gpep

SUBSTANZ TRIFFT RENDITE.



GPEP WHITEPAPER

Unsere TOP 10

Warum sich Investments in Immobilien des Lebensmitteleinzelhandels lohnen.

10 überzeugende Gründe, in Immobilien des Lebensmittel-einzelhandels zu investieren

Immobilien des Lebensmitteleinzelhandels – Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser – zeichnen sich durch ein exzellentes Rendite-Risiko-Verhältnis aus. Dank der soliden wirtschaftlichen Performance ihrer Hauptmieter bieten sie hohe Stabilität und Sicherheit für Investitionen. Damit stellt dieses Segment eine besonders attraktive Assetklasse dar.

Gerade in Zeiten großer Marktveränderungen – wie während der Coronakrise und den darauffolgenden Zinserhöhungen – hat sich der Lebensmitteleinzelhandel als äußerst krisenresistent erwiesen. Diese Stabilität unterstreicht die besondere Qualität und Nachhaltigkeit dieser Anlageklasse. Im Folgenden erläutern wir zehn Schlüsselfaktoren, die für Investitionen in diese stabile und renditestarke Assetklasse sprechen.

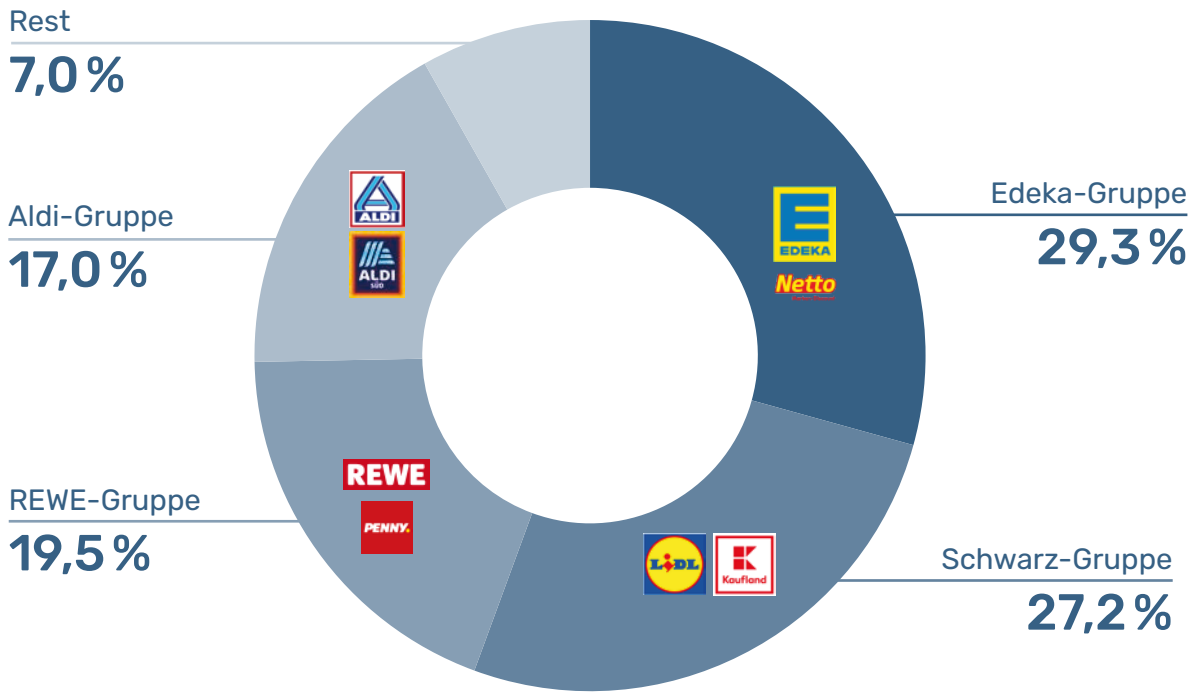


1 Wachstums- und bonitätsstarke Mieter

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist ein bedeutender Wirtschaftszweig, der mit einem Nettoumsatz von etwa 218 Mrd. Euro rund ein Drittel des gesamten deutschen Einzelhandelsumsatzes ausmacht. Der Markt wird von wenigen großen und bonitätsstarken Konzernen dominiert, darunter EDEKA (einschließlich Netto), REWE (einschließlich PENNY), die SchwarzGruppe (Kaufland und Lidl) sowie ALDI. Diese Unternehmen sind bundesweit aktiv und generieren zusammen über 90 Prozent des Branchenumsatzes (siehe Grafik).

Der verbleibende Anteil des Marktes wird von kleineren, regional operierenden Unternehmen besetzt. Insgesamt betreiben die Unternehmen in verschiedenen Betriebsformen – Discounter, Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser – über 38.000 Ladengeschäfte in Deutschland. Die Branche ist weiterhin auf Wachstumskurs. Die Unternehmen steigern stetig ihre Umsätze und treiben die Expansion ihres Geschäfts voran.

Marktanteile der führenden Lebensmitteleinzelhändler 2025 in Deutschland



Quelle: bulwiengesa



2 Frequenzstarke Standorte

Der Lebensmitteleinzelhandel spielt eine zentrale Rolle bei der Deckung des täglichen Bedarfs der Menschen. Laut aktueller Marktumfragen des EHI Retail Institute sowie des IFH Köln kaufen über 50 Prozent der Verbraucher mehrmals wöchentlich Lebensmittel oder Getränke für ihren Haushalt ein. Dabei erfolgen rund ca. 97 Prozent dieser Einkäufe in physischen Geschäften. Die hohe Besucherfrequenz macht den Lebensmitteleinzelhandel zu einem starken Anziehungspunkt und zu einem Frequenzbringer für jeden Einzelhandelsstandort.

Supermärkte, Lebensmittel-Discounter und Verbrauchermärkte ziehen Kunden an, die oft auch weitere Einkäufe am selben Ort tätigen. Durch diese Synergieeffekte ist die Nähe zum Lebensmitteleinzelhandel besonders wertvoll für Geschäfte des Non-Food-Handels, für Dienstleistungsunternehmen, die von Laufkundschaft profitieren. Ein Lebensmitteleinzelhändler als Nachbar steigert aus der Perspektive von Immobilieneigentümern und Nutzern den Wert des umliegenden Gebiets.

3 Resilienz gegenüber dem Onlinehandel

Der Anteil des Onlinehandels am gesamten Lebensmitteleinzelhandel stagniert seit Jahren und betrug im Jahr 2025 laut HDE Online Monitor lediglich 2,0 %. Bei Drogeriemärkten war der digitale Anteil mit geschätzt 4,5 bis 5 Prozent zwar etwas höher, verbleibt aber im Vergleich zu Branchen wie Elektronik oder Bekleidung auf einem niedrigen Niveau. Diese Zahlen verdeutlichen, dass Kunden den Einkauf in physischen Geschäften bevorzugen. Der nächste Lebensmittel- oder Drogeriemarkt liegt für sie meist in unmittelbarer Nähe. Das macht den Einkauf bequem. Dem Online-Lebensmittelhandel fällt ein Markteintritt schwer: er sieht sich mit Herausforderungen wie geringen Margen bei Lebensmitteln und einer hohen Preissensitivität der Kunden konfrontiert.

Im Gegensatz zu anderen Produktkategorien bietet der Online-Einkauf von Lebensmitteln keinen Preisvorteil, sondern ist teurer. Die meisten Verbraucher sind aber nicht bereit, zusätzliche Kosten für Lieferservices zu tragen. Traditionelle Einkaufsgewohnheiten, wie der wöchentliche Großeinkauf von Familien, sind zudem tief verwurzelt. Viele Verbraucher bevorzugen es zudem, Produkte vor dem Kauf zu sehen und anzufassen, und sie hinterfragen die Qualität und Frische von online bestellten Lebensmitteln.

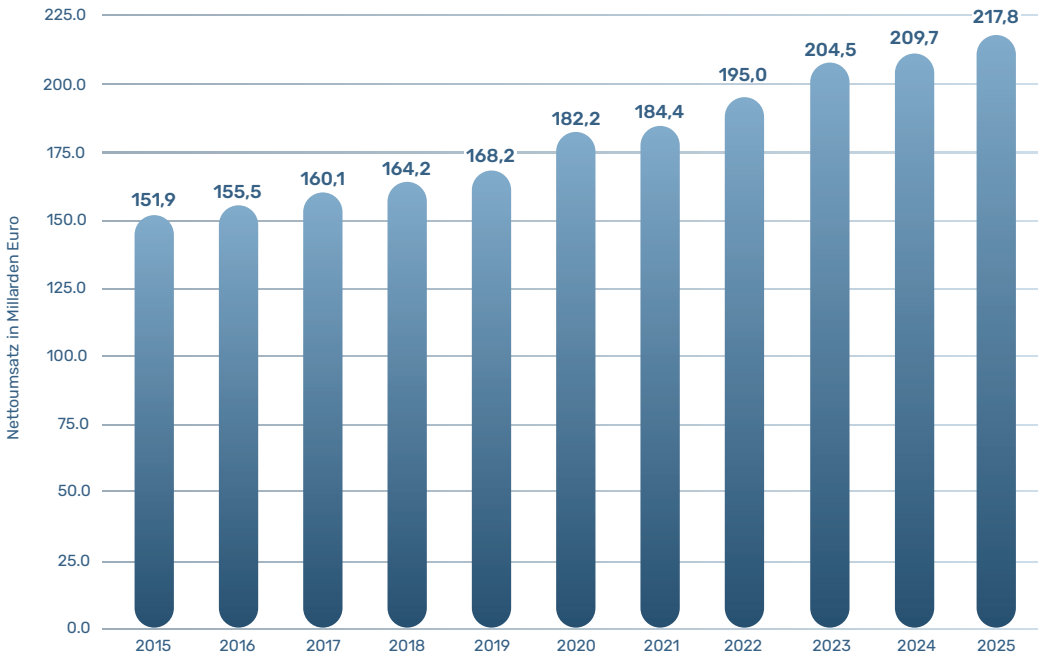


4 Stabile Performance und Konjunkturunabhängigkeit

In den vergangenen zehn Jahren zeigten die Umsätze der Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) eine stetige Aufwärtstendenz, weitgehend unbeeinflusst von den konjunkturellen Schwankungen in Deutschland (siehe Grafik). Die Branche erwies sich stets als resilient gegenüber großen wirtschaftlichen Krisen – von der Dotcom-Blase über die Finanzkrise bis hin zur Pandemie. Trotz Veränderungen in den Essgewohnheiten und einer möglichen Tendenz zu günstigeren Einkäufen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, blieb die grundlegende Nachfrage nach Lebensmitteln stets stabil.

Dieser positive Trend zeichnet sich auch für die kommenden Jahrzehnte ab. Die demografische Entwicklung wird vom Statistischen Bundesamt bei moderaten Annahmen für Geburtenhäufigkeit, Lebenserwartung und Wanderungssaldo auch für das Jahr 2070 weitgehend stabil eingeschätzt.

Nettoumsatz im Lebensmitteleinzelhandel Deutschland 2015 bis 2025 (in Milliarden Euro)



Quelle: EHI Retail Institute



5 Wettbewerbsschutz durch Baurecht

Um Kaufkraftabflüsse aus den Innenstädten zu verhindern, unterliegt der Neubau von großflächigen Einzelhandelsimmobilien in Deutschland strikten gesetzlichen Regelungen. Einzelhandelsimmobilien mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 Quadratmetern dürfen außerhalb der innerstädtischen Kerngebiete nur in dafür vorgesehenen Sondergebieten errichtet werden. Es gibt zwar Ausnahmen, allerdings ist die Beurteilung der städtebaulichen Auswirkungen solcher Neubauten ein langwieriger Prozess.

In der Praxis führt dies dazu, dass Eigentümer bereits bestehender großflächiger Lebensmittelmärkte signifikante Wettbewerbsvorteile genießen. Diese Betriebe sind durch die gesetzlichen Rahmenbedingungen vor der Neuansiedlung konkurrierender Unternehmen in gewisser Weise geschützt.

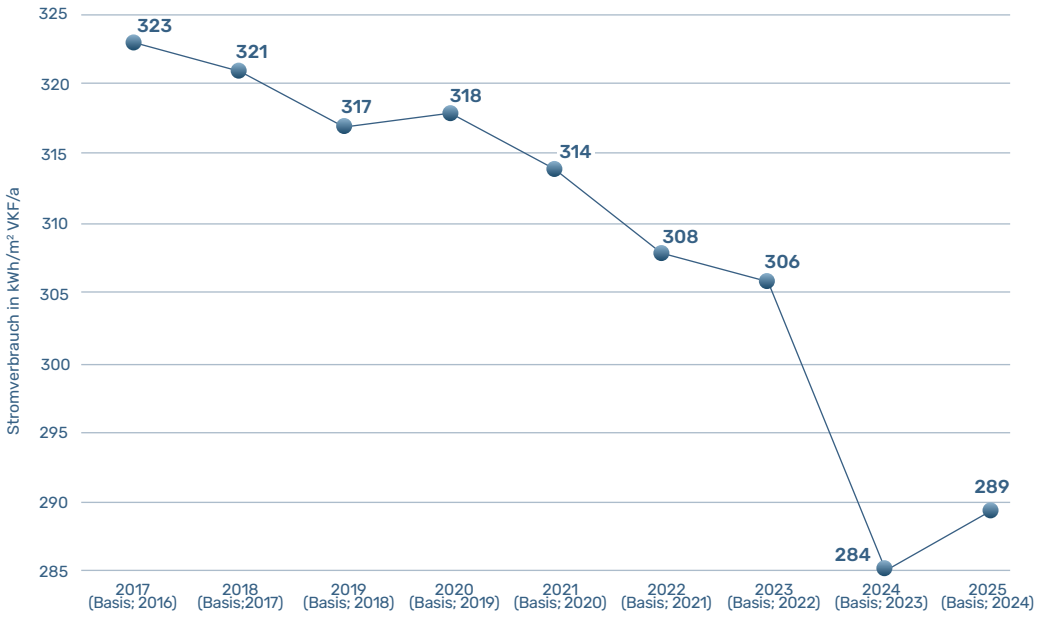
6 Starke ESG-Orientierung der Mieter

Der Lebensmitteleinzelhandel engagiert sich zunehmend für Nachhaltigkeit, sowohl in Bezug auf die Produkte und Lieferketten als auch durch lokale ESG-Maßnahmen (Environmental, Social, and Governance). Die Händler setzen innovative Ansätze um, wie moderne Gebäudetechnologien, energieeffiziente Kühlsysteme, den Einsatz von Photovoltaik- und Gründächern sowie die ökologische Gestaltung der Außenbereiche.

Ein konkretes Ergebnis dieser Bemühungen ist beispielsweise die kontinuierliche Reduktion des Stromverbrauchs je Quadratmeter Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren (siehe Grafik). Ein weiterer Bereich ist die Förderung der Elektromobilität. Besonders Lebensmitteleinzelhändler sind hier aktiv und investieren in die Errichtung von E-Ladesäulen, um neuen gesetzlichen Anforderungen zu genügen und ihre Standorte attraktiver zu gestalten.

Die ausgeprägte Nachhaltigkeitsorientierung des Lebensmitteleinzelhandels und die fortschrittlichen Ansätze in Sachen Umwelt- und Sozialverantwortung machen die Branche zu einem starken Partner in der Immobilienwirtschaft.

Sinkender Stromverbrauch im Food-Handel in den Jahren 2017 bis 2025 (in Kilowattstunden pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Jahr)



Quelle: EHI Retail Institute

7 Hohe Systemrelevanz

Der Lebensmitteleinzelhandel nimmt eine zentrale Rolle in der Versorgung der Bevölkerung ein und bildet damit einen unverzichtbaren Bestandteil der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Infrastruktur. Sein Fokus liegt auf Angeboten, die die grundlegenden Bedürfnisse der Menschen erfüllen.

Lebensmittel und Drogerieartikel, als zentrale Elemente des täglichen Bedarfs, werden dementsprechend regelmäßig nachgefragt. Für die Zukunft ist zu erwarten, dass gut funktionierende Lebensmittelmärkte weiterhin eine hohe Priorität bei Gesellschaft und Politik genießen werden. Das sind beste Voraussetzungen für einen reibungslosen Betrieb dieser Märkte und für nachhaltige Einnahmen aus der Vermietung der Immobilienobjekte.

8 Langfristige und indexierte Mietverträge

Attraktive Standorte sind vom Lebensmitteleinzelhandel stark nachgefragt und treffen auf ein begrenztes Angebot, welches durch baurechtliche Reglementierungen weiter eingeschränkt wird. Viele Akteure im Lebensmitteleinzelhandel sind deshalb aus strategischen Überlegungen daran interessiert, ihre Standorte langfristig zu sichern.

Im Gegensatz zum Non-Food-Einzelhandel schließen sie häufig langfristige Mietverträge ab, die bis zu 15 Jahre Laufzeit und zusätzliche Verlängerungsoptionen beinhalten. In Mietverträgen mit Akteuren aus dem Lebensmitteleinzelhandel wird in der Regel eine Indexierung der Miete vereinbart. Diese bedeutet, dass die Mietbeträge in regelmäßigen Abständen zu einem gewissen Teil die Verbraucherpreisentwicklung nachvollziehen. So soll der reale Wert der Mieteinnahmen für den Vermieter weitgehend erhalten bleiben und das Inflationsrisiko gemindert werden.

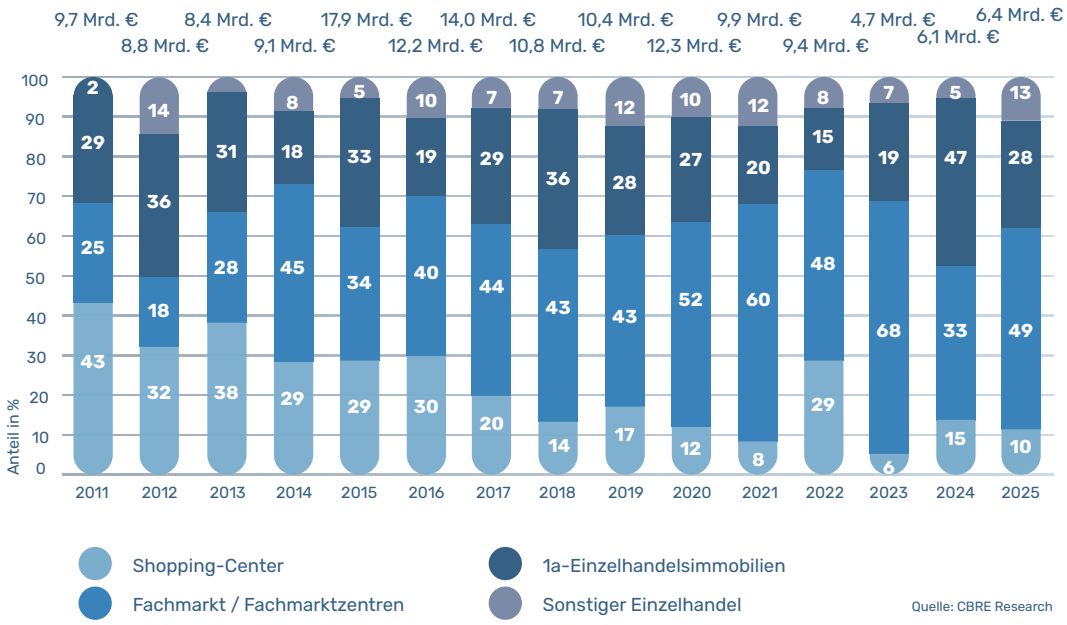
Für Immobilieneigentümer resultieren daraus stabile Cashflows und eine sehr gute Finanzierbarkeit der Immobilien. Die langfristigen Verträge bieten eine Win-Win-Situation sowohl für die Lebensmitteleinzelhändler als auch für die Immobilienbesitzer.

9 Hohe Fungibilität der Assets

Am Investmentmarkt für Handelsimmobilien haben sich Fachmärkte, Fachmarktzentren sowie Lebensmittelmärkte in den letzten Jahren eine wachsende Marktpräsenz erarbeitet. Während ihr Anteil zu Beginn der 2010er Jahre bei rund einem Viertel lag, beanspruchten sie in den letzten fünf Jahren rund die Hälfte des Marktes, der im Jahr 2025 rund 6,4 Mrd. EUR Transaktionsvolumen ausmachte (siehe Grafik).

Die Bedeutungszunahme hat zu einer effizienteren und schnelleren Handelbarkeit der Assets geführt. Das Segment der über 38.000 deutschen Lebensmittelmärkte zeichnet sich aus heutiger Sicht durch eine beträchtliche Größe und eine große Markttransparenz aus. Aufgrund der tendenziell kleinteiligen Struktur der einzelnen Objekte werden diese oft nicht einzeln, sondern gebündelt in Portfolios gehandelt und verwaltet. Diese Diversifikation mindert Risiken bzw. erhöht die Investitionssicherheit.

Prozentualer Anteil der verschiedenen Assetklassen am Gesamttransaktionsvolumen



Quelle: CBRE Research



10 Ausgeprägte Innovationsstärke

Der Lebensmitteleinzelhandel ist innovativ und anpassungsfähig. Die Branche lebt den Grundsatz „Handel ist Wandel". Technologische, gesellschaftliche und demographische Veränderungen beeinflussen das Einkaufsverhalten und die Erwartungen der Kunden erheblich.

Die großen Betreiber im LEH-Segment reagieren darauf mit kontinuierlichen Investitionen. Technische Entwicklungen wie Click & Collect, digitale Coupons und KI-gestützte Produktempfehlungen oder Self-Checkout-Kassen sind beispielhafte Maßnahmen, die das Bestreben der Händler untermauern, das Einkaufserlebnis für die Kunden und die Effizienz zu steigern.

In Bezug auf die Ladengestaltung entwickeln sich die Filialen zu ansprechenden Marktplätzen mit einer einladenden Atmosphäre und umfangreichen Frische- und Bedienbereichen, die einen persönlichen Service bieten. All diese Faktoren sind entscheidend im Wettbewerb der Händler und sie tragen zugleich zur Werterhaltung bzw. Wertsteigerung entsprechender Immobilieninvestitionen bei.

GPEP GmbH
www.gpep.com
kontakt@gpep.com

gpep

10.2026