

PB3C News (37. KW)

XXV. Jahrgang, Erscheinungstag: 08.09.2025

KOMMENTAR

Topmarken suchen Toplagen: Chancen im Nischensegment Luxury Retail



Nils Gugler
Commerz Real

In einem volatilen Marktumfeld mit vielen Unsicherheiten suchen Investoren gezielt nach stabilen und differenzierenden Anlagesegmenten. Traditionell zählen dazu Immobilien, doch ist diese Assetklasse differenzierter zu betrachten. Einzelhandelsimmobilien etwa standen zuletzt nur noch selten auf der Favoritenliste. Zu viele strukturelle Fragen, zu viele Leerstände, zu viel Onlinehandel. Doch auch hier greifen pauschale Urteile zu kurz, denn der stationäre Einzelhandel ist sehr heterogen. Wer genauer hinsieht, entdeckt unter anderem ein Segment, das sich zuletzt als bemerkenswert resilient erwiesen hat und das gerade jetzt neue Zugänge eröffnet: der stationäre Luxus-Einzelhandel.

Wenig konjunktursensible Zielgruppen

Zwar befindet sich der Einzelhandel durch den digitalen Wandel insgesamt im Umbruch, doch das Luxussegment folgt anderen Logiken. Die Kaufkraft vermögender Zielgruppen reagiert weniger empfindlich auf Konjunkturschwankungen. In den vergangenen Jahren haben Luxusmarken bewiesen, dass sie sich schneller erholen, stabiler wachsen und gezielter investieren: Zwischen 2019 und 2023 legte der Umsatz im europäischen

Luxuseinzelhandel im Schnitt um 5,5 Prozent pro Jahr zu – deutlich mehr als der Massenmarkt mit nur 1,5 Prozent.

Bei einigen Luxuskonzernen führten geopolitische Spannungen und eine schwächere Nachfrage aus China zuletzt zwar durchaus zu Umsatzrückgängen. Doch insbesondere in Europa zeigt sich der Markt robust, getragen vom wiedererstarkten internationalen Tourismus. Allein im ersten Quartal 2025 stieg laut European Travel Commission die Zahl der internationalen Ankünfte um knapp fünf Prozent. Ob München oder Mailand – der Luxustourismus trägt maßgeblich zur Frequenz in den etablierten Einkaufsstraßen bei.

Physischer Raum als Markenversprechen

Luxusmarken verkaufen nicht nur Produkte, sondern ein Lebensgefühl. Der Flagship-Store ist dabei nicht bloß ein „Point of Sale“, sondern Teil des Markenerlebnisses. Sichtbarkeit, Exklusivität und emotionale Bindung lassen sich digital nur begrenzt abbilden. Gerade deshalb geht der Trend zu größeren, multifunktionalen Flächen mit Erlebnisbereichen. Für Investoren bedeutet das: Der stationäre Luxus-Einzelhandel ist ein stabiler Eckpfeiler hybrider Strategien. Präsenz auf allen Kanälen ist Standard, aber mit der physischen Fläche als zentralem Fundament. Doch wer auf Premium setzt, braucht auch Premium-Lagen.

Luxuslagen in Metropolen sind ein rares Gut. Oft handelt es sich um einzelne Straßenzüge mit globaler Strahlkraft wie die Maximilianstraße in München, die Goethestraße in Frankfurt oder die „Kö“ in Düsseldorf. Leerstände sind dort die Ausnahme, die Mietnachfrage trifft auf begrenztes Angebot. Und: Luxusmarken sind bereit, für die richtige Fläche tief in die Tasche zu greifen, wenn Qualität, Lage und Gestaltungsspielraum stimmen. Bestes Beispiel: Londons New Bond Street, wo sich die Spitzenmieten zwischen 2010 und 2023 verdreifacht haben. Dieser Aufwärtstrend zeigt sich auch in Paris, Mailand und Frankfurt.

Gleichzeitig sind die Anforderungen an Flächen und Management hoch. Luxusmarken verlangen architektonische Qualität, flexible Ausbauoptionen und ein Umfeld, das zur Marke passt. Der Trend geht zu größeren, multifunktionalen Flächen mit Aufenthaltsqualität inklusive Cafés, Lounges oder Ausstellungsarealen. Wer hier investiert, braucht erfahrene Partner im Asset-Management, die Mieterwünsche antizipieren und Flächen strategisch entwickeln können.

Günstiger Einstiegsmoment für institutionelle Investoren

Normalerweise sind Trophy Assets in diesem Segment schwer zugänglich. Viele Eigentümer sind langfristig orientiert und trennen sich selten von ihren Premiumimmobilien. Häufig gehören die Objekte langfristigen Haltern wie Family Offices oder den Luxuskonzernen selbst, die sich gezielt Standorte sichern. Doch die aktuelle Marktlage bringt Bewegung ins Spiel: Andere Nutzungsarten stehen stärker unter Druck, die Verkaufsbereitschaft nimmt zu

und selbst in absoluten Toplagen ergeben sich selektive Chancen. Für institutionelle Anleger mit Fokus auf langfristige Werthaltigkeit ist das ein Zeitfenster, das strategisch genutzt werden kann.

Luxury Retail ist ein dauerhafter Stabilitätsanker im Einzelhandel. Mit bonitätsstarken Mietern, planbaren Cashflows, geringen Leerständen und dem Zugang zu einer Kundengruppe, die selektiv, aber verlässlich konsumiert. Für institutionelle Investoren mit Fokus auf Substanz und Sinn für selektive Chancen bietet dieses Segment neben stabilen Erträgen Zugang zu Exklusivität, Sichtbarkeit und ökonomischer Widerstandskraft.

Haben Sie Anmerkungen oder Fragen? Dann schreiben Sie an die Leiter unserer Redaktion [Jan Döhler](#) und [Kai Gutacker](#).

LINKEDIN

Rekord 1972 – Vision für 20XX



Gordon Gorski

Bayerische Hausbau Development

Auch das fasziniert mich an München: Diese Stadt wächst über sich hinaus, wenn es darauf ankommt. Ob reibungsloser Flughafenumzug in den 1990ern, „Laptop-und-Lederhosen“-Strategie in den 2000ern oder der aktuelle Aufstieg zum Biotech-Cluster: München erfindet sich immer wieder neu. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Wir freuen uns sehr, Steffen Schaack als neuen Managing Director Transaction & Corporate Development an Bord zu haben.



Peters Development

„Mit Steffen Schaack gewinnen wir eine Führungspersönlichkeit mit tiefem Marktverständnis und ausgewiesener Transformationskompetenz“, sagt Jakob Peters, CEO von Peters Development. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

CBRE Mid-Year Real Estate Market Outlook 2025



CBRE

Der deutsche Immobilienmarkt tritt in eine neue Phase ein: Stabilität an der Zinsfront, fiskalpolitische Impulse und verbesserte Rahmenbedingungen verleihen den Investment- und Vermietungsmärkten spürbaren Rückenwind. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

1.550 Schlüssel und 11.437 Dokumente in der „Friedenauer Höhe“ übergeben.



OFB Projektentwicklung

Für uns sind das nicht bloß Zahlen, sondern Bausteine eines neuen Quartiers. Hinter jedem Dokument und jedem Schlüssel steckt ein neues Zuhause. Ende August haben wir gemeinsam mit unserem Joint-Venture-Partner Instone Real Estate Development GmbH den Abschnitt WA 6.2 der „Friedenauer Höhe“ fertiggestellt und erfolgreich an einen Globalinvestor übergeben. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

White Label bleibt ein relevanter Portfolio-Baustein, wenn die Auswahl klaren Risikoparametern folgt.



KUCERA Rechtsanwälte

White-Label-Betreiber – also Betreiber, die Hotels unter einer bekannten Marke führen, ohne selbst Markeninhaber zu sein – haben sich in den zurückliegenden Jahren als flexible Betreibergruppe für institutionelle Investoren etabliert. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Willkommen in St. Ingbert: Unser Hauptsitz in Bildern



Peter Gross Bau

1885 begann alles hier: Peter Gross Senior legte den Grundstein für das, was unser Unternehmen heute noch immer ausmacht. Der Umzug in die Dudweilerstraße 80 fand 1969 statt – seitdem ist unser Gelände kontinuierlich gewachsen. Mittlerweile zieht es sich von dort bis hin zur Schlackenbergsstraße, somit haben wir jede Menge Platz für Ideen und Projekte. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

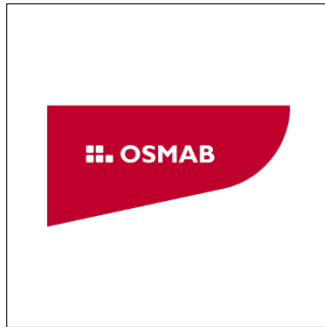
2025 – Ein besonderes Jahr für die Deutsche Zinshaus Gruppe



Deutsche Zinshaus

Wir feiern unser 15-jähriges Bestehen als verlässlicher Partner am deutschen Immobilienmarkt. Unsere Mission: aktiv investieren – klar strukturiert, flexibel und mit langfristiger Perspektive. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Altes bewahren, Zukunft gestalten



OSMAB Holding

Mitten in Köln-Kalk schreiben wir ein neues Kapitel: In der Gottfried-Hagen-Straße 36 hauchen wir einer Büroimmobilie, die wir 2006 selbst errichtet haben, neues Leben ein. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

PB3C News:

Verantwortlich: Holger Friedrichs. Die Richtigkeit der Darstellung von Fakten in Presseartikeln wird nicht geprüft. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des jeweiligen Autors und nicht die Meinung der Herausgeber wieder.

Copyright der PB3C News der Woche: PB3C GmbH, Tauentzienstraße 16, 10789 Berlin. Kopien oder Weitergabe als E-Mail ohne vertragliche Vereinbarung mit der PB3C GmbH verstoßen gegen das Urheberrecht.

Über die PB3C GmbH: Die PB3C GmbH ist seit dem Jahr 2000 das führende Beratungsunternehmen in Deutschland für die Positionierung und Kommunikation von Immobilien- und Fondsunternehmen. Sie berät nationale und internationale Kunden in den Bereichen strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kapitalmarktkommunikation und Positionierung. Zu den weiteren Tätigkeitsfeldern zählen die Erstellung von Leistungsbilanzen und Geschäftsberichten, Studien und Researchdokumenten sowie die Konzeption und Texterstellung von Kundenzeitungen, Newslettern, Internetauftritten und Broschüren, des Weiteren die politische Beratung und Unterstützung im Investor-Relations-Bereich. Ausführliche Informationen über das Leistungsspektrum und Referenzen von Kunden der PB3C GmbH finden Sie unter www.pb3c.com oder können Sie unter info@pb3c.com anfordern.