

Pressemitteilung vom 12. März 2026

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

die ecostra GmbH erstellt im Rahmen der laufenden Grundlagenforschung seit 2011 in jährlicher Folge den „Shoppingcenter Performance Report Deutschland“ (SCPRD). Medienpartner sind die im Deutschen Fachverlag erscheinende Immobilien Zeitung (IZ) und die Textilwirtschaft (TW).

Durch die nun 15 Befragungsrunden des SCPRD liegt zwischenzeitlich ein Datenschatz bestehend aus insgesamt 49.198 einzelnen Bewertungen von Shoppingcenter-Mietern vor, der zweifelsohne einen einmaligen Einblick in die Situation und Entwicklung dieses wichtigen Segments des Einzelhandelsmarktes bietet. Vor diesem Hintergrund lag es nahe, im Rahmen einer Grundlagenanalyse diese Daten auszuwerten und so langfristige Trends zu identifizieren. Und dass sich der Shoppingcenter-Markt allgemein seit 2011 beachtlichen Veränderungen unterworfen war, spiegelt sich in den nun vorliegenden Ergebnissen.

Beim SCPRD handelt es sich um eine Befragung der Mieter in den Einkaufszentren zur wirtschaftlichen Performance ihrer Stores an den jeweiligen Standorten. Befragt werden dabei die Expansions- und Vertriebsleiter in den Unternehmenszentralen und nicht die Shopmanager vor Ort, da nur die Erstgenannten qualifiziert Auskunft über die Umsatztätigkeit von vielen ihrer Shops innerhalb eines nationalen Marktes geben können. Gleichzeitig werden auch weitere, z.T. wechselnde Themen zur Situation und Entwicklung des Handels abgefragt. Teilnahmeberechtigt sind Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungsunternehmen, welche mindestens 3 Geschäfte in 3 verschiedenen Einkaufszentren in Deutschland betreiben. Auf Grundlage von repräsentativen Stichproben kann davon ausgegangen werden, dass – je nach Mieterzusammensetzung eines Centers – etwa 40 bis 60 % der Mieter eines Centers diese Kriterien erfüllen und somit teilnahmeberechtigt sind.

Die Ergebnisse der Mieterbefragung werden im Report für jedes einzelne Shoppingcenter ausgewiesen, wobei auch die Anzahl der auf ein Objekt entfallenden Mieterantworten genannt wird. Dies bedeutet, dass – anders als in vielen anderen Branchenuntersuchungen – nicht nur jene Center namentlich benannt werden, welche offensichtlich gut performen, sondern auch jene, welche aus Mietersicht nur unbefriedigende Umsätze ermöglichen. Dass dies nicht immer nur Freude auslöst, ist nachvollziehbar. Insgesamt wird so aber ein Höchstmaß an Transparenz angestrebt.

Als Medienpartner werden die Ergebnisse dann von IZ und TW journalistisch aufbereitet und jeweils ca. 2 Wochen vor der Immobilienmesse ExpoReal in München veröffentlicht. Deren Berichterstattung erzielt jeweils eine sehr beachtliche Resonanz. Viele weitere Medien – auch Rundfunk und Fernsehen – greifen regelmäßig die Ergebnisse auf und verwenden diese für eigene Artikel und Sendungen.

Über einen Abdruck der nachfolgenden Pressemitteilung in Ihrer Publikation würden wir uns sehr freuen. Falls Sie hierfür noch weiteres Illustrationsmaterial (z.B. druckfähige Fotos ausgewählter Shoppingcenter) benötigen sollten, kann dieses gerne kostenlos und rechtfrei von ecostra zur Verfügung gestellt werden.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit gerne an uns wenden. Ansprechpartner bei ecostra ist Herr Dr. Will (Tel.-Nr. +49 (0)611 716 95 75-0 oder der Email office@ecostra.com)

Mit freundlichen Grüßen

ecostra GmbH

Langzeitanalyse bestätigt: Im deutschen Markt für Shoppingcenter haben sich die Gewichte verschoben.

Fast 50.000 Bewertungen. Auswertung eines einmaligen Datenschatzes aus 1 ½ Jahrzehnten Befragung von Mietern in deutschen Shoppingcentern.

Citti-Park in Kiel ist das aus Mietersicht profitabelste Shoppingcenter Deutschlands. Autokundenorientierte Center mit starkem Nahversorgungsangebot gewinnen. Modelastige Center verlieren.

Wiesbaden, 12. März 2026

Seit 2011 führt die Wirtschafts- und Standortberatung ecostra aus Wiesbaden eine jährliche Mieterbefragung zur Ertragssituation der Geschäfte in den deutschen Shoppingcentern durch. Die Ergebnisse werden dann im sogenannten „Shoppingcenter Performance Report“ veröffentlicht. Für jedes einzelne Center wird die Anzahl aller Mieter, jene der Teilnehmer an der Befragung und das konkrete Ergebnis genannt. Somit bietet der Report ein Höchstmaß an Datentransparenz, was aber bei den Eigentümern und Betreibern der Center nicht nur Freude auslöst. Anders als in ähnlichen Marktberichten werden hier nicht nur die gut performenden Top-Center genannt, sondern auch jene, bei denen offensichtlich eine große Unzufriedenheit unter der Mieterschaft herrscht. Medienpartner der Untersuchung sind die Immobilien Zeitung und die Textilwirtschaft, welche beide im Deutschen Fachverlag erscheinen. Beide Fachpublikationen berichten jeweils ausführlich über die Ergebnisse.

Datenschatz mit fast 50.000 Mieterbewertungen

In den zwischenzeitlich nun 15 Befragungsrunden wurden von ecostra bei den Shoppingcenter-Mietern annähernd 50.000 Bewertungen zur Performance ihrer Geschäfte in den einzelnen Centern eingesammelt. „Ein enormer Datenschatz, der seinesgleichen sucht und der eine einzigartige Informationsquelle zum deutschen Einzelhandelsmarkt darstellt!“ betont Dr. Joachim Will, Geschäftsführer von ecostra.

Citti-Park in Kiel an der Spitze, Flair in Fürth bekommt die „rote Laterne“

Gesamtsieger und somit aus Mietersicht best-performendes Center in der 15-jährigen Gesamtbetrachtung ist der Citti-Park in Kiel, gefolgt vom Südring-Center in Paderborn. Den dritten Platz teilen sich mit identischer Bewertung das Famila Einkaufsland Wechloy in Oldenburg und der Citti-Park in Lübeck. Die rote Laterne dieses Gesamtrankings hält dagegen das Flair in Fürth, an zweitletzter Stelle folgt das Forum Schwanthaler Höhe in München, als Dritttletzter ist das Schultheiss-Quartier in Berlin platziert, knapp vor der Dreiländergalerie in Weil am Rhein. Will: „Es fällt auf, dass die Spitzengruppe durchwegs aus Shoppingcentern besteht, welche einen leistungsstarken Lebensmittelmarkt als Ankerbetrieb haben. Alle befinden sich an verkehrlich gut erreichbaren Standorten an der städtischen Peripherie. Ebenso ist bemerkenswert, dass sich im Tabellenkeller nicht wenige modelastige Einkaufstempel in Innenstadtlagen tummeln. Das war nicht immer so!“

Gewichtsverschiebung: Lebensmittel lösen Mode ab

Um Trends und Entwicklungen deutlich zu machen, wurden von ecostra die Daten auch in fünfjährige Abschnitte gegliedert und für diese Zeitspannen Teilauswertungen durchgeführt. In dieser Teilauswertung wird eine Entwicklung deutlich, welche vor 15 Jahren bestenfalls in Ansätzen erkennbar war, zwischenzeitlich sich aber sehr deutlich manifestiert. So zeigen die Daten für den ersten Zeitabschnitt von 2011 bis 2015, dass mit dem Lago in Konstanz, den Breuningerländern in Sindelfingen und Ludwigsburg, dem Westfield CentrO in Oberhausen, dem Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach bei Frankfurt und dem Alexa in Berlin noch sechs Center mit klarem Mode-Angebotsschwerpunkt in den Top 10 vertreten waren. In der jüngsten fünfjährigen Zeitspanne von 2021 bis 2025 findet sich mit dem Westfield Ruhrpark in Bochum nur noch ein einziges solches Center in der Spitzengruppe. Alle anderen sind als Center zu klassifizieren, die von einer starken Nahversorgungs Komponente geprägt sind. Will: „Hier hat sich im Shoppingcenter-Markt etwas grundsätzlich verschoben! Food ist das neue Fashion, nur dass mit Food nicht die Gastronomie, sondern der Lebensmittelhandel gemeint ist. Auch setzen die Innenstadtcenter zwar in Architektur, Mallgestaltung und Flächenkonzeption weiterhin Maßstäbe, allerdings ermöglichen

die meist eher schlicht und funktional gestalteten, dezentralen Standorte für die Mieter offensichtlich bessere und stabilere Erträge. Und das ist es, was am Ende des Tages zählt.“

Händler mit besonderer Management-Kompetenz

Weiterer Erfolgsfaktor: das Management! Waren es vor Jahren noch die großen Betreibergesellschaften, die hinsichtlich Leistungsfähigkeit in Bezug auf Management, Leasing und Marketing die besten Mieterbewertungen erhielten, sind es heute vor allem kleine Betreiber, die ihre Wurzeln im Handel haben. Auch zeigen die von solchen Unternehmen geleiteten Center häufig eine bessere Ertragskraft und damit höhere Mieterzufriedenheit. Die Datenauswertung illustriert dies deutlich: In der ersten 5-Jahres-Spanne von 2011 bis 2015 führt die ECE noch klar das Betreiberranking an, wird dann aber bereits in der Zeit von 2016 bis 2020 von der Citti-Gruppe abgelöst und fällt auf den dritten Platz zurück. In der jüngsten Zeitspanne von 2021 bis 2025 bestätigt die Citti-Gruppe dann nochmals ihren Spitzenplatz, während die ECE nun auf Rang 7 zurückfällt. *„Dies ist durchaus erstaunlich, da große Betreibergesellschaften, die häufig im Auftrag von Investmentfonds umfangreiche Center-Portfolien betreuen, entsprechende Skaleneffekte nutzen können“* konstatiert der bei ecostra für die Performance-Reports zuständige Projektleiter Thomas Terlinden und führt weiter aus: *„Möglicherweise haben Centermanager, die ihre Wurzeln im Handel hatten oder nach wie vor im Handelsgeschäft aktiv sind, einen anderen Zugang und ein anderes Verständnis für die Belange des Handels bzw. zeigen eine stärkere Kundenzentrierung.“*

Die Top 10 mit der besten Mieterbewertung in der Langzeitbetrachtung 2011 - 2025

Rang	Ort - Shoppingcenter (Bundesland)	Anzahl Mieterbewertungen	Ø-Bewertung
1	Kiel – Citti-Park (SH)	163	1,61
2	Paderborn – Südring Center (NW)	107	1,76
3*	Oldenburg – Famila Einkaufsland Wechloy (NI)	155	1,81
3*	Lübeck – Citti-Park (SH)	136	1,81
5*	Stralsund – Strelapark (MV)	83	1,82
5*	Konstanz – Lago Shopping Center (BW)	164	1,82
7	Greifswald – Elisen Park (MV)	80	1,85
8	Sindelfingen – Breuningerland (BW)	282	1,87
9	Bentwisch – Hanse Center (MV)	100	1,93
10	Magdeburg – Börde-Park (ST)	92	1,96

* Die identische Bewertung mit einem anderen Shoppingcenter führte zu einer mehrfachen Belegung der entsprechenden Platzierung.

¹ Durchschnittswert nach Schulnoten von 1 (= sehr gut) bis 5 (= mangelhaft)

Quelle: ecostra 2026

Die 10 Center mit der unzufriedensten Mieterbewertung in der Langzeitbetrachtung 2011 - 2025

Rang	Ort - Shoppingcenter (Bundesland)	Anzahl Mieterbewertungen	Ø-Bewertung
228	Kaiserslautern – K in Lautern (RP)	164	3,70
229	Weiterstadt – Loop5 (HE)	300	3,77
230	Hagen – Rathaus-Galerie	68	3,79
231	Neu-Ulm – Glacis Glerie (BY)	129	3,81
232	Frankfurt am Main – Skyline Plaza (HE)	232	3,83
233	Mettmann – Galerie Königshof (NW)	70	3,94
234	Weil am Rhein – Dreiländergalerie (BW)	23	4,13
235	Berlin – Schultheiss-Quartier (BE)	52	4,31
236	München – Forum Schwanthaler Höhe (BY)	48	4,40
237	Fürth – Flair (BY)	17	4,59

¹ Durchschnittswert nach Schulnoten von 1 (= sehr gut) bis 5 (= mangelhaft)

Quelle: ecostra 2026

Die Bundesland-Sieger in der Langzeitbetrachtung 2011-2025

Bundesland	Rang D gesamt	Ort - Shoppingcenter	Anzahl Mieter- bewertungen	Ø- Bewertung
BY	11*	Regensburg – Donau-Einkaufszentrum	241	2,01
BW	5*	Konstanz – Lago Shopping Center	164	1,82
BE	18	Berlin - Alexa Shopping- und Freizeitcenter	360	2,14
BB	28*	Wildau – A10-Center	393	2,34
HB	40*	Bremen – Weserpark	345	2,41
HH	27	Hamburg – Tibarg Center	95	2,33
HE	11*	Sulzbach – Main-Taunus-Zentrum	362	2,01
MV	5*	Stralsund – Strelapark	83	1,82
NI	3*	Oldenburg – Famila Einkaufsland Wechloy	155	1,81
NW	2*	Paderborn – Südring-Center	107	1,76
RP	44*	Mainz – Römerpassage	68	2,43
SL	55	Neunkirchen – Saarpark-Center	323	2,49
SN	17	Chemnitz – Chemnitz Center	156	2,13
ST	10	Magdeburg – Börde-Park	92	1,96
SH	1	Kiel – Citti-Park	163	1,61
TH	26	Erfurt – T.E.C. Thüringer Einkaufscenter	83	2,31

* Die identische Bewertung mit einem anderen Shoppingcenter führte zu einer mehrfachen Belegung der entsprechenden Platzierung.

¹ Durchschnittswert nach Schulnoten von 1 (= sehr gut) bis 5 (= mangelhaft)

Quelle: ecostra 2026

ecostra-Unternehmensprofil

Die ecostra GmbH zählt zu den führenden Beratungsunternehmen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandels und wurde im Jahr 2006 in Freiburg im Breisgau gegründet. Sitz des Unternehmens ist heute die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden. Das räumliche Tätigkeitsfeld umfasst sämtliche Länder Europas, was es ermöglicht, Erfahrungen und Erkenntnisse aus unterschiedlichen nationalen Märkten zu verbinden und zum Nutzen der Kunden einzusetzen. Bei allen Analysen liegt der Fokus auf einem tiefen Verständnis des Marktgeschehens und der dort laufenden Prozesse sowie der tatsächlichen wirtschaftlichen Machbarkeit.

Im Bereich der Privatwirtschaft arbeitet ecostra für führende Handelsunternehmen, z.B. bei Fragen der Filialnetzplanung und Expansionsstrategie, begleitet für Investoren und finanzierende Banken wirtschaftliche Due Dilligence-Verfahren und erstellt Auswirkungsanalysen für Genehmigungsverfahren.

Für öffentliche Auftraggeber erarbeitet ecostra u.a. Einzelhandelskonzepte, Untersuchungen zur Nahversorgungssituation, Grundlagenstudien zur Flächennutzungsplanung (u.a. Gewerbe- & Büroflächenbedarf), diverse Spezialanalysen (z.B. Machbarkeitsstudien für unterschiedliche Nutzungsarten, Rentabilitätsuntersuchungen von Messen, Veranstaltungs- und Kongresscenter sowie Nachnutzungskonzepte für Kauf- und Warenhäuser) und begleitet als Fachberater und Moderator Innenstadtentwicklungsprozesse und Dialogverfahren.