

b² Handelsmonitor

Zwei Blickwinkel. Ein Markt.



 bulwiengesa
burberger



Foto: Otto H. Schulz/burberger

Vorwort

Foto: bulwiengesa



Fotos: Andreas Buck

Herzlich willkommen zur ersten Ausgabe des „b² Handelsmonitor“ von burberger und bulwiengesa. Als wir gefragt wurden, an einem Marktreport zum Einzelhandel in Deutschland mitzuwirken, war der erste Gedanke „...nicht noch ein weiterer Report zum Einzelhandel in Deutschland“. Aber burberger hatte eine klare Vorstellung und Meinung. Knapp und pointiert – nur auf zwei Lagebereiche fokussiert: Highstreet und Fachmarkt – sonst nichts.

Diese Vorgabe vor Augen haben wir den Versuch unternommen, auf knapp sechs Seiten einige Fakten und Sachverhalte zum Thema zusammenzutragen und mit der fachlichen burberger-Expertise zur Marktentwicklung anzureichern.

Wir hoffen, dass uns dies geglückt ist, um Ihnen, verehrte Leserinnen und Leser, einen schnellen Einblick in die aktuelle Stimmungslage, aber auch Perspektive für den stationären Einzelhandel in den Highstreets deutscher Innenstädte und den Fachmarktlagen zu gewähren. burberger danken wir für das uns entgegengebrachte Vertrauen, an dem ersten „b² Handelsmonitor“ mitwirken zu dürfen.

Wir freuen uns, wenn dieser „b² Handelsmonitor“ Ihnen kleine Impulse für anstehende Entscheidungen bezüglich Handelsflächen und Handelsimmobilien liefert.

Dr. Joseph Frechen
Bereichsleiter Einzelhandel
bulwiengesa GmbH

Über 590 Milliarden Euro Umsatz im stationären Einzelhandel, prognostiziertes Wachstum auch für 2026, eine nach wie vor steigende Anschaffungsneigung der Verbraucher. Wer Handelsimmobilien ausschließlich unter dem Eindruck schwieriger Schlagzeilen betrachtet, übersieht das Wesentliche: Diese Assetklasse liefert. Stabil, cashflow-stark, mit in der Regel überschaubarem Verwaltungsaufwand, professionellen Geschäftspartnern und einer Resilienz, die anderen Nutzungsarten häufig fehlt.

Gleichzeitig ist kaum eine Assetklasse so heterogen. Ob Fachmarktzentrum in der Peripherie oder Geschäftshaus in der Highstreet. Standortqualität, Mieterbesatz, Mietvertragslaufzeiten, baulicher Zustand, Drittverwendungsfähigkeit: Jede Liegenschaft ist eine Einzelfallentscheidung. Pauschale Markteinschätzungen greifen hier zu kurz. Wer heute die richtigen Standorte und Konzepte identifiziert, positioniert sich frühzeitig für das nächste Aufwärtsfenster.

Das ist unser Antrieb. burberger berät und begleitet bei Vermietung und Verkauf von Fachmarktimmobilien und Geschäftshäusern. Wir kennen beide Seiten, beide Lagen, und wir glauben daran, dass gerade in einem heterogenen Markt Spezialisierung den Unterschied macht.

Diesen ersten b² Handelsmonitor haben wir gemeinsam mit unserem geschätzten Partner bulwiengesa entwickelt. Er soll Ihnen einen ersten Überblick über die aktuelle Lage und Perspektive in den Kernlagen des stationären Einzelhandels verschaffen und Sie zu einem Dialog mit uns zu unserem Lieblingsthema einladen: der Handelsimmobilie.

Wir wünschen eine anregende Lektüre und freuen uns über den persönlichen Austausch.

Roman Burmeister & Jan Dirnberger
Geschäftsführer
burberger GmbH

Ambivalentes Marktumfeld im Einzelhandel

+2,2%
Verbraucherpreisindex
Jahresdurchschnitt 2025¹

+2,0%
Entwicklung
Preise für
Lebensmittel
2025¹

+0,8%
Entwicklung
Preise für Be-
kleidung und
Schuhe 2025¹

Gute Jahresauftaktstimmung ausgebremst

Der Ifo-Geschäftsklimaindex startete leicht verbessert ins Jahr 2026, erfuhr aber wegen des Kriegs im Nahen Osten einen gehörigen Dämpfer und fällt auf das Februar-Niveau des Jahres 2025 zurück. Die Firmen in Deutschland schauen derzeit skeptisch auf ihre Geschäftslage und bewerten die Aussichten schlechter als zuvor. Die anfangs vorhandene Hoffnung auf einen wirtschaftlichen Aufschwung in Deutschland ist verfliegen. Diese Entwicklung erfasst alle untersuchten Branchen. Im Einzelhandel sank der Index von -27,7 im Februar auf -29,8 im März, und damit relativ weniger als beispielsweise im verarbeitenden Gewerbe oder im Dienstleistungssektor.

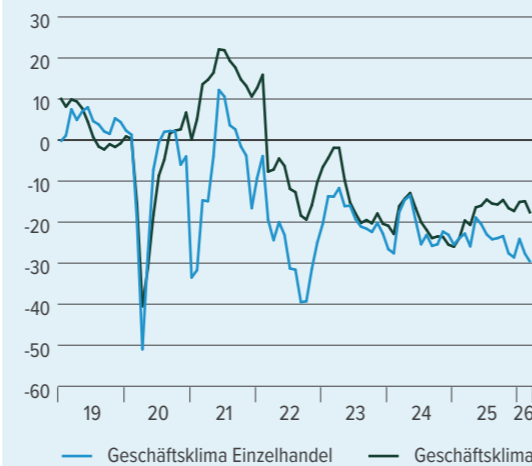
Alle Branchen eint die Sorge über einen Anstieg der Inflation in den kommenden Monaten in Folge der hohen Energiepreise. Der jüngste Anstieg des Ifo-Indikators zur Preiserwartung steht im Zusammenhang mit deutlich höheren Preisen für Rohöl, Gas und Strom. Nachdem die Energiekomponente die Inflation zuletzt gedämpft hat, zeichnet sich jetzt eine umgekehrte Entwicklung ab. Es wird damit gerechnet, dass die Unternehmen ihre steigenden Kosten zunehmend weitergeben. Die Energiepreise schlagen sich über höhere Produktions- und Transportkosten auch auf Waren und Dienstleistungen nieder, was letztlich die Endverbraucherpreise entsprechend verteuern wird. Diese Preiskomponenten erfassen zunächst die Industrie und sickern dann sukzessive in die nachgelagerten Stufen und damit in den Einzelhandel weiter.

Verbraucherstimmung springt noch nicht an

Die Verbraucherstimmung in Deutschland erreicht im April 2026 ihren bisherigen Jahrestiefpunkt, so das Ergebnis des jüngsten HDE-Konsumbarometers. Die Sparneigung bleibt auf vergleichsweise hohem Niveau und nimmt gegenüber dem Vormonat sogar wieder zu. Die im ersten Quartal 2026 wieder steigenden Einkommenserwartungen haben einen Dämpfer erfahren und fallen auf das Niveau von Ende 2025 zurück. Der erwartete Frühjahrsaufschwung bleibt bisher aus. Insbesondere der drastische Anstieg der Energiekosten und die geopolitischen Unsicherheiten drücken auf die Stimmung. Einen überraschenden Lichtblick liefert hingegen die Anschaffungsneigung: Sie steigt trotz des eingetrübten Gesamtbilds deutlich an.

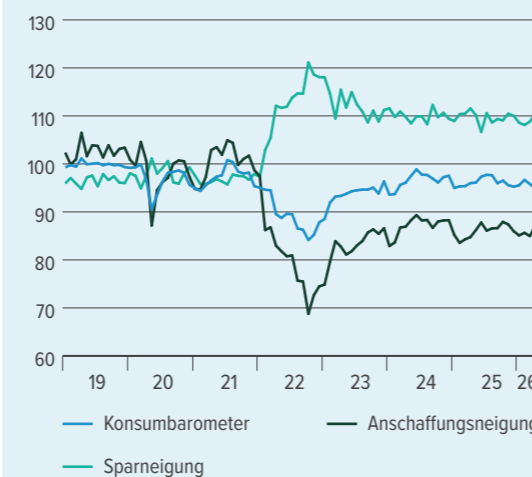
ifo-Geschäftsklimaindex 2019–2026

Salden, saisonbereinigt, März 2026

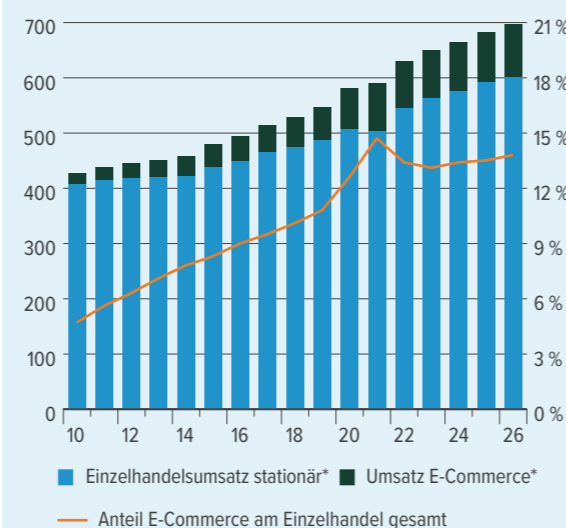


HDE-Konsumbarometer 2019–2026

Index: Januar 2017=100, April 2026



Entwicklung Einzelhandelsumsatz 2010–2026



Quelle: HDE, 2026 = Prognose gem. HDE Pressekonferenz v. 2.02.2026; * p. a. Mrd. Euro netto

697,4

Mrd. Euro Umsatzprognose
Einzelhandel insgesamt 2026²
+2,0 % gegenüber 2025:
683,7 Mrd. Euro

601,1

Mrd. Euro Umsatzprognose
Stationärer Handel 2026²
+1,6 % gegenüber 2025:
591,4 Mrd. Euro

96,3

Mrd. Euro Umsatzprognose
Online-Handel 2026²
+4,4 % gegenüber 2025:
92,3 Mrd. Euro

+0,6%

Prognose
Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2026³

Einzelhandelsumsatz stabil

Der Einzelhandel in Deutschland verzeichnete 2025 ein moderates Wachstum bei gleichzeitig verhaltener Stimmung. Der Nettoumsatz im engeren Sinne lag laut HDE bei rund 683,7 Mrd. Euro, was einem nominalen Plus von 3,0 % entspricht; real blieb das Wachstum mit +1,5 % deutlich schwächer. Trotz steigender privater Konsumausgaben (+1,4 %) profitierte der Handel nur begrenzt. Zudem schwächte sich die Konsumdynamik im zweiten Halbjahr spürbar ab, was die insgesamt schwierigen Rahmenbedingungen unterstreicht.

Der stationäre Einzelhandel erzielte einen Umsatz von 591,4 Mrd. Euro (+2,8 % nominal) und blieb damit zwar hinter der Dynamik des Online-Handels zurück, erzielte aber einen über der Inflationsrate liegenden Anstieg. Der Online-Handel wuchs auf 92,3 Mrd. Euro und legte mit +3,9 % nominal deutlich stärker zu. Nach einer vorübergehenden Umsatzschwäche im Jahr 2022 bleibt der Online-Handel weiterhin auf Wachstumskurs. Das stationäre Netz ist weiterhin der mit Abstand umsatzstärkste Absatzkanal für den Einzelhandel in Deutschland.

Trotz herausfordernden Umfelds prognostiziert der HDE für 2026 ein Umsatzwachstum von nominal +2,0 % auf insgesamt 697,4 Mrd. Euro (netto). Wachstum generieren beide Kanäle, wobei im Online-Handel mit einem Plus von nominal +4,4 % auf 96,3 Mrd. Euro das höhere Umsatzwachstum erwartet wird, während der stationäre Einzelhandel voraussichtlich um +1,6 % auf 601,1 Mrd. Euro (netto) ansteigen wird.

Ausblick

Optimistisch ins Jahr 2026 gestartet, erfahren die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen aktuell einen Dämpfer. Insbesondere die außenwirtschaftlichen und geopolitischen Konflikte belasten das Wachstum in Deutschland und das Konsumverhalten der privaten Haushalte. Die Anschaffungsneigung der Konsumenten hat zuletzt zwar leicht zugelegt, aber eine spürbare Belebung im Einzelhandel ist daraus noch nicht abzuleiten. Positive Effekte sind perspektivisch aus den staatlichen Investitionen des Sondervermögens und den gegenwärtig diskutierten Strukturreformen zu erwarten, wobei sich die gesamtwirtschaftliche Wirkung bei zügiger Umsetzung erst ab 2027 zeigen dürfte.

1 Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung v. 16.01.2026, Verbraucherpreisindex für Deutschland, Änderungsraten ggü. Jahresdurchschnitt Vorjahr
2 HDE, nominale Änderungsraten ggü. Vorjahr
3 Deutsche Bundesbank, Stand: 19.12.2025

Weniger Mode, mehr Erlebnis – Highstreet

durchschnittlich
+3%
mehr
Gastronomie

derzeit noch
30%
Modeanteil in
Highstreet

stabile Spitzenmiete über
200
EUR/qm
Spitzenmiete in
Top-6 Städten

Die Highstreet bildet weiterhin das Rückgrat des stationären Einzelhandels und fungiert als zentraler Frequenz- und Umsatztreiber in deutschen Städten. Gleichzeitig befinden sich innerstädtische Handelslagen infolge struktureller Veränderungen seit Jahren in einem tiefgreifenden Wandel: weg von reinen Einkaufsstandorten hin zu multifunktionalen Erlebnisräumen, die die Rolle als prägende Frequenzanker der Innenstädte weiterhin sichern.

Marktentwicklung Highstreet

Die Entwicklung der Spitzenmieten in der Highstreet spiegelt die strukturellen Veränderungen im innerstädtischen Einzelhandel wider. In den vergangenen zehn Jahren zeigte sich über alle Städtegrößen hinweg ein rückläufiger Trend, der durch die Corona-Pandemie beschleunigt wurde. In größeren Städten sind die Rückgänge absolut am stärksten, was auf zuvor überdurchschnittlich hohe Mietniveaus und stärkere Filialvereinigungen zurückzuführen ist. Infolge reduzierte sich das Mietgefälle zwischen den Städtegrößen leicht, was auf eine stärkere Marktnivellierung und angepasste Flächennachfrage hindeutet.

Bei den Spitzenrenditen kam es nach einem kontinuierlichen Renditerückgang infolge der Zinswende ab 2022 zu einer deutlichen Renditeausweitung in allen

Städtegrößen. Diese Anpassung reflektiert sowohl das gestiegene Finanzierungsniveau als auch eine erhöhte Risikoeinschätzung im Einzelhandelssegment. Aktuell liegt das Renditeniveau wieder spürbar über den Tiefstständen. Trotz weiterhin bestehender Renditeunterschiede zwischen den Städtegrößen – mit den niedrigsten Renditen in den größten Märkten – hat sich die Spreizung zuletzt leicht verringert.

Der Branchenmix in der Highstreet wird weiterhin maßgeblich vom modischen Bedarf geprägt. Gleichwohl sank dessen Anteil in den letzten Jahren über alle Städtegrößen hinweg spürbar. Demgegenüber gewinnen Gastronomie und einzelhandelsnahe Dienstleistungen an Bedeutung und tragen maßgeblich zur Funktionsvielfalt der Innenstädte bei. In großen Städten verzeichnet auch der Lebensmittel-einzelhandel an Zuwachs und trägt als krisenfeste Nutzung mit stabilen Frequenzen zu einem ausgewogeneren Branchenmix bei.

Ausblick Highstreet

Die zukünftige Entwicklung der Highstreet-Lagen wird weiterhin von einer differenzierten und selektiven Marktdynamik geprägt sein. Während sich die Flächennachfrage in den Top-Städten insgesamt stabil zeigt, ist in kleineren und mittleren Städten ten-

denziell von einer verhaltenen bis rückläufigen Entwicklung auszugehen. Anmietungen konzentrieren sich zunehmend auf die besten Lageabschnitte der 1A-Lagen, während gastronomische und discountorientierte Konzepte verstärkt in weniger gefragte Bereiche nachrücken. Die innerstädtische Polarisierung dürfte sich damit weiter verstärken.

Auf Nachfrageseite bleibt die Aktivität auf wenige expandierende Konzepte begrenzt. Insbesondere frequenzstarke Nutzungen wie Gastronomie, Lebensmittel- und Drogeriekonzepte sowie discountorientierte Anbieter – etwa Woolworth, Action oder TK Maxx – prägen das Marktgeschehen und tragen zur Stabilisierung der Innenstädte bei. Gleichzeitig verlagert sich die Nachfrage weiter hin zu kleineren, effizient nutzbaren Flächen, während großflächige Konzepte ab etwa 1.000 qm selektiv realisiert werden.

Auch auf der Investmentseite ist kurzfristig keine spürbare Marktbelebung zu erwarten. Das Transaktionsgeschehen bleibt angesichts restriktiver Finanzierungsbedingungen und anhaltender Unsicherheiten gedämpft, wobei sich Investoren aktuell vor allem auf kleinere Volumina und opportunistische Ansätze konzentrieren. Während auf Verkäuferseite vor allem institutionelle Eigentümer auftreten, dominieren auf

Käuferseite private Investoren und Family Offices. Insgesamt dürfte sich die Konsolidierung folglich fortsetzen: Etablierte Highstreet-Lagen stabilisieren sich, während weniger attraktive Lagen zukünftig weiterhin unter Anpassungsdruck stehen.

6,5%
Spitzenrendite
in kleinen
Städten

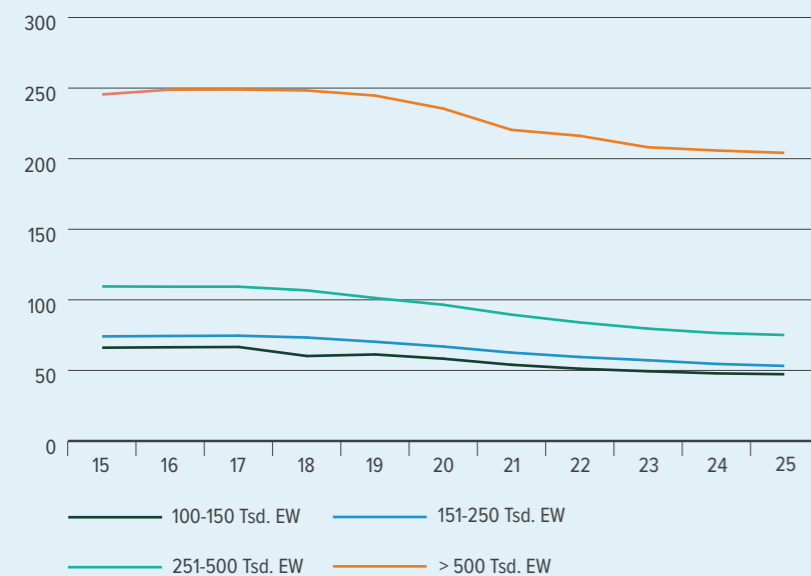
Methodik Stadtgrößenklassen

Die Auswertung basiert auf den von bulwiengesa definierten 127 RIWIS-Städten. Für den vorliegenden Marktbericht wurden ausschließlich Städte ab 100.000 Einwohner berücksichtigt (insg. 80 Städte) und zu vier Größenklassen zusammengefasst: 100–150 Tsd. EW (24 Städte), 151–250 Tsd. EW (27 Städte), 251–500 Tsd. EW (14 Städte) sowie über 500 Tsd. EW (15 Städte).

Foto: Otto H. Schulz/burberger

Spitzenmiete Einzelhandel 2015–2025

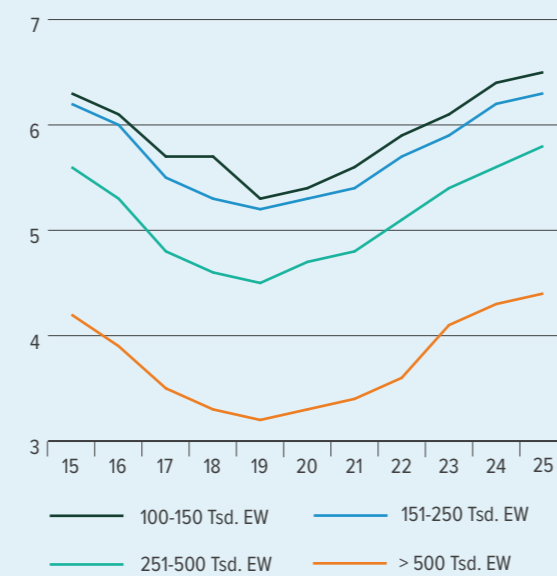
In 1A-Lagen in Euro/qm nach Städtegrößenklassen



Quelle: RIWIS | bulwiengesa

Spitzenrendite Einzelhandel 2015–2025

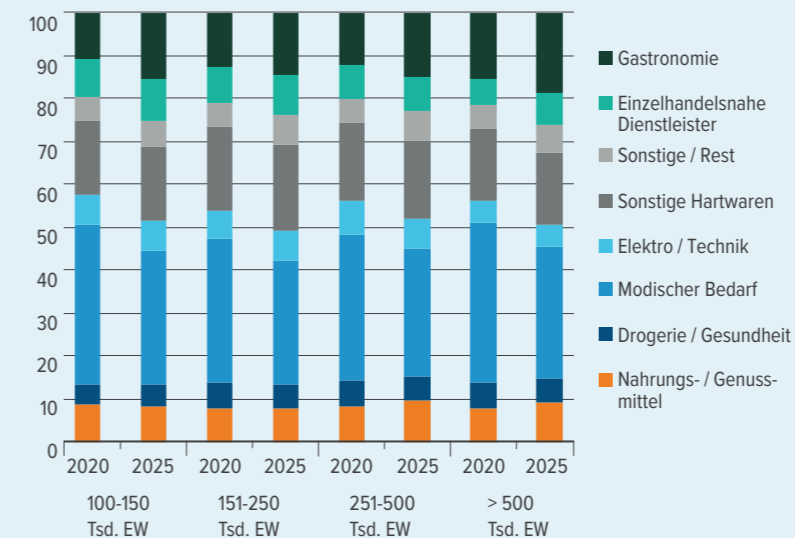
Nettoanfangsrendite in 1A-Lagen in % nach Städtegrößenklassen



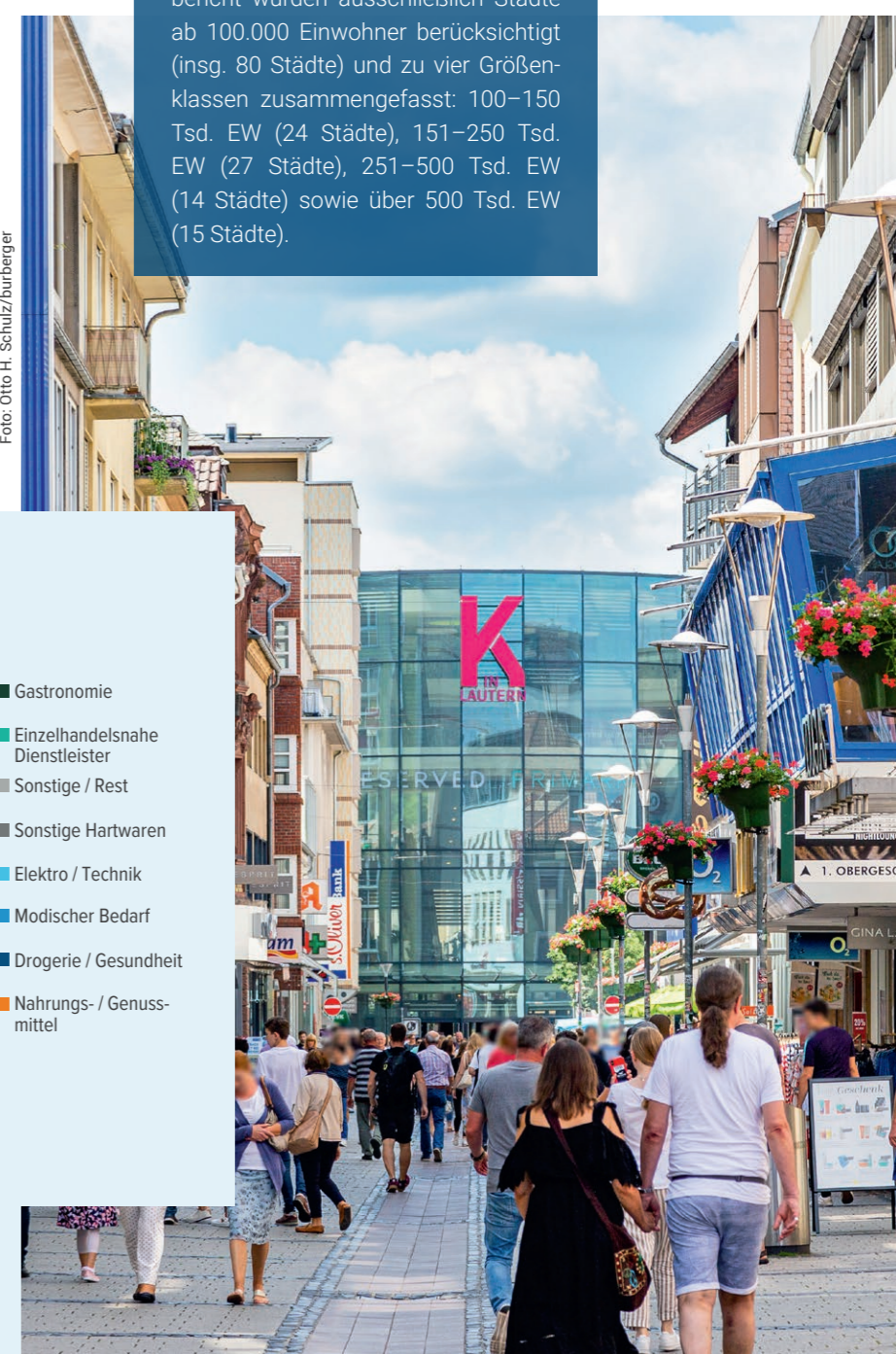
Quelle: RIWIS | bulwiengesa

Branchenmix – Veränderung 2020 zu 2025

Warengruppenverteilung in 1A-Lagen in % nach Städtegrößenklassen



Quelle: RIWIS | bulwiengesa



Robust und deshalb gefragt – Fachmärkte

Mietniveau von über **30 Euro/qm MF p.a.** Im Lebensmitteleinzelhandel in starken Regionen

Hohe Nachfrage nach Flächen über **1.000 qm**

Fachmarktlagen mit ihrem breiten Spektrum – von einzelnen Fachmärkten über Nahversorgungszentren bis hin zu großflächigen Fachmarktzentren – haben sich in den vergangenen Jahren als besonders beliebte und stabile Einzelhandelsstandorte etabliert. Sie profitieren insbesondere von der guten Erreichbarkeit, kostenfreien Parkmöglichkeiten und einer vergleichsweise geringen Online-Affinität der Kunden. Zudem gewinnt bei den Verbrauchern ein zielgerichtetes, preisbewusstes Einkaufsverhalten zunehmend an Bedeutung, was sich positiv auf die Umsätze dieser Standorte auswirkt.

Marktentwicklung Fachmarktsegment

Fachmarktlagen haben sich in den vergangenen Jahren im Vergleich zu anderen Betriebsformen hinsichtlich der Mietentwicklung als besonders stabil erwiesen. Während innerstädtische Lagen und Shopping-Center aufgrund sinkender Nachfrage und stark gestiegener Mieten (vor 2015) Rückgänge verzeichneten, konnten Fachmärkte teils sogar Mietsteigerungen erreichen. Insbesondere Nahversorgungsimmobilien entwickelten sich seit 2015 mit über 2 % jährlichem Wachstum dynamisch, getragen durch intensiven Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel, steigende Umsätze und restriktivere Genehmigungsverfahren. Auch Baumärkte zeigten eine

positive, wenn auch moderatere Mietentwicklung von ca. 0,6 % jährlich. Künftig könnten steigende Investitionen in Modernisierungen und Ersatzbauten bei gleichzeitig begrenztem Flächenangebot zu weiteren Mietzuwächsen führen. Insgesamt weisen Fachmarktzentren eine leicht positive Mietentwicklung von jährlich rund 0,5 % auf, wobei insbesondere Lebensmittel- und DIY-Segmente stabilisierend wirken, während Mode und Elektro/Technik aufgrund des hohen Wettbewerbs standortabhängig unter Druck bleiben.

Die Attraktivität von Fachmarktimmobilien zeigt sich auch in einem hohen Investmentanteil, wobei die Renditen je nach Betriebsform aufgrund unterschiedlicher Risikoprofile variieren. Nach historischen Tiefständen zu Beginn der 2020er Jahre stiegen die Renditen infolge der Zinswende wieder an und haben sich zuletzt stabilisiert. Besonders nachgefragt sind lebensmittelgeankerte Objekte, die aufgrund hoher Frequenzen und langfristiger Mietverträge als krisenresilient gelten und ein entsprechend niedriges Renditeniveau aufweisen. Demgegenüber bieten Baumärkte und solitäre Fachmärkte höhere Renditen, was vor allem auf eingeschränkte Nachnutzungsmöglichkeiten und kürzere Mietvertragslaufzeiten zurückzuführen ist.

Die Branchenzusammensetzung an Fachmarktstandorten variiert je nach Standorttyp. Während in Fachmarkttagglomerationen ein Großteil der Fläche auf die DIY- und Möbelbranche entfällt, dominieren in Fachmarktzentren vor allem periodische Anbieter – insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, was maßgeblich zur hohen Attraktivität bei Investoren beiträgt.

Ausblick Fachmarktsegment

Die zukünftige Entwicklung des Fachmarktsegments wird weiterhin maßgeblich durch den expansiven Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel geprägt sein. Flächenerweiterungen und Neubauten dominieren das Marktgeschehen, während ergänzende Nutzungskonzepte – insbesondere aus dem Freizeit- und Dienstleistungsbereich – zunehmend zur Stabilisierung und Belebung der Standorte beitragen. Insgesamt bleibt die Flächennachfrage robust, wobei sich die Dynamik auf wenige, stark expandierende Branchen konzentriert.

Die Nachfrage fokussiert sich dabei klar auf großflächige Einheiten ab 1.000 qm, während kleinere Flächen unter 400 qm deutlich schwerer zu platzieren sind und überwiegend von regionalen Anbietern nachgefragt werden. Parallel setzt sich der Strukturwandel im Segment fort: Fachmarktzentren und Ag-

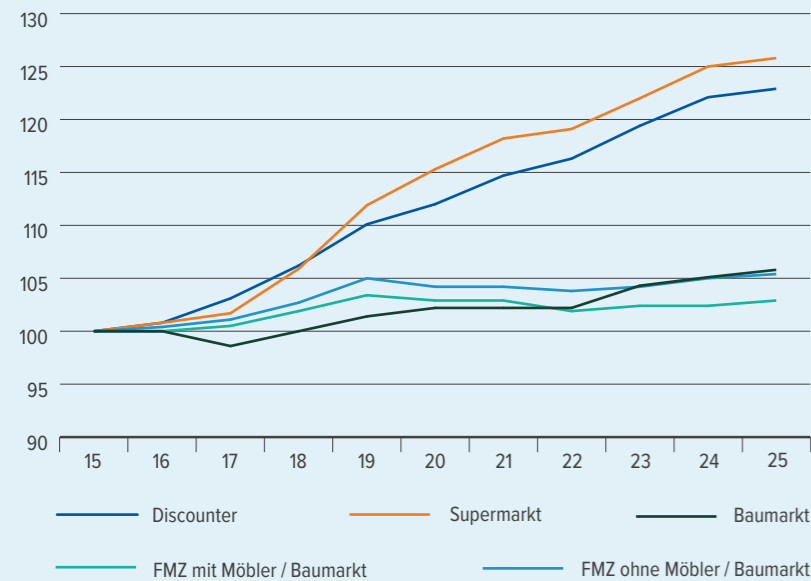
glomerationslagen gewinnen weiter an Bedeutung, da sie gegenüber Solitärstandorten höhere Frequenzen und Synergieeffekte bieten. Auch innerhalb einzelner Branchen – etwa im DIY-Segment – zeigt sich eine klare Tendenz zu größeren, stärker serviceorientierten Formaten.

Auf der Investmentseite bleibt das Marktgeschehen selektiv. Fachmarktzentren mit lebensmittelgeankerter Nutzung stehen weiterhin im Fokus der Nachfrage und profitieren von stabilen Cashflows. Gleichzeitig agieren institutionelle Investoren zurückhaltend, während private Investoren und Family Offices den Markt prägen. Renditen und Faktoren haben sich auf dem aktuellen Niveau stabilisiert, sodass insgesamt von einer kontinuierlichen, aber differenzierten Marktentwicklung auszugehen ist.

Periodischer Bedarf mit rund **30% Flächenanteil** wichtigstes Sortiment in den untersuchten Fachmarktstandorten

Mietentwicklung ausgewählter Betriebsformen im Einzelhandel

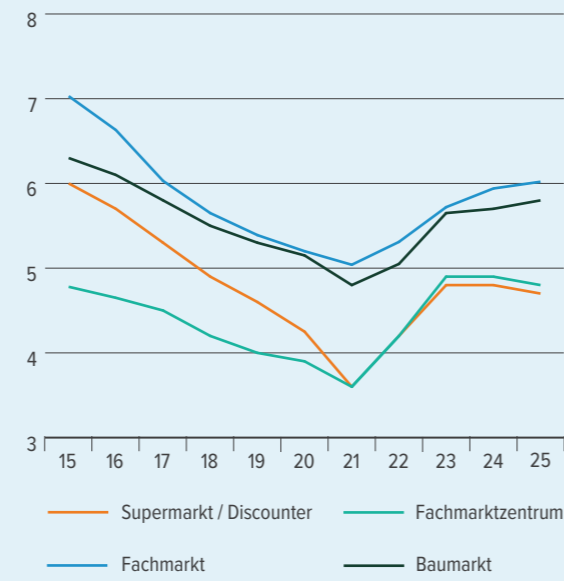
Spitzenmiete in Euro/qm, Index 2015 = 100



Quelle: RIWIS | bulwiengesa

Spitzenrendite Fachmarktsegment 2015–2025

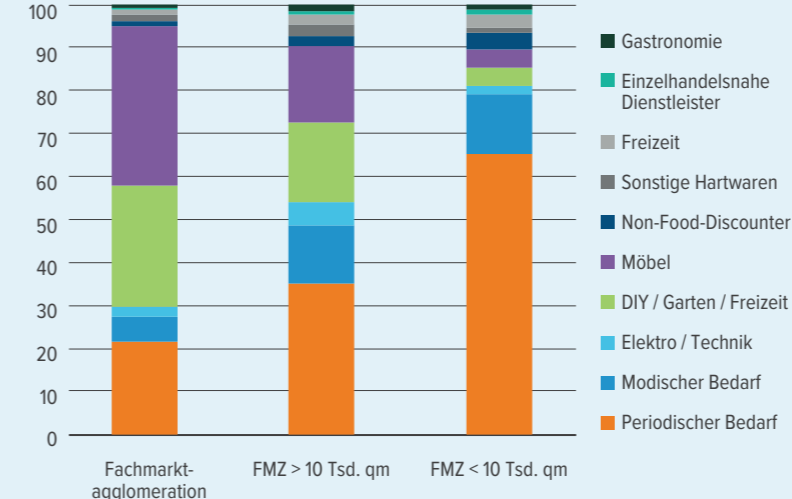
Nettoanfangsrendite ausgewählter Betriebsformen in %



Quelle: RIWIS | bulwiengesa

Branchenmix an Fachmarktstandorten

Warengruppenverteilung in %



Quelle: RIWIS | bulwiengesa

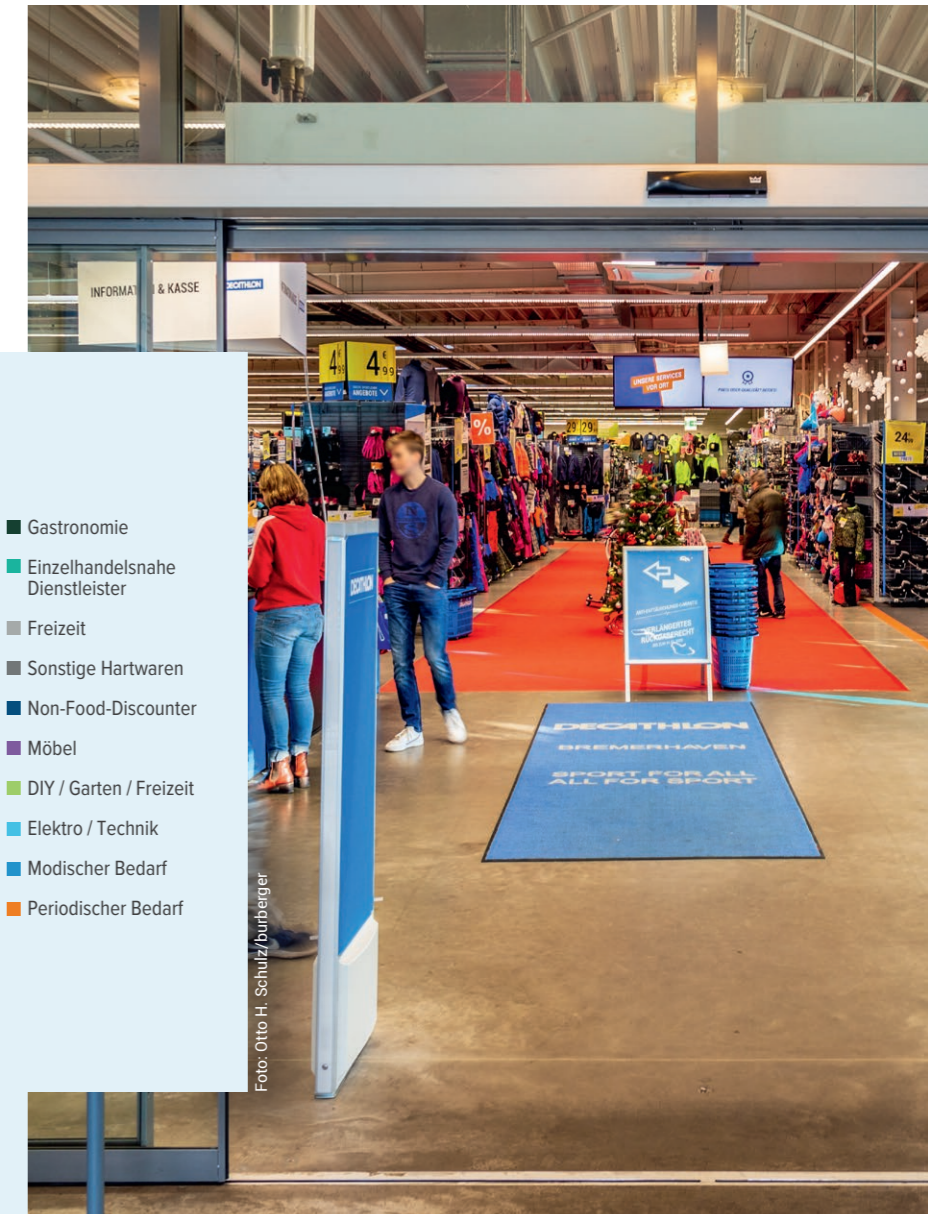


Foto: Otto H. Schulz/burberger

Take Aways

Highstreet

1. **Highstreet bleibt zentraler Frequenzanker**
 - Rückgrat des stationären Handels und Zentrum der Innenstädte
 - Transformation hin zu Erlebnis- und Mischnutzungen
2. **Stabiler, aber verhaltener Vermietungsmarkt**
 - Rückläufige Mietentwicklung bei Spitzenmieten über alle Städtegrößen
 - Nachfrage konzentriert sich auf wenige Konzepte und Top-Städte
3. **Renditen deutlich gestiegen**
 - Anstieg seit Zinswende 2022
 - Höheres Renditeniveau bei reduzierter Spreizung
4. **Branchenmix im Wandel**
 - Mode verliert an Bedeutung – LEH, Drogerie, Discounter und Gastronomie wachsen
 - Trend zu preisbewussten und konsumorientierten Angeboten
5. **Polarisierung und selektive Nachfrage**
 - Fokus auf Top-Lagen und kleinere Flächen (80–200 qm)
 - Stabile Nachfrage nur in Top-Städten – Konsolidierung setzt sich fort

Fachmärkte

1. **Fachmärkte bleiben Stabilitätsanker**
 - Hohe Beliebtheit bei Konsumenten und Investoren
 - Vorteile durch Erreichbarkeit, Parken und geringe Online-Affinität
2. **Lebensmittel als Wachstumstreiber**
 - LEH und Drogerie prägen Flächennachfrage und Investmentmarkt
 - Krisenresilient durch stabile Frequenzen und langfristige Mietverträge
3. **Positive Mietentwicklung**
 - Bestandsmieten weitgehend konstant
 - Steigende Baukosten treiben Mieten und neue Vertragsstrukturen
4. **Selektiver Investmentmarkt**
 - Private Investoren dominieren – Renditen stabilisiert
 - Lebensmittelgeankerte Objekte mit niedrigem Risiko – Solitäre mit Aufschlag
5. **Großflächigkeit und Konzentration nehmen zu**
 - Fokus auf Flächen über 1.000 qm und Fachmarktzentren
 - Agglomerationen gewinnen – Solitärlagen unter Druck



Fotos: Otto H. Schulz/burberger



Impressum

Herausgeber

bulwiengesa GmbH
Invalidenstraße 65
10557 Berlin
www.bulwiengesa.de

burberger GmbH
Beethovenstraße 55
41061 Mönchengladbach
www.burberger.de

Redaktion/Texterstellung/Gestaltung

bulwiengesa GmbH

Fotos Titel

Otto H. Schulz/burberger

Redaktionsschluss

April 2026