



Einzelhandel auf Erholungskurs, aber mit dauerhaftem Anpassungsdruck

Die Einzelhandelsumsätze sind 2023 bedingt durch die hohe Inflation spürbar eingebrochen. Die Konkurrenz für den stationären Handel durch E-Commerce nimmt weiter zu. Beim traditionellen Einzelhandel in den Innenstädten konzentriert sich die Nachfrage auf die besten Lagen, dominante Shopping-Center und touristische Hotspots. Nach z.T. steilen Anstiegen während der Pandemie hat sich 2023 der Leerstand in den Highstreet-Lagen wieder verringert, und die Mieten haben sich überwiegend stabilisiert. Die Konsumaktivität in den Innenstädten dürfte allerdings aufgrund des weiteren Wachstums des Online-Handels sowie der sich dauerhaft etablierenden hybriden Arbeitsformen nicht mehr auf das Vorkrisenniveau zurückkehren. Der Trend bei Einzelhandelsimmobilien geht zu einer weniger risikoreichen Mischnutzung sowohl auf Objekt- als auch Quartiers-



ebene. Bei Shopping-Centern stehen die Repositionierung und Modernisierung bestehender Objekte insbesondere mit Blick auf Nachhaltigkeit und Energie-Effizienz im Fokus. Auch hier gilt: Mehr Mischnutzung dient der Erhöhung der Besucherfrequenzen sowie der Erschließung neuer Kundengruppen. Fachmarktzentren sind aufgrund ihrer Branchenstruktur weniger von der Online-Konkurrenz betroffen. Durch mehr Homeoffice und die zunehmende Suburbanisierung wächst die Bedeutung der wohnortnahen Versorgung. Lebensmittelhändler dürften daher verstärkt in Stadtteillagen expandieren. Die Anfangsrenditen europäischer Einzelhandelsimmobilien haben 2023 vergleichsweise moderate Anstiege gesehen, da die Assetklasse bereits während der Pandemie spürbare Preiskorrekturen hatte hinnehmen müssen. Eine abweichende Entwicklung zeigte sich bei Supermärkten und Fachmarktzentren, deren Ankaufsrenditen aufgrund ihrer Krisenresilienz bis Mitte 2022 noch deutliche Rückgänge registriert hatten. Im ersten Quartal 2024 wurden generell nur noch geringe Renditeanstiege verzeichnet, sodass im weiteren Jahresverlauf insgesamt mit einer Konsolidierung zu rechnen ist. Die Erträge sollten bereits im laufenden Jahr die mehrjährige Verlustzone verlassen. Von 2025 bis 2028 ist in Europa in 1a-Lagen mit einem durchschnittlichen Gesamtertrag von jährlich gut 7 % zu rechnen. Bei Shopping-Centern wird im gleichen Zeitraum auf europäischer Ebene ein Wert von knapp unter 7 % p.a. erwartet.

Inhalt

Volkswirtschaftliches Umfeld	2
Innenstadthandel	3
Shopping-Center	4
Fachmarktzentren, Nahversorgung	5
Investmentmarkt	6

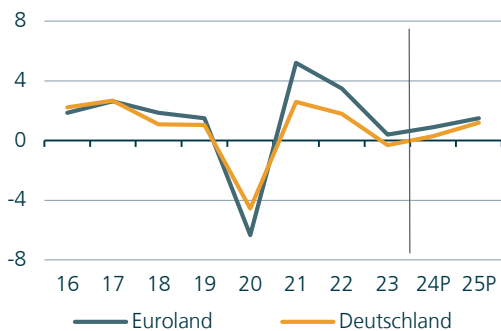
Auf einen Blick

- Inflation hat Umsätze deutlich sinken lassen, Online-Handel gewinnt weiter Marktanteile
- Trend geht weg von monofunktionaler Handelsstruktur hin zu Mischnutzung in Objekten und Quartieren
- Shopping-Center müssen durch Repositionierung oder Umnutzung an neue Kundenbedürfnisse angepasst werden
- Nahversorgung auf Expansionskurs, weiteres Mietwachstum
- Stabilisierung der Mieten in 1a-Lagen und Shopping-Centern
- Konsolidierung der Anfangsrenditen, Ertragswachstum gewinnt ab 2025 an Dynamik



Volkswirtschaftliches Umfeld

Bruttoinlandsprodukt, % ggü. Vj.

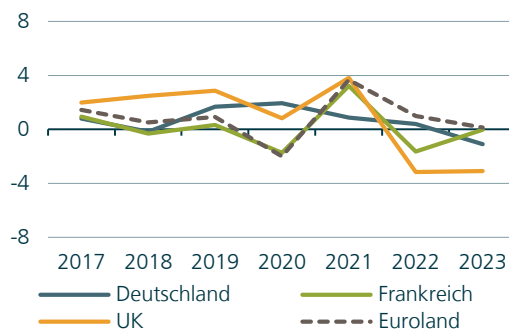


Quelle: Macrobond, Prognose Dekabank

Konjunktur und Kapitalmarkt

Nach einer schwachen wirtschaftlichen Entwicklung im Jahr 2023 findet die europäische Wirtschaft langsam wieder in den Tritt. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass die deutsche Volkswirtschaft perspektivisch wieder wachsen wird. 2023 war Deutschland als größtes EWU-Mitglied als Wachstumsstütze ausgefallen. Insgesamt lässt der Rückgang der Inflation den europäischen privaten Haushalten wieder mehr Spielraum für steigende Ausgaben und gibt damit einen wichtigen Impuls für die gesamtwirtschaftliche Belebung. Es bleibt aber bei einem etwas gedämpften Anziehen der wirtschaftlichen Aktivität, da die Finanzierungskosten der Unternehmen für Investitionen zunächst noch hoch bleiben. Ab Juni 2024 dürfte die EZB die Leitzinsen langsam senken, wird aber weiterhin aufmerksam darauf achten, die erhöhte Inflationsrate wieder in den Zielbereich zu bringen. Vieles deutet darauf hin, dass die Inflationsrate erst nach 2024 den Zielwert der EZB von 2 % erreichen wird.

Einzelhandelsumsätze, % ggü. Vj., real

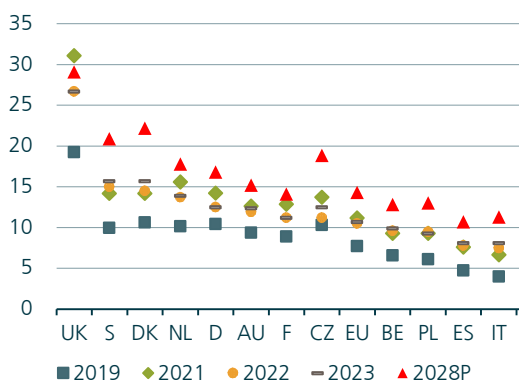


Quelle: PMA, Dekabank

Einzelhandelsumsätze

Die Einzelhandelsumsätze in Europa sind 2023 aufgrund der hohen Inflation spürbar eingebrochen. Stärkere Verluste erlitten vor allem das Vereinigte Königreich (UK), Deutschland, Polen, Schweden und Tschechien. Dagegen lagen Italien, Spanien, Portugal, Belgien, Dänemark und Irland über dem EU-Durchschnitt. Während das Luxussegment aufgrund der geringeren Preissensibilität seiner Kundschaft weniger betroffen war, litt vor allem das mittlere Segment, wo die höheren Kosten einen empfindlichen Rückgang der Margen bewirkten. Die Konsumenten wandten sich aufgrund der schwindenden Kaufkraft verstärkt Discountern zu, insbesondere im Lebensmittelhandel. In Deutschland verzeichnete der preisbereinigte Umsatz mit Lebensmitteln 2023 einen Rückgang von knapp 4 %. Das nominale Wachstum um rund 6 % spiegelte das deutlich gestiegene Preisniveau wider. Der während der Pandemie von Einschränkungen besonders betroffene Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren setzte seine Erholung fort und erzielte in Deutschland real ein Plus von 2,6 %.

Online-Anteile Einzelhandelsausgaben, %



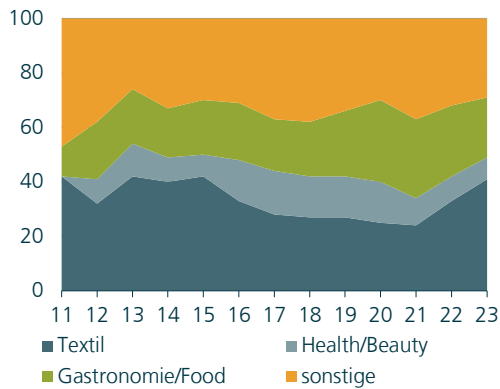
Quelle: PMA, Dekabank

Der Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben in der EU hatte sich 2022 nach dem rasanten Anstieg in der Pandemie wieder leicht auf 10,5 % vermindert und stieg 2023 nur geringfügig an. Bis 2028 ist mit sukzessiven Anstiegen auf rund 14 % zu rechnen. Die Spannbreite bleibt groß. Die Länder Süd- und Osteuropas weisen eine strukturell niedrige Durchdringung auf mit entsprechendem Nachholpotenzial im Vergleich zum Vorreitermarkt UK. Dort wird bis 2028 nur noch ein Anstieg der Online-Quote von 27 % auf 29 % erwartet und somit sogar ein um etwa 2 Prozentpunkte niedrigerer Wert als 2021. Auch wenn der Lebensmittelhandel mit Ausnahme von UK oder Frankreich eine bislang niedrige Online-Quote aufweist, ist die Dynamik hier überdurchschnittlich. Wir erwarten in Deutschland in der Nahversorgung jedoch auch perspektivisch bei weitem keinen so hohen Anteil wie bei Mode oder Elektronik. Neben praktischen Aspekten wie Frischhaltung von Lebensmitteln bietet der Online-Einkauf im Food-Sektor im Gegensatz zu den anderen Bereichen auch keinen Preisvorteil.



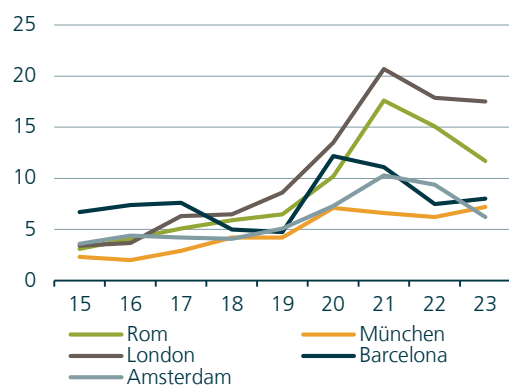
Innenstadthandel

Vermietung Deutschland n. Branchen*, %



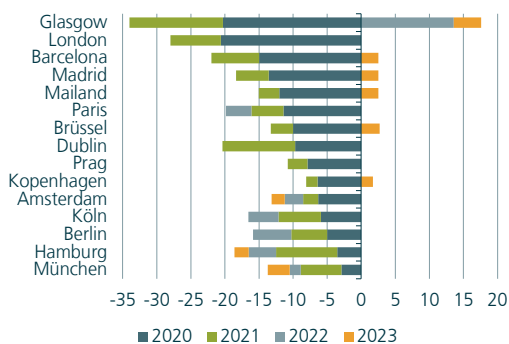
Quelle: JLL, DekaBank; *Innenstadtlagen

Leerstand 1a-Lagen, % der Ladenlokale



Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmieten 1a-Lagen, % ggü. Vj.



Quelle: PMA, DekaBank

Die Passantenfrequenz in Europas Metropolen ist nach dem Ende der Pandemie wieder deutlich gestiegen, begünstigt auch durch die Erholung des internationalen Tourismus. Die Nachfrage nach Ladenlokalen in den Innenstädten hat 2023 angezogen und konzentrierte sich auf die besten Lagen, dominante Shopping-Center und touristische Hotspots. Viele Filialisten expandieren wieder vorsichtig, nachdem sie als Folge der Pandemie ihr z.T. stark aufgeblähtes Netz deutlich reduziert hatten. In Deutschland erreichte der Flächenumsatz in Innenstadtlagen im vergangenen Jahr das höchste Volumen seit 2019, begünstigt vor allem durch viele Abschlüsse im Segment der Großflächen ab 1.000 m². Viele Ketten fassen mehrere kleine Standorte in einer Stadt in einer großen Filiale zusammen, um sichtbarer zu sein und ein besseres Käuferlebnis zu bieten. Auch die inzwischen erschwinglicheren Mieten und die erhöhte Kompromissbereitschaft seitens der Eigentümer bei der Mietvertragsgestaltung wirkten sich positiv aus. Dies ermöglichte auch traditionell nicht innenstadttypischen Anbietern wie z.B. Non-Food-Discountern die Ansiedlung in besten Lagen. Als Newcomer in den europäischen 1a-Lagen etablieren sich zunehmend Showrooms von Automobilmarken, insbesondere für Fahrzeuge mit Elektroantrieb.

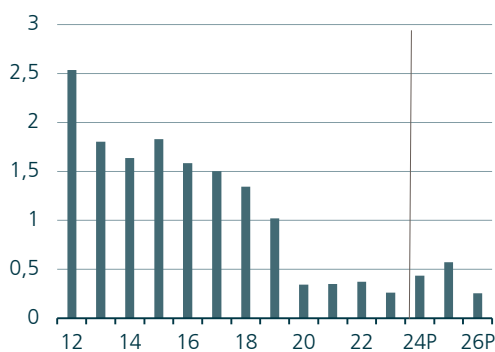
Der strukturelle Wandel setzt sich weiter fort. Geschäftsaufgaben und Insolvenzen großer Modefilialisten waren auch 2023 an der Tagesordnung. Im vierten Quartal brachten die Turbulenzen um die Signa Holding, den Eigentümer des Warenhauskonzerns Galeria Karstadt Kaufhof, weitere Unsicherheit für die Innenstadtlagen. Gerade das Thema Nachnutzung von Warenhäusern stellt viele Städte vor große Herausforderungen. 70 % der zwischen 1994 und 2019 geschlossenen Objekte in Deutschland wurden umgewandelt in Wohnraum, öffentliche Kultur- und Bildungseinrichtungen, Büro inklusive Coworking-Flächen, Hotels oder auch neuen Handel nur noch im Erdgeschoss. Die neuen Nutzungen sorgen für eine Belebung der Innenstadt auch nach Ladenschluss. Nach z.T. steilen Anstiegen während der Pandemie hat sich 2023 der Anteil leerstehender Ladenlokale in den Highstreet-Lagen weiter vermindert. Stärkere Rückgänge verzeichneten neben Amsterdam und Dublin die spanischen Metropolen Barcelona und Madrid sowie Rom. Die höchsten Leerstandsquoten wiesen die britischen Märkte auf. In Deutschland betrug der Leerstand in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München durchschnittlich rund 9 %.

Die Einzelhandelsmieten in 1a-Lagen haben sich überwiegend stabilisiert. Rückgänge verzeichneten 2023 neben den deutschen Metropolen Frankfurt, Hamburg und München auch Amsterdam und Birmingham. Anstiege registrierten neben Brüssel die Märkte in Italien, Portugal und Spanien sowie Kopenhagen, Stockholm, Glasgow und Manchester. 2024 dürften die Spitzenmieten weiter leicht steigen. Auch mit neuen Frequenzbringern wird aufgrund des Online-Handels und seiner weiteren Zunahme sowie der inzwischen verfestigten Bedeutung von mobilem Arbeiten das Konsumniveau in den Innenstädten nicht mehr auf das Vorkrisenniveau zurückkehren. Die 1a-Lagen werden sich insgesamt verkleinern, die Polarisierung zwischen starken und schwachen Makro- und Mikrostandorten weiter zunehmen. Der Trend geht von einer monofunktionalen zu einer weniger risikoreichen Mischnutzung, sowohl auf Objekt- als auch Quartiersebene.



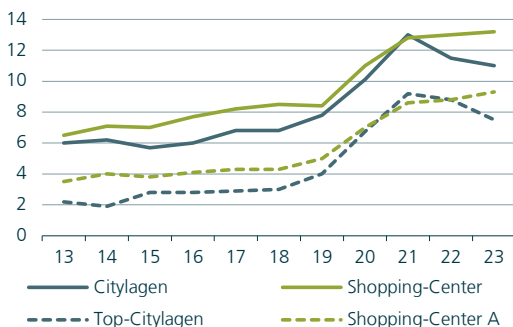
Shopping-Center

Fertigstellung Shopping-C. Europa, Mio. m²



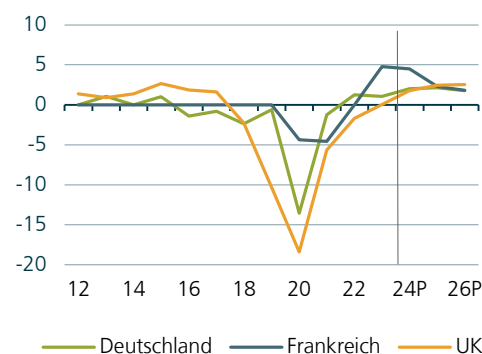
Quelle: PMA, DekaBank

Leerstände Europa, % der Ladenlokale



Quelle: PMA, DekaBank; 27 Märkte

Shopping-Center-Mieten, % ggü. Vj.



Quelle: PMA, DekaBank

Das Fertigstellungsvolumen für Shopping-Center hat 2023 ein historisches Tief erreicht. Europaweit kamen nur rund 0,26 Mio. m² auf den Markt mit den Schwerpunkten Frankreich und Italien. In Deutschland fiel die Nettobilanz bereits zum dritten Mal in Folge negativ aus, d.h. es wurden mehr Verkaufsflächen vom Markt genommen als neu gebaut. Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich in UK ab. Die Erweiterung und Modernisierung bestehender Objekte insbesondere mit Blick auf Nachhaltigkeit und Energie-Effizienz stehen im Fokus. 2024 kommen rund 0,43 Mio. m² auf den Markt, darunter mit dem Westfield Überseequartier Hamburg die größte Center-Eröffnung in Deutschland seit Jahren. Die Leerstandsquoten in Shopping-Centern sind 2023 weiter angestiegen und inzwischen überwiegend zweistellig. Die höchsten Leerstände wiesen Einkaufszentren in britischen Städten auf mit teilweise über 20 %. Aber auch an den deutschen Standorten Berlin und Frankfurt haben sich die Quoten mit 18 % bzw. 17 % in den vergangenen fünf Jahren verdoppelt. Generell litten große überregionale Objekte weniger unter Leerstand als kleinere Center mit Defiziten bei Besatz und Lage.

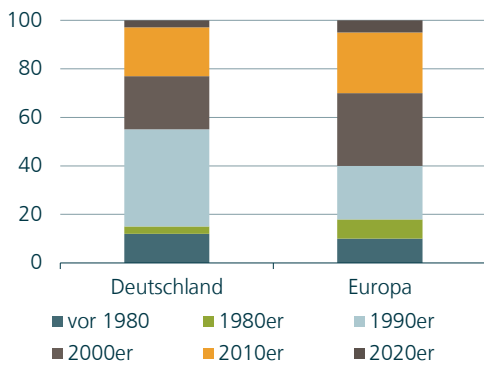
Eine Repositionierung gilt als präferierte Option, um Shopping-Center an neue Kundenbedürfnisse anzupassen. Wird eine Handelsnutzung nicht mehr als sinnvoll erachtet, ist auch die Umnutzung von Center-Flächen, z.B. in den oberen Geschossen, für Freizeit, Gastronomie, Arztpraxen oder kulturellen Einrichtungen möglich. Dies entspricht dem Trend zu mehr Mischnutzung und dient der Erhöhung der Besucherfrequenzen inklusive der Erschließung neuer Kundengruppen. Ein Beispiel für die Repositionierung sind die ehemaligen Potsdamer Platz Arkaden in Berlin unter dem neuen Namen „The Playce“. Aus einer abgeschlossenen Mall mit einem Umlauf im Obergeschoss wurde eine überdachte Ladenstraße mit unterschiedlichen Einzelgebäuden und vertikaler Erschließung. Der Fokus liegt auf Gastronomie und Unterhaltung mit Anbietern, die bisher in Deutschland noch nicht vertreten waren. Das Untergeschoss wurde in ein Nahversorgungszentrum umgewandelt. Aktuelle Beispiele für die Umnutzung ehemaliger monofunktionaler Shopping-Center zu urbanen Stadtquartieren sind das Blautal-Center in Ulm („Blau.Quartier“, u.a. 1.000 Wohnungen) und die erst 2013 eröffnete Meppener Einkaufspassage MEP („Ems-Quartier“ mit Handel im EG, Wohnungen, Büros, Praxen, Veranstaltungsflächen).

Einer europaweiten Seitwärtsbewegung bei den Spitzenmieten in 2022 folgte 2023 ein Aufwärtstrend. Das stärkste Wachstum mit durchschnittlich 5 % registrierten Shopping-Center in Frankreich, Italien und Portugal, gefolgt von Irland, Schweden und Deutschland. Stagnierende Mieten verzeichneten Objekte in Polen, Spanien und UK, wo zumindest die seit fünf Jahren anhaltende Phase hoher Mietrückgänge zum Stillstand kam. Im europäischen Mittel dürfte sich 2024 ein Mietwachstum von 2,0 % ergeben mit leicht ansteigender Tendenz im Folgejahr. Überdurchschnittliches Wachstum sollte sich in Frankreich, Irland, Portugal und Schweden einstellen. Bei den Durchschnittsmieten bleibt das Mietwachstumspotenzial europaweit deutlich verhaltener.



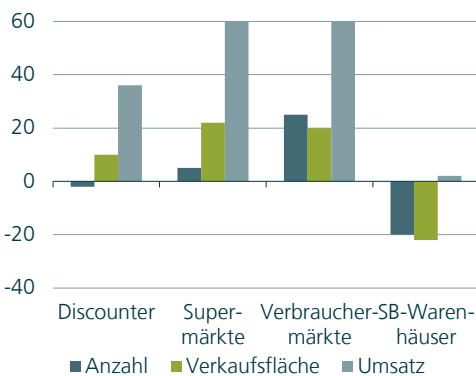
Fachmarktzentren, Nahversorgung

Bestand Fachmarktzentren nach Baujahr, %



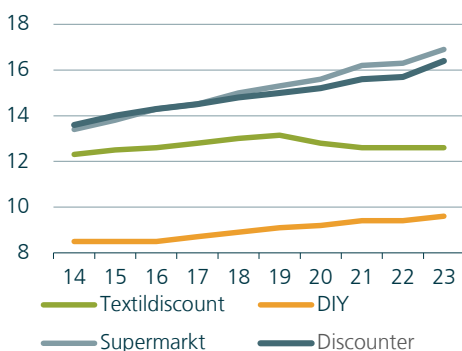
Quelle: PMA, DekaBank; Europa: Durchschnitt 16 Länder

LEH Deutschland: Wachstum 2012-22, %



Quelle: PMA, Handelsdaten.de, DekaBank

Fachmarkt-Mieten Deutschland, EUR/m²/M



Quelle: PMA, DekaBank

Während sich das Neubauvolumen für Shopping-Center bereits seit 2016 und dann verstärkt in den Pandemie-Jahren signifikant verringert hat, gab es bei Fachmarktzentren keinen vergleichbaren Effekt. Fachmarktformate, die üblicherweise einen Lebensmittel-Filialisten als Ankermieter aufweisen, profitieren davon, dass sie Grundbedürfnisse der Versorgung abdecken. Gerade in Zeiten hoher Inflation kommt ihnen ihre Ausrichtung auf Discounter zugute. Außerdem bieten sie eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto und kostenlose Parkplätze sowie für die Händler vergleichsweise erschwingliche Mieten. Sie sind aufgrund ihrer Branchenstruktur weniger von der Online-Konkurrenz betroffen. Dies schlägt sich auch in vergleichsweise niedrigen Leerstandsquoten nieder. In Ländern mit bereits hoher Pro-Kopf-Versorgung an Fachmarktflächen wie z.B. UK, Irland, Niederlande und Schweden wächst der Bestand überwiegend durch die Erweiterung bestehender Objekte. In den Ländern mit unterdurchschnittlichem Versorgungsgrad in Süd- und Osteuropa hingegen ist die Neubaupipeline vergleichsweise gut gefüllt. Ein erheblicher Anteil des Flächenbestandes von Fachmarktzentren in Westeuropa wurde vor mehr als 15 Jahren entwickelt (Deutschland: 77 %), sodass sich mit Blick auf die gestiegenen Umweltauflagen Sanierungsbedarf ergibt.

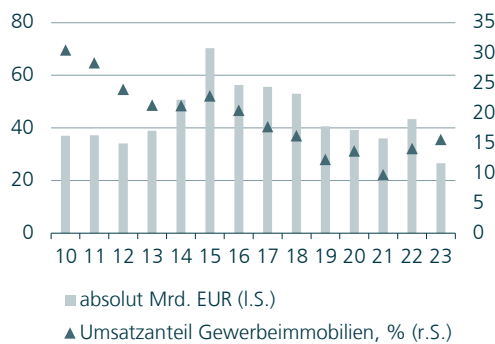
Im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) haben die Konsumenten als Reaktion auf die deutlich gestiegenen Lebenshaltungskosten ihr Einkaufsverhalten angepasst und ihre Ausgaben eingeschränkt. Lebensmitteldiscounter erfuhren einen hohen Zuspruch und konnten zulasten der Supermärkte Umsatz hinzugewinnen. Durch mehr Homeoffice und die zunehmende Suburbanisierung wächst die Bedeutung der wohnortnahen Versorgung. Lebensmittelhändler dürften daher verstärkt in Stadtteillagen expandieren. Sie profitieren dabei vom Trend zu gemischt genutzten Gebäuden und Quartieren. Der erhöhten Mobilität und Flexibilität der Bevölkerung begegnet der LEH mit Convenience-Formaten, z.B. Mini-Supermärkte an Bahnhöfen oder Tankstellen. 24/7-Stores ermöglichen den Rund um die Uhr-Einkauf und verzichten auf herkömmliche Kassen und Personal. Man unterscheidet zwischen vollautomatischen Grab & Go-Konzepten, z.B. Boxy in Frankreich oder Zappka in Polen, und Self-Scanning-Konzepten, z.B. Teo in Deutschland. Im ländlichen Raum expandieren diese Konzepte sogar schneller als in Hochfrequenzlagen, weil sie Versorgungslücken schließen und die Konkurrenz mit herkömmlichen Ladenformaten geringer ist.

Trotz größerer Resilienz blieben auch die Mieten in Fachmarktzentren nicht gänzlich von Korrekturen verschont. Am Beispiel Deutschlands zeigt sich allerdings eine heterogene Entwicklung je nach Segment. Während die Spitzenmieten bei Textildiscontern seit Ende 2019 leicht rückläufig sind, verzeichneten Baumärkte/DIY und insbesondere der Lebensmittelhandel Zuwächse. Bei Supermärkten und Discountern betrug das Mietwachstum zwischen 2019 und 2023 durchschnittlich rund 2,5 % p.a. Im Hochinflationsumfeld konnten Lebensmittelhändler die Preise leichter an die Kunden weitergeben als Einzelhändler anderer Segmente. Die häufig vereinbarte Indexierung der Miete brachte sie daher nicht in Bedrängnis. Die Spitzenmieten für Fachmarktflächen in Europa liegen überwiegend zwischen 10 und 20 EUR/m²/Monat. Deutlich höhere Werte werden in Irland und UK erzielt. Überdurchschnittliche Mietanstiege verzeichneten in den vergangenen fünf Jahren Amsterdam, Dublin, Lissabon und Wien.



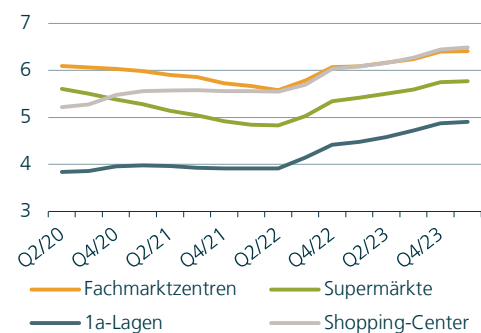
Investmentmarkt

Einzelhandels-Investmentumsatz Europa



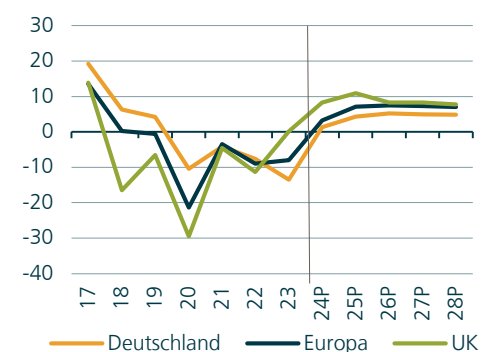
Quelle: CBRE, DekaBank

Spitzenrenditen Europa, %



Quelle: CBRE, DekaBank

Gesamterträge Einzelh. 1a-Lagen, % p.a.



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentnachfrage und -umsätze

Der europaweite Investmentumsatz mit Einzelhandelsobjekten belief sich 2023 auf 26,5 Mrd. EUR. Damit wurden das Vorjahresergebnis und das fünfjährige Mittel jeweils um rund 40 % verfehlt. Der Anteil am gesamten gewerblichen Transaktionsvolumen in Europa lag bei 16 %. Die vier umsatzstärksten Länder UK (7 Mrd. EUR), Deutschland (6 Mrd. EUR), Frankreich (3,1 Mrd. EUR) und Spanien (1,3 Mrd. EUR) vereinten 66 % des europaweiten Umsatzes auf sich. Der europaweite Anteil von Shopping-Centern am Umsatz mit Handelsobjekten lag mit 24 % leicht unter dem Vorjahr, das fünfjährige Mittel von 27,5 % wurde stärker verfehlt. In Deutschland verzeichnete der Shopping-Center-Anteil mit 5 % einen neuen Tiefpunkt nach 8 % im Jahr 2021. Im Gegensatz dazu konnten Fachmärkte inklusive Lebensmittel in Deutschland mit 59 % einen ähnlichen Spitzenwert erzielen wie 2021. Nahversorger gelten als vergleichsweise bonitätsstarke und konjunkturunabhängige Mieter. Meist langfristige indexierte Mietverträge bieten planbare Cashflows für Core-Investoren. Im ersten Quartal 2024 erreichte das Transaktionsvolumen von Handelsimmobilien europaweit 5,6 Mrd. EUR, 25 % weniger als im Vorjahreszeitraum.

Anfangsrenditen und Ertragsausblick

Die Anfangsrenditen europäischer Einzelhandelsimmobilien haben 2023 vergleichsweise moderate Anstiege gesehen, da die Assetklasse bereits während der Pandemie spürbare Preiskorrekturen hatte hinnehmen müssen. Eine abweichende Entwicklung zeigte sich bei Supermärkten und Fachmarktzentren, deren Ankaufsrenditen aufgrund ihrer Krisenresilienz bis Mitte 2022 noch deutliche Rückgänge registriert hatten. Mit der Zinswende kam es auch hier zu einer entsprechend deutlichen Gegenbewegung, insbesondere in Deutschland. Europaweit ergaben sich im zweiten Halbjahr 2023 bei allen Objektarten Renditeanstiege um durchschnittlich jeweils 25 Basispunkte (Bp.) und auf Jahressicht um rund 40 Bp. Die Spanne der Spitzenrenditen reichte Ende des Jahres von 4,9 % im Mittel für Geschäftshäuser in 1a-Lagen über 5,75 % bei Supermärkten bis hin zu 6,4 % bei modernen Fachmarktzentren und 6,45 % bei gut positionierten Shopping-Centern. Im ersten Quartal 2024 wurden generell nur noch geringe Renditeanstiege verzeichnet, sodass im weiteren Jahresverlauf insgesamt mit einer Konsolidierung zu rechnen ist.

Die Kapitalwerte von Geschäftsgebäuden in 1a-Lagen sanken aufgrund steigender Anfangsrenditen und deutlicher Mietrückgänge in den deutschen Top5-Einkaufsdestinationen zwischen Ende 2019 und Ende 2023 um insgesamt 45 % und im europäischen Mittel um 46 %. Nach weiteren leichten Wertkorrekturen dürfte im laufenden Jahr der Boden bei der Preisbildung gefunden werden. Von 2025 bis 2028 dürfte das Kapitalwertwachstum im europäischen Durchschnitt knapp 4 % p.a. erreichen. Die Erträge sollten bereits im laufenden Jahr die Verlustzone verlassen. Von 2025 bis 2028 ist in Europa mit einem durchschnittlichen Gesamtertrag von jährlich gut 7 % zu rechnen. Bei Shopping-Centern wird im Zeitraum 2025 bis 2028 auf europäischer Ebene ein Wert von fast 7 % p.a. erwartet. Deutschland dürfte beim Ertragsausblick in 1a-Lagen mit knapp 5 % p.a. zwischen 2025 und 2028 unterdurchschnittlich performen und bei Shopping-Centern mit ca. 6,3 % ebenfalls leicht unter dem Durchschnitt liegen. In UK eröffnen sich nach überproportionalen Mietkorrekturen und Renditeanstiegen, die bereits ab 2018 stattfanden, ab 2024 sowohl in 1a-Lagen als auch bei Shopping-Centern überdurchschnittliche Perspektiven.

Immobilien Sektoren Einzelhandelsmärkte Europa

Makro Research
Mai 2024



Impressum:

<https://deka.de/deka-gruppe/impressum>

Herausgeber:

DekaBank, Makro Research

Ansprechpartner:

Andreas Wellstein: (069) 71 47 - 38 50; E-Mail: andreas.wellstein@deka.de

Redaktionsschluss: 8. Mai 2024

Rechtliche Hinweise:

Diese Darstellungen inklusive Einschätzungen wurden von der DekaBank nur zum Zwecke der Information des jeweiligen Empfängers erstellt. Die Informationen stellen weder ein Angebot, eine Einladung zur Zeichnung oder zum Erwerb von Finanzinstrumenten noch eine Empfehlung zum Erwerb dar. Die Informationen oder Dokumente sind nicht als Grundlage für irgendeine vertragliche oder anderweitige Verpflichtung gedacht. Sie ersetzen keine (Rechts- und / oder Steuer-) Beratung. Auch die Übersendung dieser Darstellungen stellt keine derartige beschriebene Beratung dar. Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Die hier abgegebenen Einschätzungen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen und stammen aus oder beruhen (teilweise) auf von uns als vertrauenswürdig erachteten, aber von uns nicht überprüfbaren, allgemein zugänglichen Quellen. Eine Haftung für die Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der gemachten Angaben und Einschätzungen, einschließlich der rechtlichen Ausführungen, ist ausgeschlossen. Die enthaltenen Meinungsäußerungen geben die aktuellen Einschätzungen der DekaBank zum Zeitpunkt der Erstellung wieder, die sich jederzeit ohne vorherige Ankündigung ändern können. Jeder Empfänger sollte eine eigene unabhängige Beurteilung, eine eigene Einschätzung und Entscheidung vornehmen. Insbesondere wird jeder Empfänger aufgefordert, eine unabhängige Prüfung vorzunehmen und/oder sich unabhängig fachlich beraten zu lassen und seine eigenen Schlussfolgerungen im Hinblick auf wirtschaftliche Vorteile und Risiken unter Berücksichtigung der rechtlichen, regulatorischen, finanziellen, steuerlichen und bilanziellen Aspekte zu ziehen. Sollten Kurse/Preise genannt sein, sind diese freibleibend und dienen nicht als Indikation handelbarer Kurse/Preise. Bitte beachten Sie: Die frühere Wertentwicklung ist kein verlässlicher Indikator für die künftige Wertentwicklung. Diese Informationen inklusive Einschätzungen dürfen weder in Auszügen noch als Ganzes ohne schriftliche Genehmigung durch die DekaBank vervielfältigt oder an andere Personen weitergegeben werden.