

DIE IMMOBILIE

DAS MAGAZIN FÜR KUNDEN UND PARTNER DER HAHN GRUPPE

BELEBUNG IM
HANDELSIMMOBILIEN-
INVESTMENTMARKT

Seite 6

MULTZENTRUM

REWE
CENTER



WIRTSCHAFT & MARKT
Safe Haven Deutschland
und Europa
Seite 4

DER EINBLICK
Ergebnisse des deutschen
Stiftungsbarometers
Seite 10

FONDS
Hahn Pluswertfonds 183
Fachmarktzentrum Diez
Seite 16

INHALT

01	EDITORIAL Verlässliche Perspektiven für Ihr Kapital	Seite 3
02	WIRTSCHAFT & MARKT Safe Haven Deutschland und Europa	Seite 4
03	HAHN GRUPPE Belebung im Handelsimmobilien-Investmentmarkt	Seite 6
04	DER EINBLICK Ergebnisse des deutschen Stiftungsbarometers	Seite 10
05	HAHN NACHRICHTEN Aktuelle Meldungen	Seite 12
06	RECHTLICHER RAHMEN Neues vom Gesetzgeber	Seite 13
07	PORTRÄT Interview mit Fredy Fricke, Vorstand Heinrichs-Rammelkamp-Stiftung	Seite 14
08	FONDS Hahn Pluswertfonds 183 Fachmarktzentrum Diez	Seite 16
09	RESEARCH FOKUS E-Food-Markt bleibt in Bewegung	Seite 18
10	WUSSTEN SIE SCHON? Kundenbindung via App nimmt stetig zu	Seite 19

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen und personenbezogene Hauptwörter gelten gleichermaßen für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keinerlei Wertung.

VERLÄSSLICHE PERSPEKTIVEN FÜR IHR KAPITAL



Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen die aktuelle Ausgabe unseres Kundenmagazins Die Immobilie präsentieren zu dürfen. Trotz einer weiterhin herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Lage in Deutschland lassen sich am Investmenthorizont positive Signale erkennen. Unsere Titelstory zeigt: Der deutsche Einzelhandel ist so expansionsfreudig wie seit vielen Jahren nicht mehr. Und auch die Einschätzungen institutioneller Investoren bestätigen: Versorgungsorientierte Handelsimmobilien beweisen selbst in konjunkturrell schwierigen Zeiten ihre besondere Stabilität und Resilienz. Mehr dazu lesen Sie ab Seite 6.

Doch nicht nur nationale Trends bieten Chancen. Auch international ist die Nachfrage nach soliden Investitionsstandorten ungebrochen. Gerade in Zeiten geopolitischer Spannungen und wachsender Unsicherheiten – etwa über die politische Entwicklung in den USA – rücken Europa und insbesondere Deutschland in den Fokus. Politische Stabilität und ein verlässlicher regulatorischer Rahmen sorgen für Vertrauen. Warum internationale Investoren vermehrt nach Deutschland blicken, erfahren Sie ab Seite 4 in unserem Beitrag zum Investitionsstandort Europa.

Ein weiteres Schwerpunktthema dieser Ausgabe ist das Engagement von Stiftungen. Ab Seite 10 stellen wir Ihnen die Ergebnisse unseres aktuellen Stiftungsbarometers vor: Wie investieren Stiftungen, die besonderen Wert auf Substanz, Sicherheit und langfristige Werte legen? So viel sei vorab verraten: Immobilien sind ein unverzichtbarer Bestandteil ihrer Anlagestrategie. Im Porträt auf Seite 14 lernen Sie außerdem Fredy Fricke kennen, Vorstand der Heinrichs-Rammelkamp-Stiftung, die sich mit großem Einsatz für Kinder und Jugendliche in der Grafschaft Bentheim engagiert.

Nicht zuletzt berichten wir über unser aktuelles Beteiligungsangebot: Der Hahn Pluswertfonds 183 investiert in einen etablierten Nahversorgungsstandort mit REWE als Generalmieter. Langfristige Verträge, ein ausgewogener Mietermix und stabile Erträge machen den Fonds zu einer attraktiven Option für private Anlegerinnen und Anleger. Alle Details dazu ab Seite 16.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und eine schöne Vorweihnachtszeit!

Ihr Thomas Kuhlmann
Vorstandsvorsitzender



WIRTSCHAFT & MARKT

SAFE HAVEN DEUTSCHLAND UND EUROPA

Die geopolitische Lage hat sich zumindest in Teilen beruhigt: Nach mehr als zwei Jahren Krieg zwischen der Hamas und Israel haben die Vermittlerstaaten, darunter die USA, Ägypten, Katar und die Türkei, die Vereinbarung zum Gazastreifen am 13. Oktober besiegt und somit den Krieg offiziell beendet. Es bleibt zu hoffen, dass alles auf einen nachhaltigen Frieden hinausläuft.

Russland führt hingegen seinen Angriffs-krieg gegen die Ukraine uneingeschränkt fort. Nach eigenen Angaben sei Russland zwar offen für Friedensgespräche, hat jedoch Ähnliches schon häufiger be-hauptet und die Angriffe auf die Ukraine nie unterbrochen oder gar beendet. Die

geopolitischen und wirtschaftlichen Folgen des Krieges nehmen weiterhin Einfluss auf Europa und die konjunkturelle Entwicklung.

ERHOLUNG IN DEUTSCHLAND ERST AB 2026

Zu Jahresanfang war die deutsche Wirtschaft um 0,3 Prozent gewachsen und im darauffolgenden Frühjahr im gleichen Umfang wiederum geschrumpft. Auch die jüngsten Daten für das abgeschlossene dritte Quartal signalisieren eine Stag-nation der Wirtschaftsleistung. Der Kon-junkturexperte der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) Jupp Zenzen erklärte: „Die hohen Energie- und

Arbeitskosten sowie die Steuer- und Bürokratiebelastung sind eine Hypothek für den Industriestandort Deutschland.“ Für das laufende Jahr erwartet die Bun-desregierung einen Anstieg der Wirt-schaftsleistung um 0,2 Prozent und für das kommende Jahr um 1,3 Prozent.

Für das Jahr 2027 rechnet man mit einem Wachstum von 1,4 Prozent. Wirtschafts-ministerin Katharina Reiche begründet die Wachstumsprognosen unter and-rem durch die bevorstehenden Investi-tionen des Bundes aus dem Sonderver-mögen. Auf eine gesamtwirtschaftliche Erholung muss demnach wohl bis zum kommenden Jahr gewartet werden.

1,4 %
Wachstumserwartung
für 2027

VERBRAUCHERSTIMMUNG VERBESSERT SICH LEICHT

Nach einer zuletzt deutlich einge-trübten Verbraucherstimmung sind die Konsumenten im Oktober etwas optimistischer. Das geht aus dem aktuellen Konsumbarometer des Handelsverban-des Deutschland (HDE) hervor. So stieg der Index im Vormonatsvergleich leicht um 0,55 Punkte auf 96,52 Punkte an. Die Konsumenten blicken somit etwas positiver auf das letzte Quartal, jedoch bedeutet dies noch keinen maßgebenden Stimmungsschub, denn die Spar-neigung verharrt nahezu unverändert auf dem bestehenden hohen Niveau. Eine grundlegend spürbare Erholung des privaten Konsums wird den Progno-sen nach fruestens im kommenden Jahr erwartet. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (Destatis) ist die Inflationsrate im September zum zweiten Mal in Folge auf nun 2,4 Prozent angestiegen und weist damit den Höchststand seit Dezember 2024 auf. Das mindert die Aussichten auf weitere Zinssenkungen.

KAPITALFLÜSSE NACH EUROPA NEHMEN ZU

In den letzten Monaten zeigten unab-hängige Marktberichte auf: Teile des globalen Kapitals reduzieren ihre US-Exposures und verlagern Mittel nach Europa – mit spürbaren Konsequenzen für Aktien-, Hedgefonds- und Private-Capital-Flows. Die Gründe sind vielfältig (relative Bewertungen, geopolitische Risiken, Sektorchancen) und lassen sich inzwischen durch konkrete Daten und Umfrageergebnisse belegen.

Daten zu Fondsströmen dokumentieren eine spürbare Bewegung. So berichtetet die Nachrichtenagentur Reuters im August, dass ex-US-Aktienfonds im Juli 2025 die höchsten Nettozuflüsse seit mehr als viereinhalb Jahren hatten. Dies ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass Anleger Mittel aus den USA umschichten. Die Zahlen deuten nicht nur auf kurzfris-tige Umschichtungen hin, sondern auf eine stärkere Risikoneubewertung: Hohe Bewertungen in den USA kombiniert mit

INVESTMENTSTANDORT USA VERLIERT AN ATTRAKTIVITÄT

Die US-Administration unter Donald Trump hat mit ihrer Außen- und Handels-politik die Weltwirtschaft und die

Kapitalmärkte verunsichert. Nach der Verkündung der weltweiten Zölle im April hat sich die Situation zuletzt wieder ein wenig beruhigt. Viele der angekündigten Maßnahmen wurden abgeschwächt oder ausgesetzt. Und die scharfe Rhetorik des Präsidenten wird nun zunehmend differenziert von der tatsächlichen Politik abstrahiert. Dennoch haben die USA auch durch ihre innenpolitischen Verwerfungen und eine zunehmend gespaltene Gesell-schaft als Investitionsstandort merklich an Stellenwert eingebüßt.

Diese neue Einschätzung des Marktum-felds hat auch Auswirkung auf die Allokationsstrategien der global tätigen Investoren. Sie führt zu einer Verschie-bung von Kapitalströmen und eröffnet neue Chancen für die europäischen Kapital- bzw. Immobilienmärkte. Die jüngste Abschwächung des US-Dollars gegenüber dem Euro sowie die Kurs-rückgänge der US-Staatsanleihen sind Anzeichen dafür, dass der Investment-standort Europa für Investoren an Attraktivität gewinnt.

2,4 %

Inflationsrate im
Herbst 2025

makropolitischen Unsicherheiten motivie-ren manche Investoren, Regionalalloka-tionen zu überdenken.

Umfragen unter professionellen Investoren zeigen eine gestiegene Bereitschaft, in Europa zuzulegen. Die CBRE-Studie European Investor Intentions Survey 2025 meldet, dass ein hoher Anteil der befragten Kapitalgeber Kauf- oder Allokationsab-sichten für Europa signalisiert. Daraus lässt sich ableiten, dass die beobachteten Fonds-Flows von einer tiefer liegenden Al-lokationsentscheidung untermauert werden.

Für Immobilien- und Infrastrukturmärkte ist das relevant: Wenn institutionelle Investoren ihre Strategien anpassen, erhöht sich die Nachfrage nach europäi-schen Assets und Deutschland profitiert als größter Kernmarkt innerhalb der Eurozone besonders stark.

DEUTSCHLAND LOCKT MIT INFRASTRUKTURPAKET

Deutschland bietet potenziellen Anlegern weitere Investitionsanreize: ein großer, liquider Kernmarkt, robuste Mietmärkte und klare regulatorische Rahmenbedin-gungen im europäischen Vergleich. Wenn Fondsmanager Regionen mit stabilen Cashflows und diversifizierbaren Risiken suchen, rückt Deutschland oft in den Fokus, insbesondere für Investoren, die US-Marktrisiken vermeiden oder ihr Geografierisiko streuen wollen.

So äußert sich Kunal Shah, ein Spitzen-manager der US-Investmentbank Goldman Sachs, im Interview mit dem Handelsblatt am 28. Oktober 2025 sehr zuversichtlich für den Investment-standort Deutschland: „Der Ton, den Bundeskanzler Friedrich Merz gesetzt hat, kommt bei Investoren gut an. Die geplanten staatlichen Ausgaben für Rüstung und Infrastruktur können ein Katalysator sein, um mehr Investoren für Europa zu gewinnen.“ Zugleich werden konkrete Schritte der Bundes-regierung eingefordert: „Die Investoren müssen wissen, wie privates Kapital konkret eingebunden wird. An diesem Punkt sind wir noch nicht.“

MARKT IM FOKUS

BELEBUNG IM HANDELSIMMOBILIEN-INVESTMENTMARKT

Mit dem kürzlich veröffentlichten HAHN Retail Real Estate Report 2025/2026 wirft die Hahn Gruppe erneut einen umfassenden Blick auf die Immobilien-Investmentmärkte und analysiert die aktuelle Entwicklung im deutschen Einzelhandel. Der Report entstand in Zusammenarbeit mit CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute.

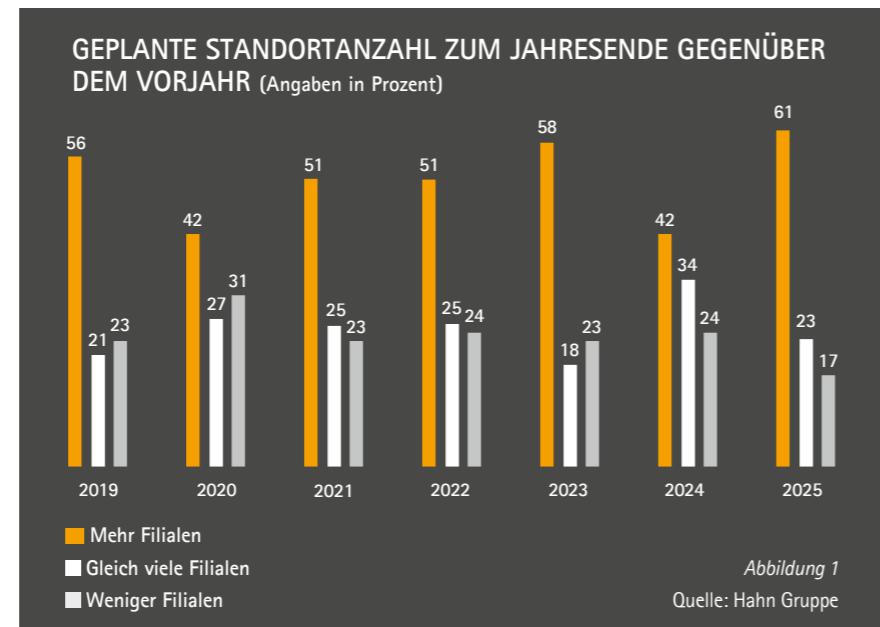
Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf den durch die Hahn Gruppe initiierten Expertenbefragungen. Hierbei wurden Expansionsverantwortliche des Einzelhandels sowie Entscheidungsträger institutioneller Immobilieninvestoren und Finanzinstitute befragt. Ergänzend wurden in Kooperation mit dem EHI Retail Institute führende Einzelhandelsunternehmen in Deutschland interviewt. Zu den teilnehmenden Investoren zählen unter anderem Asset Manager, Versicherungen, Immobilien-AGs, Pensionskassen und Stiftungen.

EINZELHANDEL ZEIGT HOHE EXPANSIONSBEREITSCHAFT

Trotz eines weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds zeigt sich der deutsche Einzelhandel in Expansionslaupe: Die Mehrheit der Handelsunternehmen plant, ihr Filialnetz auszuweiten.

61 Prozent der befragten Vertriebslinien wollen ihre Filialanzahl bis Ende 2025 erhöhen – der höchste Wert seit sieben Jahren (Vorjahr: 42 Prozent). Gleichzeitig sank der Anteil jener, die Filialen abbauen möchten, auf ein Rekordtief von 17 Prozent (Vorjahr: 24 Prozent). Rund 23 Prozent planen keine signifikanten Veränderungen (Vorjahr: 34 Prozent); siehe Abbildung 1.

Besonders expansiv zeigen sich die Segmente Lebensmittel (61 Prozent), Gesundheit & Beauty (67 Prozent), Allgemeiner Bedarf (88 Prozent), Hobby & Freizeit (100 Prozent) sowie Gastronomie (100 Prozent).



Gegenläufig ist der Trend im Textilhandel: Hier planen 44 Prozent der Befragten, ihr Filialnetz zu verkleinern.

Im langfristigen Ausblick zeigt sich eine noch deutlichere Investitionsbereitschaft: 83 Prozent der Einzelhändler wollen ihr stationäres Filialnetz in den kommenden fünf Jahren weiter ausbauen. Weitere Investitionsschwerpunkte liegen in den Bereichen Ladenbau & Store-Design (45 Prozent), Kundenbindungsprogramme (49 Prozent), Digitalisierung am POS (34 Prozent) sowie zusätzliche Services in der Filiale (32 Prozent); siehe Abbildung 2.

UMSATZBOOM IM LEBENSMITTEL- UND DROGERIWARENHANDEL HÄLT AN

bulwiengesa analysierte im aktuellen Report insbesondere die Entwicklung im Lebensmittel- und Drogeriwarenhandel.

Marktentwicklung: Der Lebensmitteleinzelhandel erzielte 2024 einen nominalen Umsatzzuwachs von 3,0 Prozent, real lag das Wachstum bei 0,9 Prozent. Die Gesamtausgaben für Lebensmittel und Drogeriewaren beliefen sich auf knapp 300 Mrd. Euro. Der Onlineanteil bei Lebensmitteln stieg leicht auf 2,5 Prozent, bei Drogeriewaren auf 3,6 Prozent – weiterhin unter dem Niveau anderer EU-Länder (NL: 6–7 %, FR: 7–8 %, UK: 8–10 %).

Betriebstypenentwicklung: Drogeriemärkte steigerten ihren Marktanteil auf 10,6 Prozent. Discounter verloren erstmals seit längerer Zeit leicht (42,0 % nach 42,4 % in 2023), während Verbrauchermärkte auf 24,6 Prozent zulegten. Supermärkte sanken auf 14,3 Prozent, SB-Warenhäuser verzeichneten ebenfalls einen Rückgang und lagen bei 8,4 Prozent.

Standortentwicklung: Die Gesamtzahl der Märkte ging leicht zurück – um 18 Objekte

auf 41.493 Standorte. Bei den Formaten zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede: Supermärkte (-101) und SB-Warenhäuser (-40) verloren, wenn auch weniger stark als 2023. Drogeriemärkte hingegen steigerten ihre Präsenz um 65 neue Standorte auf insgesamt 5.258 – eine Verdopplung des Wachstums gegenüber dem Vorjahr (+33 in 2023).

Unternehmensentwicklung: EDEKA behauptete mit 78,3 Mrd. Euro Umsatz (+2,6 Prozent) die Spitzenposition, gefolgt von der Schwarz Gruppe (+2,3 Prozent) und REWE, die mit +4,5 Prozent das stärkste Wachstum unter den Top-3-Unternehmen erzielte. ALDI NORD modernisierte sein Filialnetz mit 12 neuen Standorten und erzielte ein Umsatzplus von 4,0 Prozent. ALDI SÜD wuchs um 13 Filialen und erreichte +3,6 Prozent Umsatzwachstum.

- 30 Prozent der Befragten wollen ihren Handelsimmobilienbestand moderat erweitern (Vorjahr: 20 Prozent)
- 9 Prozent planen starke Zukäufe (Vorjahr: 7 Prozent)
- 43 Prozent möchten ihre Portfolios unverändert lassen (Vorjahr: 53 Prozent)
- Nur 17 Prozent beabsichtigen selektive Verkäufe – niemand plant großvolumige Desinvestments

INVESTOREN PLANEN MEHR ZUKÄUFE – FOKUS AUF NAHVERSORGUNG

Der Investmentmarkt für Handelsimmobilien sendet positive Signale: Immer mehr Investoren planen, ihren Bestand gezielt auszubauen.

Die Investoren kehren mit Bedacht, aber mit klarer Strategie in den Markt

OBJEKTYP-RANKING DER INVESTOREN

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

1. Fachmarktzentren (100)
2. Supermärkte/LM-Discounter (78)
3. Mixed-Use-Immobilien (22)
4. Shopping-Center/Sonstige (11)

OBJEKTYP-RANKING DER BANKEN UND FINANZINSTITUTE

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

1. Fachmarktzentren (100)
2. SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte (33)
3. Mixed-Use-Immobilien (33)
4. Geschäftshäuser 1A-Lage (33)

Abbildung 3

Quelle: Hahn Gruppe

zurück. Im Fokus stehen Core- und Core-Plus-Objekte – insbesondere Nahversorgungssimmobilien. Ganz oben im Ranking der gefragtesten Assetklassen stehen lebensmittelgekarte Fachmarktzentren, Supermärkte, Discounter, Verbrauchermärkte sowie SB-Warenhäuser. Diese Formate überzeugen durch ein stabiles Rendite-Risiko-Profil. Erst mit deutlichem Abstand folgen Mixed-Use-Objekte, Shopping-Center und High-Street-Immobilien (siehe Abbildung 3).

INVESTITIONSSCHWERPUNKTE DER HÄNDLER IN DEN NÄCHSTEN 5 JAHREN (Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich)

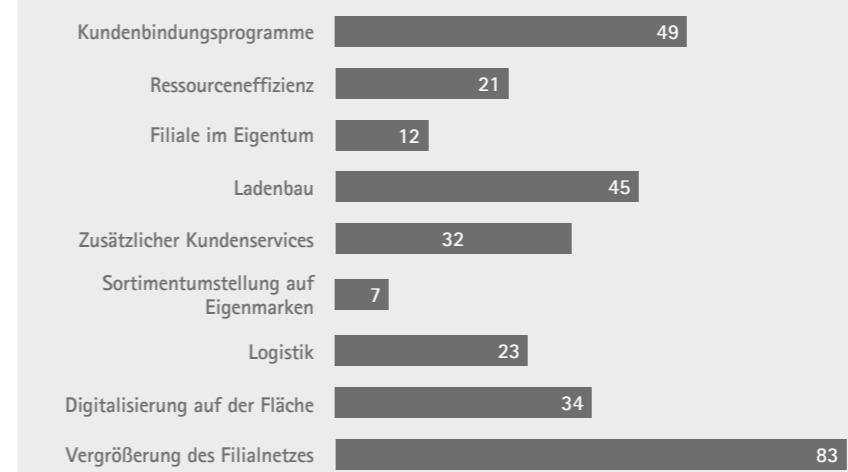
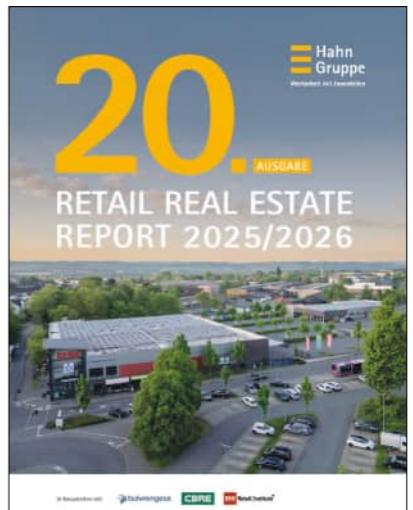


Abbildung 2
Quelle: Hahn Gruppe



Hier finden Sie den Link zum neuen HAHN Retail Real Estate Report 2025/2026.

HAHN GERMAN RETAIL PROPERTY DAY: EXPERTEN DISKUTIEREN

Beim HAHN German Retail Property Day standen der intensive Austausch über das Kapitalmarktumfeld und die Perspektiven für Handelsimmobilien im Mittelpunkt. Die Konferenz brachte Vertreterinnen und Vertreter der Immobilienwirtschaft, institutionelle Investoren, Einzelhändler, Finanzierungspartner und Branchenexperten zusammen.

MAKROÖKONOMISCHE IMPULSE DURCH DAS SONDERVERMÖGEN

Den Auftakt machte Dr. Jörg Krämer, Chefvolkswirt der Commerzbank, mit einer fundierten Analyse der aktuellen volkswirtschaftlichen Lage. Sein Resümee: Die Konjunktur stagniert zwar, doch das Sondervermögen Infrastruktur sowie stabile Einzelhandelsumsätze setzen positive Impulse. Diese könnten laut Krämer bereits im kommenden Jahr das Wachstum merklich ankurbeln. Für 2026 hält er ein BIP-Wachstum von 1,4 Prozent für realistisch, mit möglichen positiven Spillover-Effekten bis ins Jahr 2027.



und der Drogeriemarkt – Formate, die sich auch in wirtschaftlich angespannten Zeiten behaupten und im Vergleich zu anderen Handelssegmenten kaum durch den Online-Handel substituiert werden.

Auch der Einzelhandel, der in den vergangenen zwölf Monaten bereits Anzeichen einer Belebung gezeigt hat, dürfte hiervon profitieren. Gleichwohl warnt Krämer vor überzogenen Erwartungen: Der Wachstumsschub durch das Fiskalpaket sei nicht nachhaltig, da tiefgreifende Reformen – etwa in Arbeitsmarkt oder Steuerpolitik – angesichts der politischen Konstellation kaum zu erwarten seien.

Erfreulich aus Investorenansicht: Das Zinsniveau dürfte nach Einschätzung Krämers auf absehbare Zeit stabil bleiben – eine wichtige Grundlage für Planbarkeit und Investitionsentscheidungen im Immobiliensektor.

LEBENSMITTEL- UND DROGERIE-MÄRKTE ALS STABILITÄTSANKER

Dr. Joseph Frechen, Bereichsleiter Einzelhandel und Niederlassungsleiter von bulwiengesa Hamburg, präsentierte aktuelle Entwicklungen im deutschen Einzelhandel. Besonders betonte er die Resilienz des Lebensmitteleinzelhandels

NEUER INVESTMENTZYKLUS EINGELÄUTET

Dr. Jan Linsin, Head of Research Germany bei CBRE, sprach über den sich abzeichnenden neuen Marktzyklus. Handelsimmobilien rücken dabei zunehmend in den Fokus. Dies betrifft insbesondere risikoarme Objekte mit bonitätsstarken Mietern.

Der Markt, so Linsin, befindet sich im Wandel: Der langjährige zinsgetriebene Zyklus wird zunehmend vom Asset Management geprägt. Professionelles Management, eine genaue Kenntnis der Mieterstruktur und operative Excellence gewinnen an Bedeutung. In einem Umfeld mit erhöhter Komplexität und makroökonomischer Unsicherheit sind spezialisierte Partner entscheidend für den langfristigen Erfolg.

EINKAUFEN ALS AKT DER SELBST-VERGEWISSERUNG

Einen ungewöhnlichen und hochinteressanten Blick auf das Thema Einkaufen warf Stephan Grünewald, Gründer des Rheingold Instituts. In seinem Vortrag auf Basis der aktuellen Studie „Zwischen schöner Leben und Überleben“ analysierte er die psychologische Dimension des Einkaufens in unsicheren Zeiten.



Der Gang in den Supermarkt ist für viele Menschen weit mehr als eine Alltagsroutine. Er erfüllt eine emotionale Funktion. Während das Weltgeschehen von Krisen geprägt ist, vermitteln volle Regale ein Gefühl von Sicherheit und

Kontrolle: „Es gibt noch alles. Ich kann noch wählen.“ Besonders Singles und ältere Menschen verbringen mehr Zeit mit Einkäufen – nicht nur zur Versorgung, sondern auch als Form der Teilhabe und sozialen Interaktion.

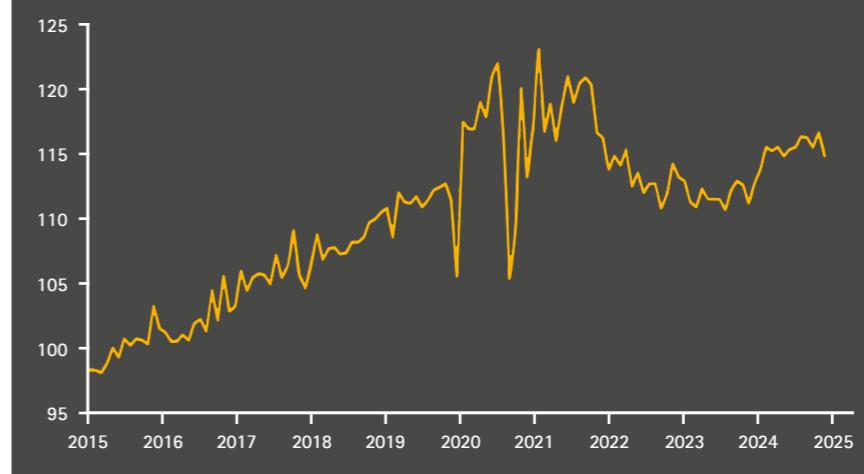
81 Prozent der Befragten empfinden beim Einkaufen ein Gefühl von Freiheit und Selbstwirksamkeit. Zugleich ist das Einkaufsverhalten ambivalent: Einerseits wird preissensibler agiert. Mit verstärktem Rückgriff auf Eigenmarken, Rabattaktionen und Coupons. Andererseits bleibt das Bedürfnis, sich gezielt kleine Luxusmomente zu gönnen: eine besondere Schokolade, ein hochwertiger Kaffee oder ein exklusives Pflegeprodukt. Für 59 Prozent ist der Einkauf ein bewusstes Ritual, um sich selbst etwas Gutes zu tun, mit einer spürbar positiven emotionalen Wirkung.

FAZIT

Der HAHN German Retail Property Day bot zahlreiche Impulse und fundierte Einschätzungen für Immobilieninvestoren. Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind zwar herausfordernd, aber stabil. Versorgungsorientierte Handelsimmobilien zeigen sich weiterhin resilient und bieten, gerade im aktuellen Marktumfeld, attraktive Einstiegsmöglichkeiten. Der Tag stand unter dem Zeichen eines verhaltenen, aber begründeten Optimismus.

EINZELHANDEL: ERHOLUNG DÜRFTE SICH 2025 UND 2026 FORTSETZEN

Einzelhandelsumsatz ohne Autos, preis-, saison-, kalenderbereinigt, Index 2015 = 100



ERGEBNISSE DES DEUTSCHEN STIFTUNGSBAROMETERS

STIFTUNGEN SUCHEN STABILITÄT

Unübersichtliche Weltlage, vorsichtiger Blick nach vorn – so lässt sich die Stimmung in Deutschlands Stiftungslandschaft zusammenfassen. 130 Verantwortliche nahmen Mitte 2025 am Deutschen Stiftungsbarometer teil; eine Umfrage, die das Fachmagazin Die Stiftung in Kooperation mit der Hahn Gruppe durchgeführt hat.

ASSET-ALLOKATION: DIVERSIFIZIEREN – ABER WIE?

Der Trend zu Aktien und ETFs setzt sich fort: 22 Prozent bzw. 20 Prozent der Stiftungen wollen diese Bausteine ausbauen. Bei Immobilien planen dagegen nur 11 Prozent mehr Engagement (Vorjahr: 17 Prozent). „Risikofreie“ Renten werden weiter zurückgefahren. Die Botschaft: Diversifikation ja, aber häufig noch mit Zurückhaltung gegenüber Immobilienaufstockungen.

WELCHE ZIELE VERFOLGEN SIE MIT IMMOBILIENANLAGEN PRIMÄR (in Prozent)



n=119, Mehrfachnennungen möglich

Gleichwohl bleiben Immobilien ein Kernbaustein vieler Portfolios: Für die Mehrheit der Befragten sind Immobilien eine signifikante Portfoliobemischung. Rund 10 Prozent investieren sogar mit einem sehr hohen Anteil in Immobilien, nur ein Drittel hält diese gar nicht.

Wie investiert wird, ist klar: Direktanlagen führen mit 46 Prozent, gefolgt von Spezial- und Publikumsfonds (zusammen 38 Prozent); Club Deals sind eher eine Nische. Für Anbieter professioneller Vehikel bedeutet das: Es gibt Potenzial, Stiftungen vom Fondszugang mit Governance, Reporting und Risikostreuung zu überzeugen.

IMMOBILIEN-NUTZUNGSARTE: WOHNEN VORN – LEH UNTERSCHÄTZT

Bei den Nutzungsarten liegt Wohnen in der Gunst vorne. Pflege/Gesundheit folgt;

Büro bleibt deutlich hinter den Erwartungen zurück. Für den Einzelhandel zeigt sich ein differenzierteres Bild: Der allgemeine Einzelhandel wird kritisch gesehen und der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) wird oft nicht klar genug vom restlichen Einzelhandel abgegrenzt, obwohl er strukturell anders funktioniert.

Genau hier setzt die Hahn Gruppe an: Versorgungsausrichtung, Alltagsnachfrage, langfristige, häufig indexierte Mietverträge mit großen Lebensmitteleinzelhändlern: Diese Faktoren haben sich historisch als positiv belastbar erwiesen. Kurzfristige Kapitalmarktschwankungen spielen für die Mieteinnahmen eine geringere Rolle als in anderen Segmenten.

ANLAGEZIELE DER STIFTUNGEN MIT IMMOBILIEN: AUSSCHÜTTUNGEN & KAPITALERHALT

Was Stiftungen von Immobilien erwarten, passt zu LEH-Objekten: Regelmäßige Ausschüttungen und Kapitalerhalt werden mit jeweils 48 Prozent am häufigsten genannt; Inflationsschutz und Wertsteigerung folgen mit jeweils rund 19 Prozent, Diversifikation mit 18 Prozent. Für rigorose Wachstumsfantasien sind Stiftungen nicht die falsche, sondern die vorsichtige Adresse – Stabilität zählt.

Das Fachmagazin Die Stiftung analysierte im Gespräch mit Paschalis Christodoulidis, Prokurist & Leiter Vertrieb bei der Hahn Gruppe, die Ergebnisse des Stiftungsbarometers. Auszüge aus dem Interview mit Stefan Dworschak.

Die Stiftung: Im Vergleich zur Vorjahresumfrage erwarten deutlich mehr Stiftungen eine ungünstige Entwicklung der finanziellen Situation. Machen sich Unsicherheiten an den internatio-

nalen Kapitalmärkten bei Ihnen in der Immobilien nachfrage bemerkbar?

Paschalis Christodoulidis: Keineswegs. Über unsere Vertriebskanäle stellen wir vielmehr fest, dass das Interesse an unseren Immobilienangeboten gestiegen ist. Unsere Assetklasse der versorgungsorientierten Einzelhandelsimmobilien hat sich in der Vergangenheit als äußerst resilient erwiesen.

Sie haben für das Stiftungsbarometer Fragen zu diesem Themenkomplex eingebracht. Werfen wir also einen Blick auf den Immobilienanteil in Stiftungsportfolios: Ein Drittel gibt an, über keinerlei Immobilieninvestitionen zu verfügen, bei 27 Prozent macht die Assetklasse 26 Prozent oder mehr aus. Bei 16 Prozent gar mehr als 50 Prozent. Wie schauen Sie auf diese Verteilung?

Immobilien spielen zweifellos eine wichtige Rolle in der Diversifikation von Stiftungsportfolios, wobei die genaue Gewichtung stets von den individuellen Zielen und Rahmenbedingungen der jeweiligen Stiftung abhängt. Dass der Anteil der Direktinvestitionen mit 46 Prozent relativ hoch ist, überrascht mich nicht. Häufig ist die Immobilie das Erstinvestment einer Stiftung.

Regelmäßige Ausschüttungen und Kapitalerhalt nennen die Teilnehmer mit

Abstand am häufigsten als Begründung für ihre Investition in Immobilien. Entspricht das Ihrer Erfahrung?

Das entspricht auch unserer Erfahrung und insbesondere unseren Anlagezielen: Für die meisten unserer Kunden stehen regelmäßige Ausschüttungen sowie der Kapitalerhalt klar im Vordergrund. Überrascht hat uns, dass der Inflationsschutz, den immerhin knapp ein Fünftel als Grund für Immobilieninvestitionen nennt, nicht noch stärker gewichtet wurde. Gerade für Stiftungen ist dieser Aspekt aus unserer Sicht von zentraler Bedeutung.

Sind die Antwortgeber dafür bei der Wertsteigerung zu optimistisch? Fast 20 Prozent nennen das als Motivation.

Für uns stehen die Wertsteigerungen nicht im Fokus, und wir kommunizieren diese auch nicht als primäres Anlageziel. Unser Schwerpunkt liegt vielmehr auf Stabilität und nachhaltigem Kapitalerhalt. Die Wertentwicklung ist zudem von Faktoren abhängig, die teilweise außerhalb unseres Einflussbereiches liegen, beispielsweise der Zinsentwicklung.

Werfen wir einen Blick auf die unterschiedlichen Anlageformen. Wohnen als Kernform wird beispielsweise als recht attraktiv bewertet, den Bereich Lebensmittel sehen die Antwortgeber hingegen skeptisch. Überrascht Sie das?



Paschalis Christodoulidis

Die Zurückhaltung gegenüber dem allgemeinen Einzelhandel ist vor dem Hintergrund des digitalen Wandels nachvollziehbar. Beim Lebensmitteleinzelhandel greift diese Sichtweise hingegen zu kurz. Diese Assetklasse fokussiert auf die Nahversorgung der Bevölkerung und zeichnet sich durch eine besonders stabile Nachfragesituation und langfristige, indexierte Mietverträge aus. Das macht sie weitgehend unabhängig von konjunkturrellen Schwankungen. Das besondere Potenzial wird im Stiftungskontext noch zu wenig wahrgenommen. Daraus können wir wichtige Schlüsse ziehen. Unser Ziel ist es, noch mehr Investoren für das stabile Fundament der Nahversorgung zu begeistern.

Das vollständige Whitepaper finden Sie online unter www.hahnag.de.

UNSER FAZIT FÜR SACHWERTINVESTOREN

Viele Stiftungen diversifizieren – doch sie nutzen die resiliente Nische Nahversorgung nicht im vollen Umfang.

Drei Botschaften lassen sich ableiten:

1. RESILIENZ IST KEIN ZUFALL

Lebensmitteleinzelhandel, Fachmärkte und Nahversorgungszentren bedienen Grundbedürfnisse – mit stabilen Frequenzen, soliden Betreiberbonitäten und häufig indexierten Langfristmietverträgen. Das zahlt auf Ausschüttungsstabilität und Kapitalerhalt ein – die Top-Ziele der Stiftungen.

2. DIFFERENZIERUNG SCHAFT KLARHEIT

Der LEH ist nicht „Einzelhandel wie jeder andere“. Wer hier unterscheidet, erkennt das defensive Profil.

3. ZUGANG ZÄHLT

Professionelle Fondsvehikel können Governance, Reporting und Risikostreuung liefern. Dies ist eine Alternative zur hohen Direktquote, die heute noch dominiert.

AKTUELLE MELDUNGEN



EINKAUFEN UND LADEN IN NUR 15 MINUTEN

Im Sommer wurde am Fachmarktzentrum Am Palmusacker in Bad Soden-Salmünster ein neuer High-Power-Ladepark mit acht Schnellladepunkten in Betrieb genommen. Dieser wurde in Zusammenarbeit mit unserem strategischen E-Mobility-Partner EnBW realisiert. Hier laden E-Autofahrer zukünftig in nur 15 Minuten Strom für bis zu 400 Kilometer Reichweite – ideal abgestimmt auf einen typischen Einkaufsstopp.

Das Fachmarktzentrum, Baujahr 2002, bietet rund 6.500 m² Mietfläche und wird von der Hahn Gruppe im Auftrag eines institutionellen Immobilienfonds gemanagt.

Zu den Hauptmietern zählen EDEKA, Lidl, ROSSMANN, KIK und Ernsting's family.

Ein starker Mietermix mit hoher Kundenfrequenz. Zur Eröffnung vor Ort waren unter anderem Bürgermeister Dominik Brasch sowie Martina Jobst vom Verband für Tourismus und Wirtschaftsförderung. Ihr Besuch unterstreicht die regionale Bedeutung des Projekts.

EXPO REAL 2025: IMMOBILIENWIRTSCHAFT IM DIALOG

Nach einer Phase der Unsicherheit sendet die europäische Immobilienwirtschaft wieder klare Signale der Stabilisierung. Ein guter Indikator hierfür war die diesjährige EXPO REAL, Europas führende Fachmesse für Immobilien und Investitionen, die vom 6. bis 8. Oktober 2025 in München stattfand. Insgesamt 1.742 Aussteller aus 34 Ländern waren vor Ort. Die Anzahl der Teilnehmer legte gegenüber dem Vorjahr leicht zu auf 42.000.

Auch die Hahn Gruppe war mit einem Stand in der Gemeinschaftsfläche der Region Köln/Bonn vertreten. Der persönliche Austausch mit Investoren, Finanzierungspartnern, Einzelhändlern, Stadtvertretern und weiteren Markakteuren stand dabei im Fokus. Die Gespräche haben deutlich gemacht, wie wertvoll das direkte Miteinander ist, gerade in einem Marktumfeld, das viele Fragen, aber auch neue Chancen bereithält. Mit frischen Impulsen und viel Gesprächsstoff im Gepäck freuen wir uns darauf, die angestoßenen Ideen weiterzuverfolgen und für unsere Anleger in die Umsetzung zu bringen.



HAHN GRUPPE GEWINNT SCOPE AWARD 2026

Kurz vor Redaktionsschluss erreichte uns eine besondere Nachricht: Die Hahn Gruppe wurde mit dem Scope Award 2026 in der Kategorie „Essential Retail“ (Nahversorgung) ausgezeichnet. Prämiert werden herausragende Leistungen in den Bereichen Mutual Funds, Alternative Investments und Zertifikate. Die Ratingagentur Scope würdigte auf diese Weise Fondsanbieter, die mit überzeugenden Strategien und stabiler Performance Maßstäbe setzen.



Bester
Asset Manager
Real Estate
Essential Retail
Hahn Gruppe

Die Auszeichnung unterstreicht unsere starke Marktposition im Segment der versorgungsorientierten Handelsimmobilien und bestätigt unseren konsequenten Investmentansatz. Die feierliche Preisverleihung fand am 20. November in Berlin statt. In der nächsten Ausgabe berichten wir ausführlich über den Award und die Begründung der Jury.

NEUES VOM GESETZGEBER

STEUERENTLASTUNG FÜR PENDLER

Zum 1. Januar 2026 wird die Entfernungspauschale einheitlich auf 38 Cent ab dem ersten Kilometer erhöht. Bisher erkannte das Finanzamt zwar jeden Kilometer Wegstrecke vom Wohn- zum Arbeitsort an, allerdings lediglich mit einer Pauschale von 30 Cent. Erst ab dem 21. Kilometer wurden 38 Cent gezahlt. So kommen Arbeitnehmende zukünftig bei einem Arbeitsweg von 10 Kilometern und einer Fünf-Tage-Woche auf 176 Euro zusätzliche Werbungskosten.

Die Pauschale gilt verkehrsmittelabhängig und kann in der Steuererklärung in Anlage N für Strecken von der Wohnung bis zum Arbeitsort steuerlich geltend gemacht werden.

Geringverdiener können seit dem Jahr 2021 von der Mobilitätsprämie profitieren.

STEUERENTLASTUNG FÜR GASTRONOMIE

In ihrem Koalitionsvertrag haben sich die Regierungsparteien auf eine dauerhafte Senkung der Umsatzsteuer auf Speisen in der Gastronomie verständigt. Für Restaurant- und Verpflegungsdienstleistungen werden ab dem 1. Januar 2026 anstelle von derzeit 19 Prozent nur noch 7 Prozent Umsatzsteuer erhoben. Die Steuersenkung soll sich neben der Entlastung der Gastronomiebranche auch positiv auf niedrigere Restaurantpreise auswirken. Ob und in welchem Umfang die Reduktion an die Kunden weitergegeben wird, liegt im Ermessensspielraum des Betriebes.

Vom neuen Umsatzsteuersatz profitieren nicht nur Gastronomiebetriebe, sondern auch Cateringanbieter, Schul-, Kita- und Krankenhausverpflegung sowie Bäckereien und Metzgereien.

Die Maßnahme knüpft an die Steuererleichterung während der Corona-pandemie an. Der Steuersatz wurde damals ebenfalls gesenkt, um die coronabedingten Umsatzeinbußen abzumildern. Jetzt soll die Umsatzsteuerreduzierung für eine langfristige Entlastung der Branche sorgen.

KRIMINALITÄT IM INTERNET

Durch die fortschreitende Digitalisierung nahezu aller Lebensbereiche werden seit Jahren neue Tatgelegenheiten für Cyberkriminelle geschaffen. Digitale Strukturen sind dabei auch immer wichtiger für das öffentliche Leben geworden.

Im vom Bundeskriminalamt (BKA) vorgestellten Bundeslagebild Cybercrime wird jährlich über die Bedrohungslage und Entwicklung der Cyberkriminalität in Deutschland berichtet.

2024 fielen vor allem zahlreiche schwere Straftaten wie Ransomware-Angriffe gegen politische Institutionen und wichtige Infrastrukturen auf. 80 Prozent dieser Angriffe betreffen kleine und mittelständische Unternehmen.

Die Bedrohungslage durch Cyberstraftaten ist anhaltend hoch. Dabei kopieren Täter z. B. Daten, um sie anschließend zu verschlüsseln und Lösegeld für die Entschlüsselung zu erpressen. Im Fokus der Cyberkriminellen stehen vor allem Unternehmen mit einer hohen Öffentlichkeitswirksamkeit als auch finanzielle Unternehmen.

Für das Bundeskriminalamt hat die Bekämpfung von Cybercrime daher eine hohe Priorität. So wurden intensive Ermittlungen und strafprozessuale Maßnahmen unternommen, um der steigenden Bedrohungslage entgegenzuwirken.





INTERVIEW MIT FREDY FRICKE VORSTAND UND 1. VORSITZENDER DER HEINRICHS- RAMMELKAMP-STIFTUNG

STARK FÜR SCHWACHE: DIE HEINRICHS- RAMMELKAMP-STIFTUNG IM PORTRÄT

Die Heinrichs-Rammelkamp-Stiftung hat es sich zum Ziel gesetzt, schwerkranke Kinder und Jugendliche aus der Grafschaft Bentheim zu unterstützen. Damit sie dies im Sinne der verstorbenen Stifterin Maria Johanna Heinrichs-Rammelkamp auch in Zukunft tun kann, sind Geldanlagen zum Kapitalerhalt und zur Erzielung von Erträgen unerlässlich.

Herr Fricke, wie hat sich Ihr beruflicher und persönlicher Weg entwickelt, bis Sie Vorstand dieser Stiftung wurden?

Beruflich war ich mehr als 30 Jahre lang im Anlagebereich der Oldenburgischen Landesbank in Nordhorn tätig. Hier habe ich Mitte der 1980er-Jahre die Stifterin, Maria Johanna Heinrichs-Rammelkamp, kennengelernt und sie fortan in Bankangelegenheiten betreut. Die Stiftung sollte erst nach ihrem Ableben gegründet werden. Dazu setzte sie mich als Testamentsvollstrecker ein. Nach ihrem Tod

gründete ich 2015 gemeinsam mit Gerhard Bergfeld, Allgemeinmediziner und ein langjähriger Vertrauter von Frau Heinrichs-Rammelkamp, die Stiftung.

Könnten Sie uns einen Überblick über die Mission und die Ziele der Stiftung geben?

Der Stifterin lag das Wohlergehen schwerkranker Kinder und Jugendlicher am Herzen. Gleichzeitig war sie in ihrer Heimat, der Grafschaft Bentheim, stark verwurzelt. Nach ihrem Willen fördern wir daher Projekte, die in dieser Region Kinder, Jugendliche und Familien in schwierigen gesundheitlichen Lebenslagen unterstützen.

Was macht die Besonderheit ihrer Stiftung aus?

Besonders zeichnet uns aus, dass wir regional aktiv sind. Die Stiftung unterstützt gezielt Projekte, die einen

Mehrwert für die Grafschaft Bentheim bieten. Dabei machen wir keinen Unterschied, ob unsere Projekte sich mit dem körperlichen oder dem psychischen Wohlergehen kranker Kinder befassen. So gehen unsere Spenden zum Beispiel an den Bunten Kreis der Euregio Klinik Nordhorn, an das Musikprojekt „Ein neuer Tag beginnt“ oder an die Notfallsseelsorge.

Warum ist das Thema Geldanlage für Sie wichtig? Welche Anlagephilosophie verfolgt Ihre Stiftung?

Für das Fortbestehen unserer Stiftung ist es wichtig, dass wir unser Kapital langfristig erhalten. Gleichzeitig benötigen wir regelmäßige und konstante Erträge, mit denen wir unsere Projekte finanzieren können.

Was hat Sie dazu bewegt, eine Partnerschaft mit der Hahn Gruppe einzugehen?

Wichtigster Punkt für die Partnerschaft war, dass wir neben Geldanlagen auch in Sachwerte investieren wollen. Sachwertanlagen versprechen einen Inflationsschutz. Zudem können wir den Sachwertanteil innerhalb der Hahn Gruppe diversifizieren, indem wir uns an unterschiedlichen Fachmarktzentren deutschlandweit beteiligen.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit und was schätzen Sie daran?

Nachdem ich so viele Jahre als Anlageberater tätig war, ist es nun spannend, auch einmal als Kunde in dem Prozess zu stehen. Besonders schätze ich die reibungslose Zusammenarbeit mit der Hahn Gruppe. Wir werden über unsere Anlagemöglichkeiten transparent

beraten und können unsere Entscheidungen auf einer sehr guten Informationsbasis treffen.

Welche besonderen Projekte oder Initiativen plant Ihre Stiftung?

Die Heinrichs-Rammelkamp-Stiftung denkt weniger in Einzelmaßnahmen,

sondern in langfristig angelegten Projekten. Uns liegt daran, Kinder und Jugendliche in der Region längerfristig zu unterstützen, denn mit einer kurzfristigen Einmal-Hilfe ist es in den meisten Fällen nicht getan.

Ein gutes Beispiel dafür ist das bereits erwähnte Musikprojekt „Ein neuer Tag beginnt“. Dieses bietet schwerkranken Jugendlichen die Möglichkeit, sich über Musik und Tanz künstlerisch auszudrücken. Dabei erleben sie Normalität in ihrem ansonsten schwierigen Alltag. Die öffentlichen Auftritte stärken zudem das Selbstbewusstsein der Jugendlichen. Auch die Familienangehörigen können sich über das Projekt miteinander vernetzen und sich gegenseitig Unterstützung geben.

Auch unsere Unterstützung für den Bunten Kreis ist als langfristige Zusammenarbeit ausgelegt. Hier haben wir unter anderem die Ausbildung von spezialisierten Krankenschwestern für den Bereich der Frühen Hilfen mitfinanziert. Zu den Maßnahmenträgern der kleineren Projekte halten wir ebenfalls

„Für das Fortbestehen unserer Stiftung ist es wichtig, dass wir unser Kapital langfristig erhalten“

Kontakt und unterstützen sie regelmäßig, wenn Bedarf besteht.

Wie sehen Sie die Rolle von Stiftungen in unserer Gesellschaft heute? Welche Herausforderungen und Chancen erkennen Sie?

Stiftungen sind eine großartige Ergänzung zu öffentlicher Finanzierung. Die Stiftung kann sehr gezielt Fördergelder an Projekte verteilen, die aufgrund ihrer geringen Größe keine ausreichenden Mittel erhalten. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag dazu, dass es ein diverses Angebot an sozialen Maßnahmen in unserer Region gibt, die kranke Kinder und Jugendliche auf ihrem Weg unterstützen.

Die Herausforderungen liegen auch bei uns im selben Bereich wie bei allen ehrenamtlichen Organisationen: Wir benötigen Freiwillige, die sich mit uns engagieren möchten. Außerdem gilt es nicht nur langfristige Geldanlagen zu planen, sondern auch die Nachfolge des Stiftungsvorstands muss frühzeitig geklärt werden.



iStock.com/Yevhenii Dubinko



HAHN PLUSWERTFONDS 183 FACHMARKTZENTRUM DIEZ

Wir freuen uns, Ihnen in dieser Ausgabe unser aktuelles Beteiligungsangebot vorzustellen:

Der Immobilienfonds „Hahn Pluswertfonds 183 – Fachmarktzentrum Diez“ investiert mit einem Gesamtvolumen von rund 31,5 Mio. Euro in eine Handelsimmobilie in Diez, Rheinland-Pfalz.

ETABLIERTER NAHVERSORGUNGSTANDORT MIT REWE-ANKERMIETER

Mit dem Hahn Pluswertfonds 183 können Sie gezielt in einen etablierten Nahversorgungsstandort investieren: ein Fachmarktzentrum mit REWE als Generalmieter, das seit Jahrzehnten fest in der Region verankert ist. Ergänzt durch starke Filialisten wie beispielsweise den Heimtierbedarfsspezialisten Fressnapf, einen JYSK-Einrichtungsmarkt, den Baufachmarktbetreiber Sonderpreis! bildet es einen stabilen

Anziehungspunkt für die tägliche Versorgung, mit indexierten Mietverträgen, hoher Kundenfrequenz und über 400 Pkw-Stellplätzen.

Das Fachmarktzentrum befindet sich im östlichen Teil des Diezer Stadtgebiets. Der Standort profitiert sowohl von der angrenzenden Wohnbebauung mit entsprechender Kundennachfrage als auch von Synergieeffekten durch das umliegende Gewerbegebiet.

STABIL INVESTIEREN – NAH AM ALLTAG DER MENSCHEN

Der Hahn Pluswertfonds 183 fokussiert sich auf die Resilienz und Relevanz der Nahversorgung. Diese sichert die alltägliche Grundversorgung der Bevölkerung und erweist sich daher als besonders robust gegenüber konjunkturellen Veränderungen. Auch in wirtschaftlich

herausfordernden Phasen bleibt der Bedarf an Lebensmitteln und Produkten des täglichen Lebens konstant hoch.

ECKDATEN DES BETEILIGUNGSANGEBOTS:

- Qualifizierte Privatanleger können ab einer Mindesteinlage von 20.000 Euro zzgl. 5 Prozent Ausgabeaufschlag in diesen Publikums-AIF investieren.
- Die Ausschüttung beträgt 4,75 Prozent p. a. und wird ab Beitritt zur Fondsgesellschaft quartalsweise ausgeschüttet.
- Die Beteiligung ist bis zum 31. Dezember 2039 geplant, mit einem prognostizierten Gesamtmitteleinkommen von 169,8 Prozent vor Steuern.



REWE GROUP

- REWE hat seinen Sitz in Köln und ist international tätig.
- Die REWE Group beschäftigt über 170.000 Mitarbeitende in Deutschland und mehr als 380.000 in 21 europäischen Ländern.
- Die REWE Group erzielte 2023 einen Gesamt- außenumsatz von rund 92 Milliarden Euro.

Weitere Informationen zu unserem Beteiligungsangebot finden Sie auf unserer Website:



<https://www.hahnag.de/fonds/hahn-pluswertfonds-183/>

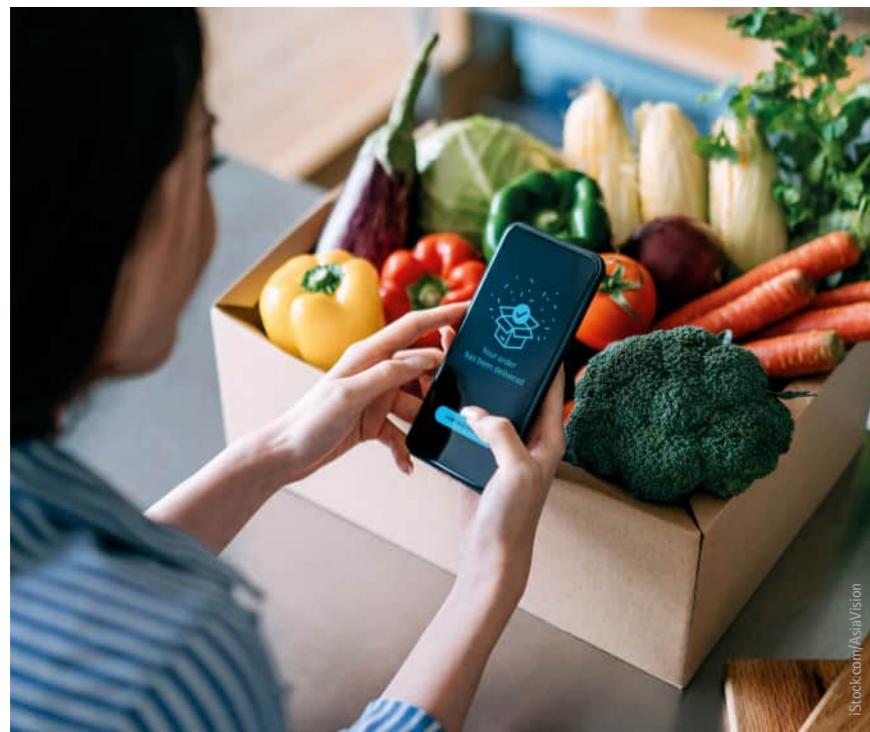
Fonds	Hahn Fachmarktzentrum Diez GmbH & Co. geschlossene Investment-KG
Fondstyp	Inländischer Publikums-AIF (geschlossener Immobilienfonds)
Investmentfokus	Großflächiger Einzelhandel, Nahversorgung
Investitionsstandort	Am Backsteinbrand 6, 65582 Diez
Investitionsvolumen	31.475.000 Euro (inkl. Ausgabeaufschlag)
Eigenkapitalvolumen	20.475.000 Euro (inkl. Ausgabeaufschlag)
Mindestbeteiligung	20.000 Euro zzgl. Ausgabeaufschlag
Mieter	REWE Markt GmbH, 100 Prozent der Mietennahmen
Vermietungsquote	100 Prozent
Laufzeit des Mietvertrags	Festlaufzeit bis 31.12.2042, indexiert, zzgl. Optionsrecht (1 x 5 Jahre)
Mietfläche gesamt	15.060 m ²
Prognostizierte Ausschüttung	4,75 Prozent p. a. ab Beitritt; quartalsweise Auszahlung;
Geplante Fondslaufzeit	31.12.2039
Kapitalverwaltungsgesellschaft	DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH
Verwahrstelle C	CACEIS Bank S.A.

Warnhinweis:

Prognosen und die getroffenen Annahmen sind kein verlässlicher Indikator für die künftige Entwicklung. Bezüglich der Prognoseannahmen wird auf den Verkaufsprospekt verwiesen. Die Prognose von Ausschüttungen ist von der Ausprägung der zugrunde liegenden Prognoseparameter abhängig. Die Ausschüttungen können im Prognosezeitraum Schwankungen unterliegen. Im Verkaufsprospekt findet sich auf den Seiten 94 ff. eine umfassende Sensitivitätsanalyse, die mögliche abweichende Ausschüttungsverläufe und Wertentwicklungen bei veränderten Prognoseparametern abbildet.

Nicht nachhaltige Produkte nach Art. 6 der Offenlegungsverordnung:

Die HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG mit ihrer Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH verfolgt zum aktuellen Zeitpunkt keine Bewerbung ökologischer oder sozialer Merkmale oder eine Kombination dieser Merkmale im Rahmen von definierten ESG-Zielsetzungen oder ESG-Strategien für konkrete Investmentprodukte. Entsprechend sind weitergehende Transparenzvorgaben aus Art. 8 und 9 i. S. d. Offenlegungsverordnung für uns nicht relevant.



E-FOOD-MARKT BLEIBT IN BEWEGUNG

Der Online-Handelsumsatz in Deutschland wird im Jahr 2025 voraussichtlich mit einem Anteil von 13,6 Prozent zum Gesamtumsatz des Einzelhandels beitragen. Somit kehrt der Online-Handel nach einer vorübergehenden Konsolidierung wieder auf einen Wachstums-pfad zurück. Jedoch hat sich die Wachstumsdynamik im Vergleich zur letzten Hochphase während der Coronapandemie deutlich abgeschwächt. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) meldet für das abgelaufene Quartal eine schwächere Entwicklung im deutschen Online-Handel. So ist der Online-Umsatz zwischen Juli und September um 2,8 Prozent gewachsen, das entspricht einem Prozentpunkt weniger als im vorherigen Quartal.

Der deutsche E-Food-Markt entwickelt sich ebenfalls kontinuierlich weiter. Der Anteil von 2,5 Prozent am Gesamt-

Online-Umsatz fällt im Vergleich zu anderen Segmenten in den vergangenen Jahren hingegen konstant moderat aus.

Im E-Food-Segment bestehen die großen Herausforderungen im Bereich Kosten, Logistik und Profitabilität. Nicht der Umsatz entscheidet, sondern der Deckungsbeitrag pro Bestellung – also die sogenannten Unit Economics. Dieser betriebswirtschaftliche Blick auf die Kosten-Erlös-Relation einer einzelnen Bestellung ist essenziell, um valide Aussagen zur Tragfähigkeit eines Geschäftsmodells zu treffen. Gleichfalls haben diese Faktoren zu einer Marktbereinigung und Ausdünnung der Anbieter geführt. Große Schnelllieferdienste wie Gorillas und Getir, die mit kurzen Lieferzeiten und urbaner Logistik den Markt prägten, sind inzwischen in Deutschland aus dem Quick Commerce ausgeschieden. Auch Amazon ist mit seinem Format „Amazon Fresh“ im

Markteintritt in Deutschland gescheitert. „Das Einkaufsverhalten ist in Deutschland anders, die Kunden kaufen kleinere Mengen und gehen öfter ins Geschäft. Die Dichte an Supermärkten und Discountern ist auch viel höher. Egal, wo Sie wohnen, Sie haben oft nur fünf Minuten bis zum nächsten Geschäft. [...] Frische Lebensmittel mit den Kühlketten sind schon ein sehr spezielles Geschäft“, begründet Amazon-Deutschlandchef Rocco Bräuniger.

Gleichzeitig setzen traditionelle Handelskonzerne wie REWE und EDEKA verstärkt auf strategische Kooperationen, Beteiligungen und eigene Plattformen, um nachhaltig im wachsenden Online-Lebensmittelhandel präsent zu sein. REWE positioniert sich mit eigenem Lieferdienst und Abholservice, wodurch eine flächendeckende Verzahnung im Omnichannel angestrebt wird. Dabei werden in der Regel die eigenen Filialen für die Zusammenstellung der Ware und die Versorgung der Lieferfahrzeuge genutzt.

Ergänzend hält REWE knapp 20 Prozent der Anteile am Schnelllieferdienst Flink und ging 2024 eine strategische Partnerschaft mit der Lieferplattform Lieferando ein. Der Hauptfokus von EDEKA im Lebensmittelmarkt liegt weiterhin auf der Minderheitsbeteiligung am niederländischen Online-Lieferdienst Picnic.

UMSATZANTEIL ONLINE-HANDEL Angaben in Prozent

	Lebensmittel	Drogeriewaren*
2022	2,4	3,2
2023	2,4	3,4
2024	2,5	3,6

Quelle: HDE Onlinemonitor 2025, S. 18
* inkl. Hygienepapier/Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

KUNDENBINDUNG VIA APP NIMMT STETIG ZU

Zahlreiche große Einzelhändler haben bereits vor einigen Jahren mit der Umstellung von analoger Handzettelwerbung auf die digitale Präsentation ihrer Produktangebote begonnen – teils in Form eines grundsätzlichen Verzichts auf Papier oder über Hybridlösungen. Im Fokus dieser Entwicklung stehen insbesondere die unternehmenseigenen Kunden-Apps. Diese dienen zum einen der gezielten Ansprache neuer Zielgruppen und zum anderen sollen sie zur Steigerung der Kundenbindung beitragen. Zusätzliche In-App-Services, beispielsweise integrierte Einkaufslisten, Bezahlfunktionen, digitaler Kassenbon, personalisierte Produkt- und Angebotsempfehlungen sowie exklusive Bonusprogramme, erhöhen den Einkaufskomfort und nehmen gleichzeitig Einfluss auf das Einkaufsverhalten der Konsumenten.

Die Händler-Apps sind größtenteils fester Bestandteil der Customer Journey und können den gesamten Einkaufsprozess digital abbilden. Über die Nutzung der Apps generieren die Händler kundenspezifische Daten unter anderem über das Kaufverhalten und die Produktpräferenzen.

Gemäß der Studie „Kundenmonitor Deutschland“ der Münchener Servicebarometer AG belegt Lidl unter den Lebensmitteleinzelhändlern mit seiner Lidl-Plus-App Platz 1 hinsichtlich der Zufriedenheit und der höchsten App-Nutzungsquote. Beim App-Nutzeranteil liegt in diesem Jahr die REWE-Discounttochter PENNY mit der hauseigenen App auf Platz 2. Dahingegen nutzt ALDI SÜD die international verfügbare Kunden-App vornehmlich für allgemeine Informationen, Prospekte und Einkaufslisten.

Mittlerweile buhlen auch die etablierten Drogerien wie dm und Rossmann mit ihren Apps um die Gunst der Konsu-



menten. Nach einer GfK-NIQ-Auswertung erreichten die Drogeremarkt-Apps zwischen März und August 2025 rund 39 Mio. Nutzer, wobei eine Mehrfachnutzung verschiedener Drogeremarkt-Apps die Ausnahme darstellt. Die Drogeriebranche hat in den vergangenen Jahren intensiv in diesen Bereich investiert und gilt als Vorreiter bei Kundenbindungsprogrammen. Im App-Reichweiten-Ranking belegt Rossmann den 1. Platz, dicht gefolgt von dm, und mit deutlicherem Abstand auf dem 3. Platz folgt Müller. Laut GfK NIQ erreichen Drogeremarkt-Apps über 60 Prozent der Menschen, die einen Online-Zugang haben und positionieren sich Drogeremarkt-Apps als stabile Belegungseinheit für Awareness-getriebene Kampagnen. Dies sei ein Beleg dafür, dass die Apps als relevante Werbeumfelder im Retail-Media-Ökosystem behandelt werden sollten. Die Studie zeigt darüber hinaus, dass digitale Kommunikation nicht an Altersschwellen scheitert, wenn die Relevanz für die Konsumenten gegeben ist und die Händlermarke einen klaren Mehrwert ihrer Angebote vermitteln kann.



HERAUSGEBER

Hahn Gruppe | Buddestraße 14 | 51429 Bergisch Gladbach
Telefon 02204 9490-0 | Fax: 02204 9490-119
E-Mail: info@hahnag.de | www.hahnag.de

