PRESSEMITTEILUNG

Hahn Gruppe
Wertarbeit mit Immobilien

## Veröffentlichung HAHN Retail Real Estate Report 2026/2027:
## Zukaufbereitschaft der Investoren auf höchstem Stand seit 2023

- Fast die Hälfte der Investoren plant Zukäufe in den kommenden zwölf Monaten
- Waren des täglichen Bedarfs bleiben Stabilitätsanker des stationären Einzelhandels
- Fachmarkt- und Lebensmittelobjekte bilden das Fundament des Investmentmarkts
- Südeuropa und künstliche Intelligenz rücken in den Fokus

**Bergisch Gladbach, 3. September 2026 -** Der heute veröffentlichte HAHN Retail Real Estate Report 2026/2027 bietet in seiner 21. Ausgabe erneut einen umfassenden Marktüberblick über den Einzelhandel und den Handelsimmobilien-Investmentmarkt. Der Report der Hahn Gruppe entstand in Zusammenarbeit mit CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf den Expertenbefragungen, die die Hahn Gruppe im Sommer 2026 durchgeführt hat. Befragt wurden 71 Verantwortliche aus dem Einzelhandelsexpansionsbereich, deren Vertriebslinien gemeinsam über 32.300 Filialen in Deutschland betreiben, sowie 50 Entscheider aus institutionellen Immobilieninvestoren und Finanzinstituten. Die Händlerbefragung entstand in Kooperation mit dem EHI Retail Institute, die Investorenbefragung - vertreten sind unter anderem Banken, Asset- und Fondsmanager, Versicherungen und Pensionskassen - mit Unterstützung des Umfragezentrums Bonn (UZ Bonn). Nachfolgend sind zentrale Erkenntnisse aus den Untersuchungen und Expertenbefragungen aufgeführt:

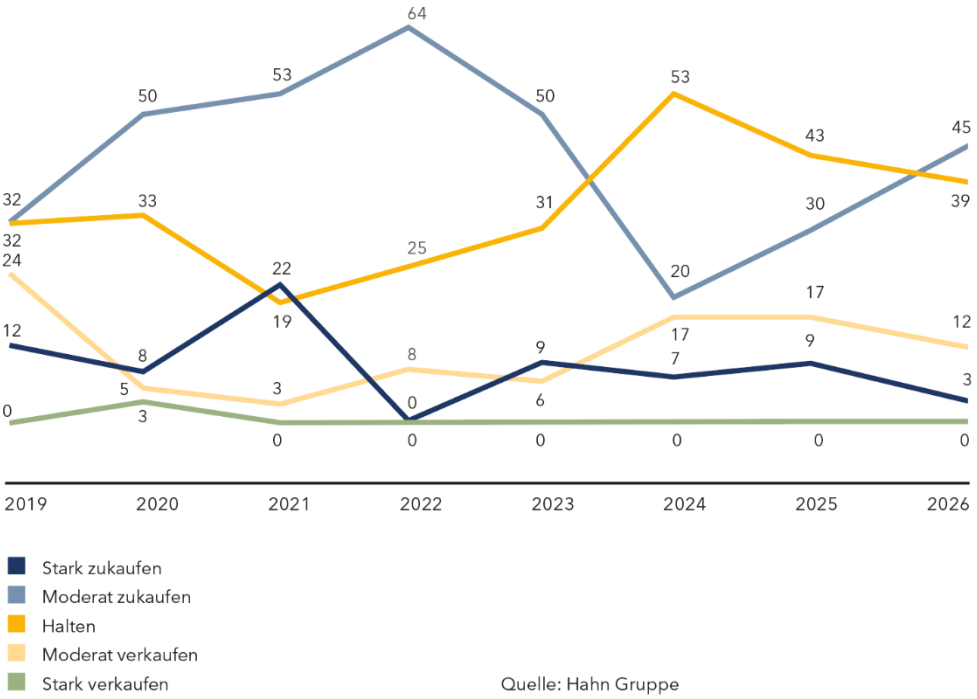
### Investoren wollen wieder verstärkt Handelsimmobilien zukaufen

Der Einzelhandelsinvestmentmarkt hat die abwartende Haltung der vergangenen beiden Jahre hinter sich gelassen. Fast die Hälfte der befragten Investoren will den eigenen Handelsimmobilienbestand in den kommenden zwölf Monaten ausbauen: 45 Prozent planen moderate Zukäufe (Vorjahr: 30 Prozent), 3 Prozent starke Zukäufe (VJ: 9 Prozent). 39 Prozent wollen ihren Bestand halten (VJ: 43 Prozent), nur 12 Prozent planen moderate Verkäufe (VJ: 17 Prozent). Starke Verkäufe strebt wie im Vorjahr kein Investor an; siehe Abbildung 1. Damit erreicht die Zukaufbereitschaft ihr höchstes Niveau seit 2023.

**Abbildung 1:**

**Investmentstrategie im deutschen Einzelhandelsimmobilien-Investmentmarkt**

n = 33 (ohne Banken/Finanzinstitute), Angaben in Prozent




Quelle: Hahn Gruppe

Auch die Finanzierungsseite stützt diese Bewegung. 35 Prozent der befragten Banken und Finanzinstitute planen einen moderaten Anstieg ihres Kreditvolumens für Handelsimmobilien, während der Anteil derjenigen, die reduzieren wollen, von 33 auf 12 Prozent gesunken ist. Das erweitert den Handlungsspielraum der Investoren.

Bemerkenswert ist, worauf die Rückkehr in den Markt nicht baut: auf kurzfristige Aufwertungsgewinne. 72 Prozent der Befragten erwarten bis zum Jahresende 2026 unveränderte Nettoanfangsrenditen. Passend dazu bleibt das Risikoprofil defensiv: 78 Prozent verfolgen eine Core-Strategie (VJ: 69 Prozent), 62 Prozent einen Core-Plus-Ansatz. Gesucht werden solide Bestände mit planbaren Erträgen.

Bei den Risikofaktoren hat sich die Rangfolge deutlich verschoben. Mit 70 Prozent steht die Zinsentwicklung nun klar an der Spitze (VJ: 53 Prozent), gefolgt von den steigenden Bau- und Revitalisierungskosten mit 52 Prozent und den weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit 46 Prozent. Die Konkurrenz durch den E-Commerce, im Vorjahr noch der meistgenannte Risikofaktor, kommt jetzt auf 44 Prozent. Die mangelnde Objektverfügbarkeit nennen nur noch 10 Prozent (VJ: 19 Prozent), was zur gestiegenen Zukaufbereitschaft passt.

## Waren des täglichen Bedarfs bleiben Stabilitätsanker

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel bewegte sich 2025 in einem stabilen Marktumfeld. Die Umsätze stiegen nominal um 3,4 Prozent und preisbereinigt um 1,1 Prozent. Damit gelang trotz anhaltender Preissensibilität der Verbraucher wieder ein reales Wachstum. Die Konsumausgaben für Lebensmittel und Drogeriewaren erreichten nach Berechnungen von **bulwiengesa** rund 313 Mrd. Euro. Der Onlinehandel legte auch hier zu, bleibt mit Anteilen von 2,7 Prozent bei Lebensmitteln und 4,1 Prozent bei Drogeriewaren aber deutlich hinter den übrigen Einzelhandelsbranchen zurück. Hohe Alltagsrelevanz und regelmäßige Besuchsfrequenz bilden damit eine verlässliche Grundlage für die entsprechenden Handelsimmobilien.

Unter den Betriebstypen sind die Verbrauchermärkte der klare Gewinner. Ihr Umsatz wuchs 2025 um knapp 7 Prozent, der Umsatzanteil stieg von 24,6 auf 25,1 Prozent und die Zahl der Standorte um 94 auf 4.728. Die Drogeriemärkte erhöhten ihr Filialnetz um 50 auf 5.308 Standorte. Demgegenüber sank die Zahl der Supermärkte um 151 auf 15.026, auch bei den Discountern ging die Standortzahl leicht zurück.

Die Verkaufsfläche des Lebensmittel- und Drogeriehandels nahm dennoch um rund 0,8 Prozent auf 39,1 Mio. qm zu, weil neue und modernisierte Märkte größer ausfallen als aufgegebene Altstandorte. Die Modernisierung wird damit zum zentralen Wachstumspfad: breitere Gänge, ausgebaute Frischebereiche, zusätzliche Services und energieeffizientere Technik erhöhen den Flächenbedarf. Für Eigentümer gewinnt die bauliche und technische Anpassungsfähigkeit ihrer Objekte entsprechend an Bedeutung.

Herausfordernd bleibt das Konsumklima: Die gedämpfte Konsumstimmung ist für 76 Prozent der befragten Vertriebslinien die größte Herausforderung (VJ: 59 Prozent), gefolgt vom Personalmangel mit 48 Prozent.

## Fachmarkt- und Lebensmittelobjekte bilden das Fundament des Investmentmarkts

Fach- und Lebensmittelmärkte kehrten 2025 an ihre traditionelle Spitzenposition unter den Segmenten des deutschen Einzelhandelsinvestmentmarktes zurück. In diese Gruppe flossen gemäß den Erhebungen von **CBRE** gut 3,1 Mrd. Euro und damit 49 Prozent des gesamten Retail-Investmentvolumens. Auf die Lebensmittelmärkte entfielen 894 Mio. Euro, auf die Fachmarktzentren 703 Mio. Euro. Auch im ersten Halbjahr 2026 blieb das Segment mit 824 Mio. Euro und einem Marktanteil von 44 Prozent die größte Subassetklasse.

Die Attraktivität lebensmittelgeankerter Objekte beruht auf ihrer Grundversorgungsfunktion, vergleichsweise stabilen Umsätzen, langfristigen

Mietverträgen und bonitätsstarken Mietern. Gleichzeitig spielt der E-Commerce hier bislang eine geringere Rolle als etwa im Bekleidungs- oder Elektronikhandel.
Das spiegelt sich in den Präferenzen der Marktteilnehmer. Von den zukaufwilligen Investoren nennen 88 Prozent Fachmarkt- und Nahversorgungszentren als Schwerpunkt, 75 Prozent Supermärkte und Lebensmitteldiscounter. Bei den Banken und Finanzinstituten, die ihr Kreditvolumen ausweiten wollen, ist die Reihenfolge identisch (83 und 67 Prozent).

Die Spitzenrenditen bewegen sich in diesem Segment weitgehend seitwärts. Discounter, Super- und Verbrauchermärkte sowie SB-Warenhäuser notierten zu Jahresbeginn 2025 bei 4,60 Prozent, Fachmarktzentren bei 4,90 Prozent. Seitdem haben sich die Werte stabil entwickelt. Fach- und Baumärkte lagen im zweiten Quartal 2026 unverändert bei 6,50 beziehungsweise 5,85 Prozent.

## Der Handel investiert in Standorte und Kundenbindung

Der Investitionsschwerpunkt Nummer eins ist für 72 Prozent der Vertriebslinien die Vergrößerung des Filialnetzes (VJ: 83 Prozent). Darüber hinaus liegen wachsende Schwerpunkte auf Kundenbindungsprogrammen mit 55 Prozent (VJ: 49 Prozent), auf dem Ladenbau mit 48 Prozent (VJ: 45 Prozent) sowie auf der Ressourceneffizienz mit 28 Prozent (VJ: 21 Prozent); siehe Abbildung 2.

**Abbildung 2:**

Im Branchenvergleich zeigen sich klare Profile. Die Vergrößerung des Filialnetzes rangiert im versorgungsorientierten Handel besonders weit oben: In den Branchen

Drogerie, Bau- und Gartenmärkte sowie Gesundheit & Beauty nennen sie jeweils 100 Prozent der Befragten, im Lebensmitteleinzelhandel 65 Prozent. Auffällig ist der Lebensmitteleinzelhandel zudem beim Schwerpunkt Filialen im Eigentum: Hier wollen 35 Prozent der Vertriebslinien investieren und damit deutlich mehr als im Branchendurchschnitt von 13 Prozent (VJ: 12 Prozent). Das unterstreicht, welchen strategischen Wert die Händler der langfristigen Standortsicherung beimessen.

Der Ladenbau ist ein Schwerpunkt über nahezu alle Branchen hinweg. Im Lebensmitteleinzelhandel investieren 41 Prozent in die Modernisierung ihrer Flächen, hinzu kommen 24 Prozent, die Mittel in die Ressourceneffizienz lenken. Begrenzt werden die Vorhaben durch die Kostenseite. Zu hohe Immobilienkosten und Mieten nennen 42 Prozent der Vertriebslinien als große Herausforderung (VJ: 52 Prozent), die Inflationsentwicklung 32 Prozent (VJ: 23 Prozent).

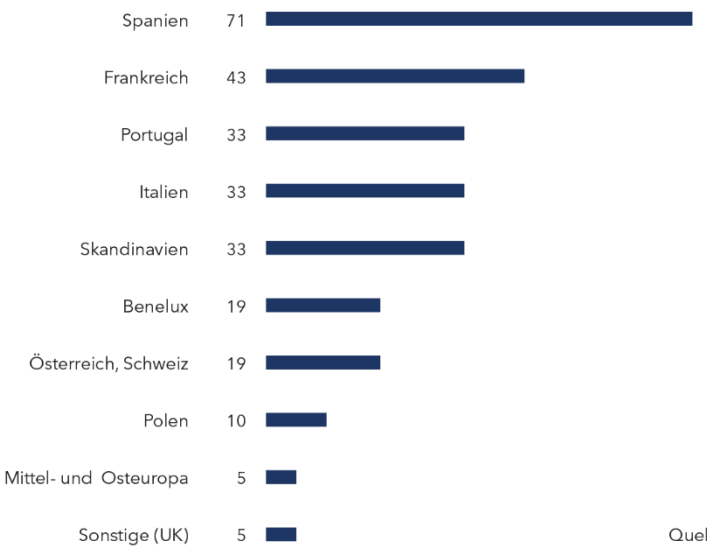
## Neue Anlagehorizonte: Südeuropa rückt in den Fokus

Erstmals hat die Hahn Gruppe erhoben, ob die befragten Investoren ergänzend zu ihren deutschen Beständen auch in anderen europäischen Märkten verstärkt aktiv werden wollen. Knapp zwei Drittel bejahen dies grundsätzlich: 27 Prozent würden unabhängig von Renditebetrachtungen investieren, 24 Prozent bei einem moderaten und 12 Prozent bei einem deutlichen Renditeaufschlag. 36 Prozent halten am klaren Fokus auf Deutschland fest.

Bei den Zielmärkten ist die Rangfolge eindeutig. Spanien liegt mit 71 Prozent der Nennungen klar an der Spitze, gefolgt von Frankreich mit 43 Prozent sowie Portugal, Italien und Skandinavien mit jeweils 33 Prozent; siehe Abbildung 3. Diese Einschätzung deckt sich weitgehend mit dem European Investor Intentions Survey 2026 von CBRE, in dem Spanien ebenfalls den ersten Platz belegt.

**Abbildung 3:**

**Attraktivste europäische Zielmärkte**
n = 21 (nur Investoren mit Investitionsabsicht im Ausland), Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich




Quelle: Hahn Gruppe

Auch in den europäischen Märkten liegt das Potenzial im Besonderen bei den lebensmittelgeankerten Handelsimmobilien. Das europäische Investmentvolumen für Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien stieg von 9,7 Mrd. Euro im Jahr 2022 auf 11,7 Mrd. Euro im Jahr 2025. Im ersten Halbjahr 2026 entfielen nach Erhebungen von CBRE rund 28 Prozent des gesamten europäischen Einzelhandelsinvestmentvolumens auf lebensmittelgeankerte Objekte.

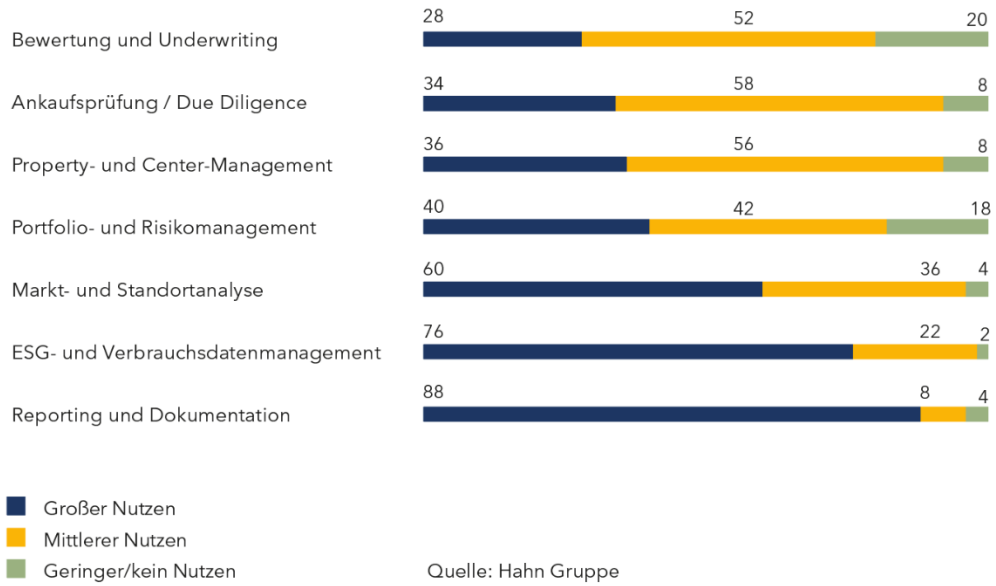
## Künstliche Intelligenz zeigt ihr Potenzial dort, wo Daten anfallen

Händler wie Investoren sehen die größten Potenziale künstlicher Intelligenz mittelfristig in der Entscheidungsvorbereitung. Auf Händlerseite entfallen die höchsten Zustimmungswerte auf die Standortanalyse und Expansionsplanung: 80 Prozent sehen hier ein großes bzw. sehr großes Potenzial. Weitere Chancen werden bei der Sortiments-, Aktions- und Nachschubplanung mit 75 Prozent sowie beim Bestands- und Lieferkettenmanagement mit 74 Prozent erkannt.

Auf Investorenseite fällt das Bild ähnlich aus. 88 Prozent sehen einen großen Nutzen im Reporting und in der Dokumentation, 76 Prozent im ESG- und Verbrauchsdatenmanagement und 60 Prozent in der Markt- und Standortanalyse. Deutlich zurückhaltender wird der Einsatz in Bewertung und Underwriting eingestuft, wo nur 28 Prozent einen großen Nutzen sehen; siehe Abbildung 4.

**Abbildung 4:**

**Mittelfristige Potenziale beim Einsatz künstlicher Intelligenz**
n = 50, Angaben in Prozent




Quelle: Hahn Gruppe

Erwartet wird damit zunächst eine Entlastung bei datenintensiven Routineaufgaben, während die eigentliche Investitionsentscheidung beim Menschen liegt. Genau das macht die Qualität der operativen Datenbasis zum entscheidenden Faktor: Wer große Portfolios bewirtschaftet, verfügt über die Datengrundlage, aus der ein Modell belastbare Aussagen ableiten kann.

## HAHN Retail Real Estate Report 2026/2027

Der jährlich erscheinende HAHN Retail Real Estate Report bietet umfassende Einblicke in die aktuellen Trends des deutschen Einzelhandels und des Handelsimmobilien-Investmentmarkts. Er wird in Zusammenarbeit mit CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute erstellt. Während bulwiengesa die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Entwicklungen der Marktakteure beleuchtet, fokussiert sich CBRE auf den Investmentmarkt für Handelsimmobilien. Den vollständigen Report finden Sie online auf www.hahnag.de.

**Die Hahn Gruppe**
Seit 1982 ist die Hahn Gruppe als Asset und Investment Manager tätig. Sie ist auf versorgungsorientierte Handels- und Mixed-Use-Immobilien spezialisiert. In ihrer Unternehmensgeschichte hat die Hahn Gruppe bereits über 200 Immobilienfonds erfolgreich aufgelegt. Das aktuell verwaltete Vermögen liegt bei rund 7 Mrd. Euro. Mit ihrer Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH und einer übergreifenden Expertise aus Immobilien- und Vermögensmanagement nimmt die Hahn Gruppe bei privaten, semi-professionellen und professionellen Anlegern ein Alleinstellungsmerkmal in ihrem Marktsegment ein. Im Fondsgeschäft steuert und kontrolliert sie die gesamte Wertschöpfungskette der von ihr betreuten Immobilienobjekte. Ergänzend betätigt sich die Hahn Gruppe als Immobilien Manager für Drittvermögen. Das ist Wertarbeit mit Immobilien.

**Pressekontakt**
HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG
Marc Weisener
Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: +49 (2204) 9490-118
E-Mail: mweisener@hahnag.de