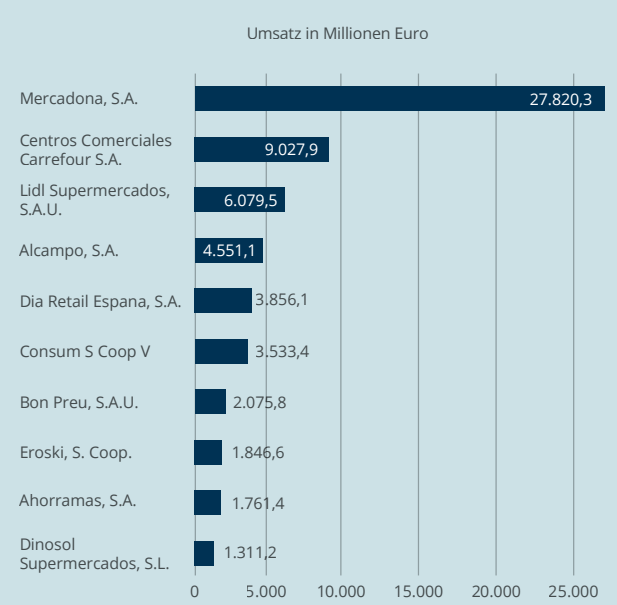


Die **Sparneigung der Deutschen** hinsichtlich der Lebensmittel führt dazu, dass **Discounter** mit **97,7 Mrd. Euro den höchsten Umsatz** verzeichnen und die meisten Filialen im Land aufweisen. An zweiter Stelle kommen Supermärkte mit 65,9 Mrd. Euro³. Betrachtet man die Händler, ist die beliebteste Anlaufstelle gemessen am Nettoumsatz, EDEKA (49,0 Mrd. Euro), gefolgt von REWE (31,8 Mrd. Euro) und Lidl (30,4 Mrd. Euro).⁴

Im Gegensatz zu den Deutschen **bevorzugen Italiener Supermärkte**. Diese machen 41 Prozent des Marktanteils der einzelnen Vertriebslinien aus. Discounter kommen zusammen mit Hypermärkten auf jeweils 22 bzw. 23 Prozent.⁵ Hypermärkte, auch SB-Warenhäuser genannt, sind großformatige Einzelhandelsflächen, auf welchen neben Lebensmitteln und Drogerieartikeln unter anderem auch Spielzeug, Kleidung und Elektronik angeboten werden. Der Anteil der Handelsmarken (Produkte, die Händler unter ihrem eigenen Namen vertreiben) ist mit 30,2 Prozent niedrig. Deutschland kommt auf 41,1 Prozent und der Spitzenreiter Schweiz auf 52,3 Prozent.⁶ Der Kaufkraftindex bildet mit 100,2 in Italien genau den EU-27-Durchschnitt ab.²

In **Spanien** lässt sich bei den Händlern **Mercadona** als eindeutiger „Platzhirsch“ ausmachen. Dieser hat einen Marktanteil von 27 Prozent⁷ und weist mit einem Jahresumsatz von 27,8 Mrd. Euro⁸ einen großen Abstand zur Konkurrenz aus. In einer Statista Umfrage gaben **73 Prozent** der Befragten an, bei Mercadona einzukaufen.⁹ Der Filialist zählt zu den Discountern und ist seit 1977 in Familienbesitz. Nach Mercadona folgt im Umsatz-Ranking Carrefour, ein französischer Anbieter und mit Lidl auf Platz drei ein deutscher Discounter. Der Kaufkraftindex in Spanien ist mit 85,6 deutlich niedriger als in Deutschland oder Italien.² Es zeigt sich hinsichtlich der Kaufkraft innerhalb des Landes ein deutliches Nord-Süd-Gefälle. Ein sehr ähnliches Bild ergibt sich auch in Italien.

TOP 10 DER FÜHRENDEN LEBENSMITTELHÄNDLER IN SPANIEN NACH UMSATZ 2023



Quelle: El Economista

³ EHI Retail Institute (2025): Nettoumsatz der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland 2014 bis 2024 nach Betriebsformen.
⁴ EHI Retail Institute (2025): Nettoumsatz der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in Deutschland 2024.
⁵ NielsenIQ (2024): Marktanteile der einzelnen Vertriebslinien im Handel mit Lebensmitteln in Italien im Jahr 2024.
⁶ NielsenIQ (2024): Marktanteil von Handelsmarken in ausgewählten Ländern in Europa im Jahr 2023/24.
⁷ Kantar (2025): Marktanteile der führenden Supermarktketten in Spanien im Jahr 2024.
⁸ El Economista (2025): Top 30 der führenden Lebensmittelhändler in Spanien nach Umsatz 2023.
⁹ Statista (2024): Geschäfte für Lebensmittel in Spanien im Jahr 2023.

In **Frankreich** gibt es einige Besonderheiten, angefangen bei den Ausgaben für Lebensmittel. Das Land der Gourmets heißt nicht umsonst so: Hier wird mit **258,8 Mrd. Euro europaweit der höchste Umsatz mit Lebensmitteln** erzielt. Selbst das deutlich bevölkerungsreichere Deutschland macht mit 248,8 Mrd. Euro weniger Umsatz mit Lebensmitteln.¹⁰ Die Franzosen bevorzugen für ihren Einkauf Leclerc, welcher hauptsächlich Hypermärkte betreibt.¹¹ Eine Besonderheit dabei ist, dass Leclerc teilweise niedrigere Preise als die Konkurrenz der Discounter aufruft. So machte der Händler mit einer besonderen Aktion zum liebsten Brot der Bevölkerung auf sich aufmerksam. 2022 bot Leclerc, als Antwort auf die steigende Inflation, für sechs Monate das Baguette für 29 Cent pro Stück an.¹² Eine weitere Besonderheit im französischen Lebensmittelmarkt ist die Beliebtheit von Drive-Thru, den 31 Prozent der Online-Kunden nutzen. Hierfür holen die Kunden nach ihrem Bestellvorgang die Waren selbst vor Ort ab.¹³

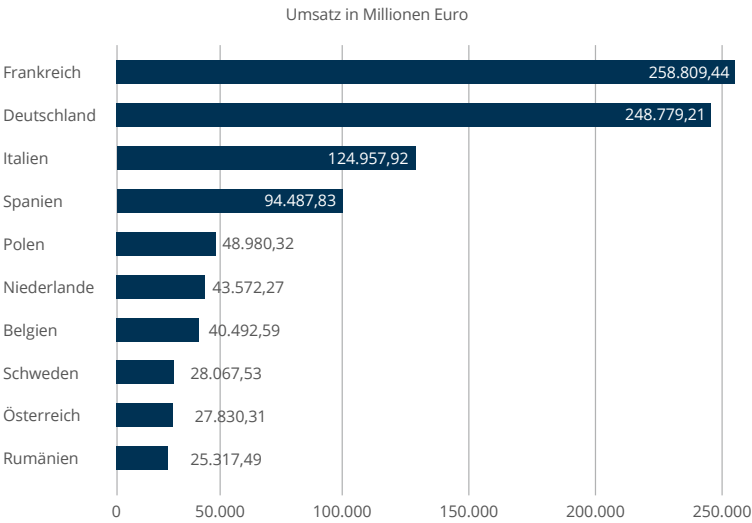


Ein Bericht von
Carina Friederer

Fondsmanagerin bei
GRR GARBE Retail Real
Estate GmbH



NETTOUMSATZ IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL
IN EUROPA NACH LÄNDERN IM JAHR 2022



Quelle: Eurostat

Vier verschiedene Länder, vier verschiedene Märkte. Auch wenn einige Player wie Lidl, ALDI und Carrefour in mehreren Ländern vertreten sind, handelt es sich nicht um ein homogenes Gefüge. Deutschland ist bekannt für seine Affinität zu Discountern. In Italien und Frankreich sind Hypermärkte sehr beliebt. Spanien hat mit Mercadona einen klaren lokalen Favoriten. Obwohl **Deutschland** unter den vier Ländern den **höchsten Kaufkraftindex** aufweist, sind die Ausgaben für Lebensmittel prozentual an den gesamten Konsumausgaben am niedrigsten.

Für einen Markteintritt in einem neuen Land sind somit Experten, welche mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut sind, unabdingbar. Zu komplex und individuell sind die Präferenzen der Bevölkerung und dementsprechend die einzelnen Märkte.

¹⁰ Eurostat (2024): Nettoumsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Europa nach Ländern im Jahr 2022.
¹¹ Lebensmittelzeitung (2025) Französischer Foodmarkt: Wie sich Leclerc gegen ALDI und Lidl wehrt.
¹² RND (2022) Supermarktkette verlangt 29 Cent – wie das Baguette in Frankreich zum Politikum wird.
¹³ Editions Dauvers; Kantar (2024): User penetration rate of Drive services within grocery e-commerce in France from 2019 to 2023.

EUROPAS LEBENSMITTELEINZELHANDELSLANDSCHAFT:

UNTERSCHIEDE UND GEMEINSAMKEITEN IM EUROPÄISCHEN NAHVERSORGUNGS- SEGMENT.

Europas Einzelhandelsmarkt für Lebensmittel zeigt erhebliche **regionale Unterschiede** in Bezug auf **Wachstumsprognosen, Marktstruktur und betriebliche Merkmale**. Die meisten europäischen Länder erwarten ein **moderates Wachstum bis 2030**, was sich voraussichtlich unmittelbar auf die Anforderungen an Handelsimmobilien und die damit verbundenen **Investitionsstrategien** auswirken wird.

REGIONALE WACHSTUMS- AUSSICHTEN

Bei den regionalen Wachstumsprognosen führt Südeuropa mit einem prognostizierten Wachstum von 0,5 Prozent CAGR (compound annual growth rate) bis 2030, gefolgt von Nordeuropa mit 0,4 Prozent CAGR. Westeuropa erwartet ein minimales Wachstum von 0,1 Prozent CAGR, während Mittel- und Osteuropa einen Rückgang von -0,3 Prozent CAGR verzeichnen könnten (McKinsey, 2025). Diese Unterschiede spiegeln die **verschiedenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, demografischen Entwicklungen und Konsumausgabentrends** auf dem gesamten Kontinent wider. Mittel- und Osteuropa verzeichnet dabei rückläufige Konsumausgaben bei gleichzeitig steigenden Online-Penetrationsraten.



MARKTSTRUKTUR & WETTBEWERB

Die vorgenannten **Wachstumsunterschiede** beeinflussen die **Marktdynamik und den Wettbewerb** zwischen Lebensmitteleinzelhändlern in Europa. Deutschland und das Vereinigte Königreich repräsentieren hochkonzentrierte Märkte, wobei **Deutschland** mit die **höchste Dichte von Lebensmittelgeschäften pro Kopf in Europa** aufweist und von ALDI und Lidl dominiert wird. Discountkonzepte setzen auf Kosteneffizienz und wettbewerbsfähige Preisgestaltung. Dieser wertorientierte Ansatz in Kombination mit Deutschlands hoher Geschäftsdichte führt zu einem weiterhin **niedrigen Onlineanteil** bei Lebensmitteln von lediglich 4,3 Prozent des Gesamtumsatzes (McKinsey, 2025).

Das **Vereinigte Königreich**, geprägt von Tesco, Sainsbury's und Asda (konventionelle bzw. Premiumkonzepte), weist mit 11 Prozent Marktanteil die **höchste Onlinepenetration** im Lebensmitteleinzelhandel auf. Dies ist größtenteils darauf zurückzuführen, dass London den nationalen Durchschnitt deutlich übertrifft: Rund 40 Prozent der Londoner Einwohner kaufen wöchentlich Lebensmittel online ein (Estates Gazette, 2024).

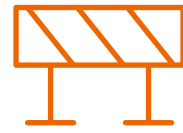
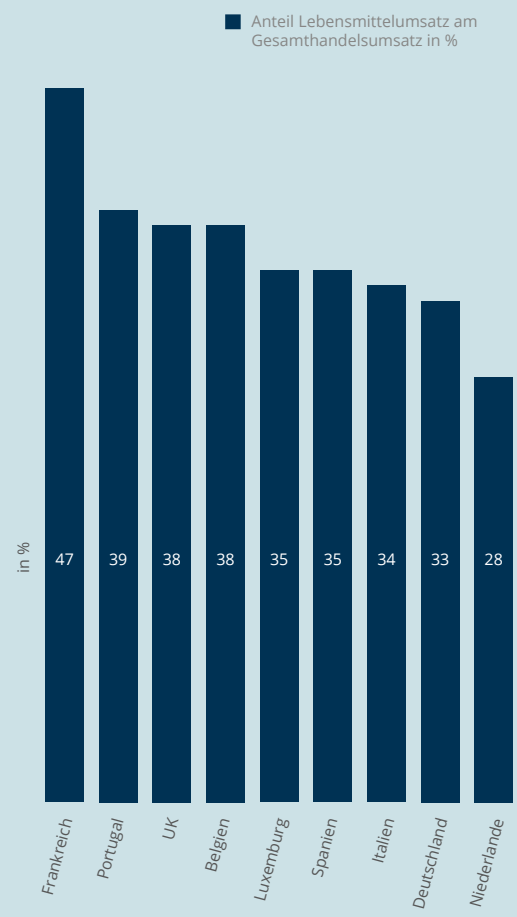
Im Gegensatz dazu weisen **südeuropäische Märkte** fragmentierte Strukturen mit **starken regionalen Unterschieden** auf. Spaniens Lebensmittelwirtschaft umfasst große Ketten wie Mercadona, Carrefour, Lidl und Eroski, die mit zahlreichen kleinen, familiengeführten und unabhängigen Geschäften konkurrieren und auf unterschiedliche **regionale Verbraucherpräferenzen** eingehen.

Italien zeigt eine ähnliche Fragmentierung mit traditionellen Supermarktketten wie Esselunga, Conad und Coop einerseits und vielfältigen lokalen und regionalen Einzelhändlern andererseits. Verbraucherdemografie und Einkaufsgewohnheiten variieren erheblich zwischen verschiedenen Landesteilen, wobei die starke Präferenz für **regional bezogene, frische und hochwertige Lebensmittel** in ganz **Italien** konstant bleibt.

Frankreich repräsentiert eine **hybride Marktstruktur** mit einer Mischung aus lokalen Geschäften, regionalen Ketten und starken nationalen Marken wie Carrefour und E.Leclerc. Der Online-Marktanteil liegt mit 10,1 Prozent knapp hinter dem des Vereinigten Königreich, konzentriert sich jedoch stärker auf Click-and-Collect-Services als auf Lieferungen. Die **Niederlande** folgen einem **ähnlichen Muster**, angeführt von Albert Heijn und Jumbo neben ALDI und Lidl, mit 8,2 Prozent Onlinepenetration (McKinsey, 2025). **Belgien und Luxemburg werden vom Discounter** ALDI und der Premium-Kette Delhaize (Ahold-Gruppe) angeführt, während **Portugal** durch den **SB-Warenhausbetreiber Continente** sowie die Discounter ALDI und Lidl dominiert wird, jedoch mit **starken Entwicklungspipelines** in Sekundärstädten und der Expansion von Mercadona aus Spanien.

Lebensmittelumsätze repräsentieren unterschiedliche Anteile am gesamten Einzelhandelsumsatz in diesen europäischen Märkten, wie in der Grafik dargestellt.

PROZENTSATZ DER LEBENSMITTELUMSÄTZE AM GESAMTEN EINZELHANDELSUMSATZ



REGULATORISCHES UMFELD & PROJEKTENTWICKLUNG

Der von konkurrierenden Lebensmittelmarken geprägte Markt beeinflusst regulatorische Ansätze sowie Planungs- und Entwicklungsrahmen in verschiedenen Ländern. Frankreich und das Vereinigte Königreich verhängen sehr **strikte Planungsbeschränkungen** für neue Supermarkt- und SB-Warenhausentwicklungen. Deutschland hat spezifische Planungsgenehmigungen für Einzelhandelsflächen über 800 m² mit ähnlich strengen Beschränkungen festgelegt. Spanien variiert erheblich nach Region: In Madrid gibt es wenige Beschränkungen, während Katalonien strenge Kontrollen durchsetzt. Portugal bietet das förderlichste Entwicklungsumfeld, da Gemeinden grundsätzlich neue Supermarktansiedlungen befürworten und Lizenzen oft innerhalb von etwa zwölf Monaten vergeben werden.

MIETBEDINGUNGEN
& -STRUKTUREN

Diese **regulatorischen Unterschiede** beeinflussen **Mietvertragsverhandlungen und den vertraglichen Rahmen**. Mietvertragsstrukturen, Indexierungsmechanismen und Anforderungen an Geschäftsformate weisen erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern auf. Die Tabelle zeigt einen detaillierten Vergleich.

Die Formatunterschiede werden zunehmend von **Konsolidierungen** beeinflusst, die den breiten europäischen Lebensmittelmarkt betreffen. Die europäische Lebensmittelkonsolidierung beschleunigt sich, da Einzelhändler **sinkende Margen** bewältigen müssen – von 6,9 Prozent EBITDA im Jahr 2019 auf 6,2 Prozent 2024. Dies ist insbesondere auf den Kostendruck durch **Arbeitskräftemangel, Nachhaltigkeitsanforderungen und Rohstoffvolatilität** zurückzuführen (McKinsey, 2025). Größere Lebensmittelhändler übertreffen kleinere Konkurrenten, wobei erfolgreiche Einzelhändler typischerweise 35–50 Prozent größer als Mitbewerber sind und Margen erzielen, die 0,8 Prozent über dem Durchschnitt liegen. Dies führte zu einem starken Anstieg der M&A-Aktivität seit 2019, da multinationale Anbieter Beschaffung, Eigenmarken und IT-Systeme europaweit zentralisieren, um Synergien zu generieren.

GEOGRAFISCHE TEILSEKTORSPEZIFIKA – LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Land	Hauptakteure Lebensmitteleinzelhandel	Zusammenfassung Planungsrechte	Mietstruktur	Standard- Indexierungsklauseln	Typische Flächengrößen
Deutschland	EDEKA, REWE, Kaufland, Lidl, ALDI, Netto, Penny	Spezifische Planungsgenehmigung für Einzelhandelsflächen ab 800 m ² erforderlich. Strenge Planungsbeschränkungen für Bau neuer Supermärkte/SB Warenhäuser.	Mehrheit der Mietverträge sind Double Net. Einige ältere Verträge haben Triple-Net-Klauseln (z. B. Edeka mit Marktkauf). Viele SB-Warenhausmietverträge beinhalten Vermietung der Geschäfte vor der Kassenzone (z. B. Bäckerei, Reinigung, Schneider, Schlüsseldienst etc.). Einige Mieten mit Ausschluss spezifischer Kostenpositionen wie Grundsteuer, Versicherung.	VPI-verknüpfte Indexierungsklauseln mit Obergrenzen, z. B. 5 – 10 % Obergrenze / 65 % – 90 % Indexierung. (Wenn VPI um 5 – 10 % steigt, wird Indexierung 65 – 90 % betragen, anstatt volle Indexierung). Für neue Objekte oft 1–3 Jahre indexfreie Jahre zu Mietbeginn.	Discounter: 1.000 – 1.800 m ² Supermarkt: 1.300 – 3.000 m ² SB-Warenhaus: > 4.000 m ²
Niederlande	Albert Heijn, Jumbo, ALDI und Lidl	Keine spezifische Zonenzuteilung erforderlich. Jedoch in einigen Gemeinden Druck auf Planungsrecht bezüglich neuer Supermärkte.	Triple Net selten verfügbar.	VPI oder Lohnwachstum. Möglicherweise begrenzt, von Fall zu Fall.	Supermarkt: 1.500 m ² SB-Warenhaus: >3.000 m ²
BeLux	Carrefour, Colruyt, ALDI, Lidl, Delhaize (Ahold-Gruppe), Intermarché, Albert Heijn	Spezifische Planungsgenehmigung für Einzelhandelsflächen ab 400 m ² erforderlich (nicht spezifisch für Lebensmittel). Gemeinden generell für neues Supermarktangebot, aber Planungsantrag ist langwieriges Verfahren.	Keine Triple-Net-Mieten in Belgien (+ Mieten haben immer Mieter-Kündigungsrecht alle 3 Jahre). Eigentümer ist immer für größere Arbeiten verantwortlich (Kern & Hülle des Gebäudes).	Automatische VPI-verknüpfte Indexierungsklausel ist gängige Praxis. Obergrenzen sind nicht häufig.	Supermarkt: Zwischen 400 m ² und max. 2.500 m ² (Stadtzentrum), SB-Warenhaus: >2.500 m ² (unmittelbare Stadtrandlage) + großer Parkplatz vor Ort
Frankreich	E.Leclerc, Carrefour, Système U, Auchan, Intermarché	Sehr strenge Planungsbeschränkungen für Bau neuer Supermärkte / SB-Warenhäuser.	Triple Net nie verfügbar – Gesetz gegen Triple-Net-Verträge seit 2014 in Kraft.	Jährliche Indexierung am Jahrestag der Miete basierend auf ILC-Index, veröffentlicht von INSEE.	Supermarkt: 1.500 m ² – 2.500 m ² SB-Warenhaus: >3.000 m ²
Italien	Esselunga, Conad, Coop, Carrefour, Bennet, Lidl, Eurospin und ALDI	Lebensmittellizenz von der Gemeinde bis 2.500 m ² ; auf regionaler Ebene >2.500 m ² .	Triple Net nur unter außergewöhnlichen Umständen verfügbar.	Indexierung basierend auf 75 – 100 % ISTAT-Variation ab dem 2. Mietjahr.	Supermarkt: 400 – 2.500 m ² SB-Warenhaus: > 2.500 m ²
Spanien	Mercadona, Carrefour, Lidl, Auchan, ALDI	Je nach Region: Madrid wenige Planungsbeschränkungen. Katalonien strenge Planungsbeschränkungen.	Gewisse Verfügbarkeit für Triple-Net-Mietverträge. Oft in S&LB-Transaktionen verhandelt.	Neuere Mietverträge haben tendenziell Ober- und Untergrenzen bei VPI-Indexierung. Legacy-Mietverträge erlauben normalerweise 100 % Indexierung nach VPI.	Supermarkt: 1.000 – 4.000 m ²
Portugal	Continente, Pingo Doce, ALDI, Lidl und Mercadona	Gemeinden generell für neue Supermarktentwicklung und Lizenzierung kann in ca. 12 Monaten erteilt werden. Aktuelle Entwicklungspipeline ist stark in Sekundärstädten und für Convenience-Supermärkte (bis 800 m ²) in Stadtzentren Lissabon und Porto.	Triple Net für ältere Mietverträge verfügbar. Neue Mietverträge sind typischerweise Double Net mit Grundsteuer vom Vermieter getragen. Versicherung und Instandhaltung (ordentlich und außerordentlich) liegt typischerweise in Mieterverantwortung.	VPI-indexiert mit Obergrenze. Zum Beispiel haben Sonaes Mietverträge eine 4%-Obergrenze für Indexierung.	Supermarkt: 1.000 – 5.000 m ²
Vereinigtes Königreich (UK)	Tesco, Sainsbury's, ASDA, Morrisons	Sehr strenge Planungsbeschränkungen mit begrenztem Interesse von Gemeinden oder Betreibern für neue Genehmigungen.	Mietverträge verfügen häufig über Triple-Net-Klauseln.	VPI-gekoppelte Indexierung wird häufiger. Indexierung mit Ober- und Untergrenzen ist relativ üblich, jedoch ist ebenfalls Standard, dass bei schlechter Geschäftsentwicklung der Vermieter zu marktüblichen Mietüberprüfungen zurückkehrt.	Supermarkt: 1.800 – 4.000 m ²



EINFLUSS AUF INVESTITIONSENTSCHEIDUNGEN

Diese **strukturellen Unterschiede** beeinflussen die **Expansionsstrategien und Betriebsmodelle** von Lebensmitteleinzelhändlern in Europa erheblich. Die Kombination aus unterschiedlichen Wachstumsraten, regulatorischen Rahmenbedingungen, Marktreifegraden und Verbraucherpräferenzen schafft Unterschiede in der Investitionslandschaft, die **maßgeschneiderte Ansätze** für jeden Markt erfordern. Der anhaltende Konsolidierungstrend hin zu größeren, optimierten Supermarktketten deutet auf **kontinuierliche Chancen** in Märkten mit günstigen Planungsregimen und unterstützenden Mietstrukturen hin. Eine weitere Konsolidierung wird in den nächsten fünf Jahren erwartet, da Lebensmittelhändler Skalierungseffekte und grenzüberschreitende Effizienz anstreben, um den anhaltenden **Margendruck** zu bewältigen. Ein fundiertes Verständnis lokaler Marktdynamiken ist daher ein wesentliches Kriterium für erfolgreiche Investitionsstrategien in Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien.

*Ein Bericht von
Sandra Ludwig*

Head of Retail
Capital Markets, JLL

Anna James

Director Retail
Capital Markets, JLL



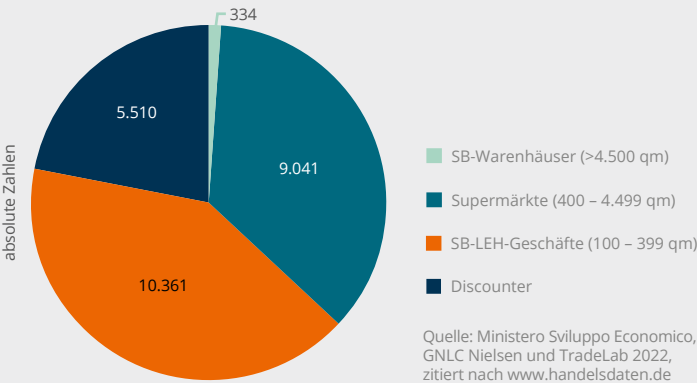
DER LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN AUSGEWÄHLTEN EUROPÄISCHEN LÄNDERN – DIE BEISPIELE ITALIEN UND FINNLAND.

ITALIEN

Der italienische Lebensmittel-einzelhandel ist im Gegensatz zu Deutschland deutlich stärker von kleinen Märkten unter 400 qm geprägt – dieser Betriebsform gehören etwa 41 Prozent der insgesamt 25.246 Verkaufsstellen an.¹ Supermärkte (hier 400 bis 4.499 qm) haben mit 9.041 Märkten einen Anteil von ca. 36 Prozent an allen Verkaufsstellen, wohingegen Discounter mit 22 Prozent (5.510 Verkaufsstellen) seltener als in Deutschland vorkommen.² Der Umsatz im italienischen Lebensmittel-einzelhandel lag 2021 bei 123,2 Mrd. Euro.³ Größte Lebensmittelhändler sind Conad und Selex mit Umsätzen von 18,6 bzw. 18 Mrd. Euro, gefolgt von Coop Italia (15,4 Mrd. Euro) und Esselunga (10 Mrd. Euro).⁴

¹ Ministero Sviluppo Economico, GNLC Nielsen und TradeLab 2022, zitiert nach www.handelsdaten.de
² Ebd.
³ Nielsen, ISTAT, GS1 Italy, TradeLab und Federdistribuzione 2022, zitiert nach www.handelsdaten.de
⁴ GNLC Nielsen 2022, zitiert nach www.handelsdaten.de

ANZAHL DER VERKAUFSSTELLEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN ITALIEN NACH BETRIEBSFORMEN



TOP-LEBENSMITTELHÄNDLER IN ITALIEN 2021

Unternehmen	Umsatzanteil in Prozent	Umsatz in Mrd. Euro
Conad	15,1	18,6
Selex	14,6	18,0
Coop Italia	12,5	15,4
Esselunga	8,1	10,0
Végé	7,8	9,6
Eurospin	6,8	8,4
Carrefour	5,0	6,2
Lidl Italia	4,9	6,0
Agorà	4,0	4,9
MD	3,4	4,2

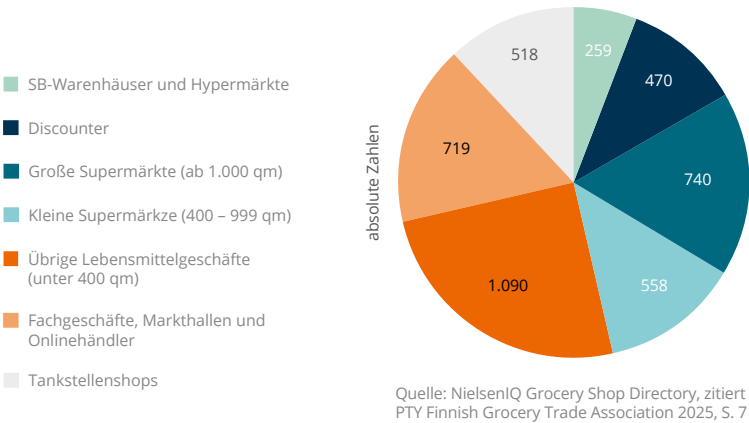
Quelle: GNLC Nielsen 2022, zitiert nach www.handelsdaten.de

FINNLAND

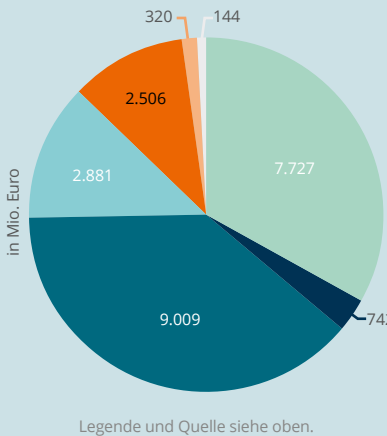
In Finnland besteht in Relation zur Einwohnerzahl von ca. 5,6 Mio. ein dichtes Netz an Lebensmittelhändlern – insgesamt bestehen 4.354 Verkaufsstellen.⁵ Auch hier gibt es viele kleine Lebensmittelgeschäfte, Fachgeschäfte – und auch Tankstellenshops leisten in Finnland einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung mit Lebensmitteln.

Discounter sind vergleichsweise selten und machen mit 470 Märkten nur einen Anteil von 10 Prozent der Verkaufsstellen aus. Im Jahr 2024 lag der Bruttoumsatz des finnischen Lebensmitteleinzelhandels bei 23,3 Mrd. Euro.⁶

ANZAHL DER VERKAUFSSTELLEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN FINNLAND NACH BETRIEBSFORMEN



UMSATZ IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN FINNLAND NACH BETRIEBSFORMEN



⁵ NielsenIQ Grocery Shop Directory, zitiert nach PTY Finnish Grocery Trade Association 2025, S. 7.
⁶ Ebd.
⁷ Ebd., S. 8.
⁸ Ebd.

Die beiden umsatzstärksten Vertriebslinien in Finnland sind der Supermarkt S-market und der Hypermart Prisma, welche beide zur S-Gruppe gehören.⁷ Des Weiteren gehören die Vertriebslinien K-Citymarket, K-Supermarket und K-Market – sie alle sind Teil der K-Gruppe – zu den umsatzstärksten Vertriebslinien Finnlands. Der deutsche Discounter Lidl betreibt in Finnland 205 Filialen und erzielte 2024 einen Umsatz von 2,2 Mrd. Euro.⁸

Ein Bericht von
Lena Knopf
Projektleiterin Forschungs-
bereich Handelsimmobilien
und Expansion
EHI Retail Institute GmbH



RISIKEN UND VULNERABILITÄT IN DER IMMOBILIENBRANCHE: DEUTSCHLAND IM VERGLEICH ZU EUROPA.

Die **Immobilienbranche** ist eine der wichtigsten Säulen der Wirtschaft und des Finanzsystems in Europa. Sie beeinflusst sowohl die wirtschaftliche Stabilität als auch die individuellen Vermögenswerte der Haushalte. Allerdings variieren die Anfälligkeit und die Risiken in den verschiedenen Ländern erheblich.

Der **ESG-Kontext** (Environmental, Social, Governance) und die **EU-Taxonomie** bilden für die Immobilienbranche in Europa dabei einen zentralen Rahmen. Gebäudebestände, Leerstand, Finanzierungskosten, Renovierungsbedarf und operative Risiken sind eng verknüpft mit Klima- und Energiepolitik, Marktregulierung sowie sozialen Erwartungen rund um Transparenz und nachhaltige Wertschöpfung. Die EU-Taxonomie definiert, welche wirtschaftlichen Aktivitäten als „grün“ gelten und legt damit Maßstäbe für Investitionen, Finanzierung und Berichterstattung fest.

Im Vergleich zwischen Deutschland und dem europäischen Ausland lassen sich zentrale Unterschiede in Bezug auf Risiken und Vulnerabilitäten feststellen.

Deutschland zeichnet sich durch einen stabilen Immobilienmarkt aus, geprägt von einer soliden Wirtschaft, niedrigen Zinsen und einer vergleichsweise konservativen Kreditvergabe. Der Markt ist stark reguliert, was eine Überhitzung erschwert. Zudem

profitieren viele Regionen von einer hohen Nachfrage nach Immobilien, vor allem in Ballungszentren wie Berlin, München und Hamburg. In einigen europäischen Ländern, insbesondere im Süden und Osten, sind die Immobilienmärkte volatiler. Nach der Finanzkrise 2008 kam es dort häufig zu Überbewertungen, spekulativen Blasen und anschließenden Korrekturen. Zudem sind die wirtschaftlichen Grundlagen oft weniger stabil, was die Vulnerabilität gegenüber konjunkturellen Abschwüngen erhöht.

Das deutsche Bankensystem ist bekannt für eine **konservative Kreditvergabe** mit hohen Eigenkapitalanforderungen. Die Verschuldung der Haushalte ist vergleichsweise niedrig, was das Risiko einer Zahlungsunfähigkeit bei wirtschaftlichen Abschwüngen reduziert. In Ländern wie Spanien oder Irland kam es in der Vergangenheit zu einer starken Verschuldung der Haushalte, häufig durch extensive Fremdfinanzierung. Dieser Umstand macht den Markt anfälliger für Zinssteigerungen und wirtschaftliche Einbrüche, was zu Zwangsversteigerungen und Preiserückgängen führen kann.

Eine stabile Bevölkerung und eine hohe Urbanisierung sorgen für kontinuierliche Nachfrage nach Immobilien. Allerdings können **demografische Veränderungen** in bestimmten Regionen langfristige Auswirkungen auf die Marktentwicklung haben. In einigen Ländern führen demografische Herausforderungen, wie Bevölkerungsrückgang oder Migration, zu Überkapazitäten oder Nachfrageverschiebungen, was die Preisstabilität gefährden kann.



**Ein Bericht von
Dr. Astrid Keller**
Senior ESG- und
Research Managerin,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH



Deutschland gilt als **politisch stabil** mit verlässlichen Institutionen. Politische Entscheidungen beeinflussen den Immobilienmarkt eher graduell. In manchen europäischen Ländern sind politische Unsicherheiten oder Rechtsunsicherheiten (z. B. im Zusammenhang mit Eigentumsrechten in osteuropäischen Ländern oder bei Brexit-bedingten Änderungen im Vereinigten Königreich) Risikoquellen, die die Vulnerabilität erhöhen.

In Deutschland existieren regional sehr variable signifikante physische Risiken basierend auf **Klima- und Umwelteinflüssen** wie Sturzfluten in Flusseinzugsgebieten, Starkregen, Trockenheit im Süden oder Hitze im Sommer. In Südeuropa hingegen besteht eine höhere Exposition gegenüber Hitze, Trockenheit und Waldbränden in bestimmten Regionen. Wasserknappheit kann Betriebskosten erhöhen (Kühlung, Bewässerung, Aufbereitung). Küstenliegenschaften sind anfällig für einen potenziellen Meeresspiegelanstieg und Sturmtiefs. In Nord- und Osteuropa liegen die zentralen Risiken in Überschwemmungen, extremen Niederschlägen und Sturmereignissen, teils belasten auch Kälte-/Schnee-Einflüsse die Infrastruktur. Dichter Wald birgt Brandrisiken in Randgebieten, die regional sehr variabel sein können. Alternde Gebäudebestände erhöhen die Vulnerabilität gegenüber Wärme-Inseln und Energie-Ineffizienz. Die Investitionen in Schutz- und Anpassungsmaßnahmen sind insbesondere in Osteuropa oft unzureichend finanziert.

Weiterhin kann es zu **Übergangsrisiken** kommen, die durch Kosten für Emissionsminderung, neue Standards und eine sich verändernde Nachfrage

entstehen und damit zu einer Wertminderung in riskanten Lagen, steigenden Instandhaltungs- und Versicherungskosten führen.

Während Deutschland durch eine robuste Wirtschaft, konservative Finanzierungspraktiken, stabile rechtliche Rahmenbedingungen und eine geographische Vorzugslage geprägt ist, sind einige europäische Nachbarländer aufgrund von Überbewertungen, hoher Verschuldung, politischen oder rechtlichen Unsicherheiten und physischen Voraussetzungen stärker vulnerabel. Für Investoren bedeutet dies, dass eine sorgfältige Analyse der länderspezifischen Risiken unerlässlich ist. Die Diversifikation des Portfolios und eine genaue **Risikobewertung** können dazu beitragen, die Auswirkungen von Marktschwankungen und Krisen zu minimieren. Essenziell für eine umfassende Risikobewertung ist auch eine strategische ESG-Integration, bei der eine umfassende ESG-Strategie, Investitionsentscheidungen, Asset-Management und Kommunikation mit dem Mieter miteinander verknüpft werden. Wichtig ist ebenfalls, Taxonomie-Kriterien frühzeitig in die Objektbewertung miteinzubeziehen.

Die Immobilienbranche in Europa ist vielfältig und von unterschiedlichen Risiken geprägt. Während Deutschland vergleichsweise stabil bleibt, erfordern Investitionen in anderen Ländern eine erhöhte Wachsamkeit gegenüber wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Faktoren sowie natürlichen Risiken und Bedrohungen, um die eigene Vulnerabilität zu steuern.



VON REGULATORIK ZU RENDITE – DER WEG ZUR WERT- GETRIEBENEN ESG-PERFORMANCE IM RETAIL-SEKTOR.



**Ein Bericht von
Jenny Stephan**

ESG Lead Real Estate,
KPMG AG Wirtschafts-
prüfungsgesellschaft,
Düsseldorf



VOM REGULIERUNGSDRUCK ZUM PERFORMANCEFAKTOR – ESG NEU GEDACHT

Mit der Omnibus-Initiative verfolgt die EU das Ziel, die regulatorischen Anforderungen rund um **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, **EU-Taxonomie** und **Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)** praxisnäher auszugestalten. Die Komplexität der Berichterstattung soll reduziert und der Handlungsspielraum der Unternehmen erweitert werden. In dieser neuen regulatorischen Diätphase liegt insbesondere für den europäischen Lebensmittel-einzelhandel eine große Chance, dessen Geschäftsmodell stark immobilien- und energiekostengetrieben ist.

Statt nur ein Pflichtenheft abzuarbeiten, haben Unternehmen jetzt die Möglichkeit, ESG als Steuerungslogik zu nutzen: zur strategischen Risikosteuerung, Performanceverbesserung und Kapitalmarktpositionierung. Der Weg dahin erfordert keinen hochkomplexen Transformationsprozess, sondern einen pragmatischen dreistufigen Ansatz, der Chancen und Risiken identifiziert, quantifiziert und in operative Entscheidungen übersetzt.

1.

ESG-RISIKEN UND -CHANCEN ERKENNEN – FOKUS AUF DAS WESENTLICHE

Der erste Schritt ist die strukturierte Analyse der relevanten ESG-Auswirkungen. Im Mittelpunkt steht die Frage: Welche Nachhaltigkeitsthemen haben einen relevanten Einfluss auf Kosten, Cashflow und/oder Unternehmenswert?

Hier empfiehlt sich eine schlanke Wesentlichkeitsanalyse, bei der ESG-Aspekte entlang von Geschäftsmodell, Standortstruktur und Lieferkette bewertet werden. Einzubeziehen sind hier insbesondere physische Risiken durch den Klimawandel, Übergangsrisiken wie CO₂-Preissteigerungen, aber auch Wertschöpfungschancen.

Um die Analyse in einem praktischen Kontext nachzuvollziehen, kann ein europaweit aktiver Lebensmitteleinzelhändler betrachtet werden, der anhand von Klimarisikodaten erhöhte Temperaturen in südeuropäischen Regionen identifiziert. Filialen mit veralteter Kühltchnik weisen dort ein höheres Umsatz- und Mietausfallrisiko auf. Gleichzeitig eröffnen sich Investitionschancen in moderne, energieeffiziente Kühlanlagen mit kurzer Amortisationszeit.

2.

ESG-WIRKUNG QUANTIFIZIEREN – VOM RISIKO ZUR FINANZIELLEN STEUERUNGSGRÖSSE

Im zweiten Schritt wird die qualitative Bewertung in eine finanzielle Steuerungslogik übersetzt. ESG-Kennzahlen, wie der CapEx-Anteil für Energiekostentreiber oder das Kaltmieten-Risiko durch steigende Energiekosten, helfen, Investitionsentscheidungen und Portfoliostrategien zu bewerten.

Beispielsweise führen Handelsunternehmen ESG-Kennzahlen ein, die CO₂-Bilanz, Energieverbrauch und geplante Instandhaltungskosten ihrer Bestandsimmobilien miteinander verknüpfen. So lassen sich fundierte Entscheidungen zu Investitionsprioritäten setzen und Filialen mit hohem ESG-Renditepotenzial werden bevorzugt modernisiert.

3.

ESG IN STRUKTUREN UND PROZESSE EINBETTEN – AKTIVE STEUERUNG IM TAGESGESCHÄFT

Im dritten Schritt werden die ESG-Steuerungskennzahlen in das Target Operating Model integriert. Dadurch wird Nachhaltigkeit zum festen Bestandteil der Unternehmenssteuerung und nicht mehr als Sekundärthema behandelt.

Eine klare Governance-Struktur sorgt dafür, dass alle Beteiligten ihre Rollen und Verantwortlichkeiten kennen. Sie wissen genau, welche Aufgaben sie übernehmen müssen und wie sie zur Erreichung der ESG-Ziele beitragen können. Eine vollständige Prozessintegration stellt weiterhin sicher, dass ESG-Kennzahlen in alle relevanten Unternehmensprozesse, wie Investitions-, Standort- und Einkaufsentscheidungen, einfließen. Schließlich werden die ESG-Kennzahlen in der Finanzplanung und im Management-Reporting eingebettet. Dies ermöglicht eine zielgerichtete Steuerung und stellt sicher, dass die Nachhaltigkeitsziele mit den finanziellen und operativen Zielen des Unternehmens übereinstimmen.

Ein anschauliches Beispiel ist die Verankerung von ESG-Kriterien im Investitionsausschuss von Retailern. Neubauprojekte müssen ein Mindestmaß an EU-Taxonomie-Konformität erfüllen. Gleichzeitig wird ein ESG-Cockpit in der regelmäßigen Berichterstattung etabliert, welches ESG-Kennzahlen und deren Zusammenhang mit Finanzkennzahlen aufzeigt.

FAZIT: NACHHALTIGKEIT RECHNET SICH, WENN ESG MESSBAR WIRD

Die Omnibus-Initiative ermöglicht europäischen Lebensmitteleinzelhändlern, ESG strategisch in ihre Unternehmenssteuerung zu integrieren, um Risiken zu managen und gezielt Wert zu schaffen. Ein pragmatischer Drei-Schritte-Ansatz – Risiken und Chancen identifizieren, finanziell bewerten und operativ verankern – macht ESG zur handhabbaren und messbaren Steuerungsgröße.

So wird Nachhaltigkeit von der Regulatorik zur Rendite: als Baustein für eine resiliente, performante und zukunftsfähige Unternehmensstrategie.

ESG IM EUROPÄISCHEN KONTEXT:

DATENHERAUS- FORDERUNGEN UND PHOTOVOLTAIK- POTENZIAL IM LEBENSMITTELEINZEL- HANDEL.



**Ein Bericht von
Dr. Jens Hirsch,**
Chief Scientific Officer,
BuildingMinds,
Co-Initiator CRREM

Nachhaltigkeit ist trotz gegenläufiger politischer Entwicklungen weiterhin ein zentraler Treiber im europäischen Lebensmitteleinzelhandel (LEH). Die Branche setzt entschlossen auf innovative Konzepte, um ökologische Zielsetzungen und wirtschaftliche Anforderungen miteinander zu verbinden. Asset Manager wie GRR, die ein breites Portfolio von Handelsimmobilien verantworten, stehen vor der Aufgabe, die anspruchsvollen ESG-Vorgaben der europäischen und nationalen Regulatoren umzusetzen. Dabei wird deutlich: Die Suche nach belastbaren Nachhaltigkeitsdaten und der Umgang mit neuartigen Technologien erweisen sich als zentrale Weichensteller für die Zukunft der Branche.



STROMVERBRAUCH UND SCHÄTZUNGEN IM LEH

Im LEH liegt der Stromverbrauch mit bis zu 300 kWh/m² deutlich über jene im Non-Food-Bereich und macht den Großteil des Gesamtenergieverbrauchs aus. Kühlung, Klimaanlage und Backtechnik laufen rund um die Uhr, konkrete Verbrauchsdaten sind für den Asset Manager jedoch meist nicht verfügbar. Die Mehrheit der Märkte sind Single-Tenant-Immobilien, bei denen Mieter selten Verbrauchswerte offenlegen. GRR und Building-Minds arbeiten daher mit fortschrittlichen Schätzmethode, die Energieausweise, Portfolio-Daten und Branchenstatistiken kombinieren, um realistische Verbrauchswerte zu erhalten. Um den CO₂-Fußabdruck korrekt zu bewerten und Maßnahmen abzuleiten, sind solche Schätzungen essenziell.



VERGLEICHBARKEIT UND CRREM-PFADE

Selbst mit guten Verbrauchsdaten bleibt die Vergleichbarkeit jedoch komplex. CRREM-Dekarbonisierungspfade unterscheiden bislang nicht zwischen Einzelhandel allgemein und LEH mit hohem Kühlbedarf. Dadurch schneiden LEH-Immobilien in Benchmarks oft schlechter ab – eine strukturelle Verzerrung. Für ESG-Fonds mit Artikel 8 oder 9 sollte daher überlegt werden, inwieweit sich CRREM als Nachhaltigkeitsreferenz eignet.

REGULATORISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Große Dächer von Supermärkten bieten ein erhebliches Potenzial für Photovoltaik (PV)-Anlagen. Ein typischer Supermarkt kann etwa 45–50 Prozent seines Strombedarfs durch Dachanlagen decken. Eigenverbrauchsquoten können insbesondere beim Einsatz von Batteriespeichern bei über 70 Prozent liegen. Die Strategie und das Tempo beim Ausbau von PV im Lebensmitteleinzelhandel werden maßgeblich von den jeweiligen nationalen Rahmenbedingungen und Marktmechanismen geprägt. In Ländern mit hohen Strompreisen wie Deutschland, Italien oder Spanien amortisieren sich PV-Investitionen besonders über operative Kosteneinsparungen, in Schweden kommt – auch klimabedingt – die Rendite dagegen vor allem über staatliche Förderprogramme, und unkomplizierte Genehmigungsverfahren erleichtern die Installation zusätzlich. Ungarn wiederum setzt gezielt hohe Zuschüsse als Investitionsanreiz, wodurch sich der Markteintritt beschleunigt und PV für Handelsunternehmen besonders lohnend wird. Die konkrete Ausgestaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen umfasst neben steuerlichen Aspekten (z. B. eine Steuerbefreiung für Anlagen bis 100 kWp in Deutschland) aber auch detaillierte technische Anforderungen. So fordert das im Februar 2025 eingeführte Solarspitzengesetz bei Anlagen ab 7 kWp eine intelligente Steuerung, um Netzüberlastungen zu vermeiden.

Die EU-Richtlinie zur Förderung erneuerbarer Energien (RED) setzt einen verbindlichen Rahmen für die Mitgliedsstaaten, die den Anteil erneuerbarer Energien und die Nutzung von Eigenstrom deutlich erhöhen sollen. LEH-Immobilien dürften aufgrund des beschriebenen PV-Potenzials im Fokus der nationalen Umsetzung der RED stehen und jedes Mitgliedsland wird versuchen, mit einem eigenen Mix aus finanziellen Anreizen und Anforderungen die individuellen Ziele zu erreichen. Gebäude mit installierter PV dürften infolge dieser Entwicklung in puncto Vermietung und Investment bevorzugt werden. Wie sich dieser Trend konkret in einzelnen Ländern manifestiert, hängt allerdings von der landesspezifischen Umsetzung und den jeweiligen Förderbedingungen ab.

FAZIT

Der europäische Lebensmitteleinzelhandel steht vor einer ESG-Transformation, die durch die RED, klimatische Unterschiede und diverse Fördersysteme geprägt ist. Supermärkte mit PV sind gefragter denn je – sie profitieren von regulatorischen Vorteilen, steigender Wirtschaftlichkeit und zukunftsorientierter Vermarktung. Die größte Herausforderung bleibt die Datenverfügbarkeit. Mit modernen Schätzmethode und technologischen Lösungen zeigen Asset Manager wie GRR, wie der Weg zu klimaneutralen Portfolios aussehen kann – datenorientiert, pragmatisch und zukunftsgerichtet.

DER EUROPÄISCHE ARBEITSMARKT UND SEIN EINFLUSS

AUF DEN LEBENSMITTEL- EINZELHANDEL:

UNTERSCHIEDE,
HERAUSFORDERUNGEN UND
ZUKUNFTSTRENDS.



Ein Bericht von
Dr. Astrid Keller
Senior ESG- und
Research Managerin,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH

Der Einfluss, den der Arbeitsmarkt auf den Lebensmitteleinzelhandel hat, ist enorm. Preisdruck, saisonale Strukturen, der Status der Automatisierung und die Modernisierung der Lebensmitteleinzelhandelsfilialen spielen unter anderen Faktoren dabei eine gravierende Rolle. Der europäische Arbeitsmarkt hat sich nach der Pandemie zwar wieder gefestigt, weist aber je nach Land bzw. Region deutliche Unterschiede auf. Branchenstruktur, Arbeitslosenquoten, Verteilung der Beschäftigten und die Einkommensstruktur spiegeln wirtschaftliche Besonderheiten sowie politische Rahmenbedingungen wider.

Der relevanteste Wirtschaftssektor in Europa ist der Dienstleistungssektor, wobei Industrie- und Landwirtschaftssektor regional variieren können (Nord-/West- bzw. Süd- und Osteuropa zeigen tendenziell unterschiedliche Gewichtung). Auch weisen die verschiedenen Regionen Europas starke Unterschiede bezüglich der Arbeitslosigkeit auf. Die Verteilung der Beschäftigten nach Teilzeit- und Frauenbeschäftigung sowie demografische Faktoren unterscheiden sich zum Teil sehr stark.



BLICK AUF DIE REGIONEN EUROPAS

SÜDEUROPA

In Südeuropa findet man grundsätzlich stärker tradierte Beschäftigungsformen. Die Beschäftigungsstruktur ist geprägt von einem hohen Anteil an Dienstleistungen, insbesondere im Tourismussektor, sowie bedeutenden Anteilen im verarbeitenden Gewerbe und in der Landwirtschaft. Viele Arbeitsplätze befinden sich im informellen Sektor, was die offiziellen Arbeitsmarktdaten beeinflusst. Zudem sind viele Beschäftigungsverhältnisse prekär oder saisonabhängig, was die soziale Absicherung erschwert. Qualifiziertes Personal ist vielerorts schwer zu finden und entsprechend mangelt es an Planungssicherheit für Arbeitgeber. Die Lohnentwicklung insbesondere in Ländern wie Griechenland und Portugal verläuft nur langsam. Eine zunehmende Digitalisierung ist feststellbar, entwickelt sich aber langsamer als beispielsweise in Nordeuropa. E-Commerce wächst moderat.

Die Arbeitslosenquote in Südeuropa ist historisch hoch, insbesondere seit der Finanzkrise 2008. Länder wie Griechenland und Spanien verzeichnen immer noch deutlich höhere Arbeitslosenzahlen als der europäische Durchschnitt. Die Krise führte zu einem massiven Anstieg der Arbeitslosigkeit, überwiegend unter Jugendlichen, und brachte langanhaltende Folgen für den Arbeitsmarkt mit sich. Die Ursachen sind vielfältig: strukturelle Probleme am Arbeitsmarkt, mangelnde Qualifikationsanpassung, wirtschaftliche Unsicherheiten sowie eine unzureichende Unterstützung bei der Berufsbildung. Die hohe Arbeitslosigkeit belastet die öffentlichen Haushalte und führt zu sozialen Herausforderungen wie Armut und sozialer Ausgrenzung.



SPANIEN

Auch in Spanien dominiert, wie auch in Italien und anderen süd-europäischen Ländern, der Dienstleistungssektor mit 76,5 Prozent (Tourismus, Handel, Bildung, Gesundheitswesen). Der Industriesektor folgt dahinter mit 19,9 Prozent. Landwirtschaft ist mit 3,62 Prozent praktisch vernachlässigbar. Wie eingangs erwähnt, verzeichnet Spanien die höchste **Arbeitslosenquote** der Europäischen Union, typischerweise im Doppelstellbereich (Juni 2025: 10,4 Prozent), mit deutlich höheren Quoten bei Jugendlichen (24 Prozent). Die Frauenbeschäftigung wächst – derzeit sind 70,9 Prozent der Frauen erwerbstätig. Dennoch bestehen noch immer geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich Bezahlung, Beschäftigungsdauer und Aufstiegschancen. Frauen verdienen durchschnittlich etwa 20–25 Prozent weniger als Männer, was auf Lohnlücken und unterschiedliche Branchenverteilungen zurückzuführen ist, aber auch auf den Grad der Teilzeitbeschäftigungen. Teilzeitquoten und der informelle Sektor spielen regional eine wichtige Rolle; regionale Unterschiede (Katalonien, Madrid, Andalusien) beeinflussen die Arbeitsmarktdynamik stark. Wie auch in Italien ist die **Einkommensungleichheit** moderat bis hoch. Die Einkommensverteilung in Spanien ist geprägt von erheblichen Unterschieden zwischen Branchen, Geschlechtern und Regionen. Das Durchschnittseinkommen liegt bei etwa 2.000 Euro brutto pro Monat, allerdings schwankt dies stark. Arbeitnehmer im Dienstleistungssektor, besonders im Tourismus oder im Einzelhandel, verdienen im Durchschnitt weniger als jene im Industriesektor oder in der Technologiebranche.

WESTEUROPA

In vielen Ländern West- und Mitteleuropas gibt es inzwischen **spürbare Engpässe** bei niedrigqualifizierten, flexibel einsetzbaren Arbeitskräften – also genau jene Gruppen, die im LEH stark vertreten sind (Kassenkräfte, Personal für Regalpflege und Warendistribution). Zuwanderung und Arbeitsmigration helfen, Engpässe auf dem Arbeitsmarkt zu mildern, die Verfügbarkeit variiert jedoch stark zwischen den Ländern. Sprachliche und kulturelle Unterschiede erfordern entsprechende Einarbeitung und Management.

Hohe Fluktuation erhöht die Rekrutierungskosten und den organisatorischen Aufwand. Zudem führt eine alternde Bevölkerung zu einer sinkenden Verfügbarkeit an jungen Arbeitskräften. Dies erhöht den Bedarf an qualifizierten Anwerbe- und Bindungsmaßnahmen, gleichzeitig bleibt die Nachfrage nach Arbeitskräften stabil oder nimmt in bestimmten Segmenten (z. B. Liefer-/Logistik) zu. In vielen Märkten steigen Mindestlöhne bzw. Gehälter in Einzelhandel und Logistik. Gleichzeitig sorgt der Fachkräftemangel dafür, dass Löhne auch für erfahrenes Personal bereits ein hohes Niveau erreicht haben oder noch steigen – was die Gesamtpersonalkosten erhöht. **EU-weite relevante Regelungen** (Arbeitszeiten, Urlaubsansprüche, Teilzeit- vs. Vollzeitmodelle) beeinflussen die Personalplanung. Der Arbeitsmarkt verschiebt sich zunehmend auf digitale Kompetenzen. Retail-Unternehmen investieren verstärkt in Automatisierung (Self-Checkout, Regalauffüllroboter, KI-gestützte Personalplanung) und in Cloud-/Analytics-Lösungen zur besseren Personaleinsatzplanung.

DEUTSCHLAND

In Deutschland ist – wie auch in der übrigen Europäischen Union – der Dienstleistungssektor am stärksten ausgeprägt (72 Prozent), gefolgt vom Industriesektor (26,5 Prozent) und dem Landwirtschaftssektor mit lediglich 1,2 Prozent. Der Arbeitsmarkt ist gut organisiert und weist eine hohe Fachkräftebindung auf. Allerdings herrscht insbesondere im Einzelhandel und in der Logistik Fachkräftemangel. **Mindestlohnregelungen** beeinflussen die Kostenstruktur der Unternehmen stark. Zudem sind steigende Lohn- und Personalkosten ein stetes Thema. Die Arbeitslosenquote ist, gemessen am Durchschnitt der EU, mit 3,7 Prozent niedriger (EU-Durchschnitt: 5,9 Prozent im Juni 2025). Die Quote der arbeitslosen Jugendlichen (6,4 Prozent) liegt im Vergleich zur Gesamtarbeitslosenquote deutlich darüber. Die Verteilung der Beschäftigten ist ungleichmäßig und variiert stark nach Bundesland, sowohl innerhalb der Regionen also auch zwischen städtischen und ländlichen Regionen. Starke Zuwächse bei den Erwerbstätigen gibt es vor allem in den Bundesländern Bayern, Baden-Württemberg, Hamburg und Berlin. Nach wie vor ist auch ein deutliches **West-Ost-Gefälle** festzustellen.

Zukünftig ist von weiter steigenden Anforderungen an Flexibilität, Arbeitszeitmodelle und Digitalisierung auszugehen. Dies erzeugt zunehmenden Druck auf den Online-Handel und die 24/7-Logistik. Fortschritte in Automatisierung (automatische Regale, Robotik) werden zu einem Wandel der Arbeitsplätze führen. Von befristeten Arbeitsverträgen und erhöhten Investitionen in Ausbildung und Mitarbeiterbindung ist auszugehen. Der Anteil der Frauenbeschäftigung lag im Q1 2025 bei 77,2 Prozent. Die Einkommensungleichheit ist in Deutschland niedrig, hat sich allerdings in den letzten Jahren leicht erhöht.

NORDEUROPA

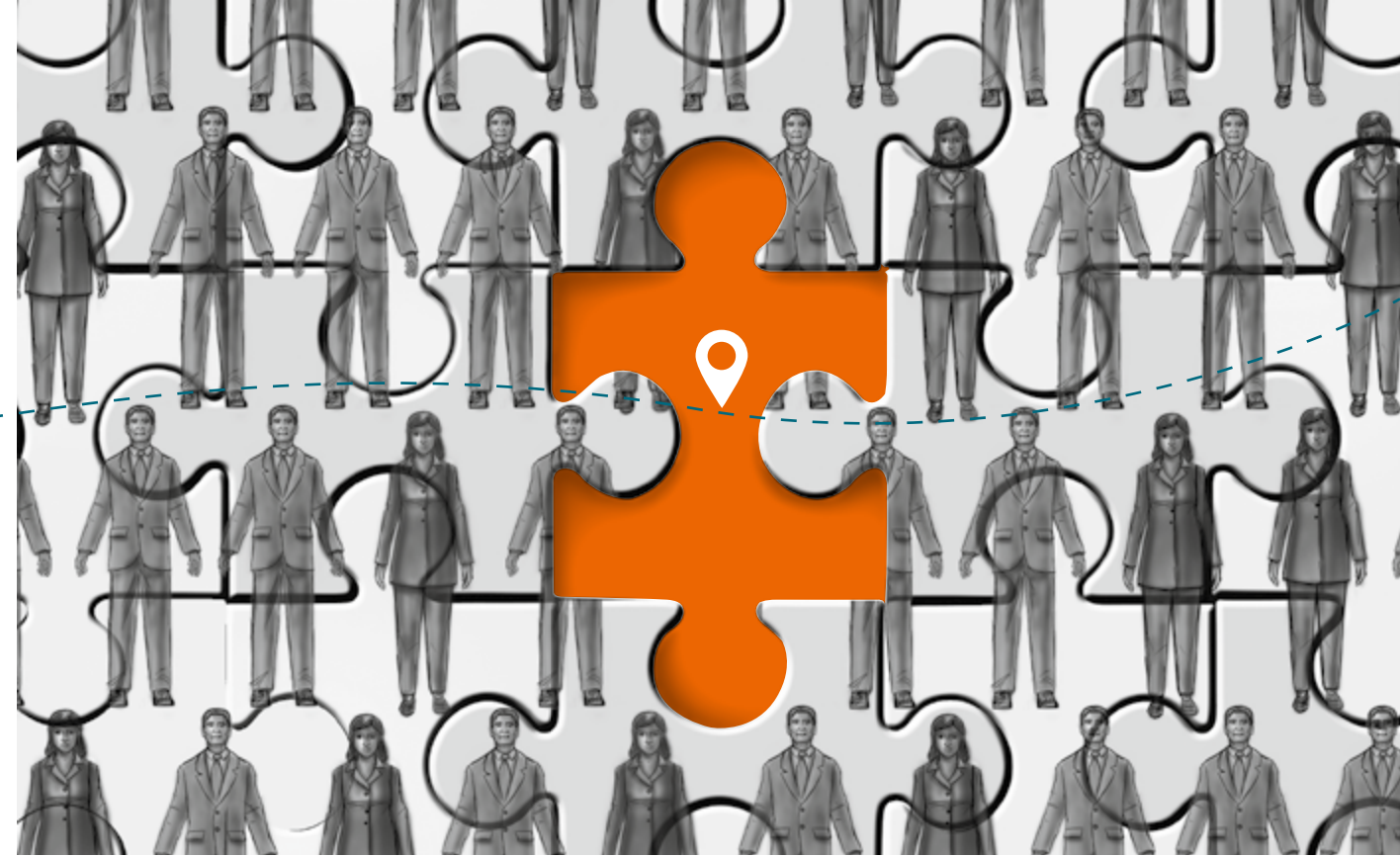
In Nordeuropa zeigt sich derzeit ein stabiler Arbeitsmarkt mit hohen Beschäftigungsquoten, hohen Löhnen und **starker sozialer Sicherung**. Die Beschäftigungsstruktur ist stark dienstleistungsorientiert. Produzierende Branchen spielen noch eine Rolle, sind aber stärker im Wandel hin zu moderner Industrie, Hightech, erneuerbaren Energien und nachhaltigen Dienstleistungen. Die Quote der Frauenbeschäftigung ist ähnlich hoch oder sogar höher als die Männerquote.

Die Arbeitslosigkeit in Nordeuropa unterscheidet sich stark nach Ländern. Finnland und Schweden haben jeweils recht hohe einstellige Arbeitslosenquoten, wohingegen beispielsweise Norwegen im niedrigen einstelligen Bereich liegt. Die Jugendarbeitslosigkeit ist in der Regel höher als die Gesamtarbeitslosigkeit, variiert aber ebenfalls deutlich zwischen den Ländern.

Es besteht ein hoher Fachkräftebedarf, insbesondere im Logistik- und Servicebereich. Der **demografische Wandel** bezüglich der Überalterung der Bevölkerung hat starke Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, der durch einen Fachkräftemangel in Kernbereichen gekennzeichnet ist. Der (Lebensmittel-)Einzelhandel, Logistikzentren und das Online-Geschäft sind durch eine zunehmende Automatisierung und Digitalisierung geprägt, da hohe Personalkosten zu Effizienzsteigerungen drängen (Self-Checkouts, Robotik in Lagern). Entsprechend wächst die Bedeutung von Daten- und Servicequalität. Es sind verstärkt Investitionen in Omnichannel-Angebote (Click & Collect, Online-Lieferung) und in die Attraktivität der Filialen (Servicequalität trotz höherer Lohnkosten) notwendig.

SCHWEDEN

Der schwedische Arbeitsmarkt zeichnet sich durch eine vielfältige Branchenstruktur und eine am EU-Durchschnitt gemessen höhere Arbeitslosenquote von etwa 8,7 Prozent (Juni 2025) aus. Der Dienstleistungssektor ist dominierend, mit rund 70 Prozent aller Beschäftigten, während Industrie, insbesondere die Automobil-, Maschinenbau- sowie Chemiebranchen, etwa 20 Prozent ausmacht. Der Agrarsektor ist klein und beschäftigt weniger als 3 Prozent der Bevölkerung. Die Jugendarbeitslosigkeit ist mit 23,7 Prozent hoch, während 82,4 Prozent der erwerbsfähigen Frauen berufstätig sind. Regionale Unterschiede bestehen zwischen urbanen Zentren wie Stockholm, Göteborg und Malmö, die eine hohe Beschäftigungsrate aufweisen, und ländlichen Gebieten, die oftmals mit höheren Arbeitslosenquoten konfrontiert sind. Das **durchschnittliche Einkommen ist hoch**, Fachkräfte in Technologie, Medizin und Ingenieurwesen verdienen deutlich mehr, und **gute Arbeitsbedingungen** sowie **Sozialleistungen** tragen zur Attraktivität des Landes bei. Schweden bleibt durch politische Maßnahmen und eine moderne Arbeitskultur eines der attraktivsten Länder für Erwerbstätige in Europa.



OSTEUROPA

In Osteuropa findet man tendenziell niedrigere Löhne als in Westeuropa vor, aber mit einer dynamischen Anhebung. Es gibt eine starke, junge Arbeitskräftebasis mit einer hohen Bereitschaft, im Einzelhandel und in der Logistik zu arbeiten. Aktuell wächst, wie auch im übrigen Europa, der **Fachkräftemangel** in spezialisierten Bereichen. Osteuropa zeichnet sich durch schnelle Lohnanpassungen und zunehmende Automatisierung, insbesondere in der Logistik und im Filialbetrieb, aus. Der **Ausbau der E-Commerce-Infrastruktur** schreitet voran. Arbeitskräfte migrieren innerhalb Europas, aber auch innerhalb der Länder.

Für Arbeitgeber bleiben die Lohnkosten im Vergleich zu Westeuropa weiterhin attraktiv, auch wenn sie zuletzt ebenfalls anstiegen. Discounter- und Supermarktketten nutzen das günstige Arbeitskostenniveau, um Investitionen in Logistik, Online-Verkauf und Filialnetz zu tätigen. Der Bedarf an gut ausgebildetem Personal steigt. Damit einhergehend werden auch Ausbildungs- und Weiterbildungsprogramme aktiv forciert, um die Produktivität zu erhöhen.



POLEN

Der polnische Arbeitsmarkt hat in den letzten Jahren bedeutende Veränderungen erlebt, die durch wirtschaftliches Wachstum, demografische Entwicklungen und strukturelle Reformen beeinflusst wurden. Der Dienstleistungssektor dominiert mit etwa 60 Prozent der Beschäftigten, gefolgt vom verarbeitenden Gewerbe mit rund 25 Prozent. Der Agrarsektor macht noch etwa 15 Prozent der Beschäftigung aus, wobei dieser Anteil in den letzten Jahren kontinuierlich rückläufig ist. Innerhalb der Dienstleistungen sind Handel, Verkehr, Gastronomie und IT-Branche bedeutende Beschäftigungsmotoren. Die **IT- und Informationsbranche** verzeichnet ein starkes Wachstum, was auf die zunehmende Digitalisierung und den Ausbau der technologischen Infrastruktur zurückzuführen ist.

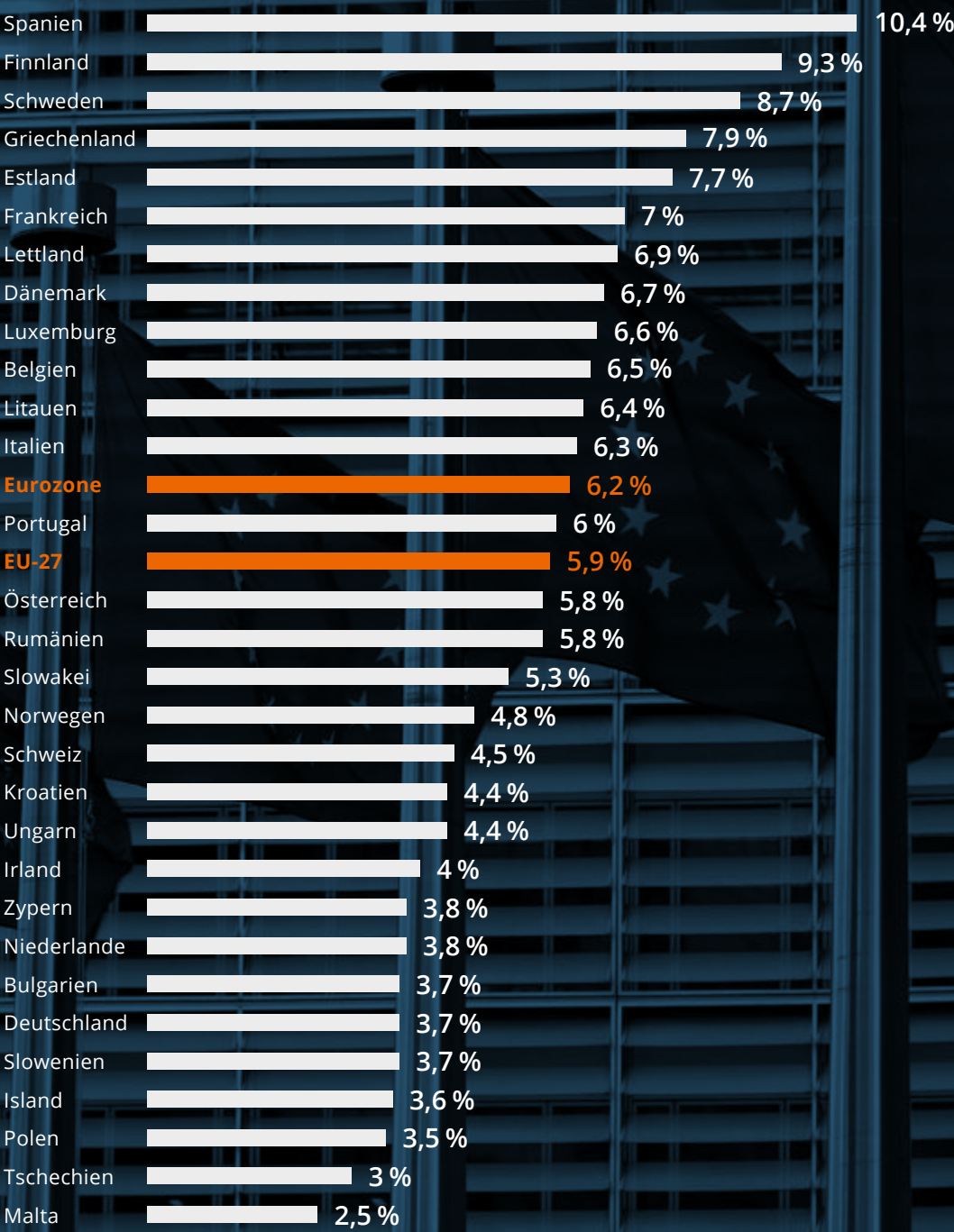
Die Arbeitslosenquote in Polen hat sich in den letzten Jahren auf niedrige Werte eingependelt. Im Juni 2025 lag sie bei etwa 3,5 Prozent, was auch im Vergleich zu anderen EU-Ländern als niedrig gilt. Dennoch gibt es regionale Unterschiede: Während in den urbanen Zentren wie Warschau, Krakau oder Wrocław die Arbeitslosigkeit unter 4 Prozent liegt, sind in einigen ländlichen Gebieten höhere Raten von bis zu 8 Prozent zu verzeichnen. Dies führt zu Migration in die Städte, was wiederum den urbanen Arbeitsmarkt belastet. Die Jugendarbeitslosigkeit in Polen ist im Juni 2025 mit 14,1 Prozent höher als die durchschnittliche Arbeitslosenquote, liegt aber im europäischen Durchschnitt.

Die Frauenbeschäftigungsquote liegt in Polen bei etwa 68,9 Prozent, und damit unter dem EU-Durchschnitt von 71 Prozent. Trotz Verbesserungen bestehen weiterhin Herausforderungen hinsichtlich der **Vereinbarkeit von Familie und Beruf** sowie der Lohnungleichheit zwischen Männern und Frauen. Das durchschnittliche Bruttoeinkommen in Polen lag 2023 bei etwa 4.500 PLN (cirka 950 EUR) pro Monat. Das Einkommensniveau variiert stark nach Branche, Region und Qualifikation.

Der polnische Arbeitsmarkt zeigt insgesamt positive Tendenzen, steht aber vor Herausforderungen in Bezug auf Jugendarbeitslosigkeit, Gleichstellung und regionale Disparitäten. Die Zukunftsfähigkeit hängt von politischen Maßnahmen, Bildung und Innovationen ab.

Der Arbeitsmarkt in Europa beeinflusst den Lebensmitteleinzelhandel stark über Kostenstrukturen, Verfügbarkeit von Personal, Servicequalität und die Geschwindigkeit der Innovation (Automatisierung, Omnichannel). Länder mit hohen Löhnen und starkem Regulierungsklima neigen zu mehr Automatisierung und effizienteren Prozessen, während solche mit niedrigeren Kosten oft noch stärker auf personelle Ressourcen setzen, aber ebenfalls automatisieren, um Wachstum zu ermöglichen. Unternehmen sollten regionale Unterschiede beachten und konsistente, flexible HR- und Digitalisierungsstrategien verfolgen, um Kosten zu kontrollieren, Servicelevels zu halten und das Wachstum im Omnichannel-Bereich zu sichern.

EUROPÄISCHE UNION:
ARBEITSLOSENQUOTE IN DEN MITGLIEDSSTAATEN IM JUNI 2025



LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN EUROPA:

WARUM IST GENAU DIESER GEEIGNET FÜR DEN AUFBAU EINER PANEUROPÄISCHEN INVESTITIONSSTRATEGIE?

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

**Ein Bericht von
Thomas Thein**

Leiter Fonds- &
Portfolio-
management,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH



WIE DIVERSIFIZIERT SIND DIE LEBENSMITTEL- EINZELHANDELSMÄRKTE EIGENTLICH IN EUROPA?

Stark konzentrierte Märkte finden sich in Deutschland, Frankreich, den Niederlanden, Großbritannien und Skandinavien. Hier dominieren nur wenige Lebensmitteleinzelhandelsketten das Marktgeschehen. Diese Länder oder Regionen zeichnen sich durch eine harte Konkurrenz, einen Preisfokus und eine starke Verhandlungsmacht gegenüber Herstellern aus. In Italien, Spanien und Osteuropa herrscht ein höherer Anteil an **unabhängigen Händlern** und kleinen Supermärkten vor. Der **traditionelle Einzelhandel** spielt hier noch eine größere Rolle (z. B. Wochenmärkte). Es finden sich auch große Unterschiede bezüglich der Dominanz unterschiedlicher Betriebstypen: In Deutschland, Polen, Ungarn und Österreich ist der Marktanteil des Betriebstyps **Discounter** mit einem klaren Preisfokus recht hoch. Dagegen sind in Frankreich, Italien, Spanien und Skandinavien Discounter weniger dominant, Supermärkte und **Hypermärkte** hingegen weit verbreitet.

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

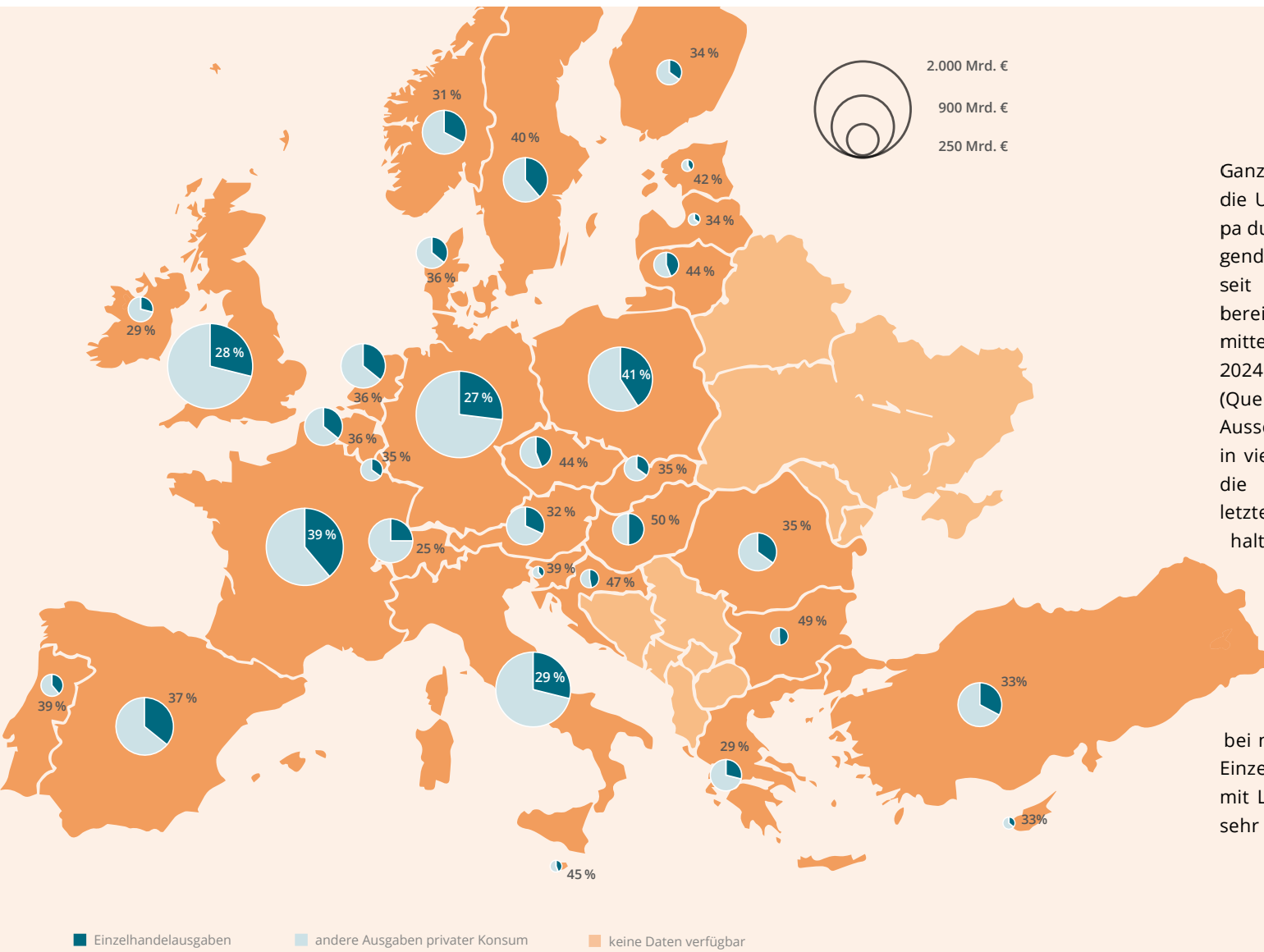
UMSATZENTWICKLUNG STATIONÄRER LEBENSMITTELEINZELHANDEL

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

In vielen osteuropäischen Ländern fließt fast jeder zweite Euro in den Einzelhandel, allen voran in Ungarn (50 Prozent), Bulgarien (49 Prozent) oder auch Kroatien (47 Prozent). Den letzten Platz belegt Deutschland, wo lediglich knapp 27 Prozent der Konsumausgaben im Einzelhandel getätigt werden. Italien rangiert mit 29 Prozent knapp vor Deutschland, Spanien und Frankreich hingegen weisen mit 37 bzw. 39 Prozent vergleichsweise hohe Quoten aus.



EINZELHANDELSANTEIL AM PRIVATEN KONSUM IN EUROPA 2023



Ganz grundsätzlich zeichnet sich die Umsatzentwicklung in Europa durch stabil bis moderat steigende Umsätze aus. Erstmals seit 2020 stieg der inflationsbereinigte Umsatz im Lebensmittelhandel in Europa im Jahr 2024 wieder an – um 2,4 Prozent (Quelle: McKinsey & Company). Ausschlaggebend waren hierbei in vielen europäischen Märkten die Inflationsentwicklung der letzten Jahre, das Konsumverhalten generell und pandemiebedingte Umsatzverschiebungen, die sich aber teilweise wieder normalisieren. Der Kernkanal für den Vertrieb von Lebensmitteln ist dabei nach wie vor der stationäre Einzelhandel. Der Onlinehandel mit Lebensmitteln wächst, aber sehr unterschiedlich in Europa.

DIGITALISIERUNG UND ONLINEHANDEL

Auch hier geht die Schere zwischen fortgeschrittenen Ländern und Ländern mit Nachholbedarf weit auseinander. Legt man den Fokus auf den Onlinehandel, so hat Großbritannien, bedingt durch die dominant urbane Region Greater London (rd. 9 Mio. Einwohner), mit rund 9 Prozent einen recht hohen Anteil. Alle übrigen europäischen Länder weisen – schon immer – deutlich geringere Quoten auf. Bei vielen Ländern bewegen sich diese zwischen 1,5 und 3,0 Prozent. Ausschlaggebend für diese geringen Quoten sind

in den meist polyzentrischen Ländern eine aufwendige und teure Logistik, Margenprobleme und eindeutige Kundenpräferenzen. Diese Kriterien sind ausschlaggebend für ein schwaches Wachstum; wenn auch Corona einen Zwischenschub beim Onlinehandel mit Lebensmitteln geleistet hat, hat sich in der Post-Corona-Zeit das Wachstum wieder deutlich verlangsamt und das Marktgeschehen ist von Insolvenzen und Übernahmen geprägt.



FAZIT

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

REIN IN DEN

MRKT,

ABER BITTE MIT PLAN.

RECHTLICHE HERAUSFORDERUNGEN BEIM MARKTEINTRITT
IN DEN EUROPÄISCHEN LEBENSMITTELEINZELHANDEL.

Die europäische Expansion im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist für viele Unternehmen strategisch attraktiv – sei es durch klassische M&A-Transaktionen, neue Vertriebsmodelle oder digitale Store-Konzepte. Doch der Eintritt in neue Märkte erfordert weit mehr als eine wirtschaftliche Bewertung: Rechtsunsicherheiten, kulturelle Unterschiede und regulatorische Besonderheiten bergen erhebliche Risiken – und zugleich Gestaltungschancen.

Bereits bei klassischen **grenzüberschreitenden Unternehmensakquisitionen** stellen sich Fragen, die sich bei rein nationalen Transaktionen nicht oder nur am Rande ergeben. Ein zentrales Thema ist das anwendbare Recht. Wer etwa eine Supermarktkette in Spanien erwirbt, muss berücksichtigen, dass Fragen der Vertragsauslegung, Verjährung oder Formvorgaben dem spanischen Recht unterliegen können – auch wenn der Vertrag auf Deutsch und nach deutschem Recht verfasst wurde. Zwar ist eine Rechtswahl möglich, doch gilt diese nicht uneingeschränkt: Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Immobilienrecht oder Fusionskontrolle unterliegen zwingend dem nationalen Recht des Zielmarkts. Zudem treffen oft unterschiedliche Vertragskulturen aufeinander. Während im deutschsprachigen Raum knappe, abstrahierende Klauseln üblich sind, erwarten angloamerikanische Parteien detaillierte Regelwerke – samt Disclosure Letter, Legal Opinions und weitreichenden Closing-Bedingungen.

Auch der digitale Markteintritt wirft neue Rechtsfragen auf: Im Rahmen von Multichannel-Strategien setzen viele LEH-Akteure auf Onlinehandel, Automatenverkauf oder Direktvertrieb. Diese Vertriebsformen sind **rechtlich anspruchsvoll, insbesondere bei Lebensmitteln**: Informationspflichten nach LMIV, Kennzeichnung, Rückverfolgbarkeit und Hygienevorgaben gelten EU-weit, jedoch mit nationalen Spielräumen. Zudem wächst die Bedeutung intelligenter Filiallösungen – Smart Retail –, etwa durch Dynamic Pricing oder personalisierte Produktvorschläge. Diese Innovationen setzen eine datenschutzkonforme, belastbare Datenstrategie voraus. Mit dem neuen **Data Act** und der **DSGVO** entstehen komplexe Schnittstellen bei der Nutzung von Kundendaten – und neue Haftungsrisiken.



Bei Transaktionen rückt zudem das **Kartellrecht** stärker in den Fokus. Das Bundeskartellamt prüft besonders scharf im LEH – nicht nur bei Großfusionen, sondern auch bei regionalen Konzentrationen. Selbst abgestimmte Marktverhalten in scheinbar nachgelagerten Bereichen – etwa bei Verpackungslieferanten – können rechtliche Folgen haben. Neuere Entwicklungen zeigen: Auch Nachhaltigkeitsinitiativen sind nicht automatisch kartellrechtlich unbedenklich. Wer ESG-Kriterien gemeinsam mit Wettbewerbern umsetzen will, muss dies sauber strukturieren – z. B. über offene Standards oder freiwillige Marktmechanismen.

Im **Vertriebsrecht** ist die Wahl des richtigen Modells entscheidend: Handelsvertreter, Vertragshändler oder Franchise? Internationale Vereinbarungen müssen nicht nur kartell- und vertriebsrechtlich belastbar sein, sondern auch ESG-Vorgaben (z. B. aus Lieferkettengesetzen) umsetzen. Unterschiedliche Schutzstandards und Ausgleichsansprüche (z. B. bei Handelsvertretern) machen eine bloße Übertragung deutscher Musterverträge riskant.

Diese rechtlichen Herausforderungen spiegeln sich auch in aktuellen **Marktentwicklungen** wider: Der Jahresbericht 2024/25 des Bundeskartellamts zeigt, dass grenzüberschreitende Transaktionen sowie digital gestützte Vertriebsmodelle im LEH zunehmend strategisch genutzt werden. Gleichzeitig steigt die Komplexität der Regulierung – insbesondere im Hinblick auf ESG-Vorgaben, kartellrechtliche Risiken bei Plattformlösungen und neue Berichtspflichten nach der CSRD oder dem europäischen Lieferkettengesetz. Unternehmen, die hier mit rechtssicheren Strukturen, konsistenter Datenstrategie und kultureller Sensibilität agieren, verschaffen sich im Wettbewerb einen klaren Vorteil. Gerade die Verbindung von rechtlicher Compliance, technologischer Anpassungsfähigkeit und nachhaltiger Governance entscheidet darüber, ob eine Expansion zu einem echten Wertzuwachs führt – oder zum Risikofaktor wird.

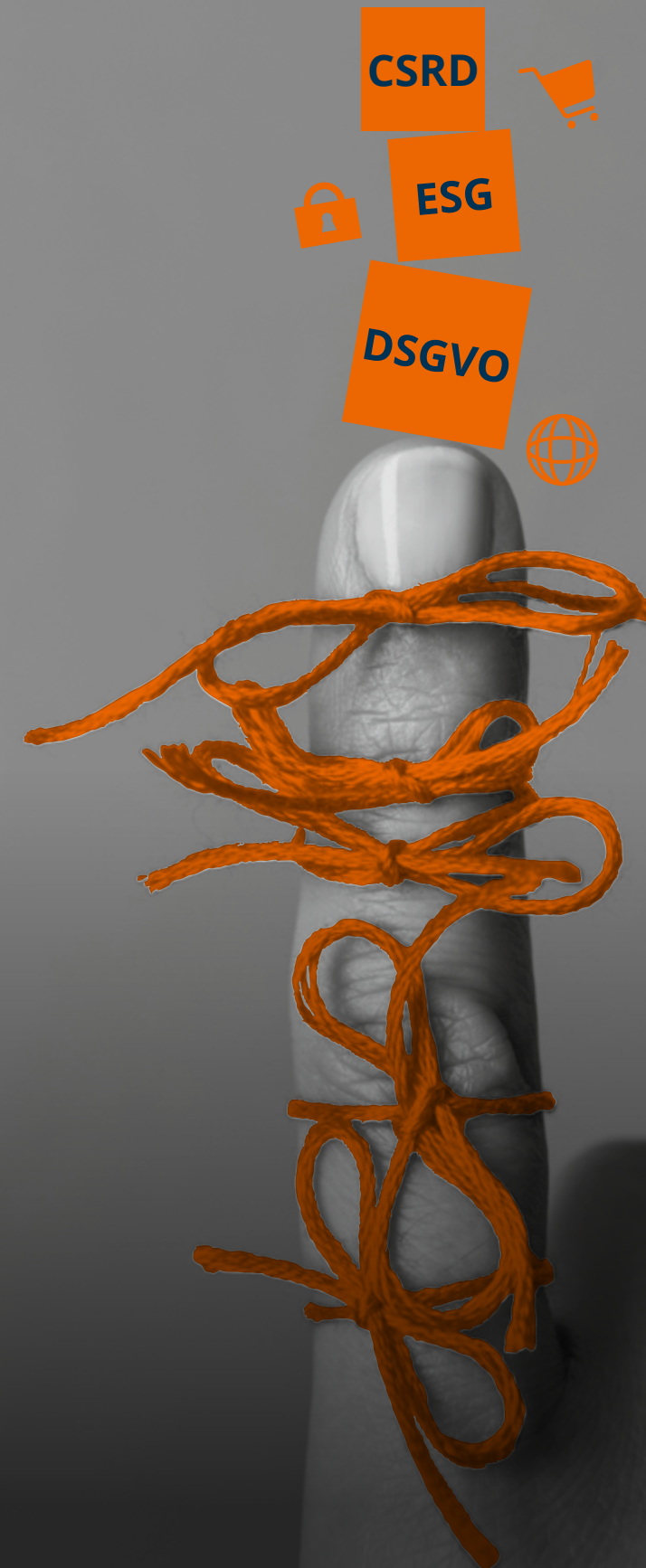


**Ein Bericht von
Dominic Baumüller,
LL.M. Eur.**

Er berät Unternehmen bei BEISSE & RATH umfassend im Wirtschaftsrecht mit besonderem Fokus auf Vertrieb, Digitalisierung und internationale Vertragsgestaltung. Sein postgraduales Masterstudium im europäischen Wirtschaftsrecht (LL.M. Eur.) absolvierte er an der Universität Würzburg.

FAZIT

Wer im europäischen LEH expandiert, braucht mehr als ein gutes Konzept – er braucht rechtliches Fingerspitzengefühl. Ob M&A, Vertrieb oder Digitalisierung: Es geht nicht nur um saubere Verträge, sondern um das Verständnis für unterschiedliche Systeme, Kulturen und Erwartungen. Wer das ernst nimmt, hat die besten Chancen, neue Märkte nicht nur zu betreten – sondern erfolgreich zu erobern.



CHANCEN UND RISIKEN DES EUROPÄISCHEN GEWERBE- IMMOBILIEN- MARKTS.

**Ein Bericht von
Prof. Dr. Thomas Beyerle**
HBC Hochschule
Biberach a. d. R.
beyerle@hochschule-bc.de

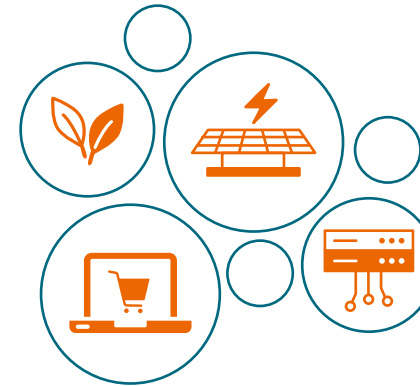


Die Frage nach den **Chancen und Risiken** ist naturgemäß einfach zu beantworten: Man nehme die Aspekte, welche Investitionen eher hemmen und jene, die eher förderlich sind.

Doch halt, denn das, was für den einen Probleme bzw. Herausforderungen darstellt, kann für den anderen die große Chance sein, z. B. ein erstmaliger Markteintritt in einen einem bisher vielleicht verschlossenen, weil z. B. als zu teuer eingeschätzten Markt. Zumal die europäischen Märkte nicht kollektiv in eine Krise gerutscht sind oder sich nicht alle auf dem Höhepunkt eines Booms befinden. Nationale Ökonomien in Europa sind zum Teil sehr unterschiedlich, jedoch verläuft die **Entwicklung der Asset-Klassen** in den verschiedenen Ländern sehr ähnlich. Deutlich wird dies am Beispiel der Pandemie und der anschließenden Büroflächennutzung. Hier ist Europa mittlerweile viel synchroner als vor der Pandemie, es besteht aber eine differenzierte Präsenzkultur zwischen Finnland, Deutschland und Spanien.

Klar ist, die europäischen Gewerbeimmobilienmärkte bieten 2025 sowohl deutliche Chancen als auch Risiken, die von wirtschaftlichen, geopolitischen und regulatorischen Entwicklungen geprägt sind.

Eine große Chance ist beispielsweise eine **grund-sätzliche Stabilisierung** und Erholung der Märkte nach 3,5 Jahren Multikrise: Nach Preiskorrekturen im Jahr 2022 erholte sich der Markt Mitte 2024, mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens. Attraktive Einstiegsmöglichkeiten, also solche mit den höchsten Abwertungen in dieser Zeit bei Gebäuden, bieten deshalb insbesondere Prime-Märkte wie Deutschland, Großbritannien und Frankreich. Auch verbessern die sinkenden Leitzinsen der EZB (Prognose: Einlagezins Ende 2025 bei 2 Prozent) die Finanzierungsbedingungen und machen Immobilien im Vergleich zu anderen Anlageklassen wieder attraktiver. Hinzu kommt auf der Wunschliste von Investoren und Banken eine stetig wachsende Nachfrage nach **nachhaltigen Immobilien**, also Gebäude mit hohen Energieeffizienzstandards (z. B. gemäß EU-Gebäuderichtlinie EPBD), zumal diese höhere Mieten erzielen und von staatlichen Förderungen (noch) profitieren. Investoren können folglich von einer steigenden Nachfrage nach ESG-konformen Immobilien profitieren. Auch Logistik- und Einzelhandelsimmobilien zeigen starke Perspektiven, da E-Commerce, nachhaltige Lieferketten oder Reshoring die Nachfrage nach modernen Logistikflächen ankurbeln. Gerade nach Jahren der Skepsis in der Asset-Klasse Retail bieten gesunkene Kapitalwerte attraktive Einstiegsmöglichkeiten, besonders in Märkten mit hohen



Vermietungsquoten wie z. B. in Spanien oder UK. Hinzu gesellen sich auf der europäischen Ebene sog. alternative Segmente wie Datenzentren, Studentenwohnheime und Pflegeeinrichtungen – sie profitieren von demografischen und technologischen Trends und sind mittlerweile Produkte, welche einen internationalen Standard aufweisen und somit fungibel sind.

Damoklesschwert Nummer 1 ist aktuell das sog. Obsoleszenz-Risiko, am greifbarsten noch festzumachen in der Asset-Klasse Büroimmobilien. Ein Großteil der europäischen Büroimmobilien sieht sich einem „**Veralterungsrisiko**“ gegenüber. „Invest oder Desinvest“ ist deshalb die zentrale Frage in den Führungsetagen. Der Grund: Sie erfüllen immer weniger moderne Nachhaltigkeits- und Technologiestandards. Zu nennen sind auch wirtschaftliche Herausforderungen in den jeweiligen Ländern, einfacher formuliert: Wo kommt das neue Wachstum für den Aufschwung her? Weiter anzuführen sind: regulatorische Anforderungen, wie beispielsweise **strengere ESG-Regularien**. Die Einpreisung der CO₂-Verbräuche von Gebäuden (€ pro Tonne CO₂) steht in der Wertermittlung gerade erst am Anfang – weitere Wertveränderungen sind deshalb absehbar für diejenigen, welche das Thema nicht rechtzeitig angehen. Hinzu gesellen sich stichwortartig: Refinanzierungsprobleme, höhere Eigenkapitalunterlegung und Klimarisiken, z. B. extreme Wetterereignisse.



**DIE EUROPÄISCHEN
GEWERBEIMMOBILIENMÄRKTE
BIETEN 2025
ZWEIFELSFREI CHANCEN.
DIE ZAUBERFORMEL
FÜR DIE KOMMENDEN
QUARTALE KÖNNTE SEIN:**

01

Fokus auf Nachhaltigkeit: Investitionen in energieeffiziente und ESG-konforme Immobilien bieten langfristige Vorteile und reduzieren das Obsoleszenz-Risiko.

02

Selektive Investitionen, da die Erholung uneinheitlich verläuft. Prime-Standorte, Logistik- und Wohnimmobilien bieten die besten Chancen.

03

Eine stärkere geografische Diversifizierung: mehr Mut aufbringen, Investitionen bzw. Portfolios noch stärker über verschiedene Märkte und Sektoren streuen, um Risiken zu minimieren.

HANDEL



KAUFLAND:

EUROPÄISCHE
EXPANSION UND
INNOVATIVE
FILIALKONZEPTE.



*Ein Bericht von
Michael Hiese*

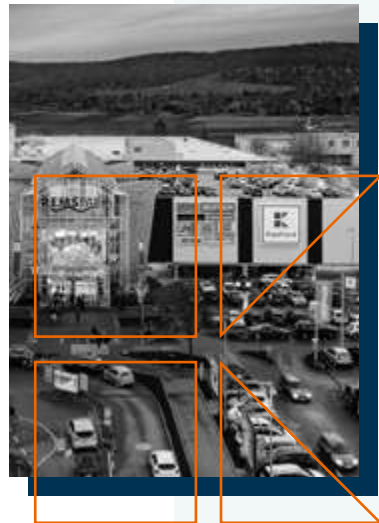
Geschäftsleitung Immobilien,
Kaufland International



Die Geschichte von Kaufland zeichnet sich durch kontinuierliches Wachstum und eine strategische Expansion aus. Die Anfänge liegen **im Jahr 1968** mit der Eröffnung der ersten Filiale in Backnang.

1977 gab es das erste SB-Warenhaus, das Kunden auf einer Verkaufsfläche von über 5.000 Quadratmetern empfing. Ein Meilenstein war 1984 die Eröffnung der Kaufland-Filiale in Neckarsulm, die mit über 12.000 Quadratmetern Verkaufsfläche und Angeboten wie einer Schaumetzgerei und einer Tankstelle als Vorreiter ihrer Zeit galt. Die **internationale Expansion** begann 1998 mit der Eröffnung der ersten Filiale in Tschechien und setzte sich kontinuierlich fort: 2000 in der Slowakei, 2001 in Kroatien und Polen, 2005 in Rumänien, 2006 in Bulgarien und 2019 in der Republik Moldau. So konnte Kaufland sein Filialnetz auf aktuell über 1.600 Filialen ausbauen. **Grundlage** ist ein **einheitliches, durchdachtes Filialkonzept**, das **länderspezifisch flexibel** bleibt. So umfasst das Immobilienkonzept sowohl zentrale Richtlinien als auch lokale Anpassungen. Der **Hauptsitz** des Unternehmens **in Heilbronn** legt internationale Prozesse, Strategien und Konzepte fest, die als Grundlage für die verschiedenen Länder dienen. Die Basis: Moderne Farben kombiniert mit hellem Holz und einem energieeffizienten Beleuchtungskonzept schaffen eine angenehme Atmosphäre. Breite Gänge sorgen für einen komfortablen Einkauf und ein klares Kundenleitsystem an den Wänden und über den Regalen hilft den Kunden, sich optimal zu orientieren.

Filiale in Waiblingen



Expansion innerhalb Deutschlands

Split-Trstenik Markt



Berücksichtigung individueller, lokaler Gegebenheiten

Sofia Markthalle



Renovierung von historischen Gebäuden mit Denkmalschutz

Es wird jedoch auf die Besonderheiten jedes Standorts eingegangen. Diese Anpassungen können beispielsweise zweigeschossige Filialen oder separate Getränkemärkte, aber auch **verschiedene Mixed-Use-Konzepte** sein. Als Frequenzbringer belebt Kaufland vielfältige Einzelhandelsstandorte: vom alleinstehenden Supermarkt über Fachmarkt- und Einkaufszentren bis hin zu innerstädtischen Lagen.

Bei ganz besonderen Anlässen braucht es auch mal einen perfekt sitzenden und auf den Träger individuell angepassten Maßanzug. Übertragen auf die Immobilienbranche sind es nicht die Anlässe, sondern die Grundstücke oder die Umgebung, die ein **maßgeschneidertes Konzept** erfordern. Trotz der Vielzahl an standardisierten Konzepten müssen diese mitunter angepasst werden, um den individuellen Standortanforderungen gerecht zu werden.

Dies traf beispielsweise bei der Realisierung der Kaufland-Filiale im kroatischen **Split-Trstenik** zu. Ein abschüssiges, dreieckig geformtes innerstädtisches Grundstück zwischen einer vielbefahrenen Verkehrsader der Stadt und einer bis zu 15-geschossigen angrenzenden Wohnbebauung. Unter diesen Bedingungen war eine neue Filiale nur dank eines hohen Maßes an Flexibilität möglich. Die Bebauung des gesamten Grundstückes erfolgte mittels einer aufgeständerten Bauweise und somit einer gezielten innerstädtischen Verdichtung. Erforderlich war die aufwendige Gründung des eigenen Gebäudes und der Nachbargebäude und das Bilden eines Fundaments zur höhergelegenen Straße. Dank der Positionierung der Parkplätze unter der Filiale erfolgte eine Realisierung von über 180 Stellplätzen im innerstädtischen Umfeld.

Ein weiteres besonderes Projekt hat Kaufland in **Bulgariens Hauptstadt Sofia** realisiert: die Revitalisierung der 1911 erbauten historischen Markthalle im Zentrum der Stadt. Dieses Objekt wurde in elf Monaten mit viel Fingerspitzengefühl und renommierten Restauratoren renoviert. Ein besonderes Highlight sind die römischen Ausgrabungen im Untergeschoss, um die herum ein kleines Museum eingerichtet worden ist. Die Herausforderungen gerade in puncto Denkmalschutz, Umgang mit kleinen Flächen und Umbau im Bestand waren enorm. Andere Beispiele komplexerer Revitalisierungen sind Fort Wola in Warschau, das Danubia Center in Bratislava oder auch die 250. Filiale in Polen, in Bielsko-Biala.



ALDI NORD UND ALDI SÜD BAUBESCHREIBUNG:

KOSTENEFFIZIENZ EINES EINHEITLICHEN EUROPÄISCHEN BAUSTANDARDS IM LEH.



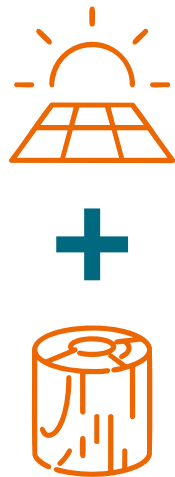
Mit der Einführung einer gemeinsamen Baubeschreibung für Filialneubauten setzen ALDI Nord und ALDI SÜD ein weiteres Zeichen für mehr Effizienz und Kostenbewusstsein. Erstmals in der Unternehmensgeschichte gilt künftig ein einheitlicher baulicher Standard bei neuen Filialen beider Unternehmensgruppen in Deutschland und für ALDI Nord auch in den weiteren europäischen Ländern. Äußerlich bleibt der Wiedererkennungswert beider Häuser erhalten. Ebenso treten beide Marken mit einem eigenen Filialkonzept in ihren Vertriebsgebieten auf.



ALDI Filiale Gelsenkirchen

NACHHALTIGER HOLZRAHMENBAU ALS STANDARD

Die ersten neuen, standardisierten ALDI Filialen wurden in Frankreich bereits eröffnet, weitere werden in den nächsten Jahren in Polen, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Spanien und Portugal folgen. Einer der ersten Märkte im deutschen ALDI Nord Gebiet wird derzeit in **Wolfsburg-Wendschott** umgesetzt. Nach Abriss des alten Marktes entsteht dort – in weniger als sieben Monaten – bis November 2025 ein neuer, moderner Markt in Holzrahmenbauweise. Bereits über 100 ALDI Nord Märkte in Deutschland entstanden bereits auf diese Weise, denn bereits **seit 2022** sieht die **ALDI Nord Standardbaubeschreibung Neubauten aus Holz** vor. Gemeinsam mit ALDI SÜD ist die Holzrahmenbauweise auch künftig fester Bestandteil der Baubeschreibung. Die Herstellung von Bauprodukten aus Holz spart Ressourcen und erfordert weit weniger Energie als die Produktion anderer Baustoffe wie Mauerziegel, Stahl oder Zement. Vorgefertigte Holzbauteile vereinfachen die Arbeiten und sparen Zeit in der Bauphase. Holz ist ein **natürlicher Baustoff**, der Wärme ausstrahlt. Es erzeugt ein angenehmes Raumklima und hilft, den Feuchtigkeitsgehalt in der Raumluft zu regulieren.

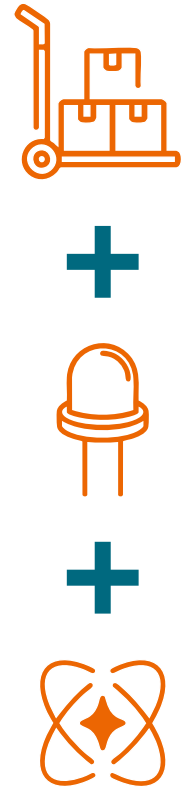


Wie die neue ALDI Nord Filiale in Wolfsburg-Wendschott entsteht und welche Vorteile die Holzrahmenbauweise mit sich bringt, dokumentiert die aktuell begleitende Baudokumentation „Von der Skizze bis zur Eröffnung. Der Weg zur neuen ALDI Nord Filiale.“



EFFIZIENTERE LOGISTIKPROZESSE UND ENERGETISCHE VORTEILE

Der gemeinsame Standard von ALDI Nord und ALDI SÜD bringt neben der Gebäudekonstruktion aus Holz weitere Vorteile: Das bisherige L-Lager entfällt zugunsten eines seitlich gelegenen Warenlagers mit direkter Lkw-Anbindung. Dies **reduziert das Bauvolumen**, vereinfacht die Warenannahme und die filialinterne Logistik. Zudem wird durch den Einsatz des KI-basierten Bestellsystems RELEX weniger Lagerfläche benötigt. Büro-, Technik- und Personalräume sind nun kompakt hinter dem Eingangsbereich untergebracht, was Fläche spart und Wege für Mitarbeitende verkürzt. Der **Energieverbrauch sinkt** durch die Nutzung moderner und energieeffizienter Systeme. Der Verzicht auf Oberlichter im Lagerbereich, kompaktere Kälteanlagen und neue Heiz- bzw. Kühlkonzepte – zum Beispiel Deckenklimatekassetten mit Warmwasser – senken dauerhaft den Energiebedarf. Den Strom liefern auch künftig **Photovoltaikanlagen**, die unter anderem die moderne und sparsame LED-Beleuchtung versorgen. Über 800 ALDI Nord Märkte in Deutschland verfügen bereits über eine Photovoltaikanlage – Tendenz steigend. Zusammen mit einer effizienten **Wärmerückgewinnungsanlage** der Kühlwandregale kommen heute bereits mehr als 750 ALDI Nord Filialen komplett ohne fossile Brennstoffe aus. Standardisierte technische Komponenten verringern zudem die Wartungsaufwände deutlich.



**Ein Bericht von
Torsten Janke**

Managing Director
Real Estate & Expansion für
ALDI Nord Deutschland

FAZIT

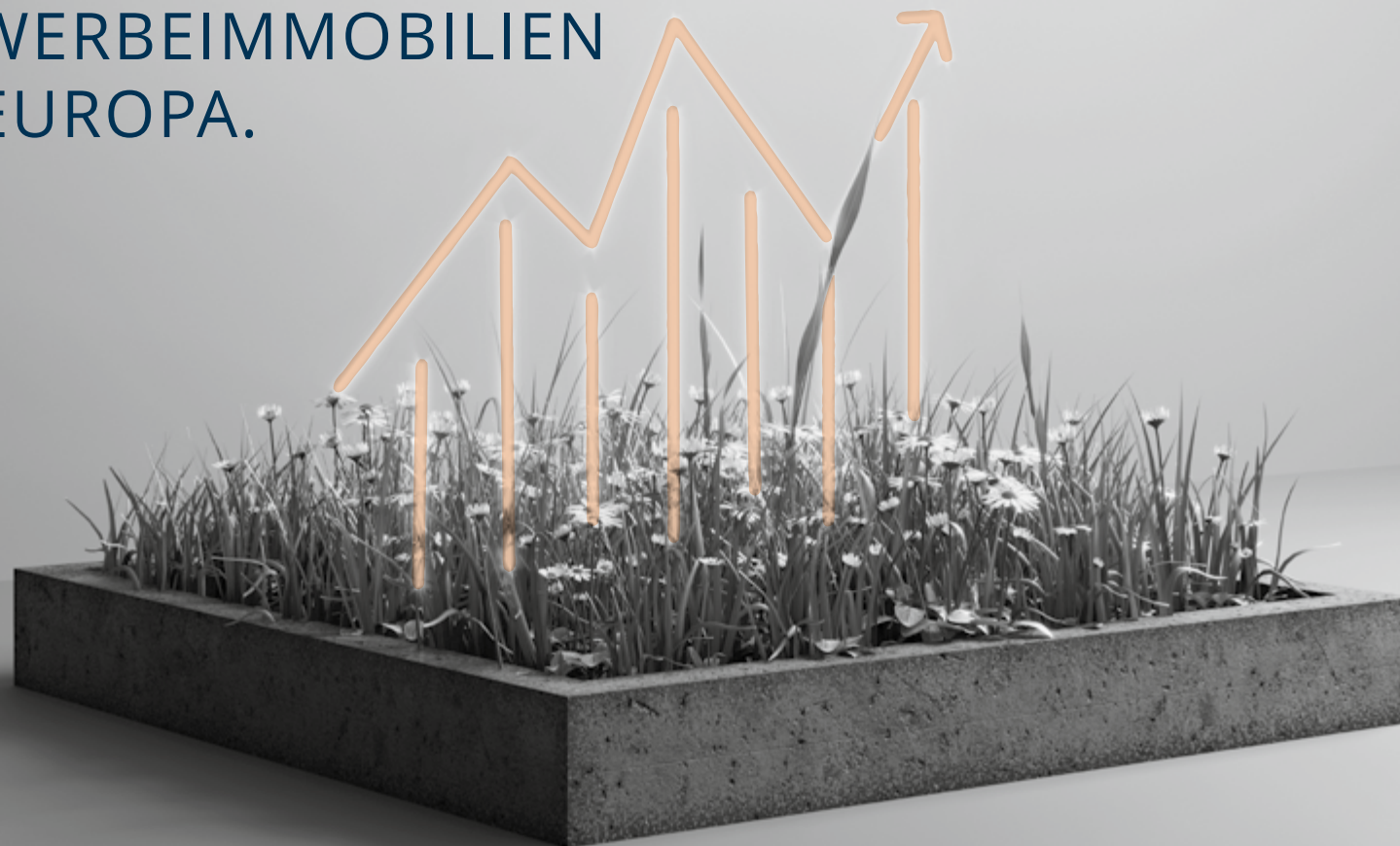
Die effizienten Strukturen, die verbesserten logistischen Prozesse sowie ein nachhaltiges Energiemanagement schaffen auch Synergien bei Ausschreibungen, Materialeinsatz und Bauprozessen. Die Folge: Die Investitionskosten sinken deutlich und Kunden profitieren von niedrigen Einkaufspreisen. Damit schaffen die Discounter eine solide, effiziente Basis für moderne Filialen und ein attraktives Einkaufserlebnis.

IMMOBILIE & INVESTMENT.



ESG UND BEWERTUNG –

AUSWIRKUNGEN AUF
GEWERBEIMMOBILIEN
IN EUROPA.



Ein Bericht von
Susanne Eickermann-Riepe

Vorsitzende des RICS World Regional Board Europa
Vorsitzende des ICG Instituts | Non-executive Director at CTP N.V.
Former PwC Partner | German Real Estate Leader
Executive Senior Advisor

Unsere Welt verändert sich – und mit ihr die Anforderungen an nachhaltige Investitionen und Immobilien. Die Integration von **ESG** (Umwelt, Soziales, Governance) bzw. **Nachhaltigkeitskriterien** in die Immobilienbewertung ist ein wichtiger Schritt, um den langfristigen Wert von Immobilien zu verstehen, Risiken zu minimieren und den Anforderungen von Investoren, Mietern und Gesetzgebern gerecht zu werden. Faktoren wie Energieeffizienz, Materialauswahl, soziale Verträglichkeit und transparente Unternehmensführung beeinflussen die Attraktivität, Sicherheit und den Wert einer Immobilie zunehmend und machen eine **ESG-konforme Anpassung** für die gesamte Immobilienbranche notwendig.

NEUE STANDARDS IM RICS RED BOOK

In den globalen Standards der RICS (Red Book) sind u. a. diese Anforderungen in der Fassung von 31. Januar 2025 eingeflossen. Die Anpassungen reflektieren die Praxis und Innovationen aus sich entwickelnden Bereichen wie **Technologie und Nachhaltigkeit**. Dabei beschränkt sich die Rolle des Gutachters auf die Berichterstattung über ESG-Themen, die sich auf den Wert für den Zweck auswirken und die Grundlage, auf der die Bewertung vorgenommen wird. Gutachter müssen die Berücksichtigung wesentlicher ESG-Aspekte identifizieren, darüber berichten und dokumentieren, ob diese Faktoren etwaige Auswirkungen auf die Schlussfolgerung und/oder Begründung der Bewertung haben. Dazu müssen angemessene und ausreichende Nachhaltigkeits- und ESG-Daten für die Bewertung vorliegen. Während die primäre Quelle für ESG-bezogene Daten in der Regel der **Immobilieigentümer** ist, nehmen **Finanzinstitute** eine zentrale Position bei der Gestaltung der Qualität und Konsistenz dieser Informationen ein.



Ob für Gutachter oder Finanzinstitute: Es geht vornehmlich darum, die Nachhaltigkeitsrisiken einer Immobilie zu verstehen und zu erkennen, welche Maßnahmen zu welchen Kosten zu ergreifen sind, um das Gebäude resilient und nachhaltig aufzustellen. Bei der Einschätzung helfen derzeit vornehmlich Gebäudezertifikate, Energieeffizienzklassen oder gar Heizsysteme. Natürlich spielen auch die regulatorischen Vorgaben eine Rolle, die entweder seitens der Europäischen Union oder auf nationaler Ebene vereinbart werden. **Vereinheitlichte Standards** auf EU-Ebene würden hier Hilfestellung geben, aber die Diskussion ist komplex, da nationale Besonderheiten zu berücksichtigen sind. RICS hat dazu für den europäischen Markt eine ESG-Datenliste mit den wesentlichen Daten erstellt. Aber auch die Festlegungen zum Sanierungszeitpunkt sind entscheidend für die zeitliche Allokation der Mittel und damit einhergehende Miet- oder Kaufpreisanpassungen.

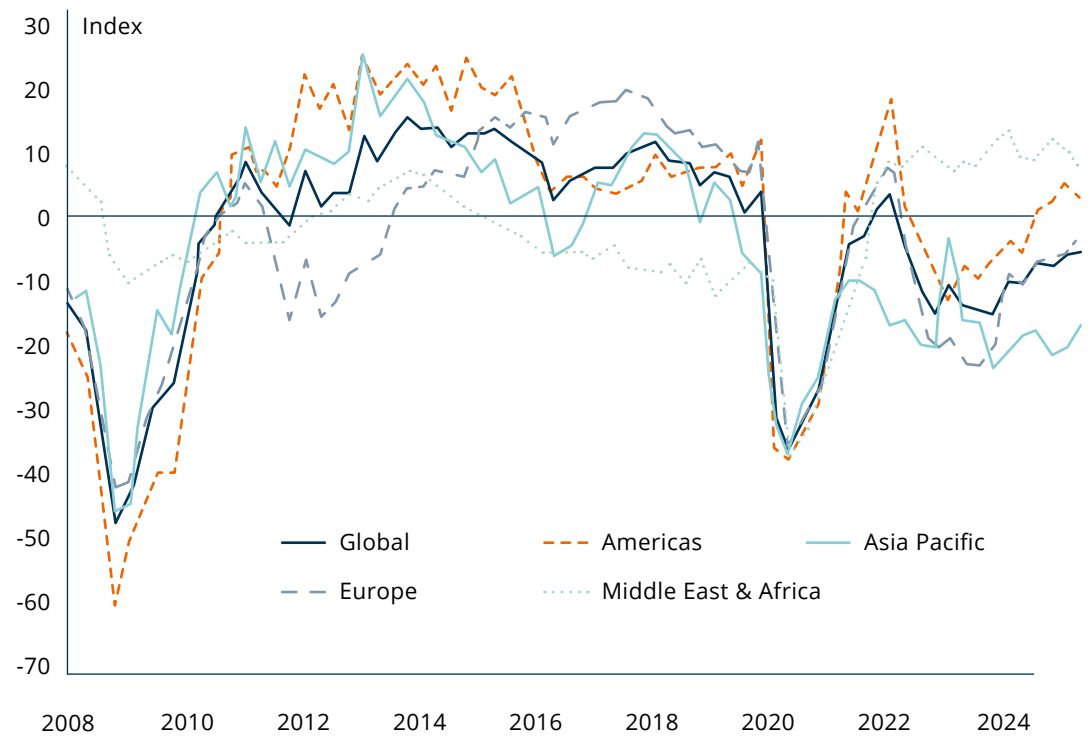
NACHFRAGE UND NEUE ANFORDERUNGEN

Doch die Regulierung oder Vorgaben der nationalen Gesetze sind nur eine Seite der Medaille. Für Investoren und auch Mieter kommen zusätzliche nachfragespezifische Kriterien hinzu, die sich aus den individuellen Vorgaben zur Erreichung eigener Klimaziele ableiten. Es ist festzustellen, dass vermehrt Bedingungen an Immobilien gestellt werden, die die **unternehmensspezifischen Nachhaltigkeitsziele** unterstützen. Das können Ausschlusskriterien für fossile Brennstoffe oder nicht nachhaltige oder kreislauffähige Materialien sein. Die Auswirkungen der veränderten Nachfrage und die daraus resultierende Evidenz für Preisanpassungen werden sich sukzessive am Markt zeigen.

FINANZIERUNG UND NACHHALTIGKEIT

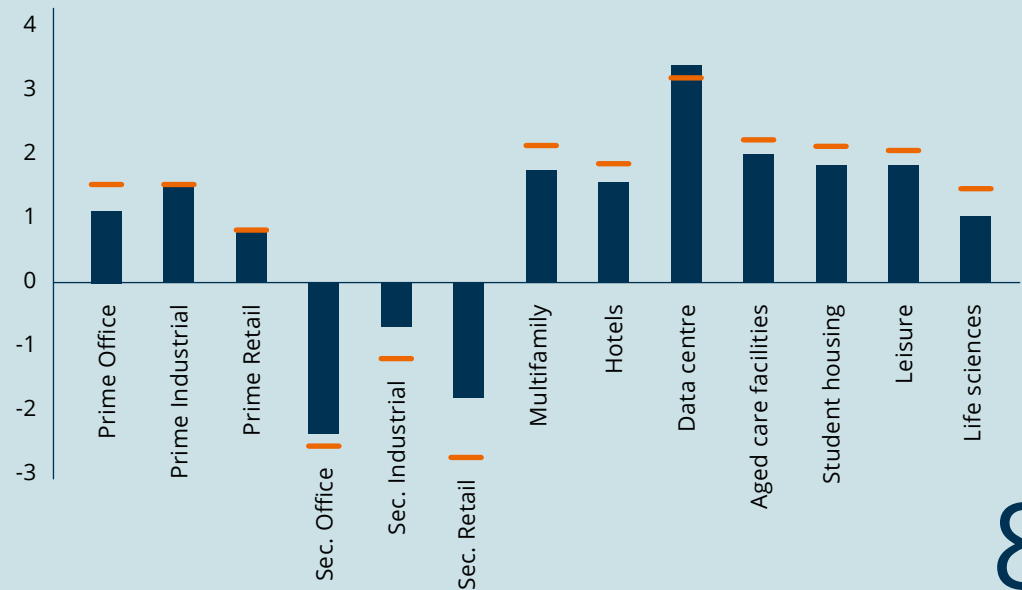
Eine weitere Perspektive ergibt sich aus der Relation zwischen notwendigen Investments, um die Zukunftsfähigkeit einer Immobilie zu sichern und den Marktbedingungen aufgrund von Lagequalitäten sowie den daraus resultierenden Miet- oder Kaufpreisen und Renditen. Die aktuellen Sentiment Reports der RICS, wie der Global Commercial Property Monitor, zeigen dieses Spannungsfeld bereits in den Erwartungen der Wert- und Mietentwicklung für „**Prime**“- und „**Secondary**“-**Märkte**. Überfordern die notwendigen Investments die Möglichkeiten der Miet- und Kaufpreisanpassung, sinkt das Wertsteigerungspotenzial. Der sogenannte „Brown Discount“ kann dann zu einem Abwertungspotenzial führen. Darüber hinaus spielen weitere Faktoren eine Rolle, die insbesondere in der Qualität und den angebotenen Nutzungsmöglichkeiten bestehen. Moderne Bürowelten in Top-Lagen zeigen eine hohe Nachfrage und steigende Mieten. Gleiches gilt für das **Miet- und Kapitalwertniveau** von Logistik und Retail in Top-Lagen.

STIMMUNG BEI GEWERBEIMMOBILIEN NACH REGION

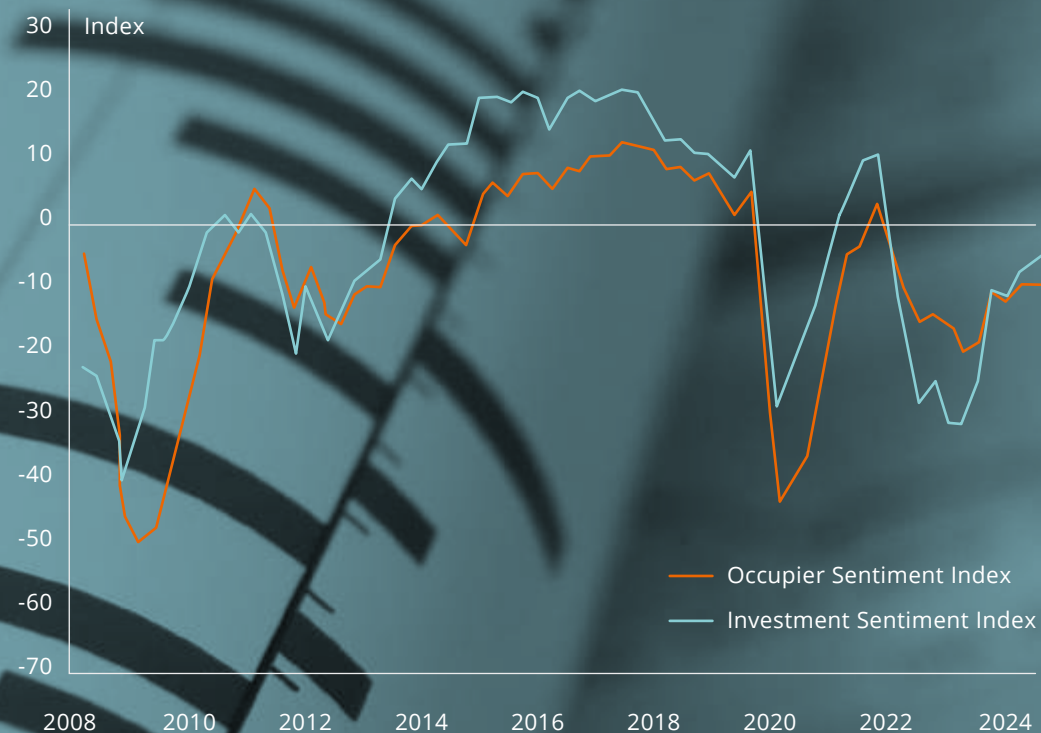


GLOBALE KAPITALWERT- UND MIETPROGNOSEN FÜR ZWÖLF MONATE

Kapitalwert
Miete



OCCUPIER AND INVESTMENT SENTIMENT INDICES



Darüber hinaus beeinflussen die Nachhaltigkeitskriterien auch die **Finanzierungskonditionen**. Neben den gestiegenen Zinsen wird insbesondere die hohe Zahl der Anschlussfinanzierungen bis Ende 2026 als Risiko eingeschätzt. Diese auslaufenden Kreditverträge betreffen vor allem Büro- und Einzelhandelsimmobilien. Sinkt die Bewertung und passen die Banken die Beleihungsgrenzen an, wird zusätzliches Eigenkapital erforderlich. Die Diskussion um einen „vorsichtigen“ Wert (Prudent Value) zeigt die Herausforderungen zusätzlicher Wertanpassungen auf, die durch die EU-Eigenkapitalvorschriften der Banken (CRR) entstehen und die Finanzierungslücke zusätzlich beeinflussen können.

REGULIERUNG IN EUROPA

Die europäische Diskussion um die Vereinfachung und Reduzierung der Reportingpflichten (CSRD) ist dabei eher eine Randerscheinung, die allerdings die Transparenz je nach Ausgang der Verhandlungen beeinflussen wird. Es ist bereits jetzt zu erkennen und auch weiterhin zu erwarten, dass Nachhaltigkeit, die Regulierung, aber auch die veränderte Nachfrage zu einer umfassenden Transformation der Immobilienmärkte führen werden. Die Bewertungsstandards werden diese Marktveränderungen entsprechend aufgreifen.

GRESB ALS VERGLEICHSMANAGEMENT ZUR BEWERTUNG DES ESG-STATUS-QUOS IM PANEUROPÄISCHEN KONTEXT.

Das aktuelle politische Klima – insbesondere in den USA – hat viele Investoren in Bezug auf Nachhaltigkeit verunsichert. Zahlreiche Initiativen haben bislang nicht den sozioökonomischen und ökologischen Nutzen gebracht, den wir uns erhofft haben. Wir stehen an einem kritischen Punkt: Ressourcen sind begrenzt, der Planet ist fragil – und dennoch verschieben politische Entscheidungsträger ESG-Ziele nach hinten, während kurzfristiges Wachstum im Vordergrund steht. Gerade jetzt brauchen Investoren und Asset Manager Klarheit: verlässliche, vergleichbare Daten, die nicht nur auf Absichtserklärungen beruhen, sondern echte Leistung abbilden. Genau hier setzt GRESB an.

WAS IST GRESB?

GRESB ist der weltweit führende ESG-Benchmark für Immobilien- und Infrastrukturinvestments. Jährlich erfassen, bewerten und vergleichen wir die Nachhaltigkeitsleistung von mehreren tausend Unternehmen, Fonds und Einzel-Assets auf Basis eines einheitlichen, branchengetragenen Rahmens. Die Arbeit von GRESB wird von der GRESB Foundation gesteuert – einer unabhängigen Organisation, die für Methodik, Governance und Weiterentwicklung der Standards verantwortlich ist. Die Bewertung umfasst Umwelt-, Sozial- und Governance- (ESG) Aspekte und bietet eine objektive Grundlage, um Performance zu messen, mit Peergruppen zu vergleichen und Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten.



Ein Bericht von
Alexander Roznowski
Business Development
Manager Germany &
Austria, GRESB

ENTWICKLUNG VON ESG-BENCHMARKS

In der ESG-Bewertung findet ein Wandel statt: weg von Selbstverpflichtungen, hin zu überprüfbaren Ergebnissen. Energieeffizienz steht dabei im Fokus, da sie im Immobilien- und insbesondere im Lebensmitteleinzelhandelssektor große Anteile an Kosten und Emissionen verursacht. GRESB erfasst verbrauchsorientierte, verifizierte Daten zu Strom-, Wärme- und Kältenutzung und normiert sie nach Klimazone, Gebäudetyp, Größe und Nutzungsintensität. So entstehen leistungsorientierte Kennzahlen wie kWh/m² oder CO₂-Emissionen pro m² – die eine Vergleichbarkeit beispielsweise zwischen einem Supermarkt in Finnland und einem in Spanien ermöglichen.

Diese Tiefe erlaubt es Betreibern und Investoren, ihre Energieeffizienz intern und im branchenweiten Benchmark zu messen, Fortschritte darzustellen und gezielt Maßnahmen wie moderne Kühltechnik oder erneuerbare Energien umzusetzen.

BRIDGING THE DATA GAP – KOMPLEXITÄT VERSTÄNDLICH MACHEN

Rahmenwerke wie CSRD, SFDR oder EPBD* entwickeln sich schnell, werden aber unterschiedlich umgesetzt. GRESB bietet Stabilität: ein globales, branchengetragenes System, das regulatorische Anforderungen abbildet und gleichzeitig Leadership anerkennt. Regulierung setzt den Mindeststandard – GRESB macht daraus einen Wettbewerbsvorteil.

* CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive (Richtlinie (EU) 2022/2464 hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen);

SFDR: Sustainable Finance Disclosure Regulation (Verordnung über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor);

EPBD: Energy Performance of Buildings Directive (Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden).

FAZIT

Im paneuropäischen Lebensmitteleinzelhandel ist ESG eine strategische Notwendigkeit. Die Herausforderungen sind hoch – von Energieverbrauch über Logistik bis zu Standortfragen – und variieren stark zwischen Märkten. GRESB macht diese Unterschiede transparent, misst Fortschritte und unterstützt Investitionen in eine nachhaltige Zukunft.



**Ein Bericht von
Camille Dufieux**

Geschäftsführerin der
IntReal International
Real Estate KVG mbH,
Hamburg



INTERNATIONALE IMMOBILIENINVESTMENTS ERFORDERN UMFASSENDE ERFAHRUNG.

Internationale Immobilieninvestments stellen an Fondsmanager hohe Anforderungen. Diese resultieren vor allem aus den möglichen Unterschieden bei den rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen und sollten weder bei der Neuauflage von Fonds noch beim Wechsel im Management eines bereits bestehenden Fonds unterschätzt werden.

Dies beginnt bei der Art der infrage kommenden Transaktionsstrukturen, da beispielsweise in zahlreichen Ländern keine Asset Deals üblich sind, sondern indirekte Investments im Wege von Share Deals bevorzugt werden.

Teils stehen dem Direkterwerb auch gesetzliche Vorschriften in den potenziellen Zielländern entgegen, die den Immobilienerwerb durch ausländische Investoren verhindern oder zumindest beschränken sollen, teils existieren Eigentumsformen, welche sich von denen nach deutschem Recht unterscheiden. Der Eignungsprüfung kommt daher im Vorfeld eines Auslandsinvestments besondere Bedeutung zu. In steuerlicher Hinsicht kann es ebenfalls Unterschiede geben, die eine grundsätzlich andere Betrachtungsweise erfordern als bei Inlandsinvestments. Die Frage, ob sich ein eventuell infrage kommendes Asset unter investmentrechtlichen und steuerlichen Aspekten überhaupt eignet, sollte stets so früh wie möglich beantwortet werden, um bei negativem Resultat den entstandenen Aufwand in Grenzen zu halten.

Ein wichtiger Punkt, der – abgesehen von rechtlichen Implikationen – in die Wirtschaftlichkeitsanalysen potenzieller Auslandsinvestments einfließen muss, sind die Anschaffungsnebenkosten, die stark von jenen in Deutschland abweichen können. Detaillierungsgrad und Umfang der Verträge bei Immobilientransaktionen unterscheiden

sich oftmals ebenso deutlich von dem, was bislang nur im Inland aktive Investoren gewohnt sind. Dies betrifft Kaufverträge ebenso wie Verträge über Finanzierungen. Kommt ein standardisierter Kreditvertrag mit einem deutschen Kreditinstitut häufig mit einer einstelligen Seitenzahl aus, so sind es im Ausland oftmals wesentlich umfangreichere Vertragswerke. Dementsprechend erfordern die Verhandlungen und das Formulieren der Verträge umfassendere juristische Kompetenzen sowie gegebenenfalls die Einbeziehung von Beratern mit Expertise in der betreffenden Jurisdiktion. Handelt es sich um Investitionen internationaler Kapitalanleger, empfiehlt sich oft eine Betreuung aus Luxemburg mit den dort zur Verfügung stehenden Vehikeln und rechtlichen Möglichkeiten, die dieser Zielgruppe meist vertrauter sind als beispielsweise ein Immobilien-Spezial-AIF nach dem deutschen KAGB.

Bei Immobilieninvestments außerhalb der Euro-Zone sind zudem Währungsrisiken zu berücksichtigen und gegebenenfalls abzusichern. Die Absicherung löst wiederum zusätzliche Kosten aus. Alle genannten Aspekte führen im Vorfeld von Auslandsinvestments zu einem erhöhten Prüfungsaufwand und erfordern in der Regel ein umfangreicheres laufendes Monitoring. Dies in Kauf zu nehmen, kann sich entsprechend der Anlagestrategie des jeweiligen Fonds jedoch lohnen, um zusätzliche Ertragspotenziale zu erschließen und vor allem Diversifikationschancen zu nutzen.

Für den langfristigen Erfolg des Investments kommt es darüber hinaus auf ein entsprechendes Property Management und ein zeitnahes, aussagekräftiges Reporting an. Verfügt der Investor in dem betreffenden Zielland über keine eigenen Ressourcen, sollte das Property Manage-

ment zumindest von Dienstleistern mit ausgewiesener Expertise im jeweiligen Marktsegment übernommen werden. Bezüglich des Reportings sollte sichergestellt sein, dass die notwendigen Datenschnittstellen und IT-Infrastrukturen vorhanden sind, um diese Aufgabe bei der Neuauflage von Fonds oder im Falle eines Dienstleisterwechsels bei Bestandsfonds reibungslos übernehmen zu können.

Damit nicht nur ein reibungsloser Ankauf, sondern auch eine langfristig positive Ertrags- und Wertentwicklung erreicht wird, bedarf es in jeder Phase des Investments einer gut eingespielten Kooperation aller beteiligten Akteure, die mit den Besonderheiten der betreffenden Auslandsmärkte vertraut sein sollten – vom Property Manager über den Fondsadministrator bis hin zu einer erfahrenen Service-KVG.



MIETER UND MANAGE- MENT.



MIETVERTRAGS- SPEZIFIKA

UND GREEN LEASE

IM EUROPÄISCHEN KONTEXT.



**Ein Bericht von
Dr. Astrid Keller**

Senior ESG- und
Research Managerin,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) in Europa ist ein **bedeutender Wirtschaftszweig**, der sowohl für die Versorgungssicherheit als auch für die städtebauliche Entwicklung eine zentrale Rolle spielt. Der **Mietvertrag** stellt im europäischen Immobilienrecht eine zentrale Grundlage für das Verhältnis zwischen Vermieter und Mieter dar. Er regelt Rechte und Pflichten beider Parteien und bildet die Basis für eine rechtssichere Vermietung. In Europa variieren die Mietvertragsarten für LEH-Immobilien, wobei **langfristige Mietverträge** (oft 10–15 Jahre) dominieren, um Investitionen zu sichern. Das Mietrecht wird stark durch nationale Rechtsordnungen geprägt. Während es gemeinsame europäische Richtlinien gibt, unterscheiden sich die Grundlagen und Verträge teils erheblich. In Ländern wie Deutschland, Frankreich oder den Niederlanden bestehen unterschiedliche Regelungen zu Kündigungsfristen, Betriebskosten und Mietpreisindexierung. Die **Mietpreise im LEH** richten sich häufig nach Flächennutzung, Lage und Wettbewerbssituation. Zusätzlich sind Betriebskosten, inklusive Energiekosten, Reinigung, Sicherheit und Wartung, im Mietvertrag geregelt. In Europa ist die Transparenz bei Betriebskosten variabel; in einigen Ländern besteht die Tendenz,

diese gesondert abzurechnen, um Streitigkeiten zu minimieren. LEH-Mietverträge enthalten häufig **Klauseln** zu Ladenerweiterungen, Renovierungen und Umbauten. Es sind auch Regelungen zu Verkaufsflächen (z. B. Mindest- oder Höchstflächen) üblich. Bei Mietverträgen in Europa spielen auch Standortbindung und Exklusivitätsklauseln eine Rolle, um die Marktposition des Mieters zu sichern.

Mit der zunehmenden Fokussierung auf Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung gewinnen spezielle Mietvertragsformen, insbesondere **Green Leases** bzw. nachhaltige Mietverträge, immer mehr an Bedeutung, um ökologische und zum Teil auch soziale Zielsetzungen in das Mietverhältnis zu integrieren. Da der LEH insbesondere durch Kühlketten, Beleuchtung und Verkaufsflächen sehr energieintensiv ist, können Green Leases dazu beitragen, den Energieverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Ressourcenverbrauch zu minimieren, um Umweltziele zu erreichen und die Betriebskosten zu senken.

Typischerweise umfassen Green Leases im LEH **Energieeffizienzmaßnahmen** (Verpflichtung zu energiesparenden Geräten, Beleuchtungssystemen und nachhaltiger Gebäudetechnik), **Umweltzertifizierungen** (Zielsetzung, Umweltstandards wie LEED, BREEAM oder DGNB* zu erreichen), **gemeinsame Nachhaltigkeitsziele** (beispielsweise Reduktion des CO₂-Fußabdrucks, Abfallmanagement, Wassereinsparung, Mobilität und Biodiversitätsmaßnahmen), Reporting und Monitoring (regelmäßige Überprüfung der Fortschritte anhand definierter KPIs) sowie die klare Zuweisung von Verantwortlichkeiten.

Der europäische Gesetzgeber fördert nachhaltiges Bauen und Mieten durch Initiativen wie die **EU-Gebäuderichtlinie** und die **EU-Taxonomie** für nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten. Zahlreiche Länder haben eigene Regelungen, die die Einführung von Green Leases begünstigen. So bestehen in Deutschland gesetzliche Vorgaben zur Energieeffizienz und Förderprogramme (z. B. KfW), allerdings gibt es keine gesetzlich verpflichtenden Regelungen, Green Leases in Gewerbe- oder Wohnmietverträgen anzuwenden. 2018 hat der Zentrale Immobilien Ausschuss (ZIA) einen Praxisleitfaden zu Green Lease herausgegeben. Dieser wurde im vergangenen Jahr an die aktuellen europäischen Vorgaben angepasst und unter dem Titel „**Green Lease 2.0. – Vom grünen Mietvertrag zum ESG Lease**“ veröffentlicht. In diesem zweiten Handbuch wird zwischen Basis-Green-Lease und erweitertem Green Lease unterschieden. Erstgenannter wurde auf die für den ZIA wesentlichen Bestimmungen beschränkt und fokussiert sich auf die wichtigsten Punkte zur Erreichung der mit dem Green Lease verbundenen Zielsetzungen. Der Zweitgenannte beinhaltet umfassendere und detailliertere Regelungsvorschläge.

Skandinavien gilt in ganz Europa als Vorreiter im Bereich der grünen Gebäude und nachhaltigen Mietverträge, dennoch gibt es auch in Schweden bislang keine verbindlichen Green-Lease-Gesetze. Jedoch hat die Branche eine freiwillige **Standardvereinbarung zur Förderung umweltfreundlicher Immobilien** entwickelt. Der schwedische Immobilienverband Fastighetsägarna spielte eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung dieser Standardvereinbarung und entwickelte einen Praxisleitfaden, der 16 Mindestklauseln und 27 freiwillige weiterführende Klauseln enthält, wobei unter anderem die Nutzung von nachhaltigen Materialien und die Nutzung von Grünstrom sowie die Offenlegung von Verbrauchsdaten Berücksichtigung finden. Interessant an dem schwedischen Ansatz ist, dass er auf einem Anreizsystem basiert, das die Mietenden dazu motivieren soll, Nachhaltigkeitsmaßnahmen umzusetzen (vgl. Hedemann, 2023).

In den **Niederlanden** ist die Gesetzgebung schon etwas weiter vorangeschritten. Bürogebäude, deren EPC die Energieklasse schlechter als C aufweisen, dürfen nicht mehr neu vermietet werden. Wohngebäude mit der Klassifizierung D oder schlechter dürfen ab 2030 weder neu vermietet noch verkauft werden. Entsprechend diesen Vorgaben werden Green-Lease-Verträge in den Niederlanden dazu genutzt, Energieeffizienz und -einsparziele zu regeln. Bereits 2011 veröffentlichte die Agentur Niederlande, Ministerium für Inneres und Königsbeziehungen zusammen mit JLL einen Leitfaden zu Green Leases, worin die gleichen Themen wie auch in den beiden erstgenannten Länderbeispielen abgedeckt werden (Nutzung von Grünstrom, Verbrauchsdaten-Offenlegung und Nutzung nachhaltiger Materialien). Auch hier wird mit einem Anreizsystem gearbeitet (vgl. Hedemann, 2023).

Der europäische Immobilienmarkt befindet sich im Wandel: Mietverträge werden zunehmend an ökologische Anforderungen angepasst, um nachhaltiges Bauen und Wohnen zu fördern. Während die grundlegenden Mietvertragsspezifika in den einzelnen Ländern variieren, gewinnen Green Leases an Bedeutung, um ökologische Zielsetzungen direkt im Vertragsverhältnis zu verankern. Die rechtlichen Rahmenbedingungen und Standards in Europa unterstützen diese Entwicklung, wobei Herausforderungen in der rechtlichen und praktischen Umsetzung sowie der Messung der Nachhaltigkeit bestehen. Green Leases, die über sogenannte Bemühens-Klauseln hinausgehen, sind notwendig, um den europäischen Gebäudesektor zukunftssicher, umweltfreundlich und wirtschaftlich effizient zu gestalten.

*LEED: Leadership in Energy and Environmental Design;
BREEAM: Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology;
DGNB: Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen

UNTERSCHIEDE IM BAURECHT: VON DEUTSCHER GRÜNDLICHKEIT BIS ZUM ITALIENISCHEN TEMPO.

ESG

§

BIM



Wer in Deutschland ein Gebäude errichten will, muss Geduld mitbringen – sehr viel Geduld. Vom privaten Häuslebauer bis zum Projektentwickler für Gewerbeimmobilien kennen alle das Spiel: stapelweise Anträge, widersprüchliche Vorschriften, endlose Abstimmungen mit verschiedenen Behörden. Und während in Frankreich eine Kommune binnen drei Monaten über eine Baugenehmigung entscheidet – im Zweifel sogar durch eine stillschweigende Zustimmung – zieht sich das Verfahren hierzulande oft über Jahre hin. Der deutsche Soziologe Niklas Luhmann nannte dieses Phänomen schon in den 1960er-Jahren „brauchbare Illegalität“. Beamte, die Regeln bewusst umgehen müssen, damit überhaupt noch etwas vorangeht. Was damals wie eine Randnotiz wirkte, ist heute Teil des Alltags. Der deutsche Verwaltungsapparat ist gründlich, zuverlässig – und zugleich ein Nadelöhr für dringend benötigten Wohnungsbau, Infrastruktur und auch für die Gewerbeimmobilien, die unsere Städte am Leben halten.

Die Frage drängt sich auf: Liegt es an den Regeln selbst – oder an der Art, wie wir mit ihnen umgehen? In kaum einem anderen Land werden Baugenehmigungen so **akribisch geprüft**, mit so vielen Schutzrechten abgeglichen und mit so großer Leidenschaft beklagt wie in Deutschland. Ein Bauantrag wandert nicht selten durch fünf verschiedene Behörden, die jeweils ihre eigenen Gutachten beisteuern: Klimaschutz, Lärmschutz, Bodenschutz, Denkmalschutz, Artenschutz. Am Ende entsteht

nicht selten ein **Zielkonflikt** – der Denkmalschutz untersagt, was der Klimaschutz verlangt. Und während die Zeit vergeht, wächst der Frust bei Bauherren, Investoren und auch den Beamten selbst, die zwischen Rechtstreue und Pragmatismus zerrieben werden.

So verharret das deutsche Baurecht in einem **eigenständigen Spannungsfeld**. Es ist zugleich Garant für Rechtssicherheit und Stolperstein für jede Form von Geschwindigkeit. Wer hierzulande baut, muss nicht nur mit langen Fristen, sondern auch mit dem ständigen Risiko rechnen, dass ein Nachbar oder ein Umweltverband die Genehmigung vor Gericht zu Fall bringt. Doch wie unvermeidlich ist dieses Schicksal eigentlich?

Ein **Blick über die Grenzen** zeigt, dass auch andere Länder mit komplexen Bauvorschriften, Schutzgütern und gesellschaftlichen Erwartungen umgehen müssen. Doch die Wege, die sie dabei einschlagen, sind sehr unterschiedlich. Während Frankreich auf Zentralismus und strikte Fristen setzt, Österreich eine pragmatische föderale Kultur pflegt und Italien zwischen Bürokratie und politischem Einfluss balanciert, wird sichtbar: **Baukultur ist immer auch Rechtskultur**.



Ein Bericht von
Sinem Aktas

Asset Managerin,
GRR GARBE Retail
Real Estate GmbH

BIM ALS TREIBER DER DIGITALISIERUNG IM BAUWESEN

Frankreich organisiert seine Genehmigungsverfahren zentralistisch. Der **Code de l'urbanisme** gilt landesweit, und die Kommunen sind verpflichtet, innerhalb von drei Monaten zu entscheiden. Bleibt die Antwort aus, tritt eine stillschweigende Genehmigung ein – ein Mechanismus, der Bauherren deutlich mehr Planungssicherheit gibt. Nachbarrechte sind enger gefasst, gerichtliche Klagen seltener. **Das Ergebnis:** schnellere Verfahren, aber weniger Mitsprache.

Österreich wiederum kennt wie Deutschland föderale Strukturen mit neun Bauordnungen. Die Verwaltungskultur ist jedoch **spürbar pragmatischer**. Kommunen entscheiden rascher, Detailvorschriften werden flexibler gehandhabt. Föderalismus bedeutet hier nicht Stillstand, sondern Nähe zur Praxis. Wer baut, wartet oft kürzer und hat weniger mit jahrelangen Rechtsstreitigkeiten zu tun.

Ganz anders **Italien**, ein Land, in dem nationale und regionale Regelungen nebeneinander existieren, oft mit **Widersprüchen**. Genehmigungsverfahren ziehen sich in die Länge, politische Einflussnahme ist keine Seltenheit. Doch auch hier gibt es Lichtblicke: **Digitale Instrumente** und vor allem Building Information Modeling (BIM) setzen Impulse für mehr Transparenz und Effizienz, indem noch vor dem ersten Spatenstich ein digitaler Zwilling des Gebäudes erstellt wird, der mögliche Fehler frühzeitig sichtbar macht, Kosten reduziert und zugleich die Grundlage für den Einsatz neuer Technologien wie Künstlicher Intelligenz schafft.

Mit dem **Ministerialdekret Nr. 560/2017** und dessen Aktualisierung wurde BIM schrittweise verpflichtend eingeführt – und seit dem 1. Januar 2025 gilt die Pflicht für alle öffentlichen Bauvorhaben ab zwei Millionen Euro. Italien ist damit europaweit Vorreiter in der gesetzlichen Verankerung von BIM. Doch auf dem Papier ist die Entwicklung oft weiter als in der Realität. In der Praxis hakt es an Korruption, an Prestigeprojekten, die als Schaukasten dienen, und an einer Umsetzung, die nicht durchgängig gelingt. Gleichwohl bleibt Italien in der Gesetzgebung einen Schritt voraus – ein Anspruch, den bislang kein anderes europäisches Land in dieser Form erhoben hat.



Baurecht ist heute ohnehin nicht mehr nur eine Frage von Paragraphen und Genehmigungen. Es ist eng verknüpft mit den großen Zukunftsthemen **Digitalisierung, Nachhaltigkeit und europäische Regulierungen**. Besonders sichtbar wird dies am Beispiel von Building Information Modeling. Während Frankreich keinen umfassenden gesetzlichen BIM-Zwang kennt, hat der Staat durch klare Vorgaben für den öffentlichen Bau die Anwendung längst als wichtiges Instrument der Digitalisierung etabliert. Rund 60 Prozent der Bauunternehmen, vor allem Architekten und Planer, arbeiten bereits mit BIM, vielfach sogar auf Level 2¹. Damit ist die Technologie auch jenseits des öffentlichen Sektors weit verbreitet – ein Beleg dafür, dass Regulierung nicht immer Voraussetzung für Akzeptanz sein muss. Deutschland wiederum hat in den letzten Jahren spürbar aufgeholt. Heute wird BIM zunehmend genutzt, häufig in einem Reifegrad zwischen Level 1 und 2. Für den kommunalen Wohnungsbau ist es seit einigen Jahren verpflichtend, und ab 2027 sollen alle öffentlichen Hoch- und Tiefbauprojekte nur noch über ein BIM-Portal ausgeschrieben werden. Damit ist Deutschland längst kein Nachzügler mehr – auch wenn kleinere Unternehmen und die föderale Zersplitterung der Bauordnungen den flächendeckenden Einsatz noch bremsen. Österreich schließlich verfügt zwar über ambitionierte Standards, liegt mit einer Nutzungsquote von rund 20 Prozent jedoch deutlich zurück. Auffällig ist, dass dort gerade öffentliche Projekte eine Vorreiterrolle übernehmen, während private Bauvorhaben oft noch konventionell abgewickelt werden.

Im **europäischen Vergleich** zeigt sich damit ein vielschichtiges Bild. Frankreich mit breiter Praxis, aber ohne umfassende Pflicht; Deutschland mit wachsender Nutzung und klaren staatlichen Vorgaben; Italien mit einer verbindlichen und ambitionierten Regulierung, deren Umsetzung in der Realität noch hinterherhinkt; und Österreich mit soliden Standards, aber geringer Marktdurchdringung. **Was alle Länder verbindet**, ist die Erkenntnis, dass BIM nicht nur Bauprozesse beschleunigt, sondern auch Transparenz schafft und Nachhaltigkeitsziele unterstützt – und damit zu einem entscheidenden Baustein für das Baurecht der Zukunft wird.

Auch die **Nachhaltigkeit** setzt dem Baurecht neue Leitplanken. Die europäische ESG-Regulierung und die EU-Taxonomie verlangen, dass Gebäude nachweislich umweltfreundlich, energieeffizient und sozial verträglich errichtet und betrieben werden. Für Bauherren und Investoren bedeutet das: Schon im Genehmigungsverfahren müssen Kriterien wie CO₂-Bilanz, Energieverbrauch und Barrierefreiheit berücksichtigt werden. Während Deutschland mit detaillierten Umwelt- und Klimaschutzvorgaben häufig bremst, haben andere Länder pragmatischere Wege gefunden, Nachhaltigkeitsziele in Bauprozesse zu integrieren. Frankreich etwa koppelt die Baugenehmigung direkt an städtebauliche und ökologische Kriterien, Italien arbeitet mit digitalen Nachweissystemen und Österreich setzt stärker auf kommunale Steuerung.



¹ BIM Level 1: teilweise digitalisierte Zusammenarbeit, Level 2: fortgeschrittene digitalisierte Zusammenarbeit, (Level 3: vollständig digitalisierte Zusammenarbeit).



Ein weiterer Brennpunkt ist der Umgang mit dem **Bauen im Außenbereich**. Hier zeigt sich europaweit ein ähnliches Muster. Der Schutz von Landschaft, Natur und Klima kollidiert regelmäßig mit dem Druck, neuen Wohnraum oder Gewerbeflächen zu schaffen. Deutschland geht besonders restriktiv vor und erlaubt Neubauten im Außenbereich nur in engen Grenzen. Österreich und Frankreich handhaben dies flexibler, allerdings unter Auflagen, die den Anschluss an Infrastruktur und Versorgung sicherstellen sollen. Gerade in Zeiten von Wohnungsnot und Flächenknappheit dürfte diese Frage in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen.

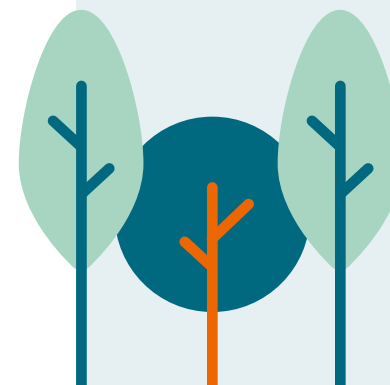
So wird deutlich, dass Baurecht längst kein rein nationales Thema mehr ist. Digitalisierung, ESG und Nachhaltigkeit wirken als europäische Klammer und zwingen die Länder, ihre traditionellen Verwaltungskulturen weiterzuentwickeln. Deutschland tut sich dabei schwerer als viele Nachbarn – und könnte von deren pragmatischeren Ansätzen lernen.



Die **Unterschiede im Baurecht** sind mehr als nur juristische Feinheiten. Sie spiegeln politische Kulturen, Verwaltungstraditionen und gesellschaftliche Prioritäten wider. Deutschland steht für Gründlichkeit, Rechtssicherheit und den Versuch, jedes Schutzgut bis ins Detail zu berücksichtigen – zahlt dafür aber den Preis von Langsamkeit und Überlastung. Frankreich setzt auf klare Fristen und eine zentralistische Ordnung, die Verfahren effizienter macht, aber weniger Mitsprache erlaubt. Österreich zeigt, dass Föderalismus nicht zwingend lähmen muss, wenn Verwaltungskultur und Pragmatismus Hand in Hand gehen. Italien wiederum illustriert die Kehrseite – Bürokratie und politischer Einfluss bremsen, doch zugleich entstehen Impulse durch Digitalisierung und gesetzliche Verankerung neuer Instrumente wie BIM.

Der **europäische Vergleich** zeigt, dass kein System perfekt ist, aber jedes Lernchancen bietet. Für Deutschland liegt die Lehre nahe: weniger Regelungsdichte, mehr Ermessensspielräume, klare Priorisierungen und ein mutigerer Schritt in Richtung Digitalisierung. Gerade in Zeiten, in denen Wohnungsnot, Klimaschutz und Infrastrukturdefizite gleichzeitig drängen, kann es sich der Staat nicht leisten, in seinem eigenen Normendickicht zu verharren.

Über den **juristischen Rahmen** hinaus ist Bauen heute auch eine Frage der **Zukunftsfähigkeit**. ESG-Kriterien, die EU-Taxonomie und das Ziel nachhaltiger Städte verlangen, dass das Baurecht künftig nicht nur schneller, sondern auch grüner werden muss. Wer hier Lösungen findet, die Bürokratie und Nachhaltigkeit verbinden, wird nicht nur den Bau beschleunigen, sondern auch gesellschaftliche Akzeptanz sichern. Vielleicht liegt darin die eigentliche Aufgabe des 21. Jahrhunderts: ein Baurecht, das nicht länger bremst, sondern baut.



DER NIEDERLÄNDISCHE LEBENSMITTELEINZELHANDEL: STABILITÄT TRIFFT KOMPLEXITÄT.

Der niederländische Lebensmitteleinzelhandelsimmobilienmarkt ist seit Jahrzehnten für seine **Stabilität** und bemerkenswerte **Resilienz** in wirtschaftlichen Abschwung-Phasen bekannt. Dies macht den Sektor für viele institutionelle Akteure attraktiv. Aktuell erlebt der Markt jedoch verschiedene Veränderungen in der Regulierung, der Marktdynamik und den gesellschaftlichen Erwartungen. Für internationale Investoren bietet dies sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Fundierte Kenntnisse des lokalen Marktes sind daher ein Wettbewerbsvorteil.

Die Niederlande weisen eine **polyzentrische Stadtplanungsstruktur** auf: Städte, Gemeinden und Stadtteile haben ihre eigenen Zentren, die die Einwohner mit Dingen des täglichen Bedarfs versorgen. Dies hat zu einem dichten Netz von Supermärkten, lokalen Geschäften und Lebensmitteleinkaufszentren geführt. Am 1. Januar 2024 gab es in den Niederlanden rund 6.600 Supermärkte, was einer Gesamtfläche von 260.000 m² entspricht und die Sättigung des Sektors verdeutlicht. Aufgrund strenger kommunaler Richtlinien, die in erster Linie darauf abzielen, die Supermarktdichte in Einzugsgebieten zu begrenzen, ist eine Expansion nur möglich, wenn durch Wohnbebauung die Ein-

wohnerzahl eines Stadtteils steigt oder ein neuer Stadtteil entsteht. Infolgedessen dominieren etablierte Ketten das Straßenbild – landesweit sind nur fünf Supermarktketten aktiv – und fungieren als Anker für Einkaufszentren. Diese Akteure generieren einen stetigen Besucherstrom und bilden das Rückgrat vieler Immobilienportfolios. Laut dem Immobilienberatungsunternehmen Cushman & Wakefield hat sich die Investitionstätigkeit in diesem Segment im Jahr 2025 leicht erholt, nachdem sie in den Vorjahren aufgrund des Produktmangels zurückgegangen war. Insbesondere größere Transaktionen kehren allmählich zurück, was auf ein neues Vertrauen hindeutet.

Gleichzeitig steht der Sektor unter Druck. Steigende Personal- und Energiekosten schrumpfen die Margen, was sich auf die Bereitschaft auswirkt, höhere Mieten zu akzeptieren. Zudem hat das Tabakverkaufsverbot in Supermärkten zu Umsatzeinbußen geführt, insbesondere im ländlichen Raum. Untersuchungen der ING aus dem Jahr 2024 zeigten, dass die Umsätze in Supermärkten erstmals seit 20 Jahren um 1,5 % zurückgegangen sind. Für 2025 wird jedoch lediglich ein Wachstum von +1 % prognostiziert. Dies setzt selbst den relativ robusten Lebensmitteleinzelhandel unter Druck.

Investoren reagieren daher, indem sie in regional verankerte **Convenience-Center** investieren, **nachhaltige Anlageprodukte** priorisieren oder **neue Mietmodelle** einführen, die umsatzbasierte Komponenten zur besseren Risikostreuung beinhalten.

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern gelten in den Niederlanden strenge Gesetze und Vorschriften. Das Vertragsrecht ist auf Mieterschutz ausgerichtet, was Mietanpassungen, selbst bei der in den Niederlanden üblichen fünfjährigen Mietvertragslaufzeit, zu einer Herausforderung macht, da sich Mietverträge automatisch verlängern. Raumplanungsprozesse wie Genehmigungsanforderungen und Bebauungspläne sind ebenfalls anspruchsvoll. Diese Kombination aus Planungsknappheit und mieterfreundlicher Regulierung führt jedoch zu einem **stabilen Investitionsklima**. Das begrenzte Angebot an neuen Einzelhandelsprojekten, insbesondere an strategischen Standorten, verhindert ein Überangebot und steigert den Wert bestehender Immobilien. Langfristige Mietverträge und Mieterschutz sorgen zudem für vorhersehbare Cashflows und niedrige

Leerstandsquoten. Dies macht Supermarktimmobilen in den Niederlanden an vielen Standorten zu einer attraktiven Anlageklasse für langfristige Investoren, die Sicherheit, Inflationsschutz und gesellschaftliche Relevanz suchen.

Mit ihrer stabilen Wirtschaft, ihrer starken Konsumentenbasis und ihrer einzigartigen polyzentrischen Struktur bieten die Niederlande eine **solide Grundlage für Investitionen** in Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien. Die Knappheit an Top-Lagen, Mieter mit nachgewiesener Umsatzstärke und Vorschriften zur Minimierung von Leerständen schaffen einen Markt, der wirtschaftlichen Schocks standhält und gleichzeitig von Trends wie Nachhaltigkeit und lokaler Verankerung profitiert. Für internationale Investoren bietet sich hier eine seltene Gelegenheit, von vorhersehbaren Renditen in einem Sektor zu profitieren, der sowohl wirtschaftlich robust als auch sozial relevant ist. Die Niederlande sind daher nicht nur ein sicherer Hafen, sondern auch ein strategischer Ausgangspunkt für alle, die die Zukunft des Lebensmitteleinzelhandels in Europa vorausschauend planen möchten.

**Ein Bericht von
Maurits Smit**

Managing Director,
GARBE Industrial Real
Estate Netherlands B.V.



Dino Slijpen

Investment Manager,
GARBE Industrial Real
Estate Netherlands B.V.



HERAUSFORDERUNGEN FÜR FONDSMANAGER BEI INTERNATIONALEN INVESTITIONEN.

BLICK AUS DEM LÄNDERBÜRO ITALIEN.

Nachfolgend werden die wichtigsten Herausforderungen für Fondsmanager bei **internationalen Immobilieninvestitionen** beleuchtet. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem **Lebensmitteleinzelhandel in Italien**, der im Auftrag US-amerikanischer und deutscher institutioneller Investoren verwaltet wird. Zu den wichtigsten Themen zählen die Abstimmung lokaler und globaler Erwartungen, Hürden bei der ESG-Umsetzung, die Investitionsplanung für Betriebsanlagen, Mieterbeziehungen und transparente Investorenkommunikation. Praxisbeispiele und ein regulatorischer Überblick unterstreichen die strategische Rolle von **Länder-Asset-Managern** bei der Schaffung nachhaltiger Werte.

MARKT-ÜBERSICHT – LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN ITALIEN (2024)

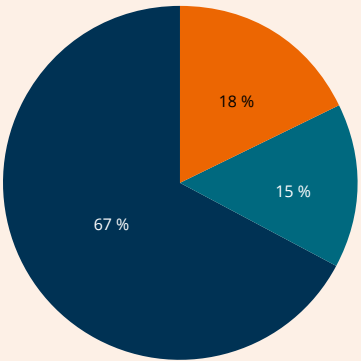
Indikator	Wert
Spitzenrenditen	5,50 – 5,75 %
Netto-Anfangsrendite außerhalb A-Lagen	6,00 – 6,25 %
WAULT (Durchschnitt)	10,2 Jahre
Jährliche Veränderung der Kundenfrequenz	+3,8 %
ESG-konforme Assets (LEH)	< 18 % des Gesamtbestandes
CAPEX POI bei energetischen Sanierungen	7 – 9 % durchschnittlich über 5 Jahre

Ein Bericht von
Marco Grassidonio

Managing Director – Country Head Italy,
GRR GARBE Retail Real Estate Italy S.r.l.

Elena Bolognini

Senior Investment Manager,
GRR GARBE Retail Real Estate Italy S.r.l.



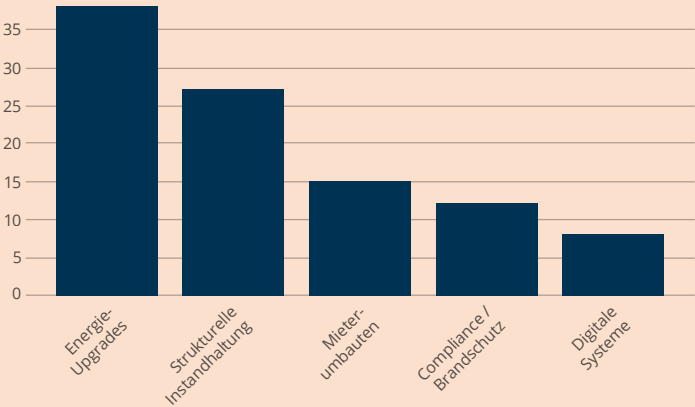
ANTEIL DES ESG-KONFORMEN LEBENSMITTELEINZELHANDELS IN ITALIEN (MIT ZERTIFIZIERUNG)

ESG COMPLIANCE IM ITALIENISCHEN LEBENSMITTELEINZELHANDEL 2024

- teilweise Umsetzung von ESG-Maßnahmen
- keine ESG-Zertifizierungen
- BREEAM/LEED/GBCI

GESCHÄTZTE AUFSCHLÜSSELUNG DER CAPEX-AUSGABEN FÜR ASSETS DES LEBENSMITTELEINZELHANDELS (3-JAHRES-PLAN)

3-JAHRES-CAPEX-ALLOKATION IN LEBENSMITTELEINZELHANDELS-PORTFOLIEN (%)

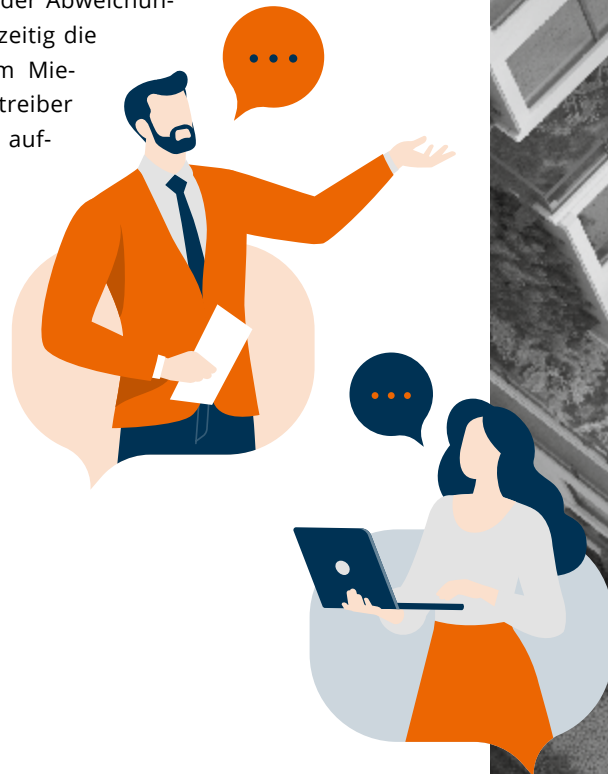


In der Welt der **grenzüberschreitenden Immobilieninvestitionen** ist die Rolle des **lokalen Fondsmanagers** zunehmend strategischer und komplexer geworden. Der italienische Lebensmitteleinzelhandel zählt mit **Renditen zwischen 5,50 % und 6,25 %** nach wie vor zu den **resilientesten Segmenten** im Einzelhandel. Aufgrund der stabilen Cashflows und des defensiven Profils des Sektors ist die Anlegernachfrage weiterhin groß. Dennoch bringt die Verwaltung eines Lebensmitteleinzelhandelsportfolios, bestehend aus Supermärkten, Hypermärkten und Cash & Carry-Märkten in Italien im Auftrag ausländischer institutioneller Investoren, eine Reihe **vielschichtiger Herausforderungen** mit sich, die weit über Mietvertragsmanagement oder Finanzberichterstattung hinausgehen.

ZWEI WELTEN VERBINDEN: GLOBALE ERWARTUNGEN VS. LOKALE REALITÄTEN

Eine der größten Herausforderungen für einen italienischen Fondsmanager, der mit ausländischen Investoren zusammenarbeitet, besteht darin, als **Übersetzer zu fungieren – nicht nur sprachlich, sondern auch kulturell**. Amerikanische und deutsche institutionelle Investoren haben in der Regel klar definierte Erwartungen hinsichtlich Leistungskennzahlen, Zeitplänen und Berichtsformaten. Diese müssen mit der operativen Realität in Italien in Einklang gebracht werden, wo Bürokratie, Verzögerungen bei Genehmigungen, Gewerkschaftsbeziehungen und kulturelle Nuancen die Ergebnisse erheblich beeinflussen können.

So verläuft beispielsweise die Neuverhandlung eines Mietvertrags in Italien, selbst in einer resilienten Anlageklasse wie dem Lebensmittelhandel, in einem anderen Tempo und auf eine andere Art als in den USA, wo Verträge tendenziell flexibler und kurzfristiger sind. Der Fondsmanager muss diese Unterschiede erklären, Verzögerungen oder Abweichungen begründen und gleichzeitig die langfristige Beziehung zum Mieter, dem zentralen Werttreiber der Immobilie, pflegen und aufrechterhalten.



ESG: MEHR ALS EIN AKRONYM

ESG Compliance hat für die meisten institutionellen Anleger heute höchste Priorität. Die Umsetzung von ESG-Maßnahmen in einem Lebensmitteleinzelhandelsportfolio in Italien bringt eine Vielzahl an Herausforderungen mit sich. Aus ökologischer Sicht erfordert die Anpassung älterer Immobilien an **EU-Energieeffizienzstandards** zur Minimierung ihrer Auswirkungen oft erhebliche Investitionen – was selten im Einklang mit kurzfristigen Fondszielen steht.

Die meisten Lebensmittelgeschäfte, die zwischen den 1980er- und frühen 2000er-Jahren errichtet wurden, verfügen nicht über Photovoltaikanlagen, Energie-Monitoringsysteme oder CO₂-reduzierende Technologien. Die Ausarbeitung eines Sanierungsplans erfordert nicht nur eine Kosten-Nutzen-Analyse, sondern auch einen strategischen Dialog mit den Mietern, die oft in die Planung, Durchführung und manchmal auch in die Kofinanzierung der Maßnahmen eingebunden werden müssen. Das kürzlich erworbene italienische Portfolio verfügt beispielsweise über Photovoltaikanlagen auf den Dächern, die die Energiekosten des Standorts um 20 % senken und die EU-Taxonomie-Konformität der Immobilie verbessern. Der Mieter setzt zudem Investitionsprogramme für den Austausch von LED-Lampen und die Modernisierung der HLK-Anlage um. Um die Attraktivität auf dem Sekundärmarkt für Investitionen zu steigern, sind **ESG-Zertifizierungen** ebenfalls ein wichtiger Schlüsselfaktor. Aus diesem Grund haben wir auch die **BREEAM In-Use-Zertifizierung** für sechs wichtige Vermögenswerte unseres Portfolios durchgeführt.

Soziale Nachhaltigkeit ist ein weiteres, zunehmend relevantes – aber schwer quantifizierbares – Element. Die Verwaltung der Beziehung der Immobilie zur lokalen Gemeinschaft, die Gewährleistung von Zugänglichkeit, Sicherheit und Wertschöpfung für die Nachbarschaft sind Teil der ESG-Mission. Der Vermögensverwalter muss qualitative KPIs und Strategien für das lokale Engagement entwickeln und gleichzeitig finanzielle Erträge erzielen.

CAPEX-PLANUNG: TAKTISCHE BEDÜRFNISSE VS. STRATEGISCHE VISION

Die CAPEX-Planung ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Lebensmittelimmobilien erfordern laufende **Instandhaltung, Anlagenmodernisierungen, regelmäßige Renovierungen** und die **Einhaltung gesetzlicher Vorschriften**. Jährliche Investitionsbudgets werden jedoch in der Regel im Voraus genehmigt und unterliegen einer Top-down-Finanzplanung. Der Fondsmanager muss zwischen unerwarteten technischen Notfällen – wie einem undichten Dach, einer defekten Klimaanlage oder der Einhaltung von Vorschriften – und einem festen Finanzrahmen navigieren.

Bei Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien muss jede Investitionsmaßnahme zudem **mit dem Mieter koordiniert** werden, der in der Regel die volle operative Kontrolle über das Geschäft hat. Dies erfordert Verhandlungen über den Zugang zum Gelände, Ausführungspläne und Risikomanagement – und das alles ohne Unterbrechung des Einzelhandelsgeschäfts.

MIETERMANAGEMENT: ÜBER DEN VERTRAG HINAUS

Mieter im Lebensmittelsektor – insbesondere große nationale und regionale Ketten – **sind komplexe, anspruchsvolle, aber unverzichtbare Partner**. Die Beziehung kann nicht rein transaktional sein. Der **Asset Manager** muss kontinuierlich involviert sein, Verkaufstrends beobachten, Bedarf und Chancen antizipieren und gemeinsam wertschöpfende Initiativen entwickeln.

So kann beispielsweise die Einführung von Paketschließfächern oder Click & Collect-Bereichen die Kundenfrequenz erhöhen und den Wert der Immobilie steigern. Diese müssen jedoch in **Zusammenarbeit mit dem Mieter** ausgehandelt und umgesetzt werden, oft unter Einbeziehung der Zentrale sowie der Rechts-, Betriebs- und Marketingteams.



INVESTOR RELATIONS: DATEN, VERTRAUEN UND STORYTELLING

Die **Beziehungspflege zu internationalen Investoren** erfordert Transparenz, eine strategische Vision und klare Kommunikation. Investoren wünschen sich präzise Daten, zeitnahe Berichte und regelmäßige Updates, aber auch Kontext – eine klare Darstellung der Wertentwicklung der Anlage, der Marktentwicklung und der bevorstehenden Herausforderungen.

Der Vermögensverwalter muss die **lokale Komplexität** in eine investorenfreundliche Sprache übersetzen – mit Fokus auf die **Performance**, aber auch auf die **Entwicklung** des Lebensmittelportfolios hin zu Nachhaltigkeit, Resilienz und langfristigem Wert.

REGULATORISCHER KONTEXT

Auf regulatorischer Seite müssen Fondsmanager ihre Geschäftstätigkeit an die sich entwickelnden EU-Rahmenbedingungen anpassen. Dies führt zu einem wachsenden Bedarf an **standardisierter Datenerhebung, zukunftsorientierten Investitionsplänen und klaren ESG-Roadmaps** – all dies muss in die Vermögens- und Fondsmanagementstrategien integriert werden.

FAZIT

In der Landschaft internationaler Immobilieninvestitionen ist die Rolle des Fondsmanagers auf Länderebene strategischer denn je. Die Verwaltung eines Lebensmittelportfolios in Italien im Auftrag globaler Investoren erfordert **technische Fähigkeiten, kulturelles Gespür und eine langfristige Vision**. Die größte Herausforderung besteht darin, **geografische und operative Distanz in Wert zu verwandeln** – durch aufmerksames Management, transparente Kommunikation und einen zukunfts- und nachhaltigkeitsorientierten Ansatz der Immobilienbranche.



LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN ÖSTERREICH: EIN MARKT MIT EIGENEN SPIELREGELN.

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zählt seit jeher zu den **tragenden Säulen** der österreichischen Wirtschaft. Mit rund 160.000 Beschäftigten an 9.400 Verkaufsstandorten wird tagtäglich die Grundversorgung für mehr als neun Millionen Menschen sichergestellt. Bemerkenswert: Während die Gesamtwirtschaftsleistung in den vergangenen beiden Jahren rückläufig war, konnte die Branche ihre Umsätze dennoch um 8,3 bzw. 4,3 Prozent steigern.

Doch auch wenn Österreich in vielerlei Hinsicht internationalen Trends folgt, weist der Markt einige **Eigenheiten** auf. Eine der auffälligsten ist die **hohe Konzentration**: Die vier größten Player – Spar,

REWE, Hofer und Lidl – vereinen mehr als 90 Prozent der Bruttoumsätze auf sich. Zum Vergleich: In Deutschland kommt das Spitzquartett lediglich auf 76 Prozent. Dieser hohe Konsolidierungsgrad sorgt einerseits für starken Wettbewerbsdruck, andererseits für eine klare Marktordnung, in der kleinere, regionale Händler zunehmend ins Hintertreffen geraten.

Besonders ausgeprägt ist in Österreich das Konsumentenverhalten. **Regionalität** spielt eine außergewöhnlich große Rolle: In den wichtigsten Produktkategorien stammen fast 84 Prozent der Waren aus heimischer Produktion – ein Wert, der deutlich über dem zentraleuropäischen Durch-

schnitt liegt. Hinzu kommen regionale Eigenheiten, die von Konsumgewohnheiten bis hin zu logistischen Herausforderungen in **alpinen Regionen** reichen.

Im Jahr 2024 war erstmals ein Rückgang der Verkaufsflächen im LEH zu beobachten. Hauptursachen waren einerseits die Marktverdrängung kleinerer Anbieter, andererseits aber auch eine strategische Neuausrichtung der großen Handelsketten. Statt auf flächendeckende Präsenz setzen diese zunehmend auf die Optimierung bestehender Filialkonzepte sowie die Konzentration auf ertragreiche Standorte. Damit rückt die **Standortwahl** noch stärker in den Fokus. Für Investoren bedeutet das: Ohne detailliertes Verständnis von Mikrolagen – vom Vorarlberger Bergtal bis zur Wiener Innenstadt – ist nachhaltiger Erfolg kaum möglich.

Auch der **Immobilienmarkt** selbst unterscheidet sich vom internationalen Umfeld. Österreich ist von kleineren, lokalen Investoren geprägt; große Portfoliodeals im Bereich Lebensmitteleinzelhandel sind die Ausnahme. Wer investieren will, benötigt daher ein enges Netzwerk und den direkten Zugang zu den richtigen Kontakten. Denn im LEH gilt: Die Beziehung zum Mieter – vom Filialleiter bis zum Vorstand – entscheidet häufig über den langfristigen Erfolg einer Immobilie.

Eine weitere Besonderheit ist die **föderale Raumordnung**. Jedes Bundesland setzt eigene Akzente, was zu erheblichen Unterschieden führt. Was in Oberösterreich problemlos möglich ist, kann in Salzburg an strengen Vorgaben scheitern. Eine restriktive Flächenwidmungspolitik erschwert vielerorts den Neubau von Filialen; gleichzeitig sind Umbauten im Bestand mit komplexen Behördenwegen verbunden. Investoren und Entwickler

müssen daher über regionale Expertise verfügen und die jeweiligen bau- und planungsrechtlichen Rahmenbedingungen im Detail kennen.

Hinzu kommt die wachsende Bedeutung von **ESG und Klimaschutz**. Lebensmitteleinzelhändler stehen zunehmend in der Pflicht, ihre Lieferketten nachhaltiger zu gestalten und ihre Standorte energieeffizient zu betreiben. Investitionen in Photovoltaikanlagen, die Umrüstung auf LED-Beleuchtung oder die Anbindung an Fernwärme und -kälte sind längst keine freiwilligen Maßnahmen mehr, sondern zentrale Bestandteile jeder Businessplanung. Für Investoren bedeutet das: Nur wer ökologische Anforderungen ernst nimmt, wird in diesem Markt langfristig erfolgreich sein.

Der österreichische Lebensmitteleinzelhandel ist somit ein Markt, der von klaren Strukturen, regionalen Eigenheiten und einem hohen Wettbewerbsdruck geprägt ist. Wer hier investieren möchte, muss nicht nur die nationalen Rahmenbedingungen verstehen, sondern auch über ein tiefes Gespür für Mikrolagen, regionale Unterschiede und nachhaltige Entwicklung verfügen. Denn am Ende entscheidet nicht allein die Fläche – sondern die **richtige Balance** aus Standortqualität, Partnerschaft mit den Händlern und zukunftsorientiertem ESG-Management.

**Ein Bericht von
Matthias Strobl**
Investment Manager,
GARBE Industrial
Real Estate
Austria GmbH



INVESTOREN UND FONDS.



**Ein Bericht von
Tobias Matheis**

Immobilienökonom
(IREBS) Senior
Kundenbetreuer,
Berlin Hyp



BESONDERHEITEN BEI DER FINANZIERUNG VON LEBENSMITTELEINZELHANDELS-IMMOBILIEN IM INTERNATIONALEN KONTEXT.

Innerhalb der **Einzelhandels-Assetklasse** nimmt der Lebensmitteleinzelhandel eine hervorgehobene Position ein: Er sichert die Grundversorgung, stabilisiert urbane Zentren, schafft Beschäftigung und Wertschöpfung. Für Banken ist daher vor allem die **langfristige Werthaltigkeit** der Mietverträge und die **Bonität** der Ankermieter entscheidend. Ein wichtiges Spezifikum ist auch, dass der stationäre Lebensmitteleinzelhandel deutlich weniger als andere Segmente mit dem Onlinehandel konkurrieren muss. Im internationalen Vergleich sind vor allem auch rechtliche Rahmenbedingungen und strukturelle Anforderungen von hoher Bedeutung.

Ein oft weniger beachteter, jedoch wesentlicher Faktor sind **Dienstbarkeiten**. Diese Rechte gewähren bestimmten Mietern **Vorteile** (z. B. exklusive Parkraumnutzung, bevorzugte Lieferzugänge, Einschränkung von Konkurrenzgeschäften) und

müssen im Grundbuch eingetragen sowie vor der Finanzierung geprüft werden. Sie beeinflussen die Flexibilität des Eigentümers und die Wiedervermietbarkeit. Dienstbarkeiten können den **Wert steigern**, indem sie Ankermieter binden, oder senken, indem sie zukünftige Nutzungsmöglichkeiten einschränken. Bei der Ausgestaltung muss darauf geachtet werden, dass sie den **bankseitigen Anforderungen** (z. B. vdp-Standard in Deutschland) entsprechen.

Gleich aller anderen Immobilien-Assetklassen gewinnen auch ESG-Kriterien zunehmend an Relevanz für Finanzierungsentscheidungen. Es geht darum, CO₂ zu reduzieren, den nachhaltigen Wert der Immobilie zu steigern und Betriebskosten zu senken, wie z. B. durch die Integration von Photovoltaikanlagen (PV) zur eigenen Stromerzeugung oder auch zur Einspeisung ins Netz. Die Nachhal-

tigkeit einer Immobilie wird bei der Finanzierung ermittelt und durch die Gewährung entsprechender Kreditprodukte, wie z. B. den **Green Loans der Berlin Hyp**, incentiviert. Dazu zählt auch der Transformationskredit, mit dem die Berlin Hyp ihre Kunden auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit unterstützt.

Bewertungskriterien **variieren** international stark. In Deutschland und Österreich erfolgt die Beleihungswertermittlung konservativ und reguliert, während angelsächsische Märkte tendenziell marktorientierte Ansätze mit stärkerer Gewichtung auf kurzfristiger Rendite haben. Banken benötigen daher eine **individuell angepasste Praxis** statt einer Standardlösung, da lokale Besonderheiten und regulatorische Anforderungen berücksichtigt werden müssen.

Standortabhängigkeit und Baurechtsvergabe spielen eine zentrale Rolle. Die Ertragsfähigkeit hängt von Frequenz, Erreichbarkeit und Wettbewerbsumfeld ab. Aufgrund der Kleinteiligkeit der Objekte werden Finanzierungen oft in Portfolios zusammengefasst. Für die **Finanzierungsanalyse** sind Mieterbonität und ein Cash-Flow-Profil mit langen Mietvertragslaufzeiten bzw. einem ausbalancierten Anschlussvermietungsszenario zentral.

FAZIT

Als systemrelevantes Segment nimmt der Lebensmitteleinzelhandel eine besondere Rolle innerhalb der Assetklasse Einzelhandel ein. Die Finanzierung von Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien erfordert jedoch eine differenzierte Betrachtung rechtlicher, wirtschaftlicher und kultureller Rahmenbedingungen im internationalen Umfeld. Zentrale Bewertungsbausteine sind Cash-Flow-Analysen, Dienstbarkeiten, ESG-Kriterien sowie Standort- und Konkurrenzanalysen.

Durch Financial Covenants wird das Bankrisiko in der Strukturierung begrenzt.

Die Systemrelevanz des stationären Lebensmitteleinzelhandels fließt in Risikobetrachtungen ein. Trotz wachsendem Onlinehandel bleibt die **stationäre Nahversorgung unverzichtbar**: In Deutschland liegt der Umsatzanteil des Onlinehandels für Lebensmittel bei rund 3 Prozent, in der Textilbranche sind es rund 23 Prozent (Statista). Entsprechend sind Non-Food-Formate wie Modehäuser oder Elektronikmärkte restriktiver zu bewerten.

Lebensmitteleinzelhandel und Drogerien gelten daher als **krisenresistent und zukunftsfähig**. Sie sind somit auch aus Finanzierungssicht ein grundlegendes Element für den Mietermix in Shopping Malls, Einkaufs- oder Fachmarktzentren.



STABIL, RESILIENT, RENDITE- STARK:

WIE EUROPÄISCHE LEBENSMITTEL-
EINZELHANDELSIMMOBILIEN ZUM
STRATEGISCHEN ANKER INSTITUTIO-
NELLER PORTFOLIOS WERDEN.

RELEVANZ DES SEGMENTS LEBENSMITTEL- EINZELHANDEL

Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien zählen zu den stabilsten Anlageklassen in Europa. Sie sichern die Grundversorgung, sind hoch krisenresistent und bislang kaum vom Onlinehandel betroffen. Für institutionelle Investoren bieten sie **verlässliche Cashflows** und **attraktive Diversifikationsmöglichkeiten** – ein entscheidender Vorteil in einem volatilen Marktumfeld.

HETEROGENE MARKTBEDINGUNGEN ALS CHANCE

Die europäischen Immobilienmärkte sind von **unterschiedlichen Rahmenbedingungen** geprägt – genau darin liegt die Stärke für Investoren. Während einige Länder ein hohes Maß an Stabilität bieten, eröffnen andere durch **dynamische Konsumtrends** oder **innovative Standortkonzepte** zusätzliche Wachstumschancen. Ein Beispiel: In Spanien und Italien ist der Anteil der Konsumausgaben für Lebensmittel von Haushalten mit rund 13–14 Prozent deutlich höher als in Deutschland (ca. 11,5 Prozent). Diese stärkere Bedeutung des stationären Lebensmitteleinzelhandels unterstreicht die Attraktivität entsprechender Investments in Südeuropa.

Ein zentraler Performance-Hebel liegt in der Vertragsgestaltung. **Triple-Net-Mietverträge**, bei denen nahezu alle Kosten auf den Mieter übergehen, sind in Europa nicht flächendeckend verbreitet, gelten jedoch als besonders attraktiv. Sie erhöhen die Planbarkeit und senken Eigentümerkosten – wo sie verfügbar sind, können sie für die Investmententscheidung ausschlaggebend sein.

Die europäische Perspektive ermöglicht ein **aktives Cherry Picking**: Investoren können selektiv jene Standorte und Strukturen wählen, die die optimale Kombination aus Standortqualität, Mietvertragskonditionen und Finanzierungsbedingungen bieten. Unterschiede bei steuerlichen Rahmenbedingungen, Förderprogrammen und Zinslandschaften verstärken das Potenzial einer diversifizierten europäischen Anlagestrategie.

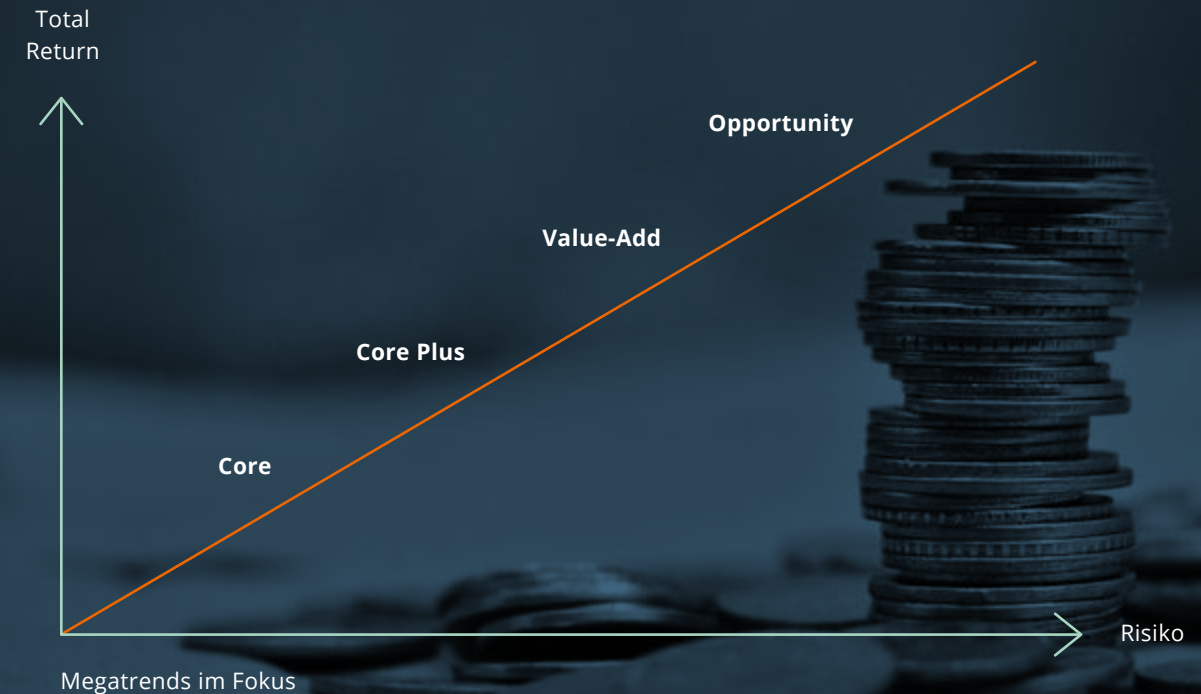
STRATEGIEN IM ÜBERBLICK

- **Core:** erstklassige Standorte, langfristige Verträge, bonitätsstarke Mieter. Garantierte Stabilität, jedoch begrenzte Renditen.
- **Core Plus:** Objekte mit moderatem Risiko, etwa kürzere Restlaufzeiten oder überschaubarer Investitionsbedarf. Potenzial entsteht durch aktives Asset Management und ESG-orientierte Modernisierungen.
- **Value-Add:** Immobilien mit Sanierungs- oder Repositionierungsbedarf. Redevelopment und energetische Maßnahmen eröffnen erhebliche Wertsteigerungen. Das Risiko ist hoch, der Managementansatz entscheidend.
- **Opportunity:** Projektentwicklungen und riskantere Investmentstrategien in B- und C-Lagen. Sie können außergewöhnliche Renditen generieren, sind jedoch stark fremdkapital- und konjunkturabhängig.



DREI QUERSCHNITTSTHEMEN PRÄGEN DEN MARKT ZUSÄTZLICH:

- **ESG:** Obwohl regulatorische Pfade – etwa durch die EU-Taxonomie und die CRREM-Vorgaben – konkrete Maßnahmen einfordern, bleibt die Umsetzung vielfach unklar. Kurzfristig verliert ESG daher an Gewicht, langfristig wird es aber zum entscheidenden Werttreiber.
- **Digitalisierung & Big Data:** Betreiber optimieren Sortimente und Standorte zunehmend datengetrieben. Immobilien, die diese Transformation unterstützen, sichern sich Wettbewerbsvorteile.
- **Konsumentenverhalten:** Trends zu Nahversorgung, Frische und Nachhaltigkeit erhöhen die Bedeutung gut angebundener, moderner Flächen.



FAZIT

Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien verbinden **Stabilität mit strategischer Flexibilität** – eine seltene Kombination in volatilen Zeiten. Sie bilden das stabile Fundament vieler Portfolios, bieten jedoch weit mehr als nur Sicherheit: Durch **gezieltes Value-Management** lassen sich auch attraktive Renditepotenziale heben. Während Core-Investments vor allem auf langfristige Sicherheit setzen, eröffnen Core Plus- und Value Add-Strategien Spielräume für aktive Wertsteigerung. Wer bereit ist, selektiv Risiken einzugehen, kann mit Opportunity-Investments überdurchschnittliche Erträge erzielen – vorausgesetzt, Marktkenntnis und Managementstärke sind gegeben.

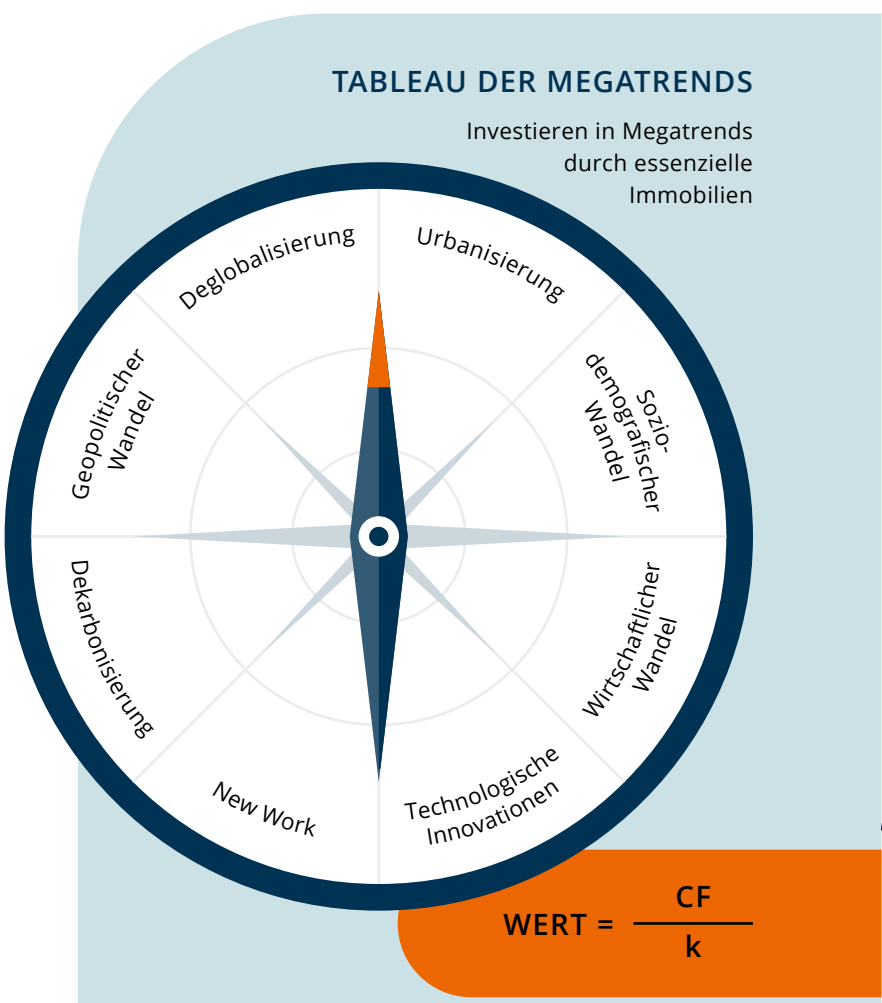
Die optimale Strategie liegt nicht in einer Fixierung auf eine Kategorie, sondern in der **dynamischen Kombination**, angepasst an Markt, Risikoprofil und Investorenziele. Die Vielfalt der europäischen Märkte – von regulierten Strukturen über unterschiedliche Finanzierungsbedingungen bis hin zu regional variierenden Konsumtrends – bietet die Möglichkeit, widerstandsfähige und zugleich renditestarke Portfolios aufzubauen. Entscheidend ist die Fähigkeit, diese Unterschiede strategisch zu nutzen und die Risiken gezielt zu steuern.



DER GEOPOLITISCHE KOMPASS – NAHVERSORGUNG ALS FIXSTERN IM EUROPÄISCHEN IMMOBILIEN- PORTFOLIO.

STRATEGISCHE AUSGANGSLAGE

Geopolitische Risiken sind längst keine Randnotiz institutioneller Investmentstrategien mehr – sie sind zum **zentralen Navigationspunkt** geworden. Unser Puzzletableau der Megatrends zeigt: Der geopolitische Wandel markiert den „Norden“ eines strategischen Kompasses, an dem sich auch Immobilieninvestoren zunehmend orientieren müssen. Dekarbonisierung, technologische Innovation, Urbanisierung und der demografische Wandel bleiben wichtige Treiber – doch in Zeiten von Krieg, Handelskonflikten und einer bremsenden Weltwirtschaft wird Versorgungssicherheit zur zentralen Währung.



Ein Bericht von
Maximilian Radert,
Prokurist, Head of Product
Development & Research,
KINGSTONE Investment
Management GmbH



EUROPAS NEUE REALITÄT: VORSICHT STATT VERBRAUCH

Die geopolitische Lage in Europa bleibt auch 2025 von **hoher Unsicherheit** geprägt. Konflikte an den Außengrenzen, gestörte Handelsbeziehungen und zunehmende Abhängigkeiten von außereuropäischen Lieferketten haben die Europäische Kommission veranlasst, die Versorgungssicherheit im Lebensmittelsektor strategisch neu zu priorisieren. Maßnahmen wie der Aufbau eines Krisenreaktionsmechanismus der Europäischen Union (EU) und Empfehlungen zur Stärkung der Lebensmittelkette verdeutlichen diesen Kurswechsel.

Gleichzeitig wirkt sich das geopolitische Umfeld zunehmend auf das Konsumverhalten aus. Der EU-Verbrauchervertrauensindex Consumer Confidence Indicator (CCI) liegt mit -14,8 Punkten weiterhin klar unter dem langfristigen Schnitt. Die Sparquote im Euroraum verharrt bei rund 15 Prozent, in Deutschland sogar bei knapp 20 Prozent – ein Ausdruck ausgeprägter **Konsumzurückhaltung**. Auch wenn sich die Realeinkommen allmählich stabilisieren, bleibt die Konsumneigung verhalten.



ZWISCHEN PREISELASTIZITÄT UND GRUNDBEDARFSORIENTIERUNG: DIE NEUE KONSUMLOGIK

Erhebungen von McKinsey, der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und der EU-Kommission zeigen eine deutliche Verschiebung der **Nachfragepräferenzen** europäischer Haushalte hin zu preisgünstigen, zugänglichen und qualitätsorientierten Grundversorgungsangeboten. Höherwertige Konsumgüter werden zunehmend zugunsten stabiler Basissortimente in Krisensituationen gemieden. Die Studie „The Effect of Macroeconomic Uncertainty on Household Spending“ der Europäischen Zentralbank (EZB) belegt diesen Trend empirisch.

Die EZB unterscheidet zwei Effekte:

- Der **Nachfrageeffekt** zeigt, dass bereits eine moderate Erhöhung der wahrgenommenen Unsicherheit die monatlichen Konsumausgaben um rund 5 Prozent senkt.
- Der **Segmenteffekt** beschreibt, dass vor allem Ausgaben für nicht-essenzielle, diskretionäre Güter (z. B. Reisen, Unterhaltung und Luxusartikel) zurückgehen.

Nahversorger profitieren in diesem Umfeld im Besonderen. Sie bieten mit ihrer preis- und zugangsorientierten Grundversorgung ein **robustes, nachfragestabiles Format**. Im Lebensmittelsegment zeigt sich dabei eine klare Differenzierung: Im unteren Preissegment reagieren Verbraucher stark auf Preisänderungen – Ausdruck hoher Preiselastizität. Schon geringe Preisänderungen führen zu spürbaren Nachfrageschwankungen. Im oberen Segment dominieren hingegen Qualitäts- und Herkunftsmerkmale. Die Preiselastizität ist auch im Kontext des „Engel’schen Gesetzes“ – benannt nach dem deutschen Ökonomen Ernst Engel (1821–1896) – zentral. Dieses besagt, dass mit steigendem Einkommen der relative Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel sinkt. In unsicheren Zeiten mit stagnierenden oder sinkenden Einkommen steigt dieser Anteil hingegen wieder an. Nahversorger sind genau auf jene Güter ausgerichtet, die unter Unsicherheit priorisiert und dauerhaft benötigt werden.



LOKALE WERTSCHÖPFUNG ALS FUNDAMENT DER NAHVERSORGUNG

Das typische Sortiment der Nahversorger ist auf die Basisversorgung ausgerichtet: Frischwaren wie Obst & Gemüse, haltbare Lebensmittel, Getränke und Haushaltsartikel. Laut Eurostat (Statistikamt der Europäischen Union) lag der Anteil landwirtschaftlicher Produkte an den EU-Importen 2024 bei rund 7,2 Prozent, die Exporte wogen mit 8,9 Prozent etwas schwerer. Nahversorger sind dabei in bestimmten Warengruppen wie exotischen Früchten, Kaffee oder Gewürzen importseitig exponiert, insgesamt jedoch stark in die europäische Eigenproduktion eingebettet. Diese stützt sich auf günstige agrarische Rahmenbedingungen (Flächenverfügbarkeit, Klima, Nähe zu den Absatzmärkten) sowie auf die **hohe Nachfrage nach regionalen und frischen Produkten**. Ein zentraler Stabilisierungsfaktor ist die **Gemeinsame Agrarpolitik (GAP)** der EU. Seit 1962 sorgt sie für eine planbare, fördergestützte und weitgehend resiliente Landwirtschaft. Trotz politischer Kritik an ihrer Größe im EU-Haushalt bietet die GAP insbesondere für Nahversorger wichtige **Kalkulations- und Versorgungssicherheit**.

INDUSTRIEABHÄNGIG,
WENIGER VERSOR-
GUNGSRELEVANT:
CHINAS BEGRENZTE
ROLLE FÜR NAH-
VERSORGER

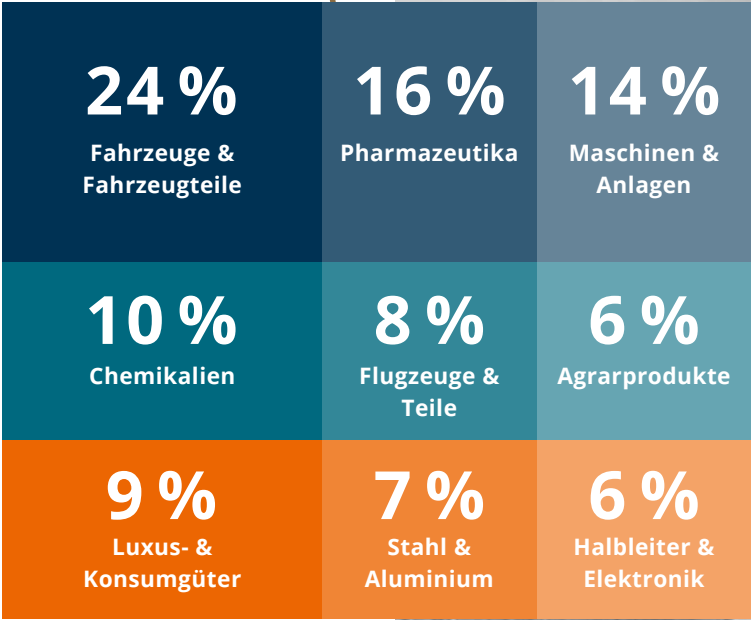
China gilt aus geopolitischer Sicht – insbesondere für Deutsch-land – als „grey rhino“: ein offenkundiges, schwer vermeid-bares Risiko. 2023 stammten rund **20 Prozent** der EU-Güter-importe aus China, während der Exportanteil nur bei etwa 9 Pro-zent lag. Im Zentrum stehen vor allem **Industrieprodukte** wie Elektronik, Maschinen und Fahr-zeuge. Für die Nahversorgung spielt China hingegen eine **un-tergeordnete Rolle**. Hier domi-nieren intra-europäische Ströme sowie Importe aus Lateinamerika, Afrika und Südostasien.

VON RICARDO ZU TRUMP: DER PREIS
VERMEINTLICHER HANDELSASYMMETRIEN

Die jüngste Einigung im transatlantischen Handelskonflikt zwischen EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen und US-Präsident Donald Trump markiert ein weiteres Kapitel in der Abkehr von **Ricardos Freihandelstheorie**. Die USA sind mit rund 532 Mrd. Euro der wich-tigste Exportmarkt der EU, während sich die Importe auf 333 Mrd. Euro belaufen. Der daraus resultierende **Handelsüberschuss** von knapp **200 Mrd. Euro** sorgt regelmäßig für Kritik aus Washington – für Trump sind Leistungsbilanzdefizite das zentrale Maß seiner Zollpolitik.

Quelle Grafik: Statistisches Amt der Europäischen Union (Eurostat)
(2025); Analyse & Darstellung: KINGSTONE Real Estate, Q3 2025

ANALYSE DER
EU-USA-EXPORTE
NACH BRANCHEN
Anteil der EU-Güter-
exporte in die USA
nach Branchen (2024; in %)



Der Ökonom Prof. Bofinger verweist darauf, dass es zwar problema-tisch ist, wenn Staaten langfristig mehr konsumieren, als sie einnehmen – jedoch gilt dies nicht pauschal für die USA. Denn durch den US-Dollar als globale Leitwährung können sich die USA relativ folgenlos verschul-den, ohne einen Vertrauensverlust zu riskieren. Getreu dem berühm-ten Satz von US-Finanzminister John Connally (1971): „The dollar is our currency, but your problem“, genießen die USA ein handelspolitisches Sonderprivileg.

Der sogenannte „**Trade Deal**“ sieht neben einer massiven Ausweitung europäischer Energieimporte und Investitionen in den US-Markt auch einen pauschalen 15-Prozent-Zoll auf die meisten EU-Exportgüter vor. Doch da beide Seiten die Einigung unterschiedlich interpretieren und zentrale Details offenbleiben, wird die Geschichte um die Abkehr vom Freihandel wohl weitergeschrieben.

Im Agrarbereich bleiben die USA – trotz ihrer Stellung als zweitgrößter Drittmarkt für EU-Lebensmittelexporte – für die europäische Nahver-sorgung weitgehend irrelevant. Die entsprechenden Importe machen nur rund 8 Prozent aus und betreffen vor allem Spezialsortimente wie Wein, Olivenöl oder Spirituosen. Der eingeschränkte Marktzugang für US-Produkte ist dabei weniger wirtschaftlich als regulatorisch begrün-det: Das **Scheitern des Transatlantische Handels- und Investitions-partnerschaft-(TTIP)-Abkommens 2016** ist Ausdruck der anhaltenden Differenzen bei Themen wie Gentechnik, Lebensmittelsicherheit und Produktionsstandards. Vor dem Hintergrund aktueller Zollstreitigkeiten wünscht sich mancher EU-Verhandlungspartner womöglich, TTIP wäre damals zustande gekommen.

QUINTESSENZ FÜR EINE RESILIENTE NAHVORSOR-
GUNG IN GEOPOLITISCH UNSICHEREN ZEITEN

Nahversorgung steht im geopolitischen Umfeld für Stabilität, Nähe und Verlässlichkeit. Sie ist **wenig abhängig von globalen Handels-risiken**, stark regional verankert und erfüllt zentrale Grundbedürfnisse – besonders in Phasen ökonomischer Unsicherheit. Preiselastische Nachfrage, regionale Lieferketten und politische Flankierung – etwa durch die EU-Agrarpolitik – machen sie zu einem strukturell robusten Marktsegment. Für Investoren bedeutet das: **Nahversorgungsimmo-bilien bieten reale Resilienz, wo andere Märkte Volatilität zeigen.**

MANAGER- PERSPEKTIVE: AUFBAU EINES PANEURO- PÄISCHEN FONDS MIT IMMOBILIEN AUS DEM LEBENSMITTELEINZELHANDEL.



Der Aufbau eines europaweiten Immobilienfonds mit Fokus auf lebensmittelgeankerte Objekte stellt Manager vor besondere strategische, operative und regulatorische Herausforderungen. Die **Nachfrage nach stabilen, krisenresistenten Assets** hat den Lebensmitteleinzelhandel als Mieterklasse in den Fokus vieler Investoren gerückt, insbesondere nach den Erfahrungen der Corona-Pandemie, in der Supermärkte zu den wenigen „systemrelevanten“ Mietern zählten. Zentral für die Fondsstrategie ist die sorgfältige Auswahl der **Zielländer**. Diese erfolgt nicht nur auf Basis von Wirtschaftsdaten oder Immobilienpreisentwicklung, sondern auch anhand der Marktstellung und Expansionsstrategie der wichtigsten Lebensmitteleinzelhändler vor Ort. Ein durchdringendes Verständnis des jeweiligen Einzelhandelsmarkts ist unabdingbar, um Standorte und Mieter richtig zu bewerten. Kundenfrequenz, Kaufkraft im Einzugsgebiet und infrastrukturelle

Anbindung variieren je nach Region stark. Auch Veränderungen im Konsumverhalten sowie der Einfluss von Online-Lebensmittelhandel auf stationäre Formate sollten in die **Standortbewertung** einfließen. Ein paneuropäisches Portfolio erfordert daher ein dezentrales, aber gut koordiniertes **Asset Management**. Lokale Marktkennntnis ist unerlässlich, gerade bei Mietverhandlungen oder Property Management. Gleichzeitig muss eine einheitliche Fondsstrategie gewahrt bleiben – z. B. in Bezug auf ESG-Kriterien, Mietvertragslaufzeiten oder Risikoprofile. Hier bewährt sich ein hybrides Modell: zentral gesteuerte Portfolioplanung und Risikosteuerung, kombiniert mit lokal verankerten Teams oder Partnern, die operativ agieren. Ergänzend gewinnt auch die digitale Integration von Asset-Management-Systemen an Bedeutung, um Transparenz und Vergleichbarkeit zwischen Standorten sicherzustellen.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die **heterogene Regulierungslandschaft Europas**. Unterschiede bei Mietrecht, Steuern, ESG-Anforderungen und Investitionsvorschriften erfordern eine flexible Ausgestaltung der Fondskonstruktion. Auch die Due-Diligence-Prozesse sind länderspezifisch anzupassen. Themen wie Grundbuchsysteme, Umweltauflagen oder gewerberechtliche Nutzungsvorgaben erfordern fundiertes Know-how und häufig externe Beratung.

Während viele Zielmärkte im Euroraum liegen, können bei einer breiteren Aufstellung – z. B. mit Assets in Polen, Schweden oder Tschechien – Währungsrisiken entstehen. Auch Zins- und Inflationsentwicklungen verlaufen nicht synchron. Ein differenziertes Risikomanagement ist unabdingbar. Ebenso entscheidend ist der Aufbau eines diversifizierten Mieterpools mit bonitätsstarken Ankermietern aus dem Lebensmitteleinzelhandel, die über stabile, langfristige Mietverträge gebunden werden.

Zusammenfassend bietet der Aufbau eines paneuropäischen Immobilienfonds mit lebensmittelgeankerten Assets großes Potenzial sowohl hinsichtlich Stabilität als auch Rendite. Ein Erfolg setzt eine effektive Abstimmung zwischen operativen Abläufen und strategischer Ausrichtung voraus. Es bedarf eines tiefen Marktverständnisses, einer präzisen Strukturierung und eines geschickten Managements sowie Kenntnis kultureller wie regulatorischer Unterschiede. Marktveränderungen sind laufend zu antizipieren und die Fondstrategie dahingehend anzupassen. Dieser strukturierte, marktsensible und interdisziplinäre Managementansatz ist der Schlüssel, um aus einer Vielzahl nationaler Märkte ein performantes, widerstandsfähiges Gesamtportfolio zu formen.



**Ein Bericht von
Sebastian Kerschbaum**
Fondsmanager,
GRR GARBE Retail Real
Estate GmbH

Der 5. GRR Retail Report hat die facettenreiche Welt des Lebensmitteleinzelhandels und seiner Immobilienlandschaft in Europa umfassend beleuchtet. Er zeigt, dass Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien trotz der aktuellen Herausforderungen und Volatilitäten eine äußerst resistente und stabile Investitionsmöglichkeit darstellen. Die Analyse der Marktentwicklung in Deutschland, die vergleichende Betrachtung europäischer Länder sowie die Untersuchung regulatorischer, sozialer und ökonomischer Einflüsse verdeutlichen, warum der europäische Lebensmitteleinzelhandel als strategischer Kern für nachhaltige Investitionen gilt.

Besonders hervorzuheben ist die **Vielfalt innerhalb Europas**. Während Deutschland durch Stabilität und Effizienz besticht, bieten Länder wie Italien, Spanien oder Österreich jeweils eigene Chancen und Risiken, die es sorgfältig abzuwägen gilt. Die regulatorischen Rahmenbedingungen, die sozialen Strukturen sowie die Arbeitsmarktsituation sind entscheidende Faktoren, die die Investitionsstrategie maßgeblich beeinflussen. Die Herausforderungen im rechtlichen Bereich, insbesondere beim Markteintritt und bei der Immobilienentwicklung, sind nicht zu unterschätzen, bieten aber gleichzeitig Raum für innovative Ansätze und nachhaltige Wachstumsstrategien.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der **Bedeutung von ESG-Kriterien** und der nachhaltigen Bewertung von Immobilien. Die Integration von Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekten ist längst zu einem unverzichtbaren Bestandteil professioneller Asset-Management-Strategien geworden. Instrumente wie GRESB helfen Investoren, den ESG-Status ihrer Portfolios transparent zu messen und kontinuierlich zu verbessern. Gleichzeitig zeigen die Potenziale im Bereich Photovoltaik und erneuerbare Energie, wie Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Rendite Hand in Hand gehen können.

Der europäische Arbeitsmarkt und die unterschiedlichen Verbrauchergewohnheiten beeinflussen die Struktur und das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel maßgeblich. Gleichzeitig eröffnen die zunehmende Digitalisierung und die veränderten Konsumgewohnheiten Chancen für neue Geschäftsmodelle und Verkaufsformate.

Für **Investoren und Fonds** ist die paneuropäische Perspektive zunehmend relevant. Die Diversifikation über verschiedene Märkte hinweg, verbunden mit einem tiefen Verständnis der lokalen Besonderheiten, schafft stabile und risikooptimierte Portfolios. Die Finanzierung, das Management sowie rechtliche Rahmenbedingungen erfordern eine professionelle Herangehensweise, um die Chancen optimal zu nutzen und Risiken zu minimieren.

Der Lebensmitteleinzelhandel in Europa ist ein zukunftssträchtiger Sektor, der durch Resilienz, Innovation und nachhaltiges Management geprägt ist. Für Investoren, Asset-Manager und Marktteilnehmer bietet er die Möglichkeit, strategische Positionen aufzubauen, die gleichermaßen wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlicher Verantwortung vereinen. Mit einer klaren Vision, fundiertem Wissen und einer systematischen Herangehensweise können die Chancen des europäischen Lebensmittelimmobilienmarktes optimal genutzt werden – für eine nachhaltige, stabile und zukunftsichere Investitionslandschaft.

An dieser Stelle möchten wir unseren Autoren unseren **aufrichtigen Dank** aussprechen. Mit ihren Beiträgen haben sie uns einen wertvollen Einblick in den aktuellen Stand der Entwicklungen gegeben und ihre fundierte Einschätzung zu zukünftigen Trends geteilt. Durch die vielfältige Expertise und den reichen Erfahrungsschatz, den sie mit uns teilen, können wir die Märkte in Europa besser verstehen und somit Chancen nutzen. Damit haben sie unseren GRR Basic Retail Report zu einer spannend aufbereiteten Lektüre gemacht – sowohl für Branchenfremde als auch für Fachleute.

Sollten Sie Anregungen oder Fragen haben, freuen wir uns selbstverständlich über Ihre Kontaktaufnahme.

IHRE GRR ANSPRECHPARTNER FÜR FRAGEN UND FEEDBACK ZUM REPORT:



Dr. Astrid Keller,
Senior ESG- und
Research Managerin
A.Keller@grr-garbe.com



Thomas Thein,
Leiter Fonds- &
Portfoliomanagement
T.Thein@grr-garbe.com



GRR GARBE | UNTERNEHMENSPROFIL

2006 ————— 2025

Die **GRR GARBE Retail Real Estate GmbH (GRR)** ist ein spezialisierter Investment- und Asset-Manager mit klarem Fokus auf das Segment der Nahversorgungsimmobilien. Seit der Gründung im Jahr 2006 hat das Unternehmen zunächst einen Eigenbestand an Einzelhandelsimmobilien aufgebaut und ab 2009 kamen Asset Management und Verwaltung von Portfolios für institutionelle Investoren hinzu.

Im Jahr 2012 wurde durch die Auflage des **GRR German Retail Fund No. 1** der erste Spezial-AIF für institutionelle Anleger in Kooperation mit einer Service-Kapitalverwaltungsgesellschaft das Geschäftsfeld weiter ausgebaut. Auf diesen Fonds folgten vier weitere Vehikel, sodass sich bis heute eine sehr erfolgreiche Fondsreihe etabliert hat. Darüber hinaus entwickelt GRR seit vielen Jahren maßgeschneiderte Individualmandate für institutionelle Anleger, die durch das Team der GRR konzipiert und aktiv gemanagt werden.

Seit dem **1. Januar 2024** wird die Erfolgsgeschichte von GRR gemeinsam mit dem neuen Gesellschafter **GARBE** weiter fortgeschrieben. Die Integration in die GARBE-Plattform ist erfolgreich abgeschlossen und durch die Expansion ins europäische Ausland, die Entwicklung neuer Strategien sowie das personelle Wachstum an weiteren GARBE-Standorten außerhalb von Nürnberg belegt.

Im Jahr 2004 konnten neben dem Einstieg von GARBE weitere strategische Meilensteine erreicht

werden: Gemeinsam mit einem internationalen Kapitalpartner erwarb GRR das erste europäische Portfolio in Italien. Zudem konnte GRR gemeinsam mit einem renommierten Private-Equity-Investor nahezu vollständig die Anteile an einem auf Nahversorgungs- und Fachmarktimmobilienspezialisierten Spezialfonds übernehmen.

Aktuell umfasst das von GRR verwaltete Immobilienvermögen rund **550 Objekte mit einem Gesamtwert von ca. 2,7 Milliarden Euro**. Im Rahmen des ganzheitlichen **360°-Ansatzes** und der gelebten **„Boots on the ground“-Philosophie** erbringt GRR sämtliche Leistungen entlang der Immobilienwertschöpfungskette durch eigene Spezialisten.

Parallel zum kontinuierlichen Ausbau des Portfolios ist auch die Organisation in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Heute beschäftigt GRR rund **95 spezialisierte Mitarbeitende**, die das Management von über **2000** Mietverträgen verantworten und das weitere Wachstum aktiv vorantreiben.

GRR wird künftig, zusätzlich zum deutschen Markt, verstärkt die **Europäisierung des Immobilien- und Fondsangebotes** vorantreiben und kann dabei auf die umfassende Präsenz und Infrastruktur von GARBE in ganz Europa zurückgreifen.

Die **Deal-Pipeline** ist mit attraktiven Projekten gefüllt und bildet eine solide Basis für die Fortsetzung des erfolgreichen Wachstumskurses von GRR.

JLL

Seit mehr als 200 Jahren

UNTERNEHMENS- PROFIL

Seit mehr als 200 Jahren unterstützt JLL, ein weltweit führendes **Gewerbeimmobilien- und Investmentmanagementunternehmen**, seine Kunden beim Kauf, Bau, bei der Nutzung, Verwaltung und Investition in eine Vielzahl von Gewerbe-, Industrie-, Hotel-, Wohn- und Einzelhandelsimmobilien.

Als **Fortune-500®-Unternehmen** mit einem Jahresumsatz von 23,4 Milliarden US-Dollar und Niederlassungen in mehr als 80 Ländern weltweit bietet JLL seinen rund **112.000** Mitarbeitern die Leistungsfähigkeit einer globalen Plattform in Kombination mit lokaler Expertise. Angetrieben von dem Ziel, die Zukunft von Immobilien für eine bessere Welt zu gestalten, unterstützt JLL seine Kunden, Mitarbeiter und die Gesellschaft – getreu dem Leitspruch „**See a brighter way**“.

In **Deutschland** berät die Businessline Capital Markets Investoren und Bestandshalter bei Einzel- und Portfoliotransaktionen in den Assetklassen Handel, Büro, Wohnen, Industrie & Logistik sowie Hotel. Mit Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München und Stuttgart sowie Repräsentanzen in Mannheim und Nürnberg ist JLL in allen Regionen Deutschlands präsent.

Durch seine zahlreichen Analysen und Marktberichte trägt JLL zur **steigenden Markttransparenz** in Deutschland bei und fördert damit die Professionalisierung und Attraktivität der deutschen Immobilienwirtschaft. Alle Berichte und weitere Informationen sind auf der Website www.jll.de verfügbar.

GASTBEITRÄGE

Struktur und Entwicklung im Einzelhandel in Deutschland

Lena Knopf, EHI Retail Institute, www.ehi.org

Der Lebensmitteleinzelhandel in ausgewählten europäischen Ländern – die Beispiele Italien und Finnland

Lena Knopf, EHI Retail Institute, www.ehi.org

Von Regulatorik zu Rendite – Der Weg zur wertgetriebenen ESG-Performance im Retail-Sektor

Jenny Stephan, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, www.kpmg.com/de

ESG im europäischen Kontext: Datenherausforderungen und Photovoltaikpotenzial im Lebensmitteleinzelhandel

Dr. Jens Hirsch, Building Minds, www.buildingminds.com/de

Rein in den Markt aber mit Plan. Rechtliche Herausforderungen beim Markteintritt in den europäischen Lebensmitteleinzelhandel

Dominic Baumüller, LL.M.Eur. – Beisse & Rath Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB, www.beisse-rath.de

Chancen und Risiken des europäischen Gewerbeimmobilienmarkts

Prof. Dr. Thomas Beyerle, HBC Hochschule Biberach, www.hochschule-biberach.de

Kaufland: europäische Expansion und innovative Filialkonzepte

Michael Hiese, Gesellschaft: Kaufland Marketplace GmbH, www.kaufland.de

Aldi Nord und Aldi Süd Baubeschreibung: Kosteneffizienz eines einheitlichen europäischen Baustandards im LEH

Torsten Janke, ALDI Nord Deutschland, www.aldi-nord.de

ESG und Bewertung Auswirkungen auf Gewerbeimmobilien in Europa

Susanne Eickermann-Riepe, Vorsitzende des RICS World Regional Board Europa, , www.rics.org

GRESB als Vergleichsinstrument zur Bewertung des ESG-Status-Quos im paneuropäischen Kontext

Alexander Roznowski, GRESB, www.gresb.com

Internationale Immobilieninvestments erfordern umfassende Erfahrung

Camille Dufieux, IntReal International Real Estate Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH, www.intreal.com

Der niederländische Lebensmitteleinzelhandel: Stabilität trifft Komplexität

Maurits Smit und Dino Slijpen, GARBE Industrial Real Estate Netherlands B.V., www.garbe-industrial.de/netherlands/

Lebensmitteleinzelhandel in Österreich: ein Markt mit eigenen Spielregeln.

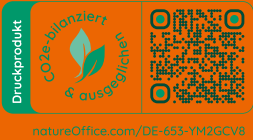
Matthias Strobl, GARBE Industrial Real Estate Austria GmbH, www.garbe-industrial.de

Besonderheiten bei der Finanzierung von Lebensmittel-einzelhandelsimmobilien im internationalen Kontext

Tobias Matheis, Berlin Hyp, www.berlinhyp.de

Der geopolitische Kompass – Nahversorgung als Fixstern im europäischen Immobilienportfolio

Maximilian Radert, KINGSTONE Investment Management GmbH www.kingstone-re.com



Impressum

GRR Basic Retail Report © 2025

Herausgeber:
GRR GARBE Retail Real Estate GmbH
Marienbergstraße 98
90411 Nürnberg
0911 955 126-0
www.grr-garbe.com

Kooperationspartner:
Jones Lang LaSalle SE
Bockenheimer Landstraße 55
60325 Frankfurt
0 69 2003 0
www.jll.com/de

Konzept und Redaktion:
GRR GARBE Retail Real Estate GmbH
Dr. Astrid Keller
Thomas Thein

Gestaltung, Grafik, Satz, Lektorat:
CMF Advertising GmbH
Langwiesenweg 29-33
61440 Oberursel
06171 8878 0
frankfurt@cmf.de

Druck:
Braun & Sohn Druckerei GmbH und Co. KG
Am Kreuzstein 85
63477 Maintal
06109 769 000

