

Makro Research Immobilien Sektoren Einzelhandelsmärkte Europa

Juli 2026

..Deka

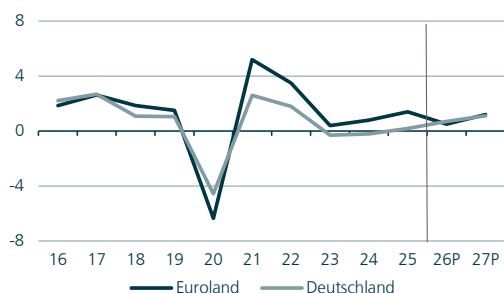
Management Summary

- Die Einzelhandelsumsätze in Europa haben 2025 ein moderates Wachstum verzeichnet. Sie legten im EU-Durchschnitt um 1,2 % zu. Das Wachstum basierte vor allem auf E-Commerce und dem Discount-Segment. Der Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben in der EU hat sich 2025 auf 12,3 % erhöht und dürfte bis 2030 auf rund 16 % steigen.
- Die Modebranche war 2025 erneut das aktivste Handelssegment im europäischen Einzelhandel, trotz einer anhaltend hohen Zahl von Insolvenzen und der Online-Konkurrenz. Der Leerstand von Ladenlokalen in den Highstreet-Lagen hat sich 2025 leicht vermindert. 2026/27 dürften die Spitzenmieten europaweit um durchschnittlich rund 2,5 % steigen.
- Shopping-Center werden kaum noch als Neubauten erstellt, sondern vor allem im Bestand saniert bzw. neupositioniert. Seit 2010 wurden europaweit 242 Shopping-Center mit rund 2,5 Mio. m² bzw. 2 % des Bestands geschlossen. 2026 dürfte sich im europäischen Mittel ein Mietwachstum von rund 2,5 % einstellen mit stabiler Tendenz 2027.
- Der Bestand an Fachmarktzentren in Europa ist im Vergleich zu Shopping-Centern insgesamt jünger. 65 % der Flächen entstanden nach 2000. 2025 kamen rund 0,8 Mio. m² neu auf den Markt mit Schwerpunkten in Polen, Spanien und Schweden. 2026/27 dürfte das Mietwachstum europaweit bei durchschnittlich rund 3% p.a. liegen.
- Der europaweite Investmentumsatz mit Einzelhandelsobjekten belief sich 2025 auf 39,4 Mrd. EUR, 14 % mehr als im Vorjahr. Im ersten Halbjahr 2026 tendierten die Renditen überwiegend seitwärts, in einigen Märkten gab es jedoch auch Anstiege zwischen 10 und 25 Basispunkten. Der Nahostkonflikt mit seinen Folgen für Energiepreise, Inflation und damit auch für die Zinsen belastet die Erholung des Investmentmarkts und zwingt die Marktteilnehmer zur Anpassung ihrer Preisvorstellungen. Im weiteren Jahresverlauf sollte sich die Seitwärtsbewegung der Renditen fortsetzen, 2027 dürfte sich nur wenig ändern.

Juli 2026

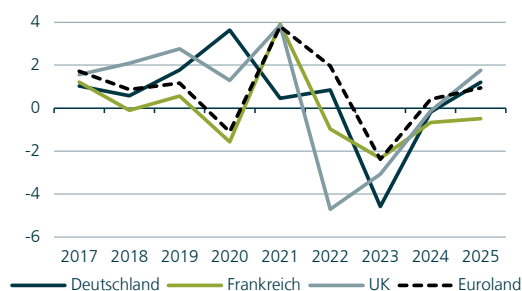
Volkswirtschaftliches Umfeld

Bruttoinlandsprodukt, %ggü. Vj.



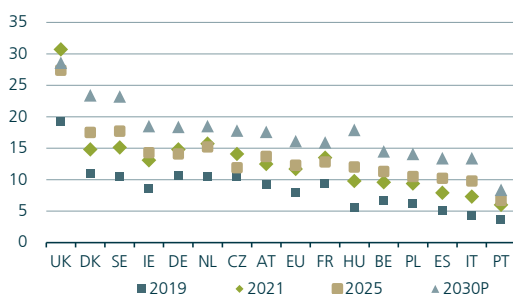
Quelle: Macrobond, Prognose DekaBank

Einzelhandelsumsätze, % ggü. Vj., real



Quelle: PMA, DekaBank

Online-Anteile Einzelhandelsausgaben, %



Quelle: PMA, DekaBank

Konjunktur und Kapitalmarkt

Der Konflikt im Nahen Osten sollte nur vorübergehend zu einer Abschwächung der Konjunkturdynamik in Europa führen. Höhere Energiepreise haben die Inflation nach oben getrieben und damit die Konsumtätigkeit der privaten Haushalte belastet. Vor dem Hintergrund der aktuellen Inflationsrisiken dürfte die Europäische Zentralbank ihre Leitzinsen (Einlagensatz) um weitere 25 Basispunkte auf 2,50 % anheben. Damit verschlechtert sich auch das Finanzierungsumfeld für den Staat, die Unternehmen und die privaten Haushalte. Ein Stabilisator für Euro-land ist die deutsche Wirtschaft, die dank des Fiskalpakets und der Stimmungsaufhellung infolge der angekündigten Reformen etwas kräftiger wachsen sollte. Spanien kann seine hohe Wachstumsgeschwindigkeit der vergangenen Jahre nicht mehr halten, bleibt aber unter den vier großen EWU-Ländern Spitzenreiter. Die Inflation im Euroraum dürfte dank der wieder etwas moderateren Energiepreise und des damit einhergehenden nachlassenden Preisdrucks bereits im nächsten Jahr wieder im Zielbereich der EZB liegen.

Einzelhandelsumsätze

Die Einzelhandelsumsätze in Europa haben 2025 ein moderates Wachstum verzeichnet. Sie legten im EU-Durchschnitt um 1,2 % bzw. im Euro-land-Durchschnitt um 0,9 % zu. Das Wachstum basierte vor allem auf E-Commerce und dem Discount-Segment. Belgien, Frankreich, Italien und Österreich blieben hinter dem EU-Durchschnitt zurück. In Spanien, Portugal, Irland, Dänemark und Schweden sowie in Polen und Tschechien fiel das Wachstum dagegen deutlich höher aus. In Deutschland erzielte der Einzelhandel 2025 preisbereinigt einen um 2,7 % und nominal um 3,8 % höheren Umsatz als im Vorjahr. Allerdings ist dabei ein Sondereffekt durch die Umstrukturierung von Amazon zu beachten, wodurch bisher in Deutschland nicht erfasste Umsätze hinzugekommen sind. Enttäuschend blieb erneut das Ergebnis im innenstadtrelevanten Segment Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren mit einem realen Minus von 0,8 % (nominal -0,3 %). Im laufenden Jahr (Januar bis April) betrug das Umsatzwachstum im deutschen Einzelhandel insgesamt 1,8 % nominal bzw. 0,5 % real im Vergleich zum Vorjahr.

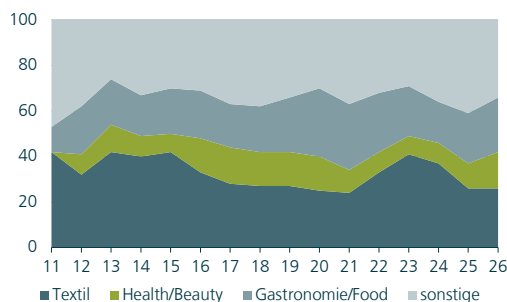
Online-Handel

Der Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben in der EU hat sich 2025 auf 12,3 % erhöht und damit erstmals das bereits 2021 erreichte Niveau von 11,7 % übertroffen. Bis 2030 ist mit einem weiteren Anstieg auf rund 16 % zu rechnen. Zu den Ländern, die seit der Pandemie besonders stark aufgeholt haben, zählt Spanien. Begründen lässt sich dies u.a. mit den im europäischen Vergleich überdurchschnittlichen digitalen Kompetenzen der Bevölkerung, der höchsten Zahl von „Pick-Up and Drop-Off Points“ in Europa, dem hohen Wachstum von „Buy now pay later“ (PayPal, Klarna etc.) sowie der starken Zuwanderung „digitaler Nomaden“. Ein ähnlicher Aufholprozess zeigt sich in Polen. Italien und Portugal bilden mit Online-Quoten unter 10 % weiterhin die Schlusslichter, während UK mit deutlichem Abstand vor Dänemark und Schweden an der Spitze steht. In Deutschland stieg der Online-Anteil 2025 auf 14,1 %, blieb damit aber noch unter dem Höchstwert von 14,8 % in 2021. Bei den Branchen verzeichneten europaweit erneut die Fast Moving Consumer Goods (Lebensmittel und Drogeriewaren) das höchste Wachstum, ausgehend allerdings von einer niedrigen Basis.

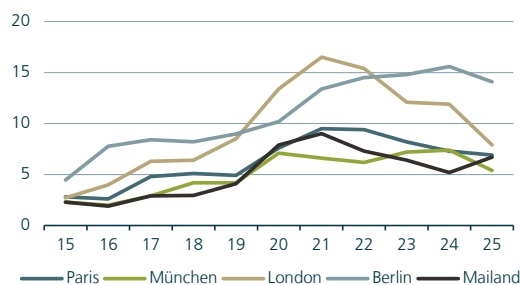
Juli 2026

Innenstadthandel

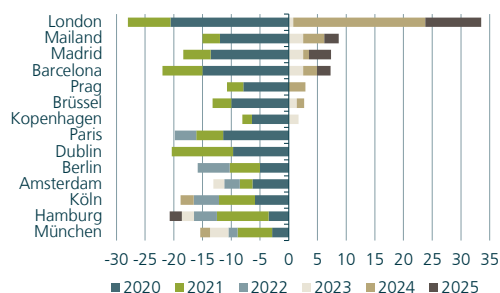
Vermietung Deutschland n. Branchen*, %



Leerstand 1a-Lagen, % der Ladenlokale



Spitzenmieten 1a-Lagen, % ggü. Vj.



Flächennachfrage

Die Modebranche war 2025 erneut das aktivste Handelssegment im europäischen Einzelhandel. Nach Angaben von Cushman & Wakefield entfielen 28 % aller Vermietungen bzw. 35 % der vermieteten Flächen auf dieses Segment. Trotz einer anhaltend hohen Zahl von Insolvenzen und der Online-Konkurrenz hält der Textilhandel an der physischen Präsenz in den besten Einkaufslagen fest. Auf Platz 2 folgte die (System-)Gastronomie, die ihren Anteil weiter ausbauen konnte. Platz 3 belegten die Anbieter von Haushaltsartikeln und Konsumgütern im Discount-Segment wie z.B. Action, Miniso, Normal oder Woolworth. Ladenflächen mit einer Größe bis 600 m² hatten mit großem Abstand den höchsten Anteil aller Vermietungen und vereinten gut 40 % des Flächenumsatzes auf sich. Kompakte Formate gewinnen in allen Branchen an Bedeutung. Der Flächenumsatz in deutschen Innenstadtlagen summierte sich 2025 auf 520.000 m², das beste Ergebnis seit 2019. Vor allem Abschlüsse zwischen 1.000 m² und 2.000 m² haben den Vermietungsmarkt beflügelt. Hervorzuheben sind die Nachvermietungen in ehemaligen Kaufhäusern. Mit fast 90.000 m² erzielten sie einen deutlich höheren Wert als in den Vorjahren. Zu den expansivsten Akteuren gehörte der Sportspezialist Decathlon mit 17 registrierten Eröffnungen in 2025. Nach Branchen betrachtet landete insgesamt die Textilbranche mit 26 % auf Platz 1 vor Gastronomie/Food mit 22 % und Health/Beauty mit 11 %. Bemerkenswert ist die große Bedeutung internationaler Konzepte für den deutschen Einzelhandel, wobei hier wohl auch die im europäischen Vergleich attraktiven Mieten eine Rolle spielen. Im ersten Halbjahr 2026 lag der Flächenumsatz bei 210.000 m² und damit 27 % unter dem Vergleichswert des Vorjahres.

Flächenangebot

Der Leerstand von Ladenlokalen in den Highstreet-Lagen hat sich 2025 überwiegend leicht vermindert und lag im Durchschnitt (27 Städte) bei 9,4 %. Stärkere Rückgänge verzeichneten Amsterdam, London, Rom sowie die deutschen Standorte Frankfurt, Hamburg und München. Deutliche Anstiege registrierten dagegen Lyon und Mailand. In Deutschland betrug der Leerstand in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München durchschnittlich rund 8,5 %. Der Vergleichswert vor Corona lag bei gut 6 %. Eine Rückkehr zu den niedrigen Leerständen der Vorkrisenzeit wird es in vielen Märkten, insbesondere abseits der touristischen Hotspots, so schnell nicht geben. Neue Nutzungen wie Gastronomie, Dienstleistungen, Bildung/Kultur, Freizeit und Wohnen müssen den Einzelhandel ergänzen, um die Aufenthaltsqualität der Innenstädte auf Dauer zu erhalten.

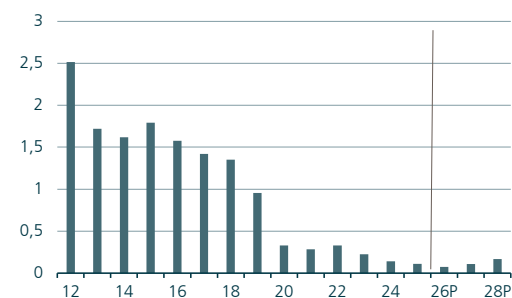
Mietentwicklung

Die Einzelhandelsmieten in 1a-Lagen haben sich 2025 wie im Vorjahr überwiegend seitwärts bewegt, zum Teil auch moderat zugenommen. Rückgänge verzeichnete nur noch Hamburg. Anstiege registrierten Barcelona, Budapest, Lissabon, Madrid, Mailand, Rom und Wien sowie die britischen Regionalmärkte. Einen außergewöhnlichen Zuwachs verbuchte erneut London mit knapp 10 %. 2026/27 dürften die Spitzenmieten europaweit um durchschnittlich rund 2,5 % p.a. steigen. Mit jeweils 3 bis 4 % p.a. überdurchschnittliche Zuwächse werden für Amsterdam, Barcelona, Budapest, Dublin, Madrid, Mailand, Rom, Warschau und Wien erwartet, für London liegt die Prognose bei 5 % p.a. Im Mittelfeld platzieren sich Birmingham, Kopenhagen, Lissabon, Manchester, Paris und Prag. Für die deutschen Standorte ist der Ausblick mit durchschnittlich 1,7 % p.a. verhaltener, lediglich München dürfte das europäische Mittel erreichen. Die 1a-Lagen werden sich insgesamt verkleinern, die Polarisierung zwischen starken und schwachen Standorten dürfte weiter zunehmen.

Juli 2026

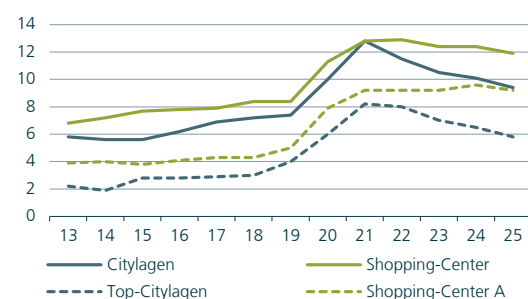
Shopping-Center

Fertigstellung S-Center Europa*, Mio. m²



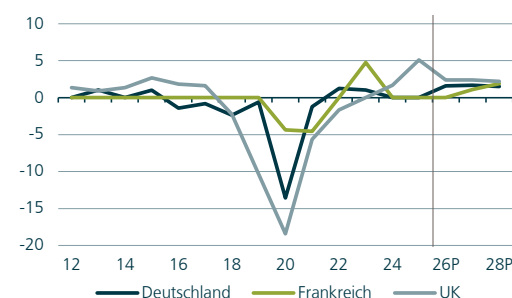
Quelle: PMA, DekaBank; *netto

Leerstände Europa, % der Ladenlokale



Quelle: PMA, DekaBank; 27 Märkte (City) bzw. 33 Märkte (S-C)

Shopping-Center-Mieten, % ggü. Vj.



Quelle: PMA, DekaBank

Flächenangebot

Das Fertigstellungsvolumen für Shopping-Center hat 2025 einen marginal höheren Wert erreicht als im Vorjahr. Europaweit kamen rund 0,3 Mio. m² auf den Markt (netto: 0,1 Mio. m²), davon ein vergleichsweise hoher Anteil von 63 % in Neubauten. Die größte Neueröffnung fand mit dem Westfield Hamburg Überseequartier in Deutschland statt (80.000 m² Verkaufsfläche) gefolgt vom Walther Park im italienischen Bozen (36.000 m²). 2026 dürften rund 0,27 Mio. m² auf den Markt gelangen mit Schwerpunkten in Italien und Schweden. Der Neubauteil sollte mit 30 % deutlich geringer ausfallen, 34 % betreffen Refurbishments inklusive Erweiterungen und 36 % Redevelopments. Die Leerstandsquoten in Shopping-Centern sind 2025 überwiegend gesunken. Anstiege verzeichneten nur Köln, Lyon und einige polnische Regionalstandorte. Die höchsten Leerstände wiesen Einkaufszentren in Berlin, Birmingham, Frankfurt, London und Marseille mit Quoten zwischen 18 und 21 % auf, der Durchschnitt (33 Städte) betrug knapp 12 %. Generell leiden große überregionale Objekte weniger unter Leerstand als kleinere Center mit Defiziten bei Besatz und Lage.

Flächenentwicklung

Laut einer Analyse von PMA wurden zwischen 2010 und 2025 europaweit 242 Shopping-Center mit einer Fläche von rund 2,5 Mio. m² geschlossen, der größte Teil davon in Polen und UK (jeweils 0,6 Mio. m²) sowie Deutschland mit 0,35 Mio. m². Dies entspricht 2 % des europäischen Bestands. Der Schwerpunkt der Schließungen fiel in den Zeitraum 2019 bis 2023 mit durchschnittlich rund 0,3 Mio. m² p.a., seit 2024 hat sich die Dynamik spürbar verlangsamt. Geschlossen wurden überwiegend Center der mittleren Kategorie mit 15.000 bis 40.000 m² (48 % Flächenanteil) sowie kleinere Objekte. Während europaweit knapp 70 % der Flächenreduzierung auf Komplettschließungen beruhten, waren es in Deutschland nur 36 %. Hier dominierte die Teil-Umwandlung, insbesondere der oberen Etagen in Büroflächen. Bei der Nachnutzung ehemaliger Center-Flächen kommen je nach Lage und Wirtschaftlichkeit neben Büro auch Freizeit/Entertainment, Gesundheit, Bildung, Kultur und Wohnen in Frage. Ein Beispiel für die Teil-Umwandlung eines innerstädtischen Centers ist das ehemalige DuMont-Carré in Köln. Das neue „Quincy“ umfasst Gastronomie und Nahversorgung im EG, Fachmarktformate im UG sowie Fitnessstudio, medizinisches Zentrum und Hochschule in den Obergeschossen. Auch die Nachnutzung ehemaliger Kaufhaus-Flächen spielt in Shopping-Centern eine wichtige Rolle. Sie werden entweder umgebaut und aufgeteilt in kleinere Einheiten oder abgerissen und durch ein komplett neues Konzept ersetzt. Im Main-Taunus-Zentrum bei Frankfurt wurde z.B. eine Galerie-Filiale durch fünf freistehende Restaurant-Gebäude ersetzt mit positiven Auswirkungen auf Frequenz und Gesamtumsatz.

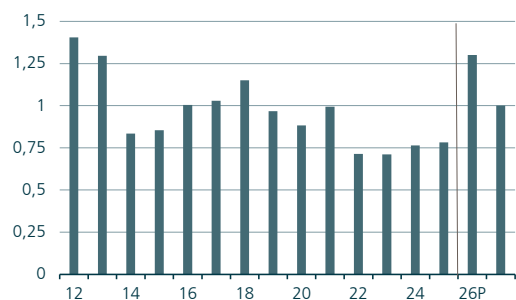
Mietentwicklung

Bei den Spitzenmieten für Shopping-Center zeigte sich 2025 europaweit überwiegend eine Seitwärtsbewegung. Stärkere Anstiege gab es in Italien und UK mit knapp 10 % bzw. gut 5 %. Moderates Mietwachstum mit rund 1,5 % verzeichneten Shopping-Center in Spanien. Stagnierende Mieten prägten das Bild in Deutschland, Finnland, Frankreich, Irland, den Niederlanden, Polen, Portugal und Schweden. 2026 dürfte sich im europäischen Mittel ein Wachstum von rund 2,5 % einstellen mit stabiler Tendenz 2027. Bei den Durchschnittsmieten, die 2025 nur in Schweden und UK leicht zulegten, dürfte das Mietwachstumspotenzial 2026/27 auf durchschnittlich 1 % p.a. begrenzt sein.

Juli 2026

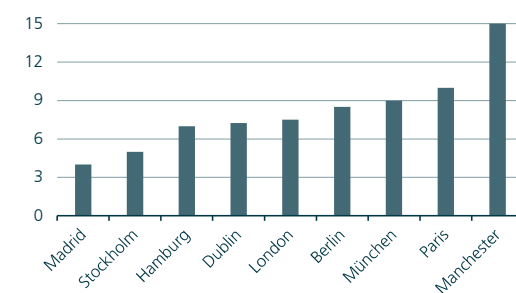
Fachmarktzentren & Nahversorger

Fertigstellung FMZ Europa, Mio. m²



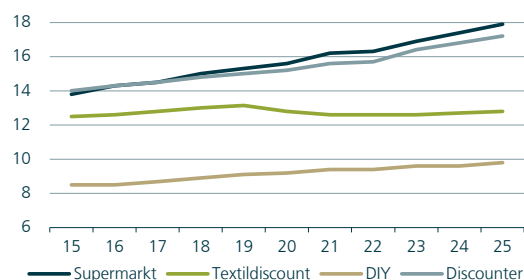
Quelle: PMA, DekaBank, FMZ=Fachmarktzentren

Leerstand FMZ 2025, % der Ladenlokale



Quelle: PMA, DekaBank

Fachmarkt-Mieten Deutschland, EUR/m²/M



Quelle: Bulwiengesa, PMA, DekaBank

Flächenangebot

Der Bestand an Fachmarktzentren (FMZ) in Europa ist im Vergleich zu Shopping-Centern insgesamt jünger. 65 % des Bestandes entstanden nach 2000, bei Shopping-Centern 50 %. Am jüngsten ist der Bestand in Polen: 56 % entstanden ab 2020. Die höchste Flächenversorgung pro Kopf weist Schweden auf, mit deutlichem Abstand vor UK und Österreich. 2025 kamen rund 0,8 Mio. m² neu auf den Markt, was dem durchschnittlichen Neubauvolumen der vergangenen fünf Jahre entsprach. Die höchste Fertigstellung registrierte erneut Polen mit rund 0,4 Mio. m², gefolgt von Spanien mit 0,15 Mio. m² und Schweden mit 0,1 Mio. m². 2026 dürften rund 1,3 Mio. m² auf den Markt gelangen, davon ca. 54 % in Polen und 23 % in Spanien. Während in Polen überwiegend kleinere Projekte entstehen, hat sich der Fokus in Spanien zu größeren Anlagen mit durchschnittlich 25.000 m² verschoben. Der bisher noch unterdurchschnittliche Versorgungsgrad an Fachmarktf lächen führt dazu, dass die Pipeline in Spanien auch 2027 gut gefüllt ist. Fachmarktzentren sind aufgrund ihres Nahversorgungscharakters und des hohen Anteils an Lebensmittelhändlern resilienter gegenüber dem Online-Handel. Dies spiegelt sich in vergleichsweise niedrigen Leerstandsquoten von durchschnittlich 8 % wider (18 Städte). Die niedrigste Quote weist mit 3 % die iberische Halbinsel (Barcelona, Lissabon, Madrid) auf.

Lebensmittelhandel

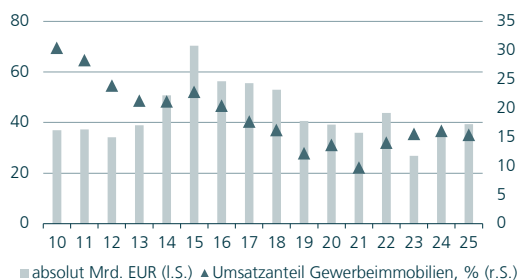
Der Lebensmittelhandel stellt bei Fachmarktzentren die dominierende Branche dar. In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit garantiert er konjunkturunabhängige Umsätze bei vergleichsweise langen Mietvertragslaufzeiten. Hervorzuheben ist der langfristige Trend zu größeren Verkaufsflächen, insbesondere bei Supermärkten und Discountern. Die Supermarktbetreiber investieren vor allem in den Ausbau von Frischeabteilungen und Gastronomie sowie die Erweiterung ihrer Sortimente, um die Einkaufsatmosphäre zu verbessern und sich gegenüber den Discountern abzugrenzen. Die Discounter wiederum haben ihre durchschnittlichen Artikelzahlen erhöht, ihr Sortiment um regionale und Bio-Artikel sowie Markenprodukte erweitert und ebenfalls in neue Raumkonzepte investiert. Laut einer Analyse von BNP Paribas Real Estate sind bei Supermärkten und Discountern die aktuellen Mietflächen durchschnittlich erheblich kleiner als die von Händlern definierte Flächengröße, die für eine wettbewerbsfähige Bewirtschaftung benötigt wird. Bei Supermärkten fehlen pro Objekt durchschnittlich rund 450 m², bei Discountern rund 250 m². Daraus resultiert deutschlandweit ein Erweiterungspotenzial von 4,8 Mio. m² bei Supermärkten und 4 Mio. m² bei Discountern, was theoretisch dem Neubau von 2.100 bzw. 2.700 Märkten entsprechen würde.

Mietentwicklung

Das durchschnittliche Mietwachstum bei Fachmarktf lächen in Europa belief sich 2025 auf rund 3 % (8 Länder). Deutlich darüber lagen Italien mit 4,5 % sowie Spanien und Schweden mit jeweils rund 6,5 %. Stagnation herrschte in Frankreich und den Niederlanden. 2026/27 dürfte das Mietwachstum europaweit bei durchschnittlich rund 3 % p.a. liegen und damit höher als in 1a-Lagen und Shopping-Centern. In Deutschland wird mit knapp 4 % p.a. das höchste Mietwachstum erwartet, getrieben vor allem durch die stark nachgefragten Supermärkte und Lebensmittel-Discounter. Diese verzeichneten in den vergangenen drei Jahren ein durchschnittliches Mietwachstum von jeweils gut 3 %, wohingegen die Spitzenmieten für Baumärkte (DIY), Elektronikmärkte und Textildiscounter stagnierten bzw. nur geringfügig zulegten. Im Hochinflationsumfeld konnten Lebensmittelhändler die Preise leichter an die Kunden weitergeben als Einzelhändler anderer Segmente.

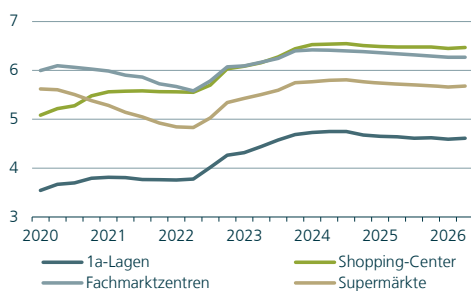
Investmentmarkt

Einzelhandels-Investmentumsatz Europa



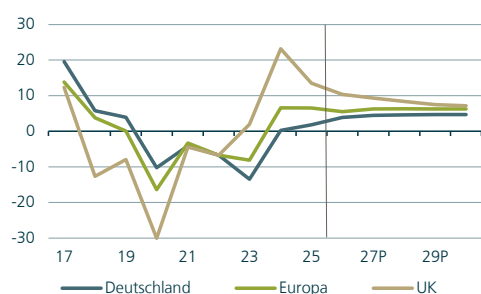
Quelle: CBRE, DekaBank

Spitzenrenditen Europa, %



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

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



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentnachfrage und -umsätze

Der europaweite Investmentumsatz mit Einzelhandelsobjekten belief sich 2025 auf 39,4 Mrd. EUR. Damit wurde das Vorjahresergebnis um 14 % und das fünfjährige Mittel um 10 % übertroffen. Der Anteil am gesamten gewerblichen Transaktionsvolumen in Europa lag bei 15 %. Die vier umsatzstärksten Länder UK (9,3 Mrd. EUR), Deutschland (6,4 Mrd. EUR), Italien (4,1 Mrd. EUR) und Frankreich (3,1 Mrd. EUR) vereinten 58 % des europaweiten Umsatzes auf sich. Der europaweite Anteil von Shopping-Centern am Umsatz mit Handelsobjekten lag mit 27 % unter dem Vorjahr (31 %), aber leicht über dem fünfjährigen Mittel von rund 25 %. In Deutschland vereinten Fachmärkte inklusive Lebensmittel knapp die Hälfte des Investmentvolumens auf sich, gefolgt von 1a-Lagen mit 28 % und Shopping-Centern mit 9 %. Im ersten Halbjahr 2026 erreichte das Transaktionsvolumen von Handelsimmobilien europaweit 18,2 Mrd. EUR, 3 % weniger als im Vorjahreszeitraum. Während es in Frankreich, Italien und Spanien kaum Veränderungen gab, registrierte UK ein Minus von 25 % und Deutschland einen Rückgang um 35 %. Die wachsende wirtschaftliche und geopolitische Unsicherheit hat nicht nur die Konsumneigung vermindert, sondern auch Entscheidungen über Investitionen verlängert.

Anfangsrenditen

Die Anfangsrenditen europäischer Einzelhandelsimmobilien haben sich 2025 nur geringfügig verändert. In 1a-Lagen und bei Shopping-Centern gab es durchschnittliche Rückgänge um 6 Basispunkte, bei Fachmarktzentren und Supermärkten um durchschnittlich 9 Basispunkte. Im ersten Halbjahr 2026 tendierten die Renditen europaweit überwiegend seitwärts. In einigen deutschen A-Städten sowie französischen Regionalzentren gab es jedoch auch Anstiege zwischen 10 und 25 Basispunkten. Der Nahostkonflikt mit seinen Folgen für Energiepreise, Inflation und damit auch für die Zinsen belastet die Erholung des Investmentmarkts und zwingt die Marktteilnehmer zur Anpassung ihrer Preisvorstellungen. Dies zeigt sich auch in einer deutlichen Ausweitung des Renditeabstands zwischen Top-Objekten in zentralen Lagen und dem Sekundärsegment. Die Spanne der Spitzenrenditen in Europa reichte Mitte 2026 von 4,6 % im Mittel für Geschäftshäuser in 1a-Lagen über 5,7 % bei Supermärkten bis hin zu 6,3 % bei modernen Fachmarktzentren und 6,5 % bei gut positionierten Shopping-Centern. In Deutschland rentierten Geschäftsgebäude in 1a-Lagen mit 4,0 %, Einkaufszentren mit 5,9 %, Fachmarktzentren mit 4,9 % und Supermärkte mit 4,6 %. Im weiteren Jahresverlauf sollte sich die Seitwärtsbewegung bzw. der leichte Anstieg der Renditen fortsetzen, 2027 dürfte sich nur wenig ändern.

Wertentwicklung und Gesamterträge

Die Kapitalwerte von Geschäftsgebäuden in 1a-Lagen erhöhten sich 2025 im europäischen Mittel um 3 %. Dies entsprach dem Zuwachs des Vorjahres. Die deutschen Top 5-Standorte verzeichneten 2025 noch einen leichten Rückgang von 1,5 %. Von 2026 bis 2030 dürfte das Kapitalwertwachstum im europäischen Durchschnitt rund 2,5 % p.a. erreichen, in Deutschland knapp 1,5 % p.a. Der Gesamtertrag in 1a-Lagen in Europa dürfte auf Sicht von 5 Jahren durchschnittlich bei gut 6 % p.a. liegen. Für Fachmarktzentren und Shopping-Center lauten die Prognosen 7,2 % p.a. bzw. 7,0 % p.a. Deutschlands Ertragsausblick in 1a-Lagen ist mit 4,5 % p.a. unterdurchschnittlich ebenso wie bei Fachmarktzentren und Shopping-Centern mit 6,4 % p.a. bzw. 5,8 % p.a. UK dürfte sich bei 1a-Lagen als Outperformer erweisen sowie bei Einkaufszentren zusammen mit Irland und Portugal. Bei Fachmarktzentren sollten Spanien, Italien und die Niederlande hinsichtlich der Erträge an der Spitze stehen.



Juli 2026

Autor:

Andreas Wellstein: Tel. -3850; E-Mail: andreas.wellstein@deka.de

Herausgeber:

Chefvolkswirt Dr. Ulrich Kater
DekaBank, Makro Research
Tel. (0 69) 71 47 - 28 49
E-Mail: economics@deka.de

Redaktionsschluss:

29.07.2026

Internet: <https://deka.de/deka-gruppe/research>

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

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.