

Einzelhandels- marktüberblick



Research

Deutschland

H1 2025

jll.com



Inhalt

Key Trends Seite 3

**Handel und
Wirtschaft** Seite 4

Nachfrage Seite 5

Angebot Seite 6

Mieten Seite 7

Spotlight Seite 8

Investment Seite 9

Ausblick Seite 10

Kontakte Seite 11



Key Trends

1

Lebensmittel gewinnen an Bedeutung

Flächenumsatz bleibt weiterhin auf sehr hohem Niveau. Textilhändler insgesamt vorne, aber Lebensmittel liegen bei großen Flächen auf dem ersten Platz. Im kleinteiligen Bereich dominiert Gastronomie. Auf die Top-Standorte entfallen wieder mehr als die Hälfte aller Vermietungen.

2

Verfügbarkeitsquote weiter rückläufig

Verfügbarkeitsquote in den Big 9 deutet für die Mehrheit der Märkte in eine Entspannung der Situation an. Nur noch in drei Einkaufsmetropolen gibt es einen Anstieg der Flächenverfügbarkeit.

3

Retail-Transaktionsvolumen über Vorjahreszeitraum

Transaktionsvolumen für Einzelhandelsimmobilien 10 % über dem Vorjahreszeitraum, 64% davon sind Fachmarktprodukte. Renditen bleiben weiterhin überwiegend unverändert.

Einzelhandelsmarkt in Zahlen

285.900 m²

Vermietungsumsatz Einzelhandel

434.000 m²

Durchschnittlicher
Vermietungsumsatz (2020-2024)

14,6%

JLL-Verfügbarkeitsquote Big 9 (nach Fläche)

340 €/m²/Monat

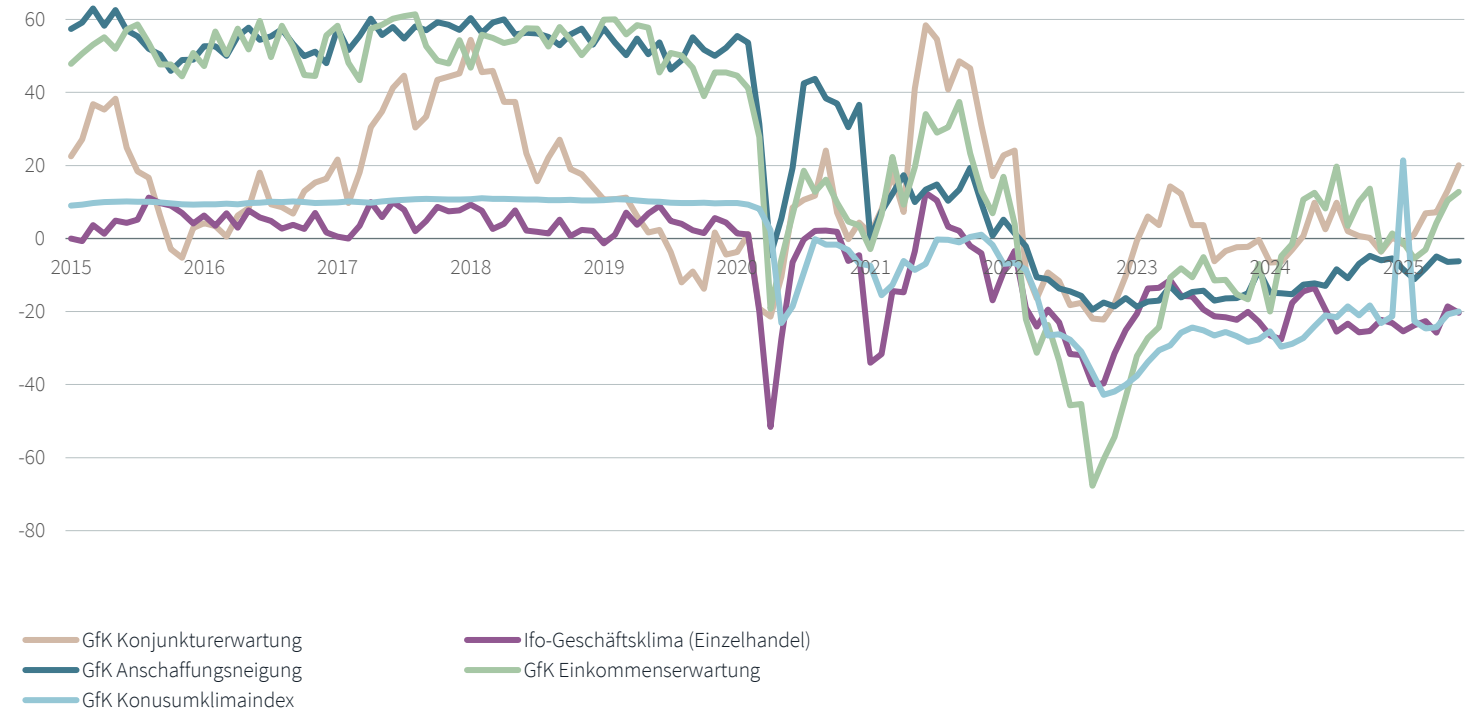
Höchste Spitzenmiete Deutschlands in München

Handel und Wirtschaft

- Das Einzelhandelsklima in Deutschland hat sich Verlauf des ersten Halbjahres 2025 gegenüber dem Jahresende 2024 leicht verbessert. Der GfK Konsumklimaindex zeigt eine leichte Steigerung, rangiert aber weiterhin deutlich im negativen Bereich.
- Die Konjunkturerwartung zeigt einen sehr deutlichen Aufwärtstrend. Zwischen Dezember 2024 und Juni 2025 ist ein signifikanter Anstieg von 0,3 auf 20,1 zu verzeichnen, der sich auch im Vergleich zum Vorjahr sehr deutlich positiv abhebt.
- Die Anschaffungsneigung dagegen verzeichnet in den vergangenen sechs Monaten einen leichten Rückgang, während die Einkommenserwartung deutlich ansteigt.
- Positive Impulse durch gute Tarifabschlüsse und moderate Inflation wurden zuletzt durch die unberechenbare Politik der US-Regierung gedämpft, was die Verbraucher zu Zurückhaltung und Abwarten bewegt.

Einzelhandelsklima Deutschland

Indikatorpunkte, Saldo



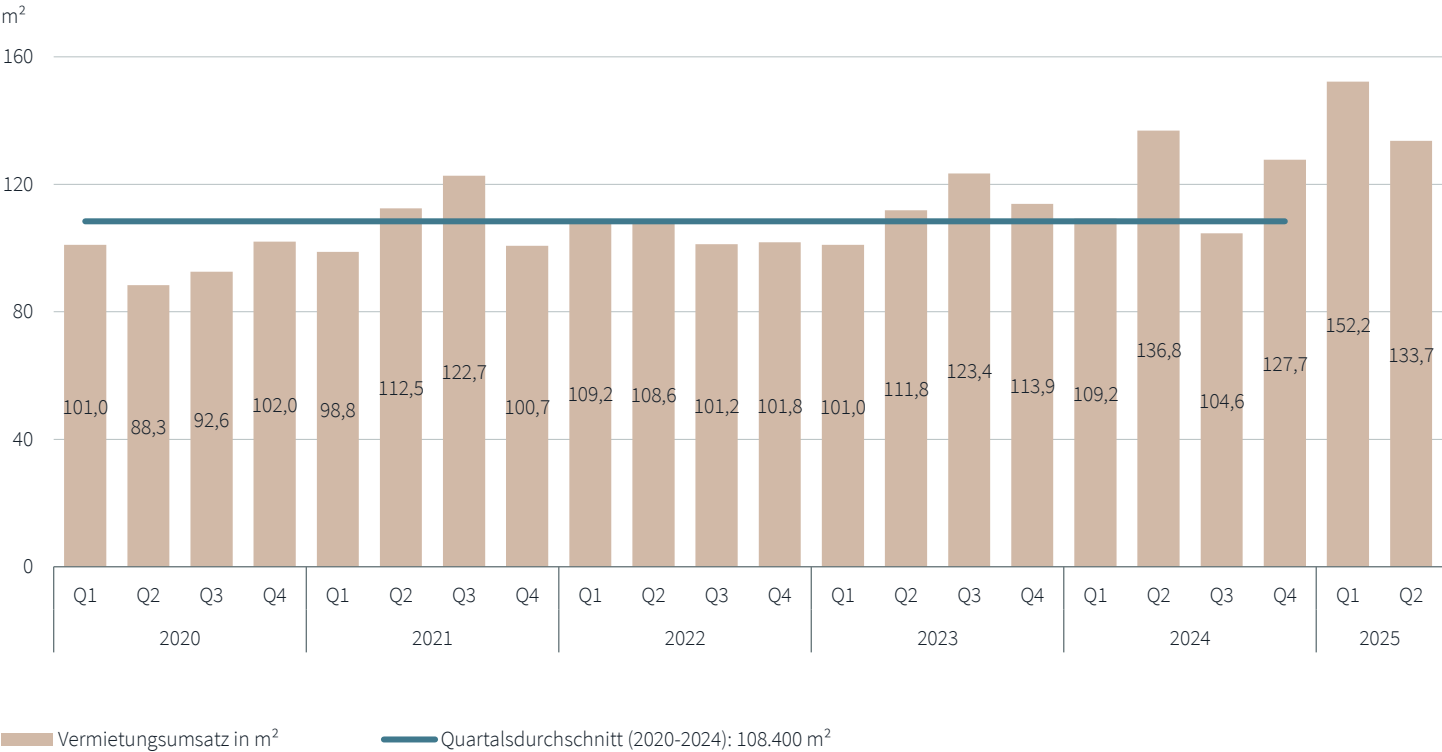
Quelle: GfK, NIM, Ifo Institut, 2025

Einzelhandelsvermietungsmarkt

- Der Vermietungsmarkt für Einzelhandelsflächen hat nach einem außergewöhnlichen Jahresauftakt ein erneut starkes zweites Quartal folgen lassen. Insgesamt setzte der Markt in Deutschland im ersten Halbjahr 285.900 m² um. Dabei war das zweite Quartal mit 133.700 m² zwar etwas schwächer als das erste mit 152.200 m² – doch nehmen diese beiden Quartale Rang eins und drei in der Tabelle der stärksten Einzelquartale seit Anfang 2020 ein. Auch die Zahl der Anmietungen blieb konstant hoch: Mit 251 Abschlüssen im zweiten Quartal stehen nach dem ersten Halbjahr 548 zu Buche – das sind 43% mehr als im Vorjahreszeitraum.
- Vor allem Abschlüsse in der Größenordnung zwischen 1.000 m² und 2.000 m² haben dem ersten Halbjahr ihren Stempel aufgedrückt und so den Flächenumsatz befeuert. Auf diese Größenkategorie entfällt etwa jede achte Vermietung und insgesamt knapp ein Drittel (32,%) der vermieteten Fläche.

Entwicklung des Einzelhandelsvermietungsvolumens

Innenstadtlagen Deutschland



Quelle: JLL Research, 2025

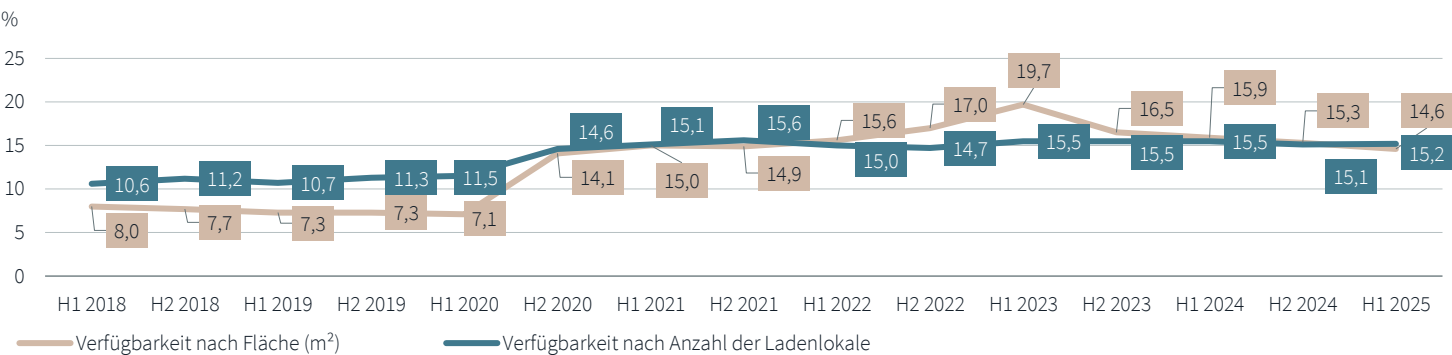
JLL-Verfügbarkeitsquote*

- Im ersten Halbjahr 2025 setzte sich der positive Trend bei der Flächennachfrage fort. Die JLL-Verfügbarkeitsquote der Big 9 ging gegenüber dem Vorhalbjahr um 0,7 Prozentpunkte zurück, so dass in den Top-Lagen dieser neun Metropolen derzeit 14,6% der Einzelhandelsfläche verfügbar ist. Dies entspricht nach Anzahl der Ladenlokale einem Anteil von 15,2%.
- Ein wesentlicher Treiber für diese Entwicklung ist die starke Nachfrage nach Großflächen, die in den letzten Quartalen immer häufiger auf ein passendes Angebot getroffen ist.
- Die größten prozentualen Rückgänge bei der Flächenverfügbarkeit gab es in München, gefolgt von Stuttgart und Frankfurt, während in Düsseldorf, Leipzig und Hannover leichte Zunahmen zu verzeichnen waren.

* Die Quote umfasst realen Leerstand, aber auch Flächen, bei denen der Mietvertrag binnen der nächsten 18 Monate ausläuft, die im Umbau sind oder wo der aktuelle Nutzer einen Nachmieter sucht.

Entwicklung der JLL-Verfügbarkeitsquote** Retail

Big 9: H1 2018 – H1 2025



**Basis: 1.885.500 m² / 2.300 Ladenlokale

Verfügbarkeitsquote Big 9 – H1 2025

	m²	Anzahl
München	7,2%	13,4%
Hamburg	7,7%	16,2%
Düsseldorf	7,9%	11,7%
Leipzig	8,1%	8,6%
Stuttgart	10,8%	15,6%
Köln	14,5%	20,0%
Berlin	16,1%	18,2%
Frankfurt	25,5%	13,3%
Hannover	34,5%	12,8%
Big 9	14,6%	15,2%

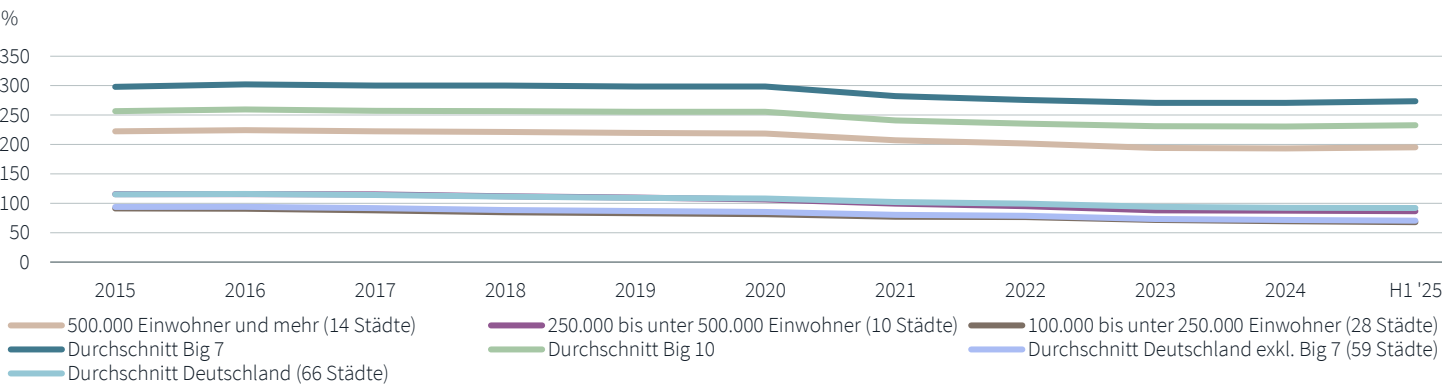
Quelle: JLL Research, 2025

Entwicklung der Spitzenmieten

- Mit Blick auf die Spitzenmieten gibt es in den 1a-Lagen der zehn bedeutendsten Metropolen sowohl in Düsseldorf als auch in Frankfurt eine Aufwärtsbewegung. In beiden Märkten steigt der Spitzenwert zum Halbjahr 2025 von 270 €/m²/Monat auf 280 €/m²/Monat. Auch wenn die Vermietungsleistungen in den beiden Städten zuletzt in der Breite eher mäßig waren, so gibt es dort – vor allem in Düsseldorf – eine beständige Nachfrage zahlungsbereiter Nutzer nach Top-Flächen in den besten Lagen, die zu diesem Mietanstieg führen. An den übrigen acht Märkten bleiben die Mieten unverändert.
- Über alle 66 betrachteten Städte hinweg gab es im ersten Halbjahr einen leichten Rückgang um 0,6%. Dieser geht vor allem auf die schwache Performance der Städte von 100.000 bis unter 250.000 Einwohner zurück, wo ein Rückgang um 2,6% beobachtet wurde.
- Bis zum Jahresende wird mit einer weitgehend stabilen Entwicklung der Spitzenmieten gerechnet, in einzelnen Metropolen könnte es noch zu weiteren Anstiegen kommen.

Spitzenmieten im Einzelhandel – Geschäftshäuser

Mietpreisentwicklung 1a-Lagen nach Einwohnerkategorie



Spitzenmieten im Einzelhandel (€/m²/Monat)

Stadt (Straße)	Q2 2025	Q2 2024	Veränderung zu Q2 2024	Prognose Q3 2025
München (Kaufingerstraße-Marienplatz)	340	340	0,0%	340
Berlin (Tauentzienstraße)	290	290	0,0%	290
Düsseldorf (Königsallee)	280	270	3,7%	280
Frankfurt/Main (Zeil)	280	270	3,7%	280
Hamburg (Spitalerstraße)	250	250	0,0%	250
Stuttgart (Königstraße)	250	250	0,0%	250
Köln (Schildergasse)	225	225	0,0%	225
Hannover (Georgstraße)	170	170	0,0%	170
Nürnberg (Ludwigsplatz-Hefnersplatz-Karolinenstraße)	130	130	0,0%	130
Leipzig (Grimmaische Straße)	110	110	0,0%	110

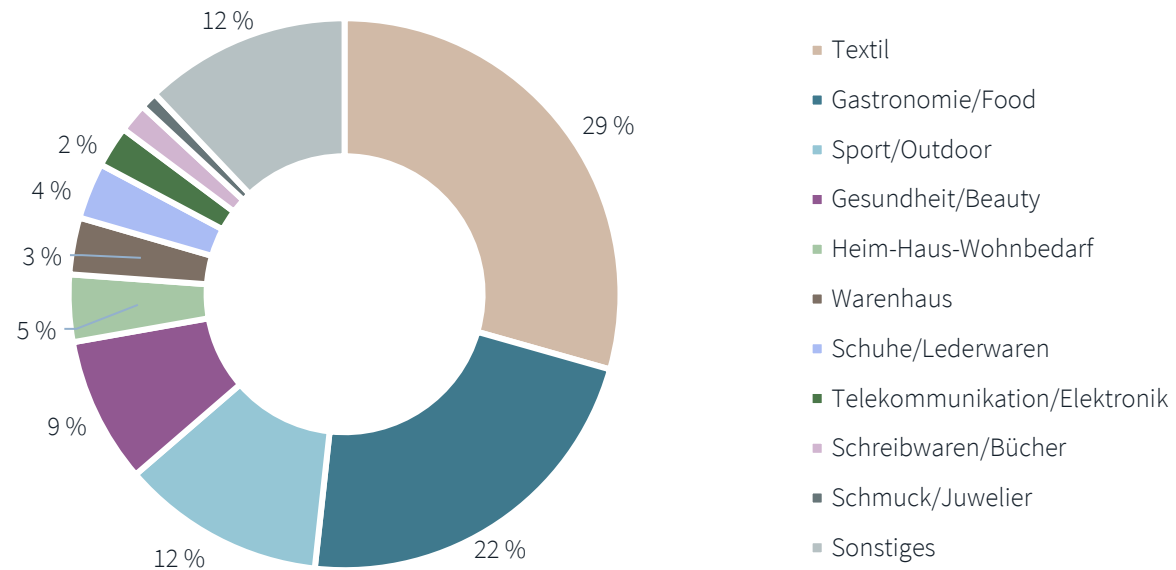
Quelle: JLL Research, 2025

Gastro und Lebensmittel werden stärker

- Über alle Flächengrößen hinweg konnte der Textilhandel seine Vorreiterposition bei den Neuanmietungen im ersten Halbjahr 2025 verteidigen, allerdings liegt sein Anteil nur noch bei 29%. Vor wenigen Quartalen lag dieser noch oberhalb der 40-Prozent-Marke.
- Vor allem der Bereich Gastronomie/Food, der geprägt ist vom Lebensmittelhandel sowie Restaurants und Imbisskonzepten, holen beständig auf und besetzten dabei unterschiedliche Größensegmente.
- Bei Flächen zwischen 1.000 und 2.000 m² hatte das Segment Gastronomie/Food mit 31% der Fläche den größten Anteil am Vermietungsumsatz, noch vor dem Textilsegment, welches hier 26% erreichte. Im Bereich Gastronomie/Food waren in dieser Größenkategorie vor allem Lebensmittelhändler vertreten. Besonders aktiv war das Konzept Go Asia.
- Bei Flächen unterhalb von 250 m² lag der Bereich Gastronomie/Food mit 38% der angemieteten Fläche (Textil: 25%). Hier dominierten neben Systemgastronomen wie Pommes Freunde und Burgermeister auch Restaurants das Geschehen.

Flächenumsatz nach Branchen

Innenstadtlagen Deutschland – Basis: Vermietungsumsatz von 285.900 m², Q1-2 2025



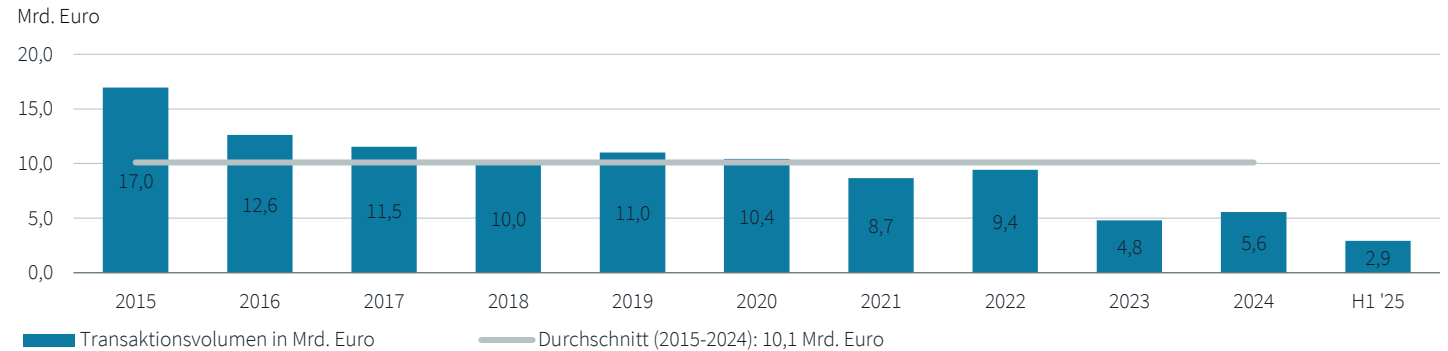
Quelle: JLL Research, 2025

Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien

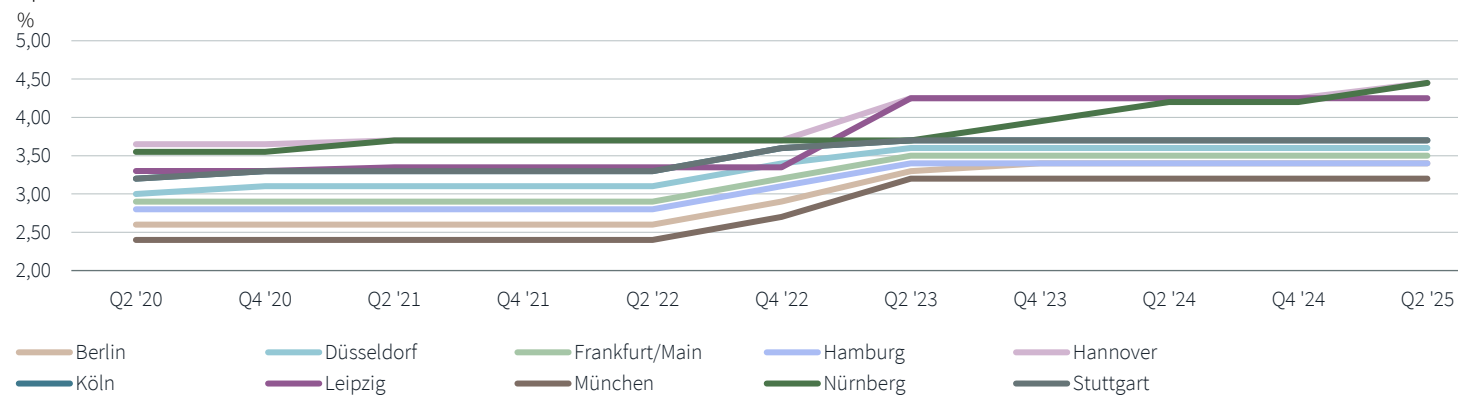
- Der Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien hat im ersten Halbjahr 2025 seinen Erholungskurs fortgesetzt und mit einem Transaktionsvolumen von 2,9 Milliarden Euro den Vorjahreszeitraum um 10% übertroffen, auch wenn der Wert 15% unter dem Mittelwert der vergangenen fünf Jahre liegt.
- Dabei gab es ein deutliches Wachstum bei nicht lebensmittelgeankerten Fachmarkttransaktionen, die als Sondereffekte durch einige Portfoliotransaktionen in diesem Segment zu sehen sind. Dennoch erfahren diese Objekte derzeit eine deutliche Liquiditätszunahme.
- Auf Fachmarktprodukte mit Supermärkten, Fachmärkten und Fachmarktzentren entfielen 64% des Transaktionsvolumens.
- Die Spitzenrenditen für Geschäftshäuser in den zentralen Toplagen der Big 7 zeigen sich weiter konstant, in Hannover und Nürnberg gab es einen leichten Anstieg auf jeweils 4,45%.
- Bei den anderen Nutzungsarten setzte sich der Seitwärtstrend fort, Shopping Center und einzelne Fachmärkte liegen weiterhin bei 5,9%, Fachmarktzentren bei 4,6%.

Entwicklung des Transaktionsvolumens

Transaktionsvolumen (Einzelhandelsimmobilien) in Deutschland



Spitzenrenditen Einzelhandel-Geschäftshäuser



Quelle: JLL Research, 2025

Trends / Ausblick H2 2025

- Für das Gesamtjahr 2025 erwartet der Handelsverband Deutschland aufgrund der leichten Aufhellung der Verbraucherstimmung und der möglichen Wachstumsimpulse aus der Bundespolitik von einer stabilen Umsatzentwicklung im Einzelhandel um nominal 2% aus.
- Das positive Momentum auf der Nachfrageseite, welches in den vergangenen Monaten zu zahlreichen Abschlüssen geführt hat, sollte im weiteren Jahresverlauf anhalten.
- Neben dem Textilhandel – darunter insbesondere der Bereich Young Fashion – werden vor allem die Bereiche Gastronomie und Lebensmittel für weitere Impulse sorgen, weshalb für das Gesamtjahresergebnis bei den Vermietungszahlen ein Plus gegenüber dem Vorjahr zu erwarten ist.
- Bei den Spitzenmieten wird es in den Metropolen bis zum Jahresende überwiegend bei einer Fortsetzung des Seitwärtstrends bleiben, lediglich in ausgesuchten Märkten erscheint ein weiterer Anstieg in den absoluten Toplagen möglich.



Kontakte

Helge Scheunemann

Head of Research
Germany
helge.scheunemann@jll.com

Aniko Korsos

Head of Retail Leasing
Germany
aniko.korsos@jll.com

Sarah Hoffmann

Head of Retail Investment
Germany
sarah.hoffmann@jll.com

Christian Giesemann

Senior Director Research
Germany
christian.giesemann@jll.com

Research at JLL

JLL's research team delivers intelligence, analysis and insight through marketleading reports and services that illuminate today's commercial real estate dynamics and identify tomorrow's challenges and opportunities. Our more than 550 global research professionals track and analyze economic and property trends and forecast future conditions in over 60 countries, producing unrivalled local and global perspectives. Our research and expertise, fueled by real-time information and innovative thinking around the world, creates a competitive advantage for our clients and drives successful strategies and optimal real estate decisions.

About JLL

For over 200 years, JLL (NYSE: JLL), a leading global commercial real estate and investment management company, has helped clients buy, build, occupy, manage and invest in a variety of commercial, industrial, hotel, residential and retail properties. A Fortune 500 company with annual revenue of \$20.8 billion and operations in over 80 countries around the world, our more than 111,000 employees bring the power of a global platform combined with local expertise. Driven by our purpose to shape the future of real estate for a better world, we help our clients, people and communities SEE A BRIGHTER WAYSM. JLL is the brand name, and a registered trademark, of Jones Lang LaSalle Incorporated. For further information, visit [jll.com](http://www.jll.com/) <<http://www.jll.com/>>

COPYRIGHT © JONES LANG LASALLE IP, INC. 2025

This report has been prepared solely for information purposes and does not necessarily purport to be a complete analysis of the topics discussed, which are inherently unpredictable. It has been based on sources we believe to be reliable, but we have not independently verified those sources and we do not guarantee that the information in the report is accurate or complete. Any views expressed in the report reflect our judgment at this date and are subject to change without notice. Statements that are forward-looking involve known and unknown risks and uncertainties that may cause future realities to be materially different from those implied by such forward-looking statements. Advice we give to clients in particular situations may differ from the views expressed in this report. No investment or other business decisions should be made based solely on the views expressed in this report.