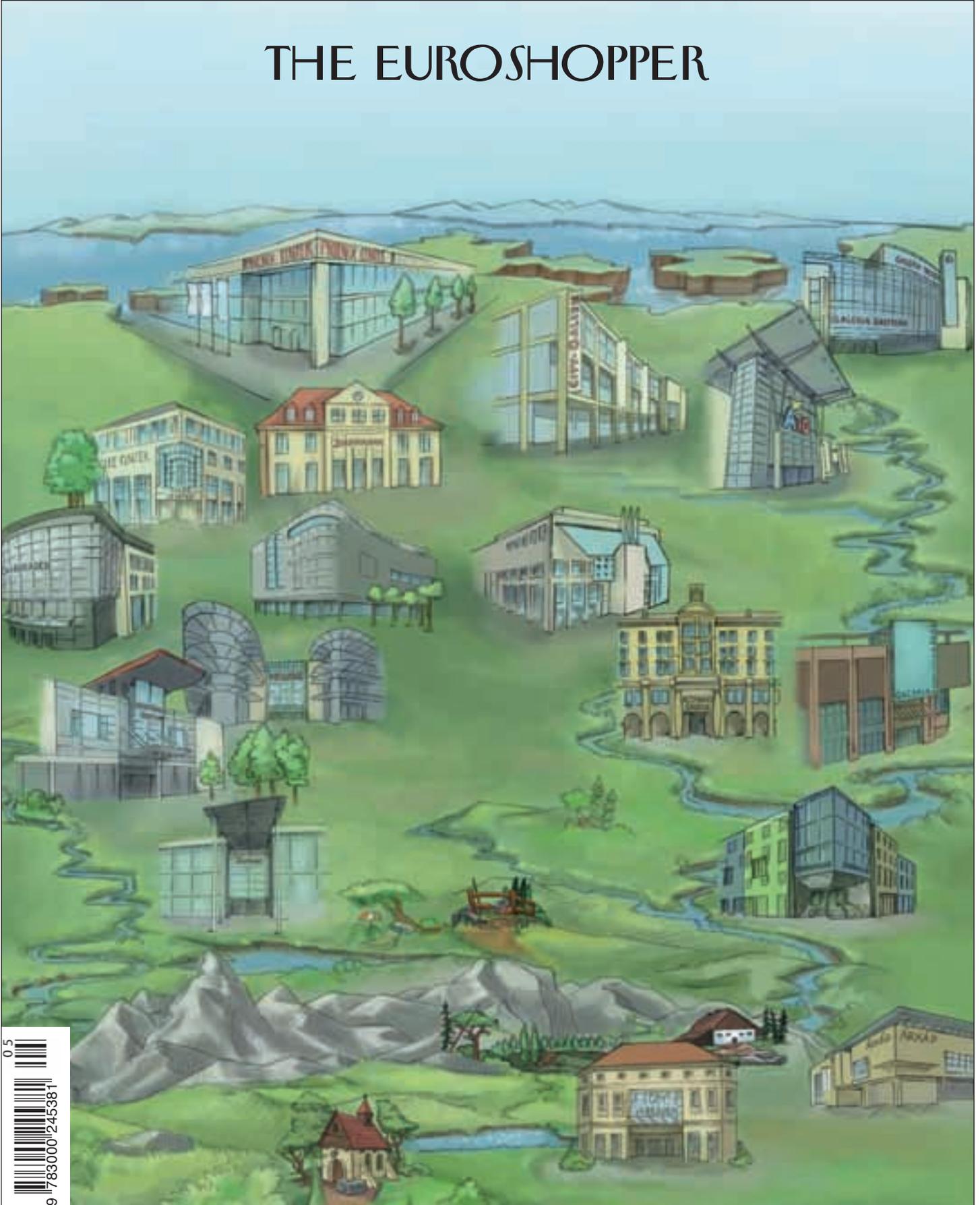
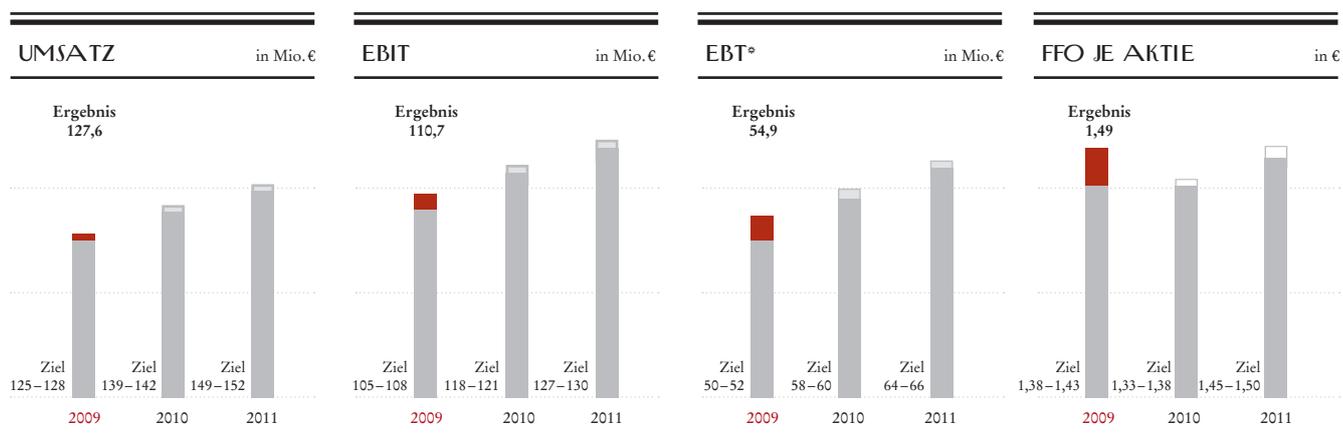


THE EUROSHOPPER



DEUTSCHE EUROSHOP IM ÜBERBLICK



* ohne Bewertungsergebnis

KENNZAHLEN

in Mio. €	2009	2008	Differenz
Umsatzerlöse	127,6	115,3	11 %
EBIT	110,7	98,1	13 %
Finanzergebnis	-55,9	-49,4	-13 %
EBT	40,1	87,0	-54 %
Konzernergebnis	34,4	68,9	-50 %
FFO je Aktie in €	1,49	1,38	8 %
Ergebnis je Aktie in €	0,93	1,96	-53 %
Eigenkapital*	1.044,4	977,8	7 %
Verbindlichkeiten	1.067,8	1.029,1	4 %
Bilanzsumme	2.112,1	2.006,8	5 %
Eigenkapitalquote in %*	49,5	48,7	
LTV-Verhältnis in %	46,0	46,0	
Gearing in %*	102	105	
Liquide Mittel	81,9	41,7	97 %
Net Asset Value	1.006,9	942,8	7 %
Net Asset Value je Aktie in €	26,63	27,43	-3 %
Dividende je Aktie in €	1,05***	1,05	0 %

* inkl. Minderheitenanteile

** Vorschlag



Willkommen

EINFÜHRUNG

- Im Überblick / Kennzahlen
- Highlights / Mehrjahresübersicht zur Aktie
- Unsere Werte – unsere Ziele
- 02 Vorwort des Vorstands
- 05 Bericht des Aufsichtsrats

SHOPPING

- 08 Krise – welche Krise?
- 12 Statistik
- 14 „Das habe ich 2009 gekauft“
- 16 Centergutschein
- 17 Buchtipps

DIE CENTER

- 18 Unsere Shoppingcenter
- 24 Noch mehr Vielfalt mit der Triangel
- 25 Erweiterung für Dresdens beste Lage
- 26 Eine zweite Ladenstraße
- 27 Wie viel Licht braucht der Mensch zum Shoppen?
- 30 Aktionen in den Centern
- 32 Vermietung in schwierigen Zeiten
- 36 Die Center
- 48 Shoppingcenter 7. Generation

INVESTOR RELATIONS

- 51 Die Shoppingcenter-Aktie
- 60 Roadshows & Konferenzen
- 62 Real Estate Summer
- 64 IR-Events 2009
- 66 Marketing
- 68 Aktuell informiert im Shoppingcenter
- 70 Corporate Governance

KONZERNLAGEBERICHT

- 76 Geschäft und Rahmenbedingungen
- 78 Überblick über den Geschäftsverlauf
- 80 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 87 Umwelt
- 87 Nicht relevante Teilberichte
- 87 Nachtragsbericht
- 88 Risiko- und Chancenmanagement, Internes Kontrollsystem
- 92 Prognosebericht

KONZERNABSCHLUSS

- 97 Bilanz
- 99 Gewinn- und Verlustrechnung
- 100 Gesamtergebnisrechnung
- 101 Kapitalflussrechnung
- 102 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 103 Anhang
- 144 Bestätigungsvermerk

SERVICE

- 145 Leserbrief
- 146 Glossar
- 148 Index
- 149 Impressum
- Mehrjahresübersicht / Finanzkalender

HIGHLIGHTS



JANUAR

Erhöhung der Beteiligung am City-Point Kassel auf 90 %

Deutsche EuroShop Gesamtsieger des „BIRD“ (Beste Investor Relations Deutschlands) des Anlegermagazins Börse Online

JUNI

Hauptversammlung am 30. Juni 2009

Deutsche EuroShop gewinnt „Capital Investor Relations Preis 2009“ in der Kategorie MDAX

JULI

Ausschüttung einer Dividende von 1,05 € je Aktie am 1. Juli 2009

Kapitalerhöhung um rund 10 %, Platzierung von 3.437.498 neuen Aktien bei institutionellen Investoren

Baubeginn für die Erweiterung der Altmarkt-Galerie, Dresden

NOVEMBER

Erster Spatenstich für die Erweiterung des Main-Taunus-Zentrums, Sulzbach

MEHRJAHRESÜBERSICHT ZUR AKTIE

	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Marktkapitalisierung in Mio. € (Basis: Jahresschlusskurs)	895	835	808	965	816	602	527	484	477
Aktienzahl am Jahresende	37.812.496	34.374.998	34.374.998	34.374.998	34.374.998	31.250.000	31.250.000	31.250.000	31.250.000
Durchschnittliche Aktien im Umlauf	36.799.402	35.088.250	34.374.998	34.374.998	31.575.340	31.250.000	31.250.000	31.250.000	31.250.000
Höchstkurs in €	26,00 (06.01.09)	28,40 (13.05.08)	30,09 (23.04.07)	29,12 (31.03.06)	25,25 (27.07.05)	19,44 (29.12.04)	17,35 (18.11.03)	18,58 (28.05.02)	19,75 (12.03.01)
Tiefstkurs in €	18,66 (06.03.09)	18,50 (20.11.08)	23,22 (20.08.07)	23,89 (02.01.06)	19,12 (05.01.05)	16,45 (12.08.04)	14,85 (03.03.03)	13,90 (31.10.02)	15,00 (21.09.01)
Jahresschlusskurs (31.12.) in €	23,67	24,30	23,50	28,08	23,73	19,26	16,88	15,50	15,25
Dividende pro Aktie in €	1,05*	1,05	1,05	1,05	1,00	0,96	0,96	0,96	0,96
Dividendenrendite (31.12.) in %	4,4	4,3	4,5	3,7	4,2	5,0	5,7	6,2	6,3
Jahresentwicklung exkl./inkl. Div.	-2,6 % / 2,1 %	3,4 % / 7,9 %	-16,3 % / -13,1 %	18,4 % / 22,8 %	23,2 % / 28,7 %	14,1 % / 19,6 %	8,9 % / 15,6 %	1,6 % / 2,7 %	-20,6 % / -
Durchschnittliches Handels- volumen pro Tag in Stück	113.008	143.297	144.361	93.744	76.786	36.698	12.438	3.558	5.512
EPS in €	0,93	1,96	2,74	2,92	1,55	0,89	0,61	-0,09**	-0,48**
CFPS in €	1,72	1,57	1,18	1,08	0,96	0,70	0,67	-	-

Alle Angaben zum Aktienkurs beziehen sich bis 2002 auf den Börsenplatz Frankfurt, ab 2003 auf Xetra.

* Vorschlag

** HGB-Rechnungslegung

UNSERE WERTE- UNSERE ZIELE

WERTE

Wir sind Deutschlands einzige Aktiengesellschaft, die ausschließlich in Shoppingcenter an erstklassigen Standorten investiert. Nur ausgewählte Immobilien sind für uns Investitionsobjekte. Ein hoher Qualitätsanspruch und große Flexibilität sind für uns ebenso wichtig wie eine nachhaltige Ertragsentwicklung durch indexierte und umsatzgebundene Mietverträge. Hinzu kommt ein mit rund 99 % überdurchschnittlich hoher Vermietungsstand und ein professionelles Centermanagement – das sind die Grundwerte unseres Erfolgs.

ZIELE

Für die Deutsche EuroShop zählt nicht der schnelle Erfolg, sondern langfristiges Wachstum und eine daraus resultierende solide Wertsteigerung des Portfolios. Unser Ziel ist, unseren Aktionären Jahr für Jahr eine attraktive Dividende aus langfristig gesicherten Erträgen auszuschütten. Dazu werden wir weitere Spitzenobjekte erwerben, um uns als eines der europaweit größten auf Einzelhandelsimmobilien spezialisierten Unternehmen zu etablieren.

VORWORT DES VORSTANDS



SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE, LIEBE FREUNDE DES HAUSES,

wir haben unsere Ziele wieder einmal erreicht – das ist die wichtige Botschaft gleich zu Beginn. Und wir blicken weiterhin optimistisch in die Zukunft.

Das mag zunächst verwundern, schließlich ist die wirtschaftliche Situation nicht nur in Deutschland weiterhin angespannt bis krisengeschüttelt. Unsere Zuversicht beruht aber auf unserem stabilen Geschäftsmodell, das nun schon über einen langen Zeitraum seine Qualitäten bewiesen hat. Es basiert auf einem hervorragenden Portfolio aus inzwischen 17 Shoppingcentern an erstklassigen Standorten in vier europäischen Ländern, die nahezu vollvermietet sind und für langfristig gesicherte Erträge sorgen. Darüber hinaus sind Anzeichen einer Normalisierung und Belebung der Immobilienmärkte erkennbar, so dass wir die Chance sehen, gestärkt aus der Krise hervorzugehen.

Wir hatten 2009 mit Umsatzerlösen von 125 bis 128 Mio. € gerechnet; am Ende erzielten wir 127,6 Mio. €, was einer Steigerung von 11 % gegenüber dem Vorjahr entsprach. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sollte zwischen 105 und 108 Mio. € liegen – heraus kam ein Plus von fast 13 % auf 110,7 Mio. €. Beim Ergebnis vor Steuern (EBT) ohne Bewertungsergebnis planten wir mit 50 bis 52 Mio. €. Es erhöhte sich schließlich auf 54,9 Mio. €, ein Wachstum von 10 %.

Bezieht man das von uns traditionell nicht prognostizierte und nicht cash-wirksame Bewertungsergebnis und die Steuerposition mit ein, kommt man zum Konzernergebnis, das von 68,9 Mio. € um 50 % auf 34,4 Mio. € zurückging.

Den FFO (Funds from Operations), mit dem wir die laufenden Investitionen der Bestandsobjekte, die planmäßige Tilgung unserer langfristigen Bankdarlehen sowie die Dividende finanzieren, konnten wir 2009 um 10 % auf 54,8 Mio. € steigern; das entsprach 1,49 € je Aktie.

Der Gewinn je Aktie wurde erstmals von einem negativen Bewertungsergebnis gemindert. Wir hatten in der Vergangenheit immer wieder darauf hingewiesen, dass die Bewertung keine Einbahnstraße nach oben ist. Aber da wir stets konservative Ansätze verwendet haben, fiel das Bewertungsergebnis 2009 mit -14,8 Mio. € nicht dramatisch aus – auch wenn der Rückgang von +38,3 Mio. € die Gewinn- und Verlustrechnung optisch stark beeinflusst. Aber eben

nicht das operative Ergebnis. Der Gewinn je Aktie setzt sich letztlich aus dem operativen Gewinn von 1,25 € und dem Bewertungsergebnis von -0,32 € zusammen und belief sich auf 0,93 € je Aktie.

Der Net Asset Value unseres Unternehmens erhöhte sich von 942,8 Mio. € zum 31. Dezember 2008 auf 1.006,9 Mio. € zum Jahresultimo 2009. Das entspricht einer Steigerung um 64,1 Mio. € und einem Net Asset Value je Aktie von 26,63 €.

Aus unserem Portfolio können wir Ihnen gute Neuigkeiten berichten. Anfang 2009 haben wir unseren Anteil am City-Point Kassel von 40 % auf 90 % erhöht. Zudem konnten wir mit den Erweiterungen der Altmarkt-Galerie Dresden sowie des Main-Taunus-Zentrums beginnen.

Anfang 2010 haben wir nach dreijähriger Investitionszurückhaltung wieder ein attraktives und profitables Shoppingcenter für unser Portfolio gekauft: das A10 Center in Wildau bei Berlin. Das Gesamtinvestitionsvolumen inklusive einer bis 2011 geplanten Modernisierung und Neu- baumaßnahme (A10 Triangel) beläuft sich auf rund 265 Mio. €. Das A10 ist eines der größten und bekanntesten Shoppingcenter in Deutschland. Es wurde 1996 eröffnet und bietet derzeit rund 120 Fachgeschäfte, die komplett vermietet sind. Die Magnetmieter im Bestand sind Real, Karstadt Sports, P&C, C&A, H&M, Esprit, MediMax und Bauhaus. Nach Eröffnung der A10 Triangel im Frühjahr 2011 wird das A10 Center fast 200 Shops mit ca. 66.000 m² Verkaufsfläche bieten.

Ein Blick auf die Finanzierung: Anfang Juli 2009 haben wir zwei Darlehen über insgesamt 132,2 Mio. € für zehn Jahre neu finanziert. Neben einem im Oktober 2009 zu prolongierenden Darlehen über 50,0 Mio. € wurde ein erst 2013 fälliges Darlehen über 82,2 Mio. € in einen neuen Darlehensvertrag einbezogen. Mit dieser Refinanzierung sinkt unser jährlicher Zinsaufwand um mehr als 1 Mio. €. Bis Ende 2012 haben wir keine langfristigen Fremdfinanzierungen neu zu verhandeln.

“ DER VERMIETUNGS-
STAND IST MIT ETWA
99,3% STABIL AUF
HÖCHSTEM NIVEAU. ”

Am 7. Juli 2009 haben wir die Eigenkapitalausstattung unserer Gesellschaft mit einer Kapitalerhöhung weiter verbessert. Die neuen Aktien wurden zu je 19,50 € bei institutionellen Anlegern im Rahmen eines beschleunigten Verfahrens platziert. Die Emission war rund dreifach überzeichnet. Unserer Gesellschaft floss ein Bruttoemissionserlös von ca. 67 Mio. € zu, den wir unter anderem zur Finanzierung des Anteilskaufs am City-Point Kassel und der Erweiterung in Dresden verwendeten.

Zur Refinanzierung des Eigenmittelanteils für das A10 Center in Höhe von 115 Mio. € (150 Mio. € sind langfristig mit Fremdkapital refinanziert) haben wir im Januar 2010 eine Bezugsrechtskapitalerhöhung durchgeführt. Es war uns schon lange ein Anliegen, unseren vielen treuen Altaktionären die Möglichkeit zur Teilnahme an einer Kapitalerhöhung einzuräumen. Die neuen, für 2009 voll dividendenberechtigten Aktien wurden vollständig im Rahmen des Bezugsrechts und eines von der Gesellschaft eingeräumten Überbezugsrechts von bestehenden Aktionären übernommen. Der Bezugskurs lag ebenfalls bei 19,50 € je Aktie. Dadurch sind der Deutsche EuroShop rund 123 Mio. € zugeflossen. In der fast fünffachen Überzeichnung der Emission sehen wir einen deutlichen Vertrauensbeweis unserer Aktionäre und des Kapitalmarkts in die Strategie und Zukunft der Deutsche EuroShop.

Unsere Aktie selbst durchlebte ein abermals schwieriges und volatiles Börsenjahr. Gestartet mit 24,30 € schloss sie 2009 mit einem Kurs von 23,67 € leicht im Minus ab. Unter Einbeziehung der ausgeschütteten Dividende in Höhe von 1,05 € je Aktie ergibt sich im Jahresvergleich eine Performance der Deutsche EuroShop-Aktie von nur 2,1 %. Im Vergleich mit unseren europäischen Wettbewerbern entwickelte sie sich damit unterdurchschnittlich. Da die meisten Indizes und Wettbewerber aber im Vorjahr – im Gegensatz zu unserer Aktie – deutliche Kursrückgänge zu verzeichnen hatten, relativiert sich die Entwicklung bei einem längerfristigen Betrachtungszeitraum deutlich zugunsten der Deutsche EuroShop-Aktie.

Was bringt uns 2010? Wie eingangs erwähnt, erwarten wir eine Normalisierung und Belebung der Immobilienmärkte. Dennoch bleibt die Finanzierung weiterhin ein entscheidendes Thema. Und dies gilt nicht nur für unser Geschäft, sondern auch und gerade für das unserer Mietpartner. Deren Geschäftsmodell bedingt eine vergleichsweise dünne Eigenkapitalausstattung und einen hohen Bedarf an kurz- bis mittelfristigem Fremdkapital. Die Finanzierungssituation im Einzelhandel ist daher ein kritisches Thema für die kommenden Jahre, das es zu beobachten gilt.

Bisher haben wir allerdings in unseren Shoppingcentern keine Indikation für eine spürbare Eintrübung des Einzelhandels oder des Konsumverhaltens. Unsere Mietaußenstände sowie die Abschreibungen auf Mieterforderungen sind unverändert niedrig. Der Vermietungsstand ist mit etwa 99,3 % stabil auf höchstem Niveau. Daher stellt es für uns mit dem recht verlässlich planbaren Geschäftsmodell der Deutsche EuroShop kein besonderes Wagnis dar, wenn wir wie gewohnt in die Zukunft blicken und Kennzahlen nennen, an denen wir uns messen lassen: ►

- » Für das Geschäftsjahr 2010 erwarten wir einen Umsatz in Höhe von 139 bis 142 Mio. €. Im Geschäftsjahr 2011 sollte der Umsatz auf 149 bis 152 Mio. € steigen.
- » Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wird nach unserer Prognose im laufenden Jahr bei 118 bis 121 Mio. € liegen. 2011 sollte es auf 127 bis 130 Mio. € steigen.
- » Das operative Ergebnis vor Steuern (EBT) ohne Bewertungsergebnis kalkulieren wir 2010 mit 58 bis 60 Mio. € und 2011 mit 64 bis 66 Mio. €.
- » Die Funds from Operation (FFO) erwarten wir 2010 in einer Größenordnung zwischen 1,33 € und 1,38 € und im Geschäftsjahr 2011 zwischen 1,45 € und 1,50 €.

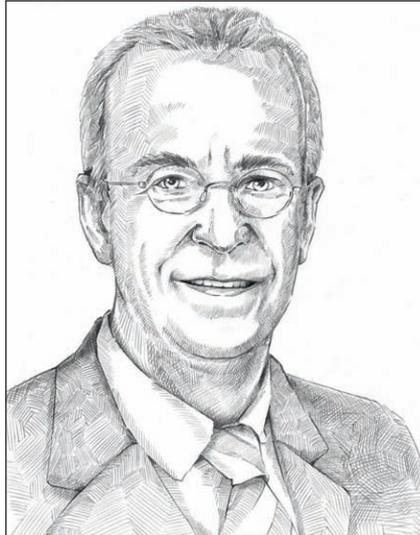
Wir werden unsere schon bisher sehr erfolgreiche Strategie der selektiven Erweiterung unseres Portfolios weiter verfolgen. Ebenso bleibt unsere Dividendenpolitik unverändert auf Langfristigkeit und Kontinuität ausgerichtet. Auf Basis der dargestellten Prognose gehen wir davon aus, für die kommenden Jahre eine Dividende von mindestens 1,05 € je Aktie an unsere Aktionäre ausschütten zu können.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und würden uns freuen, wenn Sie uns auch in Zukunft beim Realisieren unserer Pläne und beim Ausbau unseres Geschäfts begleiten.

Hamburg, im April 2010

Claus-Matthias Böge

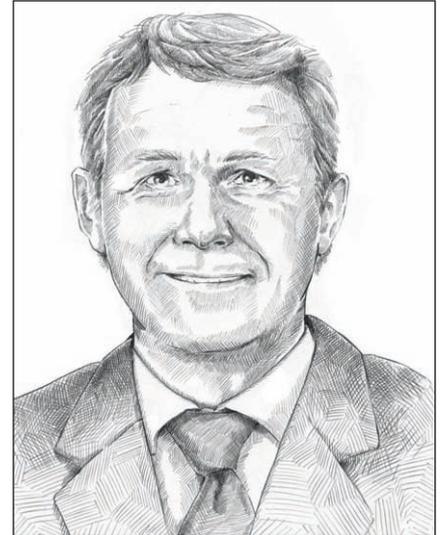
Olaf G. Borkers



Claus-Matthias Böge

Sprecher des Vorstands

Nach dem erfolgreichen Abschluss seiner Banklehre und des Betriebswirtschaftsstudiums startete Herr Böge seine berufliche Tätigkeit 1987 beim Düsseldorfer Privatbankhaus Trinkaus & Burkhardt im Bereich Mergers & Acquisitions. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeit, für die ihm bereits 1989 Prokura erteilt wurde, lag in der Beratung mittelständischer Unternehmen beim Kauf und Verkauf von Firmen und Firmenbeteiligungen. 1990 wurde Herr Böge in die Geschäftsführung der KST Stahltechnik GmbH, einer Tochtergesellschaft des österreichischen Industrieanlagenbaukonzerns VA Technologie AG, berufen, wo er die Bereiche Controlling, Personal, Recht, Steuern und Verwaltung leitete. Im Herbst 1993 wechselte Herr Böge zur ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG in Hamburg, dem europäischen Marktführer bei Entwicklung, Realisierung, Vermietung und Langzeitmanagement von Einkaufszentren, und erlebte hier erstmalig die Faszination der Shoppingcenter-Welt. Neben einer Reihe von Geschäftsführungsmandaten bei Tochtergesellschaften der ECE-Gruppe befasste er sich vor allem mit der Konzeption, Finanzierung sowie laufenden Ergebnis-Optimierung von Immobilieninvestitionen. Seit Oktober 2001 ist Herr Böge im Vorstand der Deutsche EuroShop AG. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.



Olaf G. Borkers

Mitglied des Vorstands

Nach einer Dienstzeit als Schiffsoffizier bei der Bundesmarine absolvierte Herr Borkers 1990 eine Banklehre bei der Deutsche Bank AG. Es folgte ein Studium der Betriebswirtschaft in Frankfurt am Main. Ab 1995 war Herr Borkers für die Deutsche Bank AG als Kreditanalyst in Frankfurt und Hamburg tätig. Im Jahr 1998 wechselte er als Vorstandsassistent zur RSE Grundbesitz und Beteiligungs AG, Hamburg. 1999 wurde Herr Borkers in den Vorstand der TAG Tegernsee Immobilien und Beteiligungs-AG, Tegernsee und Hamburg, berufen, wo er bis September 2005 die Bereiche Finanzen und Investor Relations verantwortete. Zusätzlich hatte Herr Borkers in der TAG-Gruppe verschiedene Aufsichtsrats- und Geschäftsführungsmandate inne. Olaf G. Borkers ist seit Oktober 2005 Mitglied des Vorstands der Deutsche EuroShop AG. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

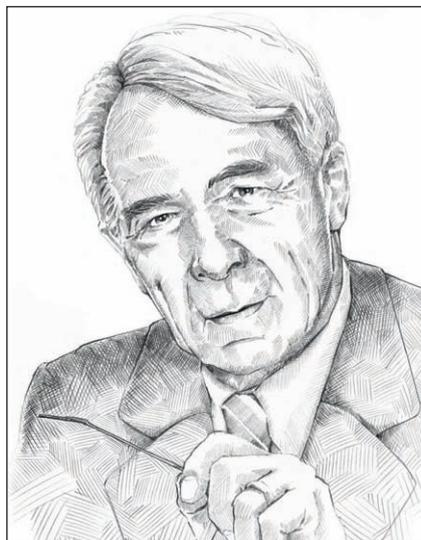


SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

der Aufsichtsrat hat die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben im Geschäftsjahr 2009 wahrgenommen und die Entwicklung der Deutsche EuroShop AG intensiv begleitet. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und der Stand der Strategieumsetzung in regelmäßigen Abständen erörtert. Der Aufsichtsrat hat den Vorstand in der Geschäftsführung überwacht und beraten. Der Vorstand hat uns regelmäßig, zeitnah und ausführlich über die Entwicklung der Geschäfte unterrichtet.

Schwerpunkte der Beratungen

Wir befassten uns regelmäßig und detailliert mit der Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sowie mit dem Risikomanagement unserer Gesellschaft. In diesem Zusammenhang prüften wir das Vorliegen der formalen Voraussetzungen für die Umsetzung einer effizienten Überwachung unserer Gesellschaft sowie die Wirksamkeit unserer Kontrollmöglichkeiten. Über die wesentlichen Einflussgrößen für das Geschäft wurden wir ständig informiert. Wir berieten die Entwicklung der Bestandsobjekte, deren Umsatzentwicklung, Außen- und Vermietungsstände, bauliche Maßnahmen und die Liquiditätslage sowie die Investitionskostenentwicklung der Neubauprojekte.



Manfred Zaß

Vorsitzender des Aufsichtsrats

Intensiv und wiederholt wurde mit dem Vorstand über die Entwicklung an den Kapital-, Kredit-, Immobilien- und Einzelhandelsmärkten und die Auswirkungen auf die Strategie der Gesellschaft sowie die Eigenkapitalbeschaffung diskutiert. Dabei wurden zwischen Vorstand und Aufsichtsrat auch verschiedene Investmentmöglichkeiten erörtert. Regelmäßig wurde uns über die Umsatzentwicklung der Mieter und deren Zahlungsverhalten berichtet.

Der Aufsichtsratsvorsitzende und das Aufsichtsratspräsidium haben mit dem Vorstand weitere aktuelle Themen bei Bedarf erörtert. Geschäfte, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedurften, haben wir in den planmäßigen Sitzungen besprochen und entschieden. Zudem wurden für zustimmungspflichtige Geschäfte des Vorstands eine Telefonkonferenz des Präsidiums durchgeführt

sowie ein schriftlicher Umlaufbeschluss gefasst. Alle Beschlüsse im Berichtszeitraum erfolgten einstimmig.

Sitzungen

Im Geschäftsjahr 2009 fanden vier planmäßige Aufsichtsratsitzungen statt. ►

Kein Aufsichtsratsmitglied hat an weniger als der Hälfte der Aufsichtsratssitzungen teilgenommen.

In der ersten planmäßigen Sitzung am **23. April 2009** wurde die alljährliche Effizienzprüfung des Aufsichtsrats abgeschlossen und die Tagesordnung zur Hauptversammlung verabschiedet. In diesem Zusammen-

hang haben wir den Abschlussprüfer ausgewählt, der den Aktionären zur Wahl vorgeschlagen wurde. Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung legten wir wieder besonderen Wert auf die Erläuterungen des Vorstands und des Abschlussprüfers zu den Immobilienbewertungen. Zudem berichtete uns der Vorstand insbesondere über die Erweiterung der Altmarkt-Galerie in Dresden sowie die Vorbereitung der Erweiterungsmaßnahmen für das Main-Taunus-Zentrum.

In der Sitzung am **30. Juni 2009** wurden zunächst nach § 107 AktG erneut der Unterzeichner als Vorsitzender des Aufsichtsrats sowie Herr Dr. Gellen als stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats gewählt. In der zuvor beendeten Hauptversammlung hatten turnusmäßig Wahlen zum Aufsichtsrat stattgefunden.

Neben der Besprechung der Geschäftsentwicklung wurde auch über die Umsetzung einer Kapitalerhöhungsmaßnahme diskutiert. Angesichts des weiter sehr volatilen Marktumfelds bestand Einigkeit darin, dass eine Entscheidung nur sehr kurzfristig getroffen werden kann. Aus diesem Grunde wurde vorsorglich ein Ausschuss „Kapitalmarkt“ gebildet, dem die Entscheidungs- und Erledigungsbefugnisse des Aufsichtsrats zur Ausnutzung des bestehenden genehmigten Kapitals übertragen wurden. Diesem Ausschuss gehören die Herren Armbrust, Dr. Gellen und der Unterzeichner (Vorsitz) an.

In der dritten Sitzung am **17. September 2009** haben wir gemeinsam mit dem Vorstand Schlussfolgerungen aus der durchgeführten Kapitalerhöhung ohne Bezugsrecht vom Juli 2009 gezogen. Der Vorstand und der Aufsichtsrat diskutierten zudem verschiedene Investitionsmöglichkeiten. Zudem wurde uns vom Vorstand das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) vorgestellt.

In der letzten Sitzung am **26. November 2009** berichtete uns der Vorstand über den Abschluss der Umbaumaßnahmen im City-Point in Kassel und dem Allee-Center in Hamm. Intensiv diskutierten wir in dieser Sitzung nach einer Präsentation den möglichen

„ DIE KONSERVATIVE STRATEGIE UNSERER GESELLSCHAFT HAT SICH WEITERHIN BEWÄHRT. “

Erwerb des A10 Centers in Wildau sowie die Fremdfinanzierung dieser Investition. Der Beschluss zum Erwerb des A10 Centers wurde nach Vorliegen weiterer Informationen aus dem laufenden Due Diligence-Prozess im Dezember 2009 in einem schriftlichen Umlaufverfahren gefasst. Vor dem Hintergrund der sich allgemein

verschlechternden Erwartungen für den Einzelhandel berichtete uns der Vorstand auch in dieser Sitzung über die Umsätze unserer Mieter sowie über die Mietaußenstände in unseren Einkaufszentren. Ausführlich wurde auch über die vom Vorstand vorgelegte Hochrechnung und mittelfristige Erfolgsplanung der Gesellschaft gesprochen.

Gremien / Ausschüsse

Der Aufsichtsrat hat neben dem Aufsichtsratspräsidium und dem Bilanzausschuss mit jeweils drei Mitgliedern am 30. Juni 2009 einen Kapitalmarktausschuss mit ebenfalls drei Mitgliedern gebildet. Die dem Aufsichtsrat bei der Ausnutzung des bestehenden genehmigten Kapitals zustehenden Befugnisse wurden zur selbstständigen Entscheidung und Erledigung auf diesen Ausschuss übertragen. Die Anzahl der Ausschüsse und Mitglieder erscheint uns im Hinblick auf die Größe der Gesellschaft und der Anzahl der Mitglieder des Aufsichtsrats angemessen.

Im Berichtszeitraum tagten das Präsidium und der Bilanzausschuss am 7. April 2009. Das Aufsichtsratspräsidium beriet sich zudem am 15. Dezember 2009 in einer Telefonkonferenz und der Bilanzausschuss erörterte mit dem Vorstand in Telefonkonferenzen am 12. Mai 2009 und 11. November 2009 die Quartalsfinanzberichte.

Der Kapitalmarktausschuss fasste im Rahmen von Telefonkonferenzen am 6. und 7. Juli 2009 seine Beschlüsse zur Umsetzung der Kapitalerhöhung.

Corporate Governance

Im Dezember 2009 haben wir gemeinsam mit dem Vorstand eine aktualisierte Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission gemäß § 161 AktG abgegeben und auf der Internetseite der Deutsche EuroShop dauerhaft zugänglich gemacht. Über die Umsetzung des Corporate Governance Kodex wird in diesem Geschäftsbericht gesondert berichtet. Die Aufsichtsratsmitglieder und die Vorstandsmitglieder haben am Jahresanfang 2010 schriftlich erklärt, dass keine Interessenkonflikte entstanden sind.

Jahresabschluss der AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2009

In der Bilanzausschusssitzung am 20. April 2010 und in der Aufsichtsratsitzung am 28. April 2010 haben sich der Bilanzausschuss und der Aufsichtsrat eingehend mit dem Jahresabschluss der Deutsche EuroShop AG nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und dem Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), jeweils zum 31. Dezember 2009, sowie mit dem Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2009 befasst.

Die Jahresabschlussunterlagen und die Berichte des Abschlussprüfers sowie der Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns wurden uns rechtzeitig vorgelegt. Der von der Hauptversammlung am 30. Juni 2009 gewählte Abschlussprüfer BDO Deutsche Warentreuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hamburg, hatte die Abschlüsse zuvor geprüft und jeweils mit dem **uneingeschränkten Bestätigungsvermerk** versehen. Der Abschlussprüfer hat dabei die Übereinstimmung der Bilanzierung, Bewertung und Konsolidierung im Konzernabschluss mit den jeweiligen Rechnungslegungsvorschriften bestätigt. Darüber hinaus hat der Abschlussprüfer im Rahmen seiner Beurteilung des Risikomanagementsystems festgestellt, dass der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen getroffen hat, um Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, frühzeitig zu erkennen.

Die Vertreter des Abschlussprüfers nahmen an der Beratung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses anlässlich der Bilanzausschusssitzung am 20. April 2010 und der Aufsichtsratsitzung am 28. April 2010 teil und erläuterten die wesentlichen Ergebnisse.

Nach eigener Prüfung des Jahresabschlusses der AG, des Konzernabschlusses und der dazugehörigen Lageberichte, die keine Einwände ergab, stimmte der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung der Abschlussprüfer zu und billigte den Jahresabschluss der AG und den Konzernabschluss. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns, Ausschüttung einer Dividende von 1,05 € je Aktie, schließt sich der Aufsichtsrat an.

Die Immobilienbranche bewegte sich auch im Geschäftsjahr 2009 in einem schlechten Umfeld und hatte mit schwierigen Kreditmärkten umzugehen. Die konservative Strategie unserer Gesellschaft hat sich weiterhin bewährt.

Daneben resultiert die erfreuliche Entwicklung unserer Gesellschaft auch aus dem engagierten Einsatz von Vorstand und Mitarbeitern. Dafür dankt der Aufsichtsrat dem Vorstand sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besonders.

Hamburg, 28. April 2010



Manfred Zaß, Vorsitzender

WOLFGANG TWARDAWA & ROLF BÜRKL

KRISE – WELCHE KRISE?



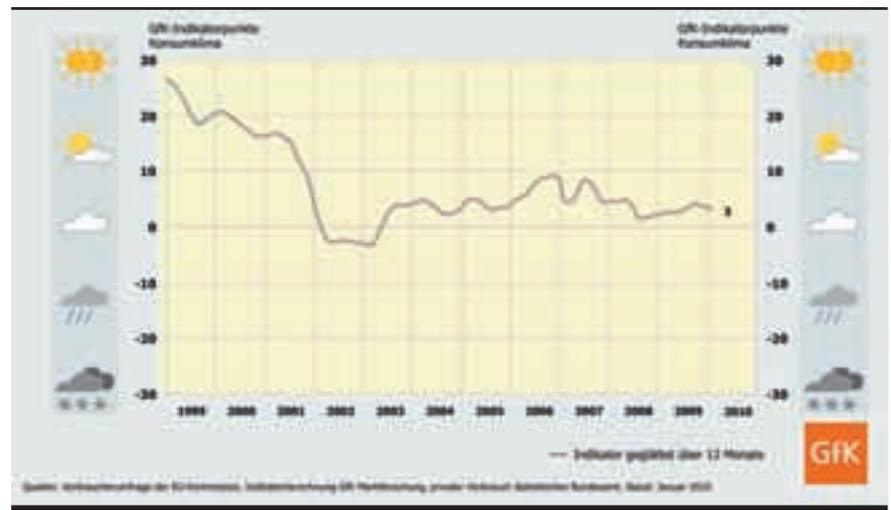
Ein Großteil der Bevölkerung in Deutschland spürte 2009 durch die Finanz- und Wirtschaftskrise keine negativen Auswirkungen auf die persönlichen Lebensumstände. Der Arbeitsmarkt entwickelte sich mit durchschnittlich 3,4 Millionen und einer Zunahme von nur 155.000 Arbeitslosen im Jahr 2009 überraschend robust. Rund eine Million Menschen wurden im Jahreschnitt durch Kurzarbeit vor Arbeitslosigkeit bewahrt. Den privaten Konsum stützte zudem eine historisch niedrige Inflationsrate von 0,4%. Sinkende Preise insbesondere bei Mineralölprodukten und Lebensmitteln förderten die Kaufkraft der Konsumenten. Entsprechend stieg die im Rahmen der GfK-Konsumklimastudie erhobene Anschaffungsneigung von Januar bis September 2009 deutlich an.



Im internationalen Vergleich zeigte sich der deutsche Konsument dabei als Optimist Europas: Während hierzulande im Jahresdurchschnitt 2009 die Anschaffungsneigung einen Wert von +21 Indikatorpunkten aufwies, ergab die gleiche Befragung in Italien

einen Wert von -26 Punkten, in Großbritannien -40 und in Frankreich sogar -45 Indikatorpunkten. Das Konsumklima in Deutschland musste erst im Spätherbst einen Dämpfer hinnehmen. ►

GfK-INDIKATOR KONSUMKLIMA





Die wachsende Angst vor Arbeitslosigkeit sowie vor steigenden Energiepreisen dämpfte gegen Ende des letzten Jahres das Konsumklima der deutschen Privathaushalte.

VERHALTENE KONSUM-AUSSICHTEN FÜR DAS JAHR 2010

Zu Beginn des Jahres 2010 gehen die Verbraucher in Deutschland davon aus, dass sich der Erholungsprozess der Wirtschaft weiter fortsetzt, allerdings mit abgeschwächter

Dynamik. Diese Beurteilung deckt sich mit den Prognosen der führenden Wirtschaftsinstitute. Konsumenten und Experten rechnen im laufenden Jahr allerdings mit einer Verschlechterung auf dem Arbeitsmarkt. Auch die Preisentwicklung für das Gesamtjahr wird weniger

optimistisch beurteilt, obwohl die Rabattaktionen des Handels zu Jahresbeginn für eine steigende Anschaffungsneigung sorgen. Staatliche Konjunkturpakete wie die Erhöhung des Kindergelds beziehungsweise des Kinderfreibetrags sowie die verbesserte Absatzbarkeit von Krankenversicherungsbeiträgen werden den Verbrauchern im Jahr 2010 Entlastungen bringen. Gleichzeitig drohen aber eine etwas höhere Inflation und diverse Mehrbelastungen durch Krankenkassenzusatzbeiträge und steigende kommunale Gebühren. Die GfK erwartet im Jahr 2010 eine Stagnation beim Konsum der Privathaushalte, aber keinen Rückgang.

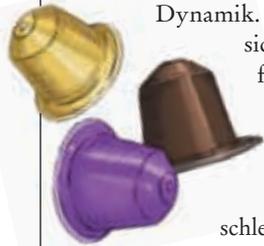
Die Einschränkungen beim Konsum werden voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte zum Tragen kommen.

ANGST VOR ARBEITSLOSIGKEIT BELASTET DEN KONSUM

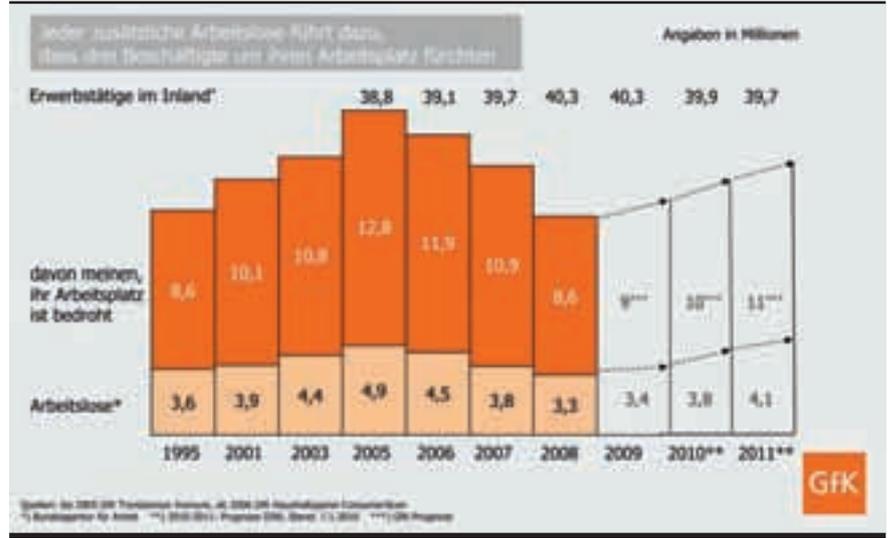
Arbeitslosigkeit und die konkrete Angst davor verändern das Konsumverhalten der Menschen deutlich. Bei den Gütern des täglichen Bedarfs reduzieren die betroffenen Haushalte ihren Konsum um rund 10%. Drohende Arbeitslosigkeit lässt die Verbraucher aber nicht nur weniger ausgeben, sie legen auch mehr Geld für schlechte Zeiten zurück. Dieses „Vorsichtssparen“ beeinträchtigt den Konsum zusätzlich.

2009 waren rund 23% der deutschen Haushalte direkt von Arbeitslosigkeit betroffen oder hatten konkrete Angst davor, arbeitslos zu werden. Für das Jahr 2010 erwartet die GfK einen Anstieg dieser krisenbetroffenen Haushalte auf rund 27%. Eine gleich große Zahl an Haushalten ist nach GfK-Schätzung im Jahr 2010 krisengefährdet.

Diese Haushalte versuchen, ihre Einkaufspräferenzen zu halten, nutzen aber verstärkt Sonderangebote. Immerhin rund 46% der deutschen Haushalte sind als krisenresistent einzustufen, ein Prozentpunkt weniger als noch im Vorjahr. Der Konsum dieser Haushalte leidet durch die Krise nicht und wird durch günstige Angebote eher noch gefördert. Gleichzeitig steigen in dieser Verbrauchergruppe die Erwartungen an Produktqualität und Hersteller. Nachhaltigkeit, fairer Handel und die soziale Verantwortung der Unternehmen beeinflussen die Kaufentscheidungen der krisenresistenten Haushalte immer stärker.



ARBEITSLOSIGKEIT BEEINFLUSST DIREKT UND INDIREKT DAS KONSUMVERHALTEN



GEWINNER UND VERLIERER DER KRISE

Die Einschränkungen beim privaten Konsum spürte im letzten Jahr die Gastronomie am deutlichsten. Der Außer-Haus-Konsum sank laut GfK-Schätzung wertmäßig um rund 8%. Die Krise veranlasste die Verbraucher dazu, ihre Aktivitäten stärker auf die eigenen vier Wände zu konzentrieren. Hiervon profitierte der Lebensmitteleinzelhandel, der zwar einen Umsatzrückgang von rund 1% hinnehmen musste, dies aber hauptsächlich durch Preissenkungen selbst bedingte. Die stärkere Fokussierung auf das eigene Zuhause, das sogenannte „Homing“, zeigte sich besonders deutlich bei Baumärkten. Ihr Umsatz stieg im letzten Jahr um 2%. Auch die Unterhaltungselektronikbranche profitierte und hielt ihren Umsatz auf Vorjahresniveau.

Das Homing begünstigte einige Warengruppen besonders. So verschönerten sich im Vergleich zum Jahr 2008 rund 7% mehr Haushalte das Wohnambiente mit einem offenen Kamin oder Kachelofen. Der Umsatz mit Pflanzen legte um 7% zu, der mit Gartenmöbeln und Gartendekoration um 4%. Auch das Segment der Elektrokleingeräte profitierte mit einem Umsatzplus von rund 5%. Treiber waren hier speziell die Espresso-Kapselssysteme mit einer Umsatzzunahme von knapp 14%, Kaffee-Vollautomaten mit 9% und Bodenstaubsauger mit einer Umsatzsteigerung von 6%. Ebenfalls positiv entwickelten sich alkoholische Getränke. Um rund 2% stieg der Absatz bei Sekt. Spirituosen legten im letzten Jahr bei den verkauften Mengen um 1% zu, wertmäßig sogar um rund 3%. Hier profitierte der Einzelhandel vom rückläufigen Außer-Haus-Sektor.

Der Trend zum Homing wird sich auch 2010 auf den Konsum auswirken. Beim Außer-Haus-Konsum erwartet die GfK einen weiteren Rückgang, im Lebensmitteleinzelhandel einen Umsatz in etwa auf Vorjahresniveau. Die Unterhaltungselektronik wird durch die Fußballweltmeisterschaft zusätzliche Impulse erfahren. Baumärkte dürften ihre positive Entwicklung ebenfalls fortschreiben.

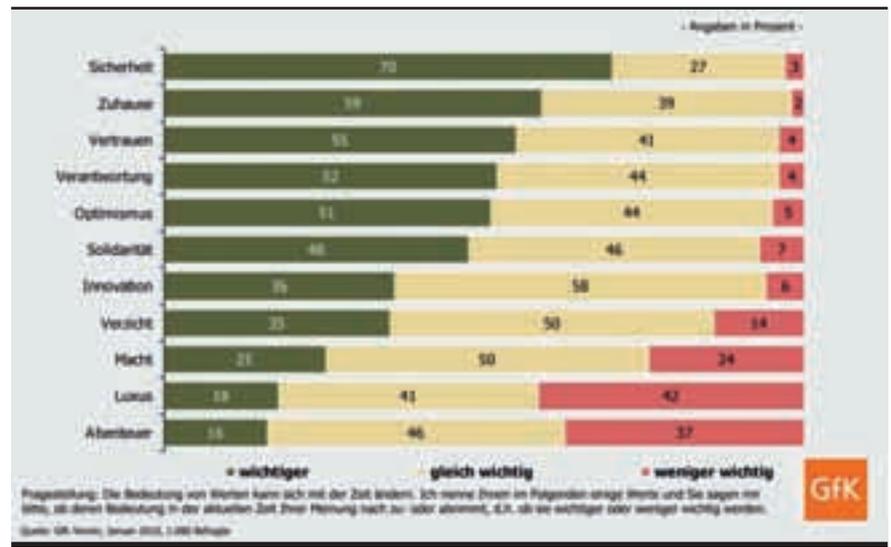
KRISE VERÄNDERT WERTEORIENTIERUNG DER VERBRAUCHER

Neben den monetären Effekten veränderte die Finanz- und Wirtschaftskrise auch die Werteorientierung der Verbraucher. Gerade im Bereich der Finanzdienstleistungen hat sich blindes Vertrauen als falsch erwiesen. Als Konsequenz sind die Konsumenten vorsichtiger geworden; Vertrauensvorschuss

geben sie seltener. Aber auch das eigene Denken und Handeln wird stärker hinterfragt. Eine der wichtigsten Erkenntnisse bei den Verbrauchern kann mit dem Motto „Gier frisst Hirn“ umschrieben werden. Bewusster konsumieren, Qualität statt Quantität, der Verzicht auf Überflüssiges und sich auch über die kleinen Dinge zu freuen sind die neuen Trends bei den Verbrauchern. Diese Veränderung in der Werteorientierung eröffnet neue Möglichkeiten. Speziell für gesellschaftlich verantwortungsvoll agierende Unternehmen, Traditionsmarken und heimische Produkte wird qualitatives Wachstum zur großen Chance im Jahr 2010. ■



KRISE HAT DIE PRIORITÄTEN DER KONSUMENTEN VERÄNDERT



STATISTIK

*Kundenumfrage im Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach
im 4. Quartal 2009*



Geschlecht

Weiblich	58 %
Männlich	42 %

Altersgruppen

Bis 19 Jahre	9 %
20 – 29 Jahre	20 %
30 – 39 Jahre	21 %
40 – 49 Jahre	21 %
50 – 59 Jahre	12 %
Über 60 Jahre	17 %

Wo wohnen Sie?

Bis 5 Minuten Fahrzeit	31 %
Bis 15 Minuten Fahrzeit	32 %
Bis 30 Minuten Fahrzeit	16 %
Bis 45 Minuten Fahrzeit	14 %
Sonstige Orte	6 %

Aus welchen Gründen kommen Sie vorwiegend ins MTZ?

Einkaufen	74 %
Bummeln	29 %
Essen gehen	3 %
Beruflich, geschäftlich	3 %
Sonstiges	4 %

Wie oft besuchen Sie das Main-Taunus-Zentrum?

Täglich	5 %
Mehrmals in der Woche	17 %
Einmal pro Woche	19 %
Alle 14 Tage	20 %
1 x im Monat	19 %
4 x im Jahr	9 %
2 x im Jahr	4 %
Seltener	4 %
Erster Besuch	3 %

Das Modeangebot im Main-Taunus-Zentrum ist immer besonders vielfältig

Trifft voll und ganz zu	31 %
Trifft weitgehend zu	50 %
Trifft weniger zu	17 %
Trifft gar nicht zu	2 %

Die Geschäfte im Main-Taunus-Zentrum führen viele bekannte Marken

Trifft voll und ganz zu	50 %
Trifft weitgehend zu	44 %
Trifft weniger zu	5 %
Trifft gar nicht zu	1 %

Verkehrsmittelwahl

Auto	87 %
ÖPNV, Bus, Bahn	9 %
Zu Fuß	3 %
Sonstige	1 %



„DAS HABE ICH 2009 GEKAUFT“



**Rolf Bürkl, Senior
Research Consultant
Business &
Technology, GfK
Marktforschung**

Ich habe mir im letzten Jahr für meine regelmäßigen Joggingrunden einen Trainings-Computer mit GPS-Funktion von Garmin gekauft. Dieses Gerät, das eher als Spielzeug zu sehen ist, soll vor allem für mehr Motivation beim Laufen sorgen.



**Mariana Theiling,
Lichtdesignerin,
ECE**

2009 bin ich Mutter geworden, daher waren die meisten Anschaffungen für den Baby-Alltag: z. B. ein Maxi Cosi mit faltbarem Fahrgestell, das sogar in den Kofferraum von meinem Zweisitzer passt ... das hat sich echt bewährt! Mein Mann und ich haben uns gegenseitig, symbolisch für die neu angebrochene Zeit, eine Uhr geschenkt.



**Patrick Kiss,
Head of Investor
& Public Relations,
Deutsche
EuroShop**

Ich habe in Bildung investiert. Am 1. September 2009 hieß es für unseren Sohn Leo „Mein 1. Schultag“. Schon vor über 30 Jahren war ich selbst stolzer Scout-Schulranzen-Besitzer, daher lautete mein väterlicher Rat auch: Scout. Im Einkaufszentrum gab es einen Shop, in dem man den Ranzen über virtuelle Spiegel (drei Kameraperspektiven dargestellt auf großen Plasma-Monitoren) begutachten konnte, wie er auf dem Rücken getragen aussieht. Leo hat sich letztlich für das neueste Modell „Easy II Race“ entschieden.



**Wolfgang Twardawa,
Division
Manager Strategic
Marketing, GfK
Panel Services**

Letztes Jahr in unserem Italienurlaub hat meine Frau in einem Schmuckgeschäft eine wunderschöne Halskette gesehen. Nachdem wir dreimal bei dem Juwelier waren, habe ich sie zum Kauf überredet. Damit habe ich mir selbst die größte Freude gemacht: eine schöne, glückliche Frau an meiner Seite.





Claus-Matthias Böge, Sprecher des Vorstands, Deutsche EuroShop

Das Weihnachtsfest wurde mit einer neuen Nespresso-Maschine mit Milchaufschäumer gekrönt. Das Design ist schon große Klasse, aber der Latte macchiato übertrifft alles. Die alte Kaffeemaschine verstaubt jetzt im Keller.



Verena Tenz, Senior Account & Marketing Manager, ECE flatmedia

Ich habe meine Gummistiefelkollektion um zwei besonders edle Paare von Hunter und Aigle erweitert – im Center ershopt, ist ja klar. Die Lieblingsstücke sind im Hamburger Schmuddelwetter unverzichtbar. Ich komme bei Wolkenbruch unbeschadet zur Arbeit (vom Beutel mit den Extra-Schuhen für die Arbeit mal ganz abgesehen), bin in allen Lebenslagen absolut korrekt gekleidet und bei wochenendlichen Küstenspaziergängen im Kampf gegen die Gezeiten klar im Vorteil.



Olaf G. Borkers, Mitglied des Vorstands, Deutsche EuroShop

Die DVD „Kaminfeuer“ hat uns nicht mehr gereicht. Nun erzeugt unser neuer Bio(!)-Ethanol-Kamin eine gemütliche Atmosphäre und erstaunlich viel

Wärme. Kein Holz kaufen oder schlagen und lagern. Kein Schmutz und Kaminreinigen. Für meine Familie und mich ein guter Kauf.

Steffen Eric Friedlein, Regional Director Leasing (East), ECE



Mein neues Mountainbike. Da ich beruflich viel mit den unterschiedlichsten Verkehrsmitteln unterwegs bin und es nicht mitnehmen kann, lässt es sich leider nur am Wochenende in der ländlichen Umgebung meines Wohnortes einsetzen. Aufgrund des langen Winters wartet es derzeit noch sehnsüchtig in der Garage auf seinen ersten Einsatz in diesem Jahr.

Mathias Sander, Director Center-Marketing, ECE



Ich habe mir ein Paar Sneakers gekauft. Mal wieder. Diesmal von „Floris van Bommel“. Sie sind grandios schön und passen so ziemlich zu allem, was man so anziehen kann. Trotzdem hatte ich sie bisher nicht an. Wahrscheinlich waren sie zu schön. Sind aber 2010 bestimmt auch noch angesagt.



Nicolas Lissner, Manager Investor & Public Relations, Deutsche EuroShop

Im November habe ich mir beim Urlaub in New York neue Winterstiefel gekauft. Gerade noch

rechtzeitig, bei dem hanseatischen Winter 2009/2010 musste ich sie von da an beinahe täglich tragen, um mich morgens auf dem Weg ins Büro durch die Schnee- und Eismassen durchzuschlagen.



Kirsten Kaiser, Leiterin Rechnungswesen, Deutsche EuroShop

So langsam wächst meine kleine Apple-Familie: Zu meinen iPods hat sich nun ein silbernes MacBook Pro gesellt, das sich nicht nur hervorragend beim Surfen macht, sondern auch die neuesten Blockbuster auf meinen Fernseher beamt.



Dr. Benedikt Gillessen, Local Partner, White & Case

Eine neue Espresso-Maschine eines italienischen Herstellers aus der Nähe von Neapel. Nur wenig moderne Elektronik gepaart mit viel Metall und einer seit fast 50 Jahren bewährten Brüh-technik. Für ein möglichst perfektes Ergebnis – und allen Vollautomaten aus Plastik zum Trotz. Das Leben ist zu kurz für schlechten Espresso.



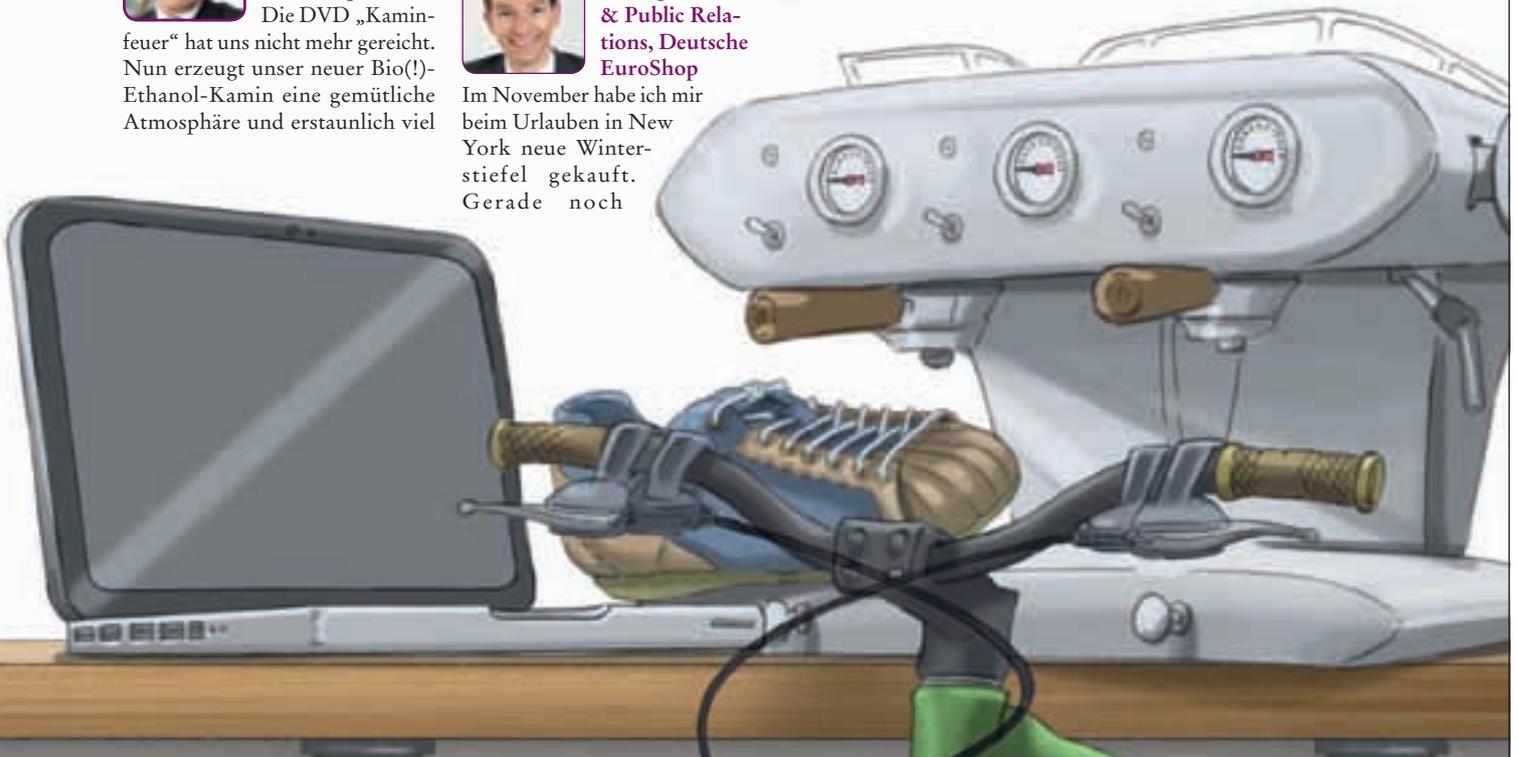
Birgit Schäfer, Vorstandsekretärin, Deutsche EuroShop

Meine Anschaffung des Jahres war ein traumhaftes neues Sofa, das ich auch noch zu einem sagenhaft günstigen Preis erstanden habe. Das machte doppelt Freude und ließ noch Spielraum für ein paar ausgefallene Dekostücke.



Alexander Wohlrab, Illustrator, Mucca Matta

Zugeschlagen haben meine Freundin und ich in New York: nach (gefühlter) zweitägiger Odyssee mit wunden Füßen und rauchender Metro-Card fand sie endlich die Stiefel von Blowfish in der richtigen Größe und Farbe. Die dank des guten Dollar/Euro-Verhältnisses weitaus größeren Schnäppchen waren allerdings ein neues Weitwinkelobjektiv für die Dame und ein paar Spielereien von Apple für den Herrn. ■



MATHIAS SANDER

CENTERGUTSCHEIN

Ein Kundenbindungsinstrument auf Erfolgskurs



Seit über 40 Jahren praktiziert die ECE in Shoppingcentern erfolgreich das Konzept des Erlebnis-Shoppings. Bis zu eine halbe Millionen Besucher pro Tag lassen sich von der Branchenvielfalt der Shops, den ungewöhnlichen Wareninszenierungen und ausgefallenen Aktionen in den attraktiv gestalteten Malls der Deutsche EuroShop faszinieren. Immer wieder werden Chancen gesucht, den Besuchern etwas Besonderes zu bieten und sie langfristig als Stammkunden an die Center zu binden.

Bereits vor zehn Jahren entstand so die Idee, mit dem Centergutschein ein attraktives Kundenbindungsinstrument in mehr als 60 Centern zu etablieren. Das Konzept ist ebenso einfach wie erfolgreich: Der Kunde erwirbt den Gutschein an zentraler Stelle im Center, verschenkt ihn und öffnet der beschenkten Person damit alle Möglichkeiten, sich einen lang gehegten Wunsch zu erfüllen. Denn schließlich ist der Gutschein in allen Geschäften der Center im DES-Portfolio sowie in zahlreichen weiteren von der ECE betreuten Shoppingcentern einlösbar, so dass der Beschenkte eine Auswahl von mehr als 9.000 Akzeptanzstellen hat – ein einmaliger Vorteil, den sonst niemand bieten kann. Längst hat sich der Gutschein damit als „Rundum-sorglos-Geschenk“ in den Köpfen unserer Besucher verankert und gilt heute als einer der beliebtesten Geschenkgutscheine Deutschlands.

Ursprünglich in Papierform eingeführt, präsentiert sich der Centergutschein mittlerweile sehr modern im handlichen Scheckkartenformat und zeitlos schönen



Design. Und auch die Vertriebswege haben sich dem Zeitgeist angepasst: Geschäftskunden, die ihren Mitarbeitern oder Geschäftspartnern eine Freude machen möchten, greifen bereits seit einigen Jahren gerne auf das extra für sie eingerichtete Portal www.ece-b2b.de zurück, über das größere Gutscheinbestellungen schnell und unkompliziert abgewickelt werden.

Seit Ende 2009 haben zudem auch Privatkunden die Möglichkeit, ganz bequem und ohne lange Wege Gutscheine im Internet unter www.gutschein-verschenken.de individuell zu gestalten, per E-Mail oder SMS zu versenden oder selbst auszudrucken und persönlich zu überreichen.

All diese Maßnahmen haben dazu geführt, dass sich die Beliebtheit und Bekanntheit der Centergutscheine seit der Einführung positiv entwickelt haben und sie ein erfreuliches Wachstum verzeichnen. Im vergangenen Jahr wurden in allen teilnehmenden Centern rund zwei Millionen Gutscheinkarten verkauft, womit mindestens vier Millionen Kundenkontakte erzielt wurden.

Experten gehen heute davon aus, dass Gutscheine in den nächsten Jahren einen immer höheren Stellenwert unter den Geschenken gewinnen werden – nicht zuletzt, weil sie die Möglichkeit bieten, kleine und große Wünsche gezielt zu erfüllen. Deshalb ist damit zu rechnen, dass der Centergutschein als attraktives Kundenbindungsinstrument auch in Zukunft seinen Beitrag zum Erfolg der Center der Deutsche EuroShop leisten wird.

BUCHTIPPS

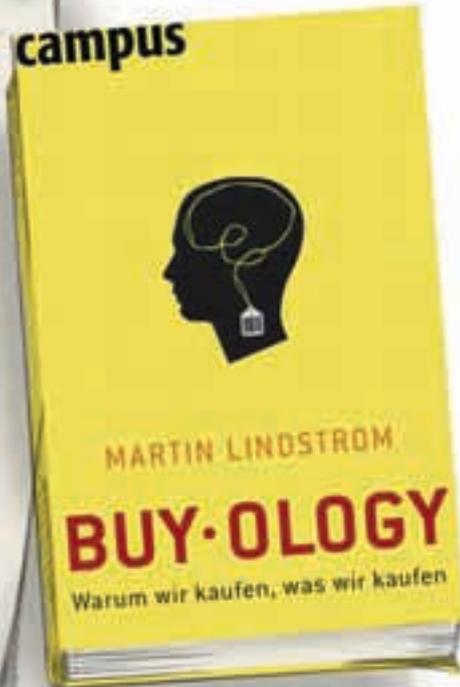
BUY OLOGY

Was wissen wir eigentlich wirklich darüber, warum wir kaufen, was wir kaufen? Warum entscheiden wir uns für bestimmte Produkte und ignorieren andere? Der Marketingexperte und Bestsellerautor Martin Lindstrom erklärt, wie das menschliche Gehirn auf Werbung und Marketing reagiert.

Warum sind manche Marken erfolgreich und andere Flops? Wie treffen Menschen Kaufentscheidungen? Warum kaufen sie das, was sie kaufen? Seit Jahrzehnten versucht die Marktforschung das herauszufinden. Doch herkömmliche Methoden wie Befragungen oder Gruppendiskussionen können nicht erfassen, was die Verbraucher wirklich denken, weil Kaufentscheidungen keine rein rationale Angelegenheit sind. Bisher hat niemand erschlossen, was genau in unserem Gehirn passiert, wenn wir Kaufentscheidungen treffen – der Marketingguru Martin Lindstrom will das jetzt ändern.

In seinem Bestseller Buyology, der in 25 Sprachen übersetzt wurde, präsentiert der gebürtige Däne die faszinierenden Ergebnisse seiner revolutionären Neuromarketingstudie, in der er anhand der neuesten Erkenntnisse aus der Hirnforschung erstmals die unmittelbare Wirkung von Werbung und Marketingbotschaften auf das menschliche Gehirn untersucht. Lindstrom zeigt, wie das Unterbewusstsein auf Stimuli reagiert und unser Verhalten steuert, nämlich häufig auf ganz andere Weise, als wir denken. Unsere Kaufentscheidungen werden auf einer Ebene getroffen, die unterhalb unseres Bewusstseins angesiedelt ist. So führen etwa Anti-Raucher-Kampagnen kurioserweise dazu, dass Raucher vermehrt zur Zigarette greifen, weil sie den „Begierde-Punkt“ im Hirn stimulieren. Und das Gehirn eines Apple-Fans reagiert beim Betrachten eines iPods ähnlich wie das eines tief religiösen Menschen beim Anblick eines Jesusbildes. Lindstrom zeigt, was selbst die raffiniertesten Unternehmen, Werbetreibende und Marketer noch nicht über unser Kaufverhalten wissen, räumt mit den gängigen Vorurteilen und Mythen auf und liefert uns spannende Erkenntnisse über die Beeinflussung unserer Entscheidungen, unser Kaufverhalten und letztlich uns selbst.

Martin Lindstrom: Buyology – Warum wir kaufen, was wir kaufen, aus dem Englischen von Brigitte Hilgner, 2009, geb., 230 Seiten, ISBN 978-3-593-38929-5, ca. 24,90 €



SHOPPING CENTER HANDBUCH



1998 erschien das Große Handbuch Shoppingcenter. Seit dieser Zeit ist die Bedeutung der Einkaufszentren national wie international stark angestiegen. Daher hat das Institut für Gewerbezentren zusammen mit dem German Council of Shopping Centers (GCSC) dieses Standardwerk neu aufgelegt.

126 ausgewiesene Shoppingcenter-Experten aus elf Nationen stellen in 106 Beiträgen ihre Erfahrungen und die neuesten Erkenntnisse zum breiten Spektrum der Shoppingcenter umfassend dar.

Auf über 1.100 Seiten werden Themen wie Shoppingcenter und Stadtentwicklung, Nachhaltigkeit, Architektur, Design und Kunst, Projektentwicklung, Marketing, Management, Finanzierung und Investment etc. behandelt. Dargestellt werden zudem aktuelle nationale und internationale Entwicklungen und Center-Trends sowie neueste realisierte Shoppingcenter in einem vierfarbigen Fototeil.

Die Erkenntnisse dieses Handbuches sind eine essentielle Grundlage u. a. für alle Personen, die sich mit dem Thema Shoppingcenter befassen. Als Nachschlagewerk dient es sowohl den erfahrenen Praktikern als Arbeitshilfe im täglichen Geschäft wie auch Nachwuchskräften und Studenten als umfassendes Grundlagenwerk.

Shoppingcenter-Handbuch – Development, Management, Marketing, herausgegeben vom Institut für Gewerbezentren, Prof. Dr. Falk, 2009, geb., über 1.100 Seiten, ISBN 978-3-00-027250-9, ca. 125,00 €



UNSERE SHOPPINGCENTER



Im vergangenen Jahr haben wir im Januar unseren Anteil am City-Point Kassel von 40 % auf 90 % erhöht. Zudem konnten wir den Grundstein für die Erweiterungen der Altmarkt-Galerie in Dresden sowie des Main-Taunus-Zentrums in Sulzbach bei Frankfurt legen. Seit Januar 2010 gehört das A10 Center in Wildau bei Berlin als 17. Shoppingcenter zu unserem Portfolio.

Zusammen mit den Erweiterungen, die im Jahre 2011 eröffnet werden, bieten unsere 13 Shoppingcenter in Deutschland, zwei in Polen und jeweils eins in Österreich und Ungarn insgesamt rund 2.035 Geschäfte auf einer Mietfläche von über 804.000 m². Der Investitionsschwerpunkt liegt mit 83 % klar in Deutschland. Mit über 99 % erreicht unser Vermietungsstand auch in diesen sicherlich für den Einzelhandel nicht immer einfachen Zeiten den konstant hohen Wert der Vorjahre.

INDIVIDUELLE PERSÖNLICHKEITEN

Ein gewisses Kriterium verbindet alle unsere 17 Shoppingcenter in einem besonderen Maße: die 1a-Lage. Hierbei konzentrieren wir uns auf die Innenstädte, die Mehrzahl unserer Center ist direkt an die Fußgängerzone angeschlossen, sowie auf etablierte Standorte außerhalb der Städte. Hierbei handelt es sich um Objekte, die sich seit vielen Jahren einen Ruf als attraktive Alternative zum Einkaufsbummel in den umliegenden Stadtzentren erworben haben.

Eine perfekte Verkehrsanbindung ist dabei einer der Erfolgsfaktoren: Unsere innerstädtischen Center befinden sich meist in direkter Nachbarschaft zu örtlichen Knotenpunkten des öffentlichen Personennahverkehrs wie zum Beispiel

zentrale Omnibusbahnhöfe. Kostengünstige Parkplätze sorgen zudem für eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto. Unsere außerstädtischen Standorte sind jeweils direkt an bedeutenden Autobahnen gelegen und bieten den Besuchern ein komplett kostenfreies Parken. ►



	Inland	Ausland	Gesamt
Mietfläche in m ^{2*}	660.800	143.400	804.200
Anzahl Geschäfte*	1.485	550	2.035
Vermietungsstand**	99 %	99 %	99 %
Einwohner im Einzugsgebiet in Mio.	10,95	3,2	14,15
Anzahl Center	13	4	17

* inklusive Neuentwicklung (Wildau) und Erweiterungen (Sulzbach und Dresden)

** inklusive Büroflächen

Dabei ist jedes unserer 17 Center ein Einzelwerk. Die Mieterstruktur ist bei jedem Shoppingcenter handverlesen und ergänzt gezielt das Angebot der jeweiligen Innenstadt. Dies verdeutlicht auch, dass sich unsere Objekte keinesfalls als Konkurrenz zum Einzelhandel in der Umgebung verstehen. Dazu gehört, dass sich das jeweilige Center aktiv am Stadtmarketing mit dem Ziel beteiligt, den gesamten Einzelhandelsstandort zu fördern und zu stärken.

Ein besonderes Augenmerk legen wir auf die Architektur. Jedes unserer Center ist hierbei speziell für die Anforderungen des jeweiligen Standorts konzipiert. Hierbei gilt es, die Architektur individuell abzustimmen und dabei sämtliche Anforderungen an die Funktionalität voll zu erfüllen. In der Vergangenheit haben wir bei der Entwicklung von neuen Objekten mit namhaften Architekturbüros zusammengearbeitet.

Die hohen Anforderungen an die Qualität, die wir an jedes unserer Center stellen, beziehen sich auch auf das Innere: Eine wertige Anmutung sowie eine schlichte, zeitlose Architektur unter Verwendung edler Materialien sollen den Besuchern ein angenehmes Einkaufserlebnis vermitteln. Kombiniert mit einer innovativen Beleuchtung sowie gezielt gesetzten Akzenten wie anspruchsvollen Wasserinszenierungen und einer perfekten Klimatechnik machen sie unsere Shoppingcenter zu Orten, an denen sich die Besucher wohlfühlen und an die sie immer gerne zurückkehren.

Besucher jeden Alters sollen sich hier gut aufgehoben fühlen. Breite Ladenstraßen, Rolltreppen und Aufzüge sorgen dafür, dass man auch mit Kinderwagen oder Rollstühlen ohne großen Aufwand jeden Winkel des Centers erreichen kann. Für unsere kleinsten Besucher sind teilweise Spielecken eingerichtet, die eine willkommene Abwechslung beim Einkaufsbummel darstellen. Massagesitze in der Mall stehen den Kunden für ein geringes Entgelt zur Verfügung und laden zum Entspannen ein.

GELEBTES UMWELT-BEWUSSTSEIN

Ein besonderes Anliegen ist für uns der Umweltschutz. Unsere deutschen Shoppingcenter werden fast alle mit zertifiziertem Öko-Strom versorgt und zukünftig sollen alle Objekte unseres Portfolios im In- und Ausland mit dieser erneuerbaren Energie beliefert werden. Dabei soll nicht nur der CO₂-Ausstoß, sondern auch der Energieverbrauch insgesamt kontinuierlich gesenkt werden. Einen wichtigen Beitrag hierzu leisten Wärmetauscher sowie hochmoderne und effiziente Beleuchtungssysteme. Dazu stehen wir im Dialog mit unseren Mietern, mit denen wir gemeinsam den Energieverbrauch in den einzelnen Geschäften reduzieren möchten.

FLEXIBILITÄT ALS ZUKUNFTSMOTOR

Wir beobachten im Einzelhandel verstärkt einen wachsenden Bedarf an größeren Verkaufsflächen. Dem Kunden werden damit vielseitigere Sortimente angeboten. Beispiel hierfür ist die Entwicklung von Parfümerien und Buchhandlungen in den vergangenen Jahren. Neben dem Produkt an sich steht immer mehr das Erlebnis rund um den Einkauf im Vordergrund: Beispielsweise Angebote, bei denen sich die Kunden vor Ort professionell schminken lassen können, oder in Buchhandlungen integrierte kleine Cafés, in denen in Ruhe ein Blick in die angebotenen Bücher geworfen werden kann.

Unsere Shoppingcenter bieten speziell im Vergleich zu einzelnen Geschäftshäusern in der Innenstadt den Vorteil, dass sie den Händlern exakt die Flächen bieten können, die diese benötigen. Es ist im Prinzip ohne großen Aufwand durch Verschiebung der Innenwände möglich, die Verkaufsfläche im Laufe der Zeit den neuen Anforderungen unseres Mieters anzupassen. Auch eine Reduzierung der Fläche ist möglich und kann beispielsweise gleichzeitig Gelegenheit dafür bieten, einen neuen zusätzlichen Shop in das Center zu integrieren.

Diese Flexibilität ist bei unseren Mietern sehr gefragt. Für viele ist dies der entscheidende Faktor für den Markteintritt in eine Stadt, die ansonsten aufgrund ihrer Immobilienstruktur in den Toplagen, zum Beispiel in einer durch mittelalterliche Architektur geprägten Fußgängerzone, keinerlei geeigneten Flächen bieten kann. So kann der gesamte innerstädtische Einzelhandel durch eine Ausweitung des Angebots profitieren.

WERTVOLLE STANDORTE

Insgesamt über 14 Millionen Menschen leben in den Einzugsgebieten unserer Center. Knapp 11 Millionen davon sind alleine unseren deutschen Shoppingcentern zuzurechnen.

Diese einzelnen Einzugsgebiete sind für uns ein Hauptkriterium bei der Selektion unserer Standorte. Sie werden individuell für jedes einzelne Objekt ermittelt und veranschaulichen die Anzahl von potenziellen Besuchern des jeweiligen Standortes. Hierbei wird unter anderem berücksichtigt, welche Anfahrtszeiten Kunden akzeptieren würden und ob die Wettbewerbssituation dies realistisch erscheinen lässt.

In ländlichen Regionen nehmen unsere Kunden einen Fahrweg von bis zu 45 Minuten und mehr in Kauf, um in den Genuss der breiten Warenwahl des Centers zu kommen. In Kundenbefragungen, die regelmäßig in allen unseren Shoppingcentern durchgeführt werden, wird hierbei immer wieder unsere besondere Kompetenz im Bereich Mode hervorgehoben. Für dieses Sortiment sind die Kunden erfahrungsgemäß bereit, eine weite Anfahrt in Kauf zu nehmen.

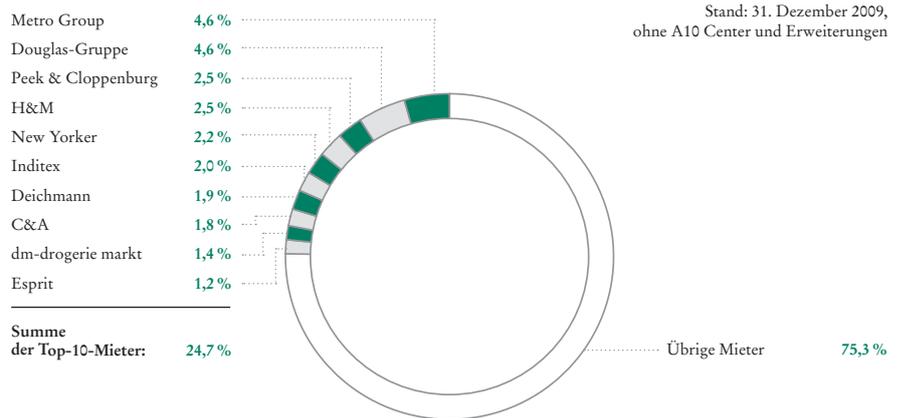
UNSERE TOP-10-MIETER

Die Metro Group sowie die Douglas-Gruppe sind mit einem Anteil von 4,6 % an unserem gesamten Mietvolumen unsere größten Mieter. Die Metro Group gehört zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen und ist mit ihren Vertriebsmarken Media Markt und Saturn Elektrofachmärkte, Real-SB-Warenhaus sowie Kaufhof-Warenhaus in einer Vielzahl unserer Center vertreten. Die Douglas-Gruppe, ein familiengeprägtes und dezentral geführtes Handelsunternehmen, ist mit seinen Geschäftsbereichen Douglas-Parfümerien, Thalia-Buchhandlungen, Christ-Juweliergeschäfte, AppelrathCüpper-Modehäuser und Hüssel-Confisereien unser Mieter.

Unsere Top-10-Mieter sind insgesamt für weniger als ein Viertel unserer Mieteinnahmen verantwortlich. Dies verdeutlicht, dass keinerlei Abhängigkeiten zu einzelnen Mietern bestehen, und zeigt zudem die breite Diversifizierung unseres Mietvertragsportfolios.

DIE ZEHN GROSSTEN MIETER

Anteil in % der Mieterlöse



LANGFRISTIGE MIET-VERTRÄGE

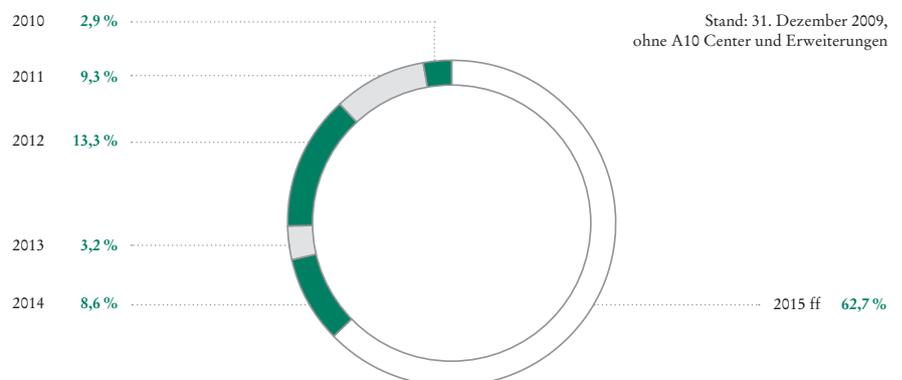
Die Mietverträge, die wir mit unseren Mietpartnern abschließen, haben in der Regel eine Standardlaufzeit von zehn Jahren. Per Stand 31. Dezember 2009 betrug die gewichtete Restlaufzeit der Mietverträge in unserem Portfolio 6,7 Jahre. 62,7 % unserer Mietverträge sind bis mindestens 2015 gesichert.

EXTERNER CENTER-MANAGEMENT

Mit dem Management unserer 17 Shoppingcenter ist unser Partner ECE Projektmanagement beauftragt. Zudem realisiert die ECE in unserem Auftrag die Erweiterungen des Main-Taunus-Zentrums sowie der Altmarkt-Galerie und die Entwicklung der Triangel im A10 Center. ▶

LANGFRISTIGE MIETVERTRÄGE

Laufzeit der Verträge, Anteil in %



Die ECE entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt Einkaufszentren seit 1965. Mit aktuell 114 Centern im Management ist das Unternehmen europäischer Marktführer bei Shopping-Galerien.

www.ece.com

Wir als Deutsche EuroShop profitieren von dieser Erfahrung im In- und Ausland. Mit unserer schlanken Struktur können wir uns damit auf unsere Kernaufgabe und -kompetenz konzentrieren, das Portfolio-Management.

OPTIMALER MIETERMIX

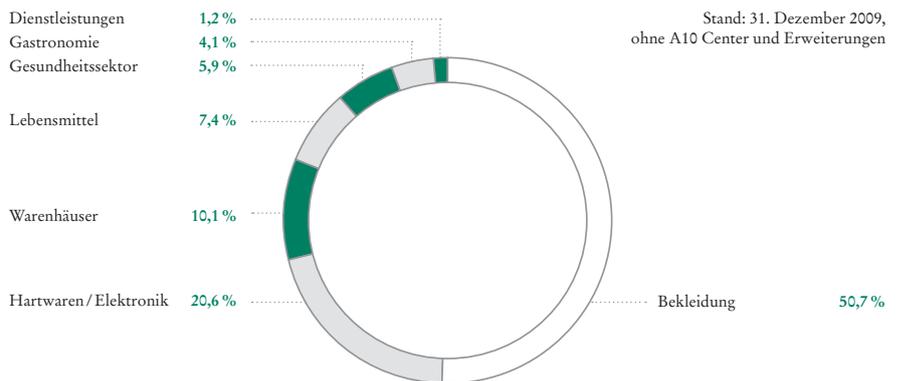
Ein grundlegender Erfolgsfaktor für ein Shoppingcenter ist die richtige Mischung der Geschäfte. Dies ist damit auch eine der Kernaufgaben des Centermanagements. Der spezifische Mieter- und Branchenmix ist jeweils perfekt auf den jeweiligen Standort zugeschnitten und das Ergebnis einer genauen Analyse der lokalen Einzelhandelsbegebenheiten.

Hierbei wird auch auf die besonderen Wünsche und Bedürfnisse der Kunden eingegangen. Damit werden in unseren Centern auch gezielt Einzelhändler aus Branchen angesiedelt, die aufgrund der stetig steigenden Mieten in 1a-Lagen kaum noch in den Fußgängerzonen zu finden sind. Beispiele hierfür sind Fachgeschäfte für Glas, Porzellan und Keramik sowie Spielwarengeschäfte.

Das oberste Gebot bei der Vermietung für uns als Langfristinvestoren ist die dauerhafte Mietoptimierung und nicht die kurzfristige Maximierung. Dabei geht es darum, den Besuchern des Shoppingcenters eine attraktive Mischung aus Einzelhändlern zu bieten. Jede Ladenfläche wird nach einem speziellen System langfristig vermietet. Bei der Berechnung der Mieten geht es nicht um eine Maximierung der Erträge für uns als Vermieter, sondern darum, dass jeder Ladenbetreiber eine Miete pro m² bezahlt, die der Leistungsfähigkeit seiner Branche sowie seiner Lage innerhalb des Centers gerecht wird.

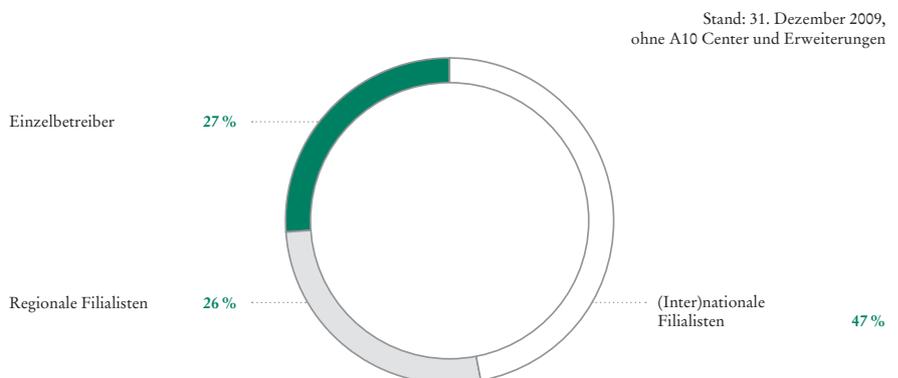
BRANCHENMIX

in % der Fläche



REGIONALER MIETERMIX

in % der Fläche



Von diesem System sollen alle Seiten profitieren: Wir als Vermieter, indem wir ein zukunftsorientiertes und vertrauensvolles Verhältnis zu unseren Mietpartnern aufbauen, unsere Mieter, die allesamt von den erzielten hohen Besucherfrequenzen profitieren, und letztendlich natürlich auch die Kunden, die in unseren Centern eine sehr breite Einzelhandelspalette erwarten dürfen. Diese reicht von Young Fashion über Apotheken bis hin zu Drogeriemärkten und Dienstleistungen wie Postfilialen und Reinigungen. Aber auch für die Stärkung und Erfrischung während des Einkaufsbummels ist gesorgt: Cafés, Schnellrestaurants und Eisdielen laden zu einer Verweilpause ein.

BRANCHENMIX

Der individuelle Branchenmix gibt jedem unserer Shoppingcenter seine ganz persönliche Note. Während die Haupteinkaufsstraßen in Deutschland laut Studien teilweise zu über 90 % von Filialisten beherrscht werden, achten wir in unseren Centern auf eine gesunde Mischung aus regionalen und örtlichen Händlern sowie nationalen und internationalen Filialisten.

NAMHAFTE MIETER

Ein maßgeblicher Erfolgsfaktor sind unsere Mieter. Hierzu zählen zum Beispiel Aldi, Bench, Bijou Brigitte, Breuninger, Burger King, C&A, Commerzbank, dm-drogerie markt, Deutsche Post, Deutsche Telekom, Douglas, Esprit, Fielmann, Gerry Weber, Görtz, H&M, Jack&Jones, Media Markt, Marc O'Polo, New Yorker, Nordsee, Peek & Cloppenburg, REWE, Saturn, s.Oliver, Subway, Thalia, Timberland, Tom Tailor, Tommy Hilfiger, Vero Moda, WMF und Zara.

EINKAUFSERLEBNIS

Beim Besuch unserer Center können sich unsere Kunden auf einheitliche Öffnungszeiten verlassen. Dies ist ein klarer Vorteil gegenüber der klassischen Innenstadt, bei der jeder Einzelhändler für sich selber entscheidet, wie lange er geöffnet hat. In unseren Centern gibt es dadurch beispielsweise auch am Samstag nachmittag keine Enttäuschung: Ob Optiker oder Reisebüro, jeder Mieter steht mit seinem Angebot über die volle Öffnungszeit des Centers zur Verfügung.

Mit dem Inkrafttreten des Mietvertrags ist jeder unserer Mieter automatisch Mitglied in der Werbegemeinschaft des jeweiligen Centers. Diese erarbeitet in einem Ausschuss Marketing-Aktionen, die gemeinsam mit dem Centermanagement koordiniert und organisiert werden. Dabei handelt es sich um Ausstellungen und Veranstaltungen zu verschiedenen Themen. Beispiele hierfür

können Jubiläumsveranstaltungen des Centers, Jobmessen der Arbeitsagentur, naturwissenschaftliche Ausstellungen oder Modeschauen sein, bei denen die Mieter des Centers die Trends für die kommende Saison präsentieren. Oder aber die aufwändige Dekoration zur Oster- und Weihnachtszeit, die alljährlich ein Highlight für die Besucher darstellt.

Zu den Hauptaufgaben der Werbegemeinschaft zählt die Koordination des einheitlichen Werbeauftritts für das ganze Center und die Redaktion einer Center-Zeitung, die als Beilage regionaler Tageszeitungen regelmäßig im Einzugsgebiet verteilt wird, sowie die Schaltung von Radio-Spots und City-Light-Werbeplakaten. Hierbei werden die Werbegemeinschaften professionell von Werbeagenturen unterstützt. ■



DES

ANLAGERICHTLINIEN

Zu den wichtigsten Anlagerichtlinien der Deutsche EuroShop gehören:

- » Die DES investiert ausschließlich in Shoppingcenter.
- » Die Mindestobjektgröße beträgt 15.000 m², von denen nicht mehr als 15 % auf Büroflächen oder sonstige nicht einzelhandelsbezogene Nutzungen entfallen dürfen.
- » Die Standorte müssen ein Einzugsgebiet von mindestens 300.000 Einwohnern aufweisen.
- » Ankäufe von Shoppingcenterprojekten erfolgen grundsätzlich erst, wenn eine vollziehbare Baugenehmigung vorliegt und 40 % der Mietflächen durch verbindliche Mietvertragsangebote langfristig abgesichert sind.
- » Projektentwicklungen ohne Baurecht und Vorvermietung können im Rahmen von Joint Ventures übernommen werden. Die Projektentwicklungskosten dürfen im Einzelfall 5 % und die Summe aller Projektentwicklungen 10 % des Eigenkapitals der Deutsche EuroShop nicht übersteigen.
- » Der Investitionsschwerpunkt liegt in Deutschland. Langfristig sollen Investitionen im europäischen Ausland einen Anteil von 25 % am Gesamtinvestitionsvolumen nicht überschreiten.

 A10 CENTER

NOCH MEHR VIELFALT MIT DER TRIANGEL



Das A10 Center in Wildau bei Berlin gehört seit Januar 2010 zum Portfolio der Deutsche EuroShop. Das Center liegt direkt am südlichen Berliner Ring, in unmittelbarer Nähe zum neuen Hauptstadtflughafen Berlin Brandenburg International (BBI), der im Herbst 2011 in Betrieb genommen werden soll und bis zu 60.000 zusätzliche Arbeitsplätze in der Region schaffen wird. Im Einzugsgebiet (45 Minuten Fahrzeit) des durch eine direkte Autobahnanbindung optimal erreichbaren Centers leben ca. 1,2 Mio. Menschen.

Das Gesamtinvestitionsvolumen für die Deutsche EuroShop beträgt inklusive der Investitionen in das Bestandsobjekt sowie des Neubaus der A10 Triangel 265 Mio. €. Seit März 2010 wird das gesamte Center im laufenden Betrieb von Grund auf modernisiert, umstrukturiert und in seiner Angebotsvielfalt erweitert, zusätzlich entstehen weitere Parkplätze. Die Eröffnung der Triangel ist für das Frühjahr 2011 geplant, die gesamte Umstrukturierung soll im Herbst 2011 abgeschlossen sein. Das Center wird dann über ca. 66.000 m² Verkaufsfläche, rund 180 Fachgeschäfte, Cafés, Restaurants und Dienstleistungsbetriebe sowie ca. 4.000 Pkw-Stellplätze verfügen. Rund 1.000 Menschen werden im neuen A10 Center arbeiten, etwa 400 mehr als bisher.

Mit der neuen A10 Triangel, einem eleganten Malldesign, hellen Lichthöfen und vielen weiteren Angeboten, vor allem im Bereich junge Mode, soll das modernisierte A10 Center weiter an Attraktivität gewinnen. Als eines der größten und bekanntesten Einkaufszentren in Deutschland ist das A10 Center mit seinen diversen Einkaufs- und Freizeitangeboten schon jetzt ein Erlebnistreffpunkt für das südöstliche Berliner Stadtgebiet und das Umland.

Neben Einzelhandel verfügt das Center über eine eigene Freizeitwelt, in der die Besucher zum Beispiel ein Kino, diverse Restaurants, ein Bowling-Center sowie ein Erlebnisland für Kinder erwarten.

Die Vermietung und das Management hat die Deutsche EuroShop in die Hände der ECE, Europas Marktführerin im Shoppingcenter-Bereich, gegeben. Damit dürfen die Besucher des A10 Centers zukünftig auch die Unterhaltung und den Service erwarten, den die anderen Shoppingcenter der Deutsche EuroShop bereits bieten. Neben der Organisation von vielfältigen Veranstaltungen und Ausstellungen wird eine Center-Zeitung eingeführt, die die Kunden im Einzugsgebiet regelmäßig über Angebote, Events, den Baufortschritt und alle Neuerungen im Center informieren wird. ■



 ALTMARKT-GALERIE

ERWEITERUNG FÜR DRESDENS BESTE LAGE



Die Altmarkt-Galerie in Dresden hat sich in den vergangenen Jahren fest als Einkaufstempel bei den Dresdnern etabliert und erfreut sich auch bei Touristen der Elbmetropole einer sehr hohen Beliebtheit. Gemessen an den Umsätzen pro m², die unsere Mietpartner hier erzielen, gehört die Altmarkt-Galerie zu den erfolgreichsten Centern im gesamten Portfolio der Deutsche EuroShop.

In Dresden hat sich durch die Eröffnung eines neuen innerstädtischen Einkaufszentrums im Herbst 2009 die Wettbewerbssituation verändert. Seit mehreren Jahren spüren wir zudem die Nachfrage nach weiteren Ladenflächen in der Altmarkt-Galerie, sowohl von bestehenden Mietern, die ihre Flächen vergrößern möchten, wie auch von Einzelhändlern, die sich neu im Center ansiedeln möchten. Als Reaktion hierauf wird das Center nun erweitert: Bis zum Frühjahr 2011 erhält die Einkaufsgalerie, die sich in unmittelbarer Nachbarschaft von Dresdens weltberühmten Kulturdenkmälern wie dem Zwinger oder der Semperoper befindet, rund 18.000 m² zusätzliche Verkaufsfläche für etwa 90 neue Shops mit kleineren und mittleren Größen. In die Erweiterung, die wie das Bestandscenter über drei Ebenen verläuft, wird als besondere Attraktion eine über 800 m² große Feinkostzone integriert.

Zu den aufwändigen Arbeiten, die im Sommer 2009 begonnen wurden, gehört die umfassende Sanierung des historischen Intecta-Gebäudes, das in die Altmarkt-Galerie integriert wird. Eingänge am Nahverkehrsknotenpunkt Postplatz, am Altmarkt und an der Wilsdruffer Straße werden das Center in Zukunft noch besser mit dem historischen Herzen der Dresdner Altstadt vernetzen und zugleich neue attraktive Wegeverbindungen schaffen.

In den oberen Etagen des Neubaus entstehen zudem ca. 2.900 m² Bürofläche sowie 5.300 m² für ein Hotel, das seine Gäste in 200 Zimmern beherbergen wird und bereits langfristig an eine renommierte internationale Kette vermietet ist.

Das anteilige Investitionsvolumen der Deutsche EuroShop beträgt ca. 82,5 Mio. €, nach der Fertigstellung werden im Center ca. 800 neue Arbeitsplätze entstehen. ■



MAIN-TAUNUS-ZENTRUM

EINE ZWEITE LADENSTRASSE



Im November 2009 war Baustart für die schon lange geplante Erweiterung des Main-Taunus-Zentrums in Sulzbach bei Frankfurt, nachdem dieser aufgrund einer rechtlichen Auseinandersetzung zwischen Kreis und Stadt wiederholt verschoben werden musste. Damit wird das MTZ, das im vergangenen Jahr seinen 45-jährigen Geburtstag feiern durfte, um ca. 12.000 m² Verkaufsfläche erweitert.

Nach Fertigstellung im Herbst 2011 wird das Traditions-Einkaufszentrum über rund 91.000 m² vermietbare Fläche und insgesamt ca. 180 Shops, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe verfügen. Dafür wird der nördliche Parkplatz zwischen der Bundesstraße 8, dem bestehenden Parkhaus und dem Center überbaut. Im Erdgeschoss entsteht eine Mall, die die bestehende Ladenstraße zu

einem Rundlauf ergänzen wird. Die zwei darüberliegenden Etagen werden als Parkebenen dienen. Zuvor wird auf der Südseite des Centers ein neues viergeschossiges Parkhaus errichtet. Insgesamt stehen den Besuchern damit zukünftig bis zu 4.500 kostenfreie Parkplätze zur Verfügung.

Die ca. 70 neuen Geschäfte werden schwerpunktmäßig aus dem Bereich Mode kommen. Auf vielfachen Kundenwunsch hin soll zudem besonders das Gastronomieangebot erweitert werden. Insgesamt sollen als Mieter für die neuen, eher kleinteiligeren Flächen verstärkt Einzelhändler aus der Region angesprochen werden.

Mit der Erweiterung soll das Main-Taunus-Zentrum seine starke Stellung in der Region weiter ausbauen. Bereits heute gehört das Center zu den am stärksten frequentierten Einzelhandelsstandorten in Deutschland.

Insgesamt werden in die Erweiterung ca. 72 Mio. € investiert, der Anteil der Deutsche EuroShop hieran wird ca. 31 Mio. € betragen. ■



 VON MARIANA THEILING

WIE VIEL LICHT BRAUCHT DER MENSCH ZUM SHOPPEN?



Der Einsatz von Energie in einem Center ist vielfältig. Strom ist vor allem für das Lüften und Kühlen, den Betrieb der Fördertechnik und die Beleuchtung notwendig. Rund 60 % des gesamten Energiebedarfs gehen auf das Konto der Beleuchtung, die damit nicht nur einer der sichtbarsten, sondern auch der größte Energieverbraucher ist.

Ziel ist es daher, den Energiebedarf gerade im Beleuchtungssektor so gering wie möglich zu halten – und dennoch optimale Lichtverhältnisse für Kunden und Mieter zu schaffen. Ein Kompetenzteam der ECE, bestehend aus Architekten und Lichtdesignern, hat sich dieser Herausforderung angenommen. Da Einzelmaßnahmen wie der Einsatz neuester Lampentechnologie nicht ausreichen, um dem komplexen Thema gerecht zu werden, entwickelt das Team umfassende neue Lichtkonzepte, die alle relevanten Aspekte vom Tageslicht bis hin zur Architektur berücksichtigen.

Das ECE-Lichtkonzept: Weniger ist mehr – Licht bewusst einsetzen

Eines der wesentlichen Merkmale der Lichtkonzepte ist das Tageslicht, das in keiner Einkaufsgalerie fehlen darf. Da sich die einzelnen Center in vielen Aspekten voneinander

unterscheiden – beispielsweise bei der Ausrichtung des Gebäudes zur Himmelsrichtung – wird bei jedem Projekt individuell geprüft, wie sich der Tageslichteinsatz optimieren lässt. Dabei muss die Frage „Wie viel Tageslicht spart Energie?“ stets aufs Neue beantwortet werden.

Eine zu hohe Einstrahlung natürlichen Sonnenlichts lässt den Bedarf an Kühlung steigen. Optimal ist diffuses Licht aus nördlicher Richtung, denn es bringt Helligkeit, erwärmt das Gebäude jedoch kaum. Ein weiterer entscheidender Faktor ist die Gestaltung der Dachöffnungen. Bei einem durchgängigen, symmetrischen Glasdach gelangt ein großer Teil der Sonnenwärme in das Center. Dies lässt sich beispielsweise durch partiell geschlossene Dachflächen vermeiden.

Bereits in der frühesten Planungsphase jedes Projekts findet ein intensiver Austausch zwischen Lichtdesignern und Architekten statt, um die individuellen Herausforderungen der Objekte unter energetischen Gesichtspunkten abzuwägen. Für die Nachhaltigkeit der Immobilie erfolgt hier die erste Weichenstellung.

Entsprechend der Tageslichteinstrahlung wird die künstliche Beleuchtung „dosiert“. Entgegen verbreiteter Annahme ist umso mehr Kunstlicht notwendig, je mehr natürliches Licht einfällt, denn das Tageslicht kann nicht alle Bereiche eines Gebäudes gleichmäßig erreichen. Ohne einen Ausgleich durch künstliche Beleuchtung entstehen hohe Kontraste, die die Besucher als sehr unangenehm empfinden. Zudem passt sich das menschliche Auge an die hellsten Bereiche an, weshalb es in den dunklen Zonen weniger erkennen kann. Besondere Aufmerksamkeit in der



Lichtplanung gilt daher den Eingangszonen, in denen sich die Besucher auf die Helligkeitsverhältnisse im Center einstellen, den Bereichen, in die aus baulichen Gründen kein Tageslicht fallen kann, sowie den Schaufenstern, die die hellsten Zonen in einer Mall sein sollten.

Der richtige Mix aus Tageslicht und Kunstlicht

Das Kunstlicht sorgt dafür, dass alle Bereiche angemessen wahrgenommen werden. Um den dadurch entstehenden Energiebedarf möglichst gering zu halten, verwenden unsere Center Leuchtmittel, die wenig Wärme produzieren. Hierzu zählen vor allem Leuchtstofflampen, die in Lichtdecken und Vouten zur Anwendung kommen, und Halogenmetaldampflampen, die sich besonders für Downlights – kleine, meist in die Decke eingelassene Leuchten – eignen.

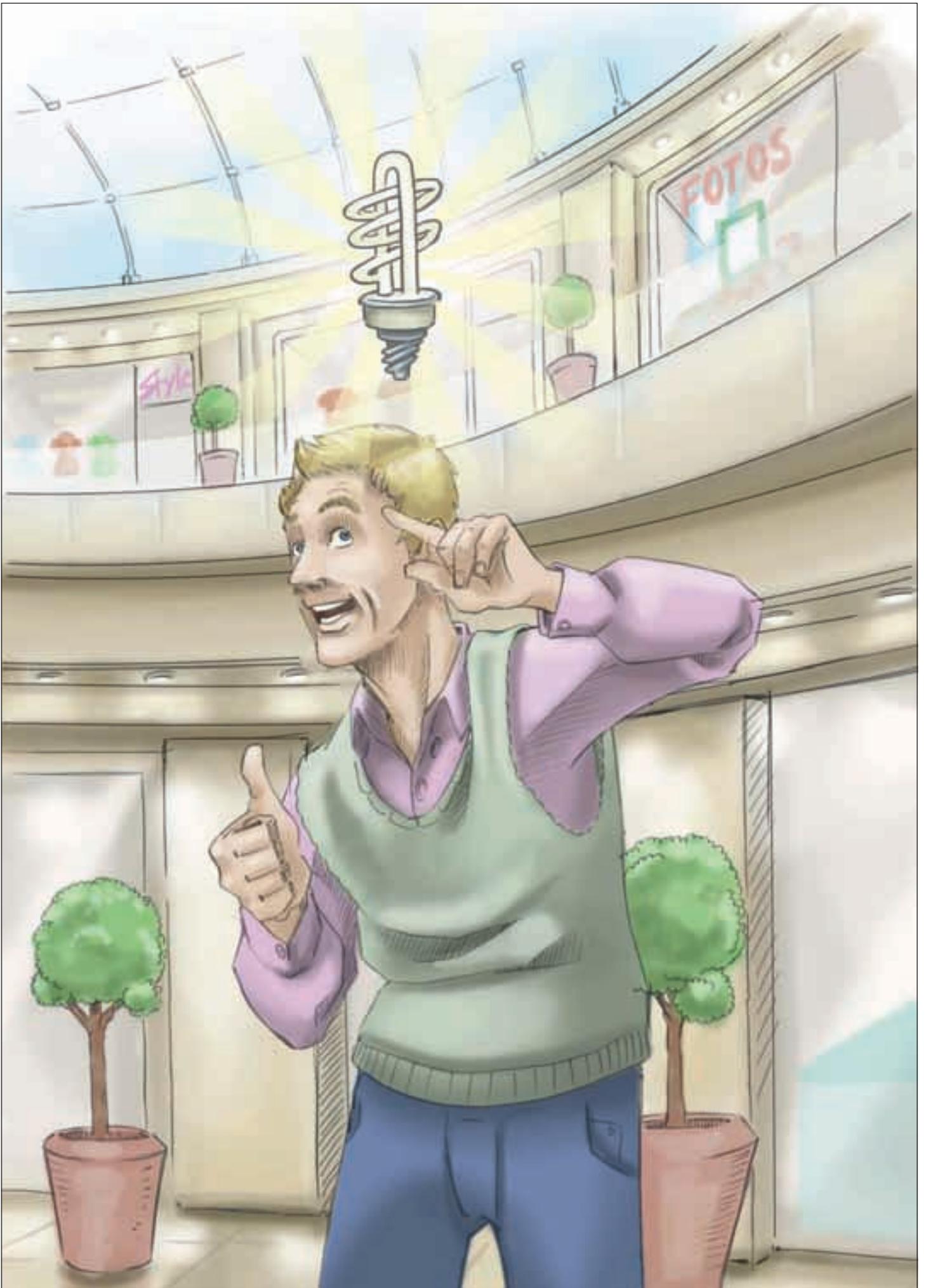
Von Leuchtstofflampen bis LEDs

LEDs hingegen sind für die Allgemeinbeleuchtung nicht hell genug und die Qualität ihrer Farbwiedergabe ist nicht ausreichend. Für die Fassadenbeleuchtung, farbige Akzente und schwer erreichbare Stellen sind sie jedoch schon in unseren Centern im Einsatz, zum Beispiel in Dresden, Passau und Hameln. Eine Weiterentwicklung in naher Zukunft werden Lichtdecken mit LED-Technik sein. Hier können sie die vorhandenen Vouten und Downlights ergänzen und dadurch die Leistungsaufnahme im Vergleich zu einer klassischen Lichtdecke mit Leuchtstoff um die Hälfte reduzieren. Darüber hinaus werden Leuchten dort, wo sie tagsüber nicht benötigt werden, abgeschaltet. In den Abendstunden kann man durch die Dimmung der Lichtdecken und Vouten und die Halbschaltung bei den Milieuleuchten eine Energieeinsparung von rund 50 % erreichen. Durch solche Optimierungsmaßnahmen ist es der ECE gelungen, innerhalb der letzten acht Jahre 20 % der Beleuchtungsenergie für die Malls einzusparen und gleichzeitig die Lichtqualität zu verbessern.

Weniger ist mehr – Licht bewusst einsetzen

Am Tage werden größere Helligkeiten benötigt als am Abend. Weißes Licht wird am Tag als angenehm empfunden, warmes Licht am Abend. ■





AKTIONEN

DES

Rattenfängerlauf rund um die Stadt-Galerie

Äußerst sportlich zeigten sich die Hamelner am 28. August 2009. Fast 700 Läufer aus allen Altersgruppen nahmen am Stadt-Galerie-Lauf teil, der auf einem Rundkurs durch die Innenstadt führte. 500 m legten hierbei die Kleinsten beim „Bambini-Lauf“ zurück, beim „Volkslauf“ standen 10 km auf dem Programm. Zuvor wurden die Läufer im Center mit ihren Startnummern und Starterbeuteln versorgt. Die Start- und Zielgerade am Hochzeitshaus lag direkt gegenüber des Haupteingangs der Stadt-Galerie, die auch in den nächsten Jahren Hauptsponsor des Events sein wird.



DES

5 Jahre Phoenix-Center

Im Oktober 2009 gab es im Phoenix-Center in Hamburg-Harburg eine ganze Woche volles Programm: Hierbei galt es, den 5. Geburtstag und den beeindruckenden Erfolg des Centers in seinen ersten Jahren zu feiern. Zu den Attraktionen zählten unter anderem der Anschnitt einer riesigen Geburtstagstorte, Gewinnspiele (Hauptgewinn war ein Ford Fiesta), ein umfangreiches Bühnenprogramm und Modenschauen. Ein kleiner Harburger, der am Tag der Centereröffnung (29. September 2004) geboren wurde, durfte sich mit zehn Freunden auf eine eigens für ihn ausgerichtete Geburtstagsparty mit vielen Überraschungen mitten im Center freuen.

IN DEN CENTERN



DES

Ganz besondere Weihnachtsbaumunikate in Wetzlar

Für strahlende Augen sowohl bei Kindern wie auch bei Eltern sorgte im Dezember 2009 die Aktion „Kinder schmücken Weihnachtsbäume“ im Forum Wetzlar. Rund 800 Kinder aus 34 Kindergärten aus dem Einzugsgebiet des Centers haben mit viel Liebe zum Detail und selbst gebastelter Dekoration Weihnachtsbäume im Erdgeschoss geschmückt. Als Belohnung wurden alle Kinder zur Kakaotafel eingeladen, dazu gab es für jeden noch ein kleines Weihnachtsgeschenk und ein Erinnerungsfoto mit dem eigenen, ganz persönlichen Meisterwerk.

DES

Blumenmeer in den City Arkaden

Vom 19. bis 21. März 2009 bekamen die Besucher der City Arkaden in Klagenfurt etwas ganz Besonderes für die Nase sowie die Augen geboten: In der Mall des Centers fand der Kärntner Landeslehrlingswettbewerb der Floristen statt. 15 Auszubildende stellten sich hierbei nicht nur einer Fachjury, sondern auch den kritischen Augen der Center-Besucher und mussten jeweils fünf Aufgaben erfüllen, unter anderem die Creation einer Tischdekoration sowie das Binden eines Straußes.



 VON STEFFEN ERIC FRIEDLEIN

VERMIETUNG IN SCHWIERIGEN ZEITEN



Finanzkrise, Bankenzusammenbrüche, Kreditklemme, Insolvenzen, Nachfragerückgänge, sinkende Einzelhandelsumsätze, steigende Arbeitslosigkeit usw. – die Schreckensmeldungen der letzten Monate zeichnen ein düsteres Bild der wirtschaftlichen Gesamtsituation. Während sich in manchen Teilbereichen der Wirtschaft bereits wieder erste Hoffnungsschimmer abzuzeichnen beginnen, gehen andere Wirtschaftszweige davon aus, die volle Wucht der Krise erst noch zu spüren zu bekommen.

Dies könnte auch für den Einzelhandel gelten. Investoren, Entwickler, Vermieter und Betreiber von Shoppingcentern können sich diesen Rahmenbedingungen zwangsläufig nicht vollständig entziehen – ebenso wenig wie die Mieter. Was bedeutet dies im Zusammenhang mit der Vermietung von Shoppingcentern in Deutschland und Europa?

KRISENSTIMMUNG

Den einen oder anderen mag es zu spontanen Beileidsbekundungen gegenüber einem betroffenen Mitglied der Vermieterzunft drängen. Und in der Tat gibt es sicherlich Vermieter von Einkaufs- oder Fachmarktzentren, Ladenpassagen und ähnlichen Handelsagglomerationen, die das Ende der allgemeinen Krisenstimmung sehnlichst herbeiwünschen, um endlich die allenthalben aufgetretenen Leerstände beseitigen zu können, die sich in letzter Zeit auch unter Aufbietung aller denkbaren Sonderkonditionen wie mietfreien

Zeiten, Niedrigstmieten oder Baukostenzuschüssen nicht mehr längerfristig vermieten ließen. Manch einer wird sich aber nach dem offiziellen Ende der Krise noch immer wundern, dass die Nachfrage nach seiner Immobilie nicht anziehen wird.

Andere Vermieter wiederum stellen selbst unter den gegenwärtigen Marktbedingungen fest, dass mit dem richtigen Produkt und einer nachhaltigen Vermietungsstrategie auch weiterhin eine Vollvermietung zu angemessenen Konditionen möglich ist.

EXPANSIONSBEREITE MIETER

Betrachten wir zunächst den Markt aus Sicht der expansionsbereiten Mieter. Denjenigen, die aufgrund erfolgreichen Wirtschaftens in der Lage sind, die Expansion aus Eigenmitteln oder mit einer soliden Finanzierung durchzuführen, bietet sich aufgrund der erhöhten Fluktuation eine Fülle von Anmietungsmöglichkeiten. Dies betrifft gute Innenstadtlagen ebenso wie Flächen innerhalb von Einkaufszentren. Hierzu beigetragen haben die zahlreichen Insolvenzen der letzten Zeit, gerade bei Großflächenbetreibern wie Karstadt, Hertie, Woolworth, Wehmeyer, SinnLeffers, Pohland, Kenvelo, um nur einige zu nennen.

Die Anzahl der Insolvenzen ist zwar auch in den von der ECE gemanagten Centern angestiegen, jedoch mit 1,2% bezogen auf die Gesamtzahl noch recht gering. ►



Die eingeschränkte Expansionsfähigkeit vieler Filialisten – sei es aus Vorsichtsgründen oder wegen der zögerlichen Kreditvergabe vieler Banken, wenn es um die Finanzierung neuer Einzelhandelsflächen geht – leistet ein Übriges.

Der expansionswillige und -fähige Betreiber hat also bei den Standorten die Qual der Wahl und in der Regel eine kommode Verhandlungsposition gegenüber Vermietern, die seinen Anforderungen kein leistungsfähiges Angebot entgegensetzen können.

NACHHALTIGES VERMIETUNGSKONZEPT

Aus Sicht des Vermieters besteht die besondere Herausforderung darin, dem potenziellen Mieter die zu vermietende Fläche so schmackhaft wie möglich zu machen, ohne dabei die Wirtschaftlichkeit außer Acht zu lassen. Zwingend erforderlich ist hierbei die Flexibilität der Fläche, die sich den Anforderungen der Mieter hinsichtlich Flächengröße und -zuschnitt weitgehend anpassen sollte. Dies erfordert gegebenenfalls Flächenzusammenlegungen oder -neuaufteilungen, verbunden wiederum mit entsprechenden vermietetseitigen Investitionen. Diese Investitionen, die den künftigen Marktanforderungen Rechnung tragen müssen, lassen sich gut refinanzieren.

Nur wer ein nachhaltiges Vermietungskonzept vorweisen kann, darf die Hoffnung hegen, am Kapitalmarkt die notwendigen Mittel für seine Aktivitäten zu erhalten. Ein solches Vermietungskonzept lässt sich in einem Shoppingcenter naturgemäß leichter entwickeln und realisieren als in einer freistehenden Immobilie, bei der eine sehr hohe Abhängigkeit von einzelnen Mietern besteht. Erfolgreiche Center verfügen über einen vielfältigen Branchenmix, über ein ausgeglichenes Verhältnis an Groß-, Mittel- und Kleinflächen sowie über eine durchmischte Betreiberstruktur aus nationalen und internationalen Filialisten, regionalen Betreibern und sogenannten „Einzelkämpfern“.

Die Pflege des gut funktionierenden Mieterbestands, die vernünftige Weiterentwicklung erfolgreicher Konzepte und die ständige Suche nach neuen und einzigartigen Anbietern macht den Unterschied aus.

GERINGERE KRISEANFÄLLIGKEIT

Aufgrund dieser Vielschichtigkeit ist die Krisenanfälligkeit von vornherein geringer, da die Abhängigkeit von einzelnen Betreibern bzw. Branchen weniger stark ausgeprägt ist. Nur selten ist der gesamte Einzelhandel innerhalb eines Centers in gleichem Maße und zum gleichen Zeitpunkt von Umsatzeinbrüchen betroffen.

Der Ausfall einzelner Betreiber kann häufig schnell und unkompliziert durch Umverlagerungen oder Flächenerweiterungen anderer Mieter kompensiert werden. Eine Zwischenvermietung im Rahmen eines Kurzzeitmietvertrags muss nicht im Widerspruch zu einer nachhaltigen Vermietungsstrategie stehen, sondern kann sogar ein Bestandteil sein, um eine langfristige Neuvermietung zu einer Mindermiete zu verhindern. Ein neuer Zehnjahres-Mietvertrag – möglichst mindestens wieder zur Ursprungsmiete – kann häufig erneut abgeschlossen werden, wenn sich das Marktumfeld wieder positiv entwickelt hat.

FRÜHWARNSYSTEM

Handelt es sich beim Vermieter um einen professionellen Centerbetreiber, ist er üblicherweise frühzeitig informiert, welche Konzepte „schwächeln“. Grundlage hierfür sind monatliche oder quartalsweise Umsatzmeldungen der Mietpartner, anhand derer sich Tendenzen innerhalb eines Centers ablesen lassen. Führt man diese Zahlen auf regionaler, nationaler oder auch internationaler Ebene zusammen, kann man relativ schnell und verlässlich Aussagen über die Zukunftsfähigkeit bestimmter Einzelhandelskonzepte treffen.

Das ständige Gespräch mit den Mietpartnern auf örtlicher und überregionaler Ebene unterstützt diese Aktivitäten. Darauf basierend lassen sich Maßnahmen erarbeiten, die jeweils angemessen und wirksam sein müssen.

LÖSUNGEN

Hierzu zählen definitiv nicht die pauschalen und undifferenzierten Mietreduzierungswünsche, die von einigen Mietern unter dem Deckmäntelchen der Finanzkrise geäußert wurden, ohne dass sie wirtschaftlich begründet wären. Ebenso wenig hilfreich ist der Druck, der seitens mancher Mietpartner ausgeübt wird, um unwirtschaftliche Filialen vorzeitig zu schließen, ohne Rücksicht auf die Belange der Centerbetreiber und -eigentümer zu nehmen.

Eine Vermietungsstrategie in Krisenzeiten muss vielmehr darauf ausgerichtet sein, zunächst die Situation des unter zurückgehenden Umsätzen und damit steigenden prozentualen Mietbelastungen leidenden Einzelhändlers genau zu analysieren, bei Filialisten bezogen auf jeden einzelnen Standort. Neben denkbaren umsatzsteigernden Maßnahmen, die ein professionelles Centermanagement anbieten kann, bedarf es unter Umständen sehr konkreter wirtschaftlicher Stützungsmaßnahmen – fair, gegenüber den Investoren verantwortbar, wohl dosiert und situationsbedingt von kurz-, mittel- oder langfristiger Art.

Maßstab des Handelns muss hier eine stetige und konsequente Haltung des Vermieters sein, kurzfristige Schnellschüsse machen keinen Sinn. So bleibt der Vermieter auch aus Sicht des Mieters berechenbar. Grundlage hierfür bilden neben den Umsatzmeldungen des Mieters weitere betriebswirtschaftliche Daten, die der Mieter über seinen Steuerberater zur Verfügung stellt, und die einen Überblick über seine tatsächliche wirtschaftliche Situation zulassen müssen. Darüber hinaus muss das betroffene Konzept zukunftsfähig sein, die Entwicklung nur vorübergehend beeinträchtigt sein.

Für den Fall eventuell notwendiger nachträglicher Änderungen werden ausgewogene Regelungen entwickelt, die bezüglich der Chancen und Risiken beiden Partnern gerecht werden.

CHANCEN

Doch auch wenn manche Maßnahmen im Einzelfall für einen Einzelhändler bitter sein können, stellen sie doch gleichzeitig auch eine Möglichkeit für neue Marktteilnehmer dar, die auf diese Weise auf Flächen in Bestandsobjekten angesiedelt werden können, die unter anderen Umständen über Jahre hinaus belegt gewesen wären. Des einen Leid, des anderen Chance.

Durch die zunehmende Vertikalisierung und Internationalisierung ergeben sich für innovative Konzepte derzeit ungeahnte Möglichkeiten, zu adäquaten Bedingungen neue Märkte außerhalb ihrer jeweiligen Heimatmärkte zu erschließen – und dies gerade bei Großflächen.

Als aktuelle Beispiele können in diesem Zusammenhang gelten: Niedrig- oder Off-Price-Konzepte wie Primark und TK Maxx, trendige Modeanbieter wie Hollister, der centertaugliche Ableger der US-amerikanischen Kultmarke Abercrombie & Fitch, angesagte Anbieter mit weltweit wachsender Fangemeinde wie Apple oder auch die qualitätsorientierten Verbrauchermärkte von Migros aus der Schweiz. Sie alle lassen sich von den aktuellen Marktdaten nicht abschrecken, sondern erobern sich gerade jetzt neue Märkte.

MARKTEINTRITTSPLATTFORM

Für einen Vermieter, der ein umfangreiches, hochwertiges Standortportfolio anbieten kann, wie es beispielsweise die 17 Standorte der Deutsche EuroShop darstellen, eröffnen sich hier interessante Ansätze für strategische Partnerschaften. Was könnte den Markteintritt eines neuen Konzepts stärker befördern als die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit einem auf nachhaltigen und langfristigen Erfolg ausgerichteten Centerbetreiber, der gemeinsam mit dem Mieter die am besten geeigneten Standorte auswählt? Eine solch qualifizierte Plattform von Standorten bietet wichtige Skaleneffekte für professionelle Mieter.

Noch dazu, wo es sich bei Standorten der Deutsche EuroShop um bestens eingeführte Objekte handelt, die mit ihrem Gesamtkonzept aus wegweisender Architektur, hervorragender Funktionalität, qualitativ hochwertigem Branchenmix, ausgewogener Mieterstruktur und professionellem Centermanagement genau die Art von Zusatznutzen bieten, die sie gerade in der Krise von sonstigen Angeboten am Vermietungsmarkt unterscheiden.

BEISPIELE

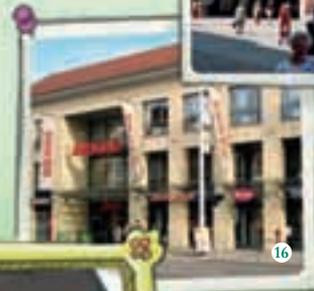
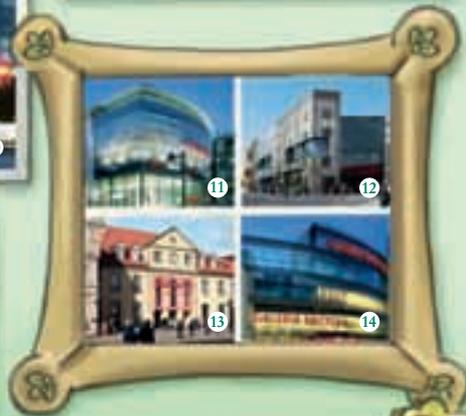
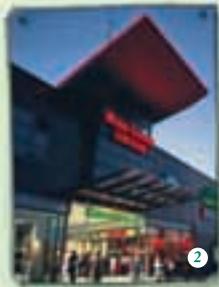
Die aktuell anstehenden Erweiterungen der Altmarkt-Galerie Dresden, des Main-Taunus-Zentrums oder des neu hinzugekommenen A10 Centers dürfen hierfür als Belege dienen, denn sie erfreuen sich einer sehr regen Nachfrage bei potenziellen Mietern. Einige der oben erwähnten, innovativen neuen Konzepte werden Sie in diesen Objekten wiederfinden. Sie dürfen gespannt sein.

Am Beispiel der Altmarkt-Galerie Dresden lässt sich die Entwicklung eines erfolgreich gemanagten Centers gut ablesen: vom in der Chefetage manches Mietinteressenten im Zuge der Erstvermietung durchaus zurückhaltend beurteilten „Hinterhof-Standorts“ zum absoluten „Top-Performer“, in dem sich trotz der gerade im Bau befindlichen Erweiterung kaum genug Flächen schaffen lassen, um die Nachfrage befriedigen zu können. Auch hier zahlt sich eine nachhaltige Vermietungsstrategie aus, denn durch die Erweiterung können die Stärken, wie zum Beispiel das individuelle und wertige Modeangebot, weiter ausgebaut sowie eventuelle Schwächen, wie zum Beispiel eine aus allen Nähten platzende Frischzone, beseitigt werden.

100% MÖGLICH

Was unterscheidet nun also die Vermietung in sogenannten „schwierigen“ Zeiten von derjenigen in „leichten“ Zeiten, sofern es diese überhaupt je gegeben hat? Genau genommen nicht viel. Es ist sicherlich aufwändiger geworden, den richtigen Mietpartner für die jeweilige Fläche zum richtigen Zeitpunkt und mit adäquater Miete zu finden. Wo früher vielleicht einmal einige Telefonate und der Austausch von Detailinformationen per E-Mail für einen Mietvertragsabschluss ausreichend waren, sind heute häufig vier und mehr Verhandlungsrunden notwendig. Mit dem richtigen Produkt, einer gehörigen Portion Flexibilität (aller Beteiligten, nämlich Mieter, Vermieter und Eigentümer) und Fleiß lässt sich aber auch aktuell das Traumziel jedes Vermieters erreichen: der 100%ige Vermietungsstand! ■

DIE CENTER







A10 CENTER WILDAU/BERLIN

Beteiligung:	100 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	Januar 2010
Mietfläche:	rd. 120.000 m ² *
davon Verkaufsfläche:	rd. 66.000 m ² *
Anzahl der Geschäfte:	rd. 180*
Vermietungsstand:	100 % (Bestand)
Einzugsgebiet:	rd. 1,2 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 3.800*
Eröffnung:	1996, Umstrukturierung / Modernisierung 2010-2011
Ankermieter:	Real, Karstadt Sports, C&A, H&M, Peek & Cloppenburg

*inkl. Entwicklung (A10 Triangel, Eröffnung Frühjahr 2011)

Web: www.A10center.de



Übersicht der Shoppincenter
- Inland - →
Stand: Februar 2010



MAIN-TAUNUS-ZENTRUM SULZBACH / FRANKFURT

Beteiligung:	43,1 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	September 2000
Mietfläche:	rd. 117.000 m ² *
davon Verkaufsfläche:	rd. 91.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 180*
Vermietungsstand:	100 % (Bestand)
Einzugsgebiet:	rd. 2,2 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 4.500*
Eröffnung:	1964, Umstrukturierung / Modernisierung 2004, Erweiterung 2011

Ankermieter: Breuninger, Galeria Kaufhof, Karstadt, Media Markt

*inkl. Erweiterung (Eröffnung Herbst 2011)

Web: www.main-taunus-zentrum.de



ALTMARKT-GALERIE DRESDEN

Beteiligung:	50,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	September 2000
Mietfläche:	rd. 76.500 m ² *
davon Verkaufsfläche:	rd. 44.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 200*
Vermietungsstand:	100 % (Bestand)
Einzugsgebiet:	rd. 1,0 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 520
Eröffnung:	2002, Erweiterung 2011
Ankermieter:	Saturn, SinnLeffers, Zara

*inkl. Erweiterung (Eröffnung Frühjahr 2011)

Web: www.altmarkt-galerie.de



RHEIN-NECKAR-ZENTRUM VIERNHEIM

Beteiligung:	99,9 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	September 2000
Mietfläche:	rd. 69.000 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 60.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 110
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 1,4 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 3.800
Eröffnung:	1972, Umstrukturierung / Erweiterung 2003
Ankermieter:	Engelhorn Active Town, Peek & Cloppenburg, H&M, Zara, C&A

Web: www.rhein-neckar-zentrum-viernheim.de



PHOENIX-CENTER HAMBURG

Beteiligung:	50,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	August 2003
Mietfläche:	rd. 38.700 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 26.500 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 110
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,6 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 1.600
Eröffnung:	2004
Ankermieter:	Media Markt, Karstadt Sports, New Yorker, H&M, C&A, REWE, SinnLeffers

Web: www.phoenix-center-hamburg.de





ALLEE-CENTER HAMM

Beteiligung:	88,9 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	April 2002
Mietfläche:	rd. 34.000 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 21.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 85
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 1,0 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 1.300
Eröffnung:	1992, Umbau/Umstrukturierung 2003, 2009
Ankermieter:	H&M, Peek & Cloppenburg, Saturn, C&A

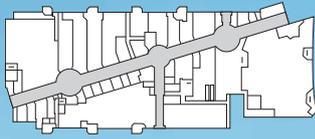
Web: www.allee-center-hamm.de



FORUM WETZLAR

Beteiligung:	65,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	Oktober 2003
Mietfläche:	rd. 34.300 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 23.500 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 110
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,5 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 1.700
Eröffnung:	2005
Ankermieter:	Kaufland, Media Markt, Thalia

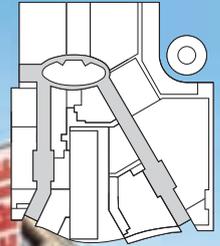
Web: www.forum-wetzlar.de



RATHAUS-CENTER DESSAU

Beteiligung:	94,9%
Ankauf Deutsche EuroShop:	November 2005
Mietfläche:	rd. 30.400 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 20.000 m ² (ohne Karstadt)
Anzahl der Geschäfte:	rd. 80
Vermietungsstand:	97%
Einzugsgebiet:	rd. 0,5 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 840
Eröffnung:	1995
Ankermieter:	H&M, Peek & Cloppenburg, Thalia

Web: www.rathaus-center-dessau.de

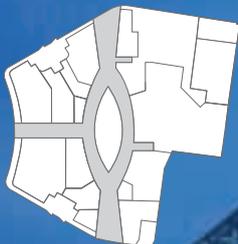


CITY-GALERIE WOLFSBURG

Beteiligung:	89,0%
Ankauf Deutsche EuroShop:	September 2000
Mietfläche:	rd. 30.800 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 20.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 90
Vermietungsstand:	100%
Einzugsgebiet:	rd. 0,3 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 800
Eröffnung:	2001
Ankermieter:	Extra, Saturn, SportScheck, New Yorker

Web: www.city-galerie-wolfsburg.de

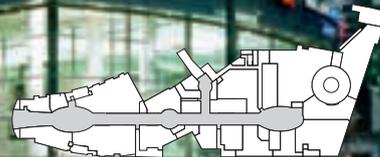




CITY-POINT KASSEL

Beteiligung:	90,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	September 2000 / Dezember 2008
Mietfläche:	rd. 28.200 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 20.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 70
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,8 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 200
Eröffnung:	2002, Umstrukturierung 2009
Ankermieter:	Hugendubel, Saturn, H&M, New Yorker

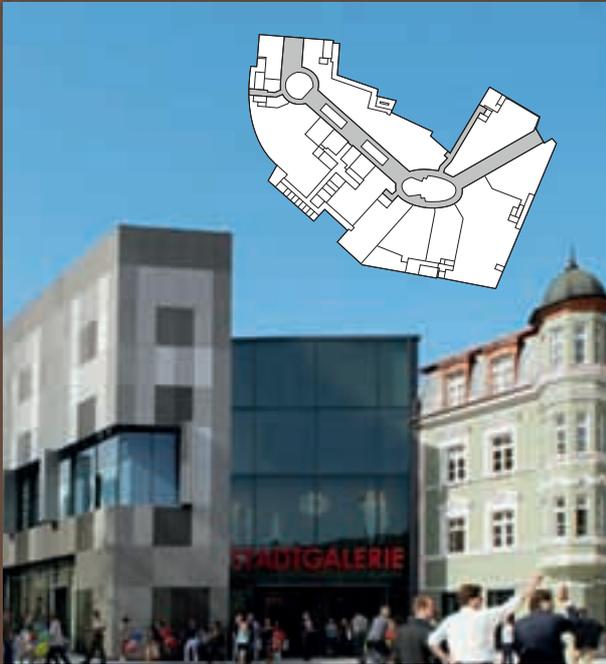
Web: www.city-point-kassel.de



CITY-ARKADEN WUPPERTAL

Beteiligung:	72,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	September 2000
Mietfläche:	rd. 28.700 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 20.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 80
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,7 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 650
Eröffnung:	2001, Umstrukturierung 2004
Ankermieter:	Akzenta, MediMax, Zara, H&M, Thalia

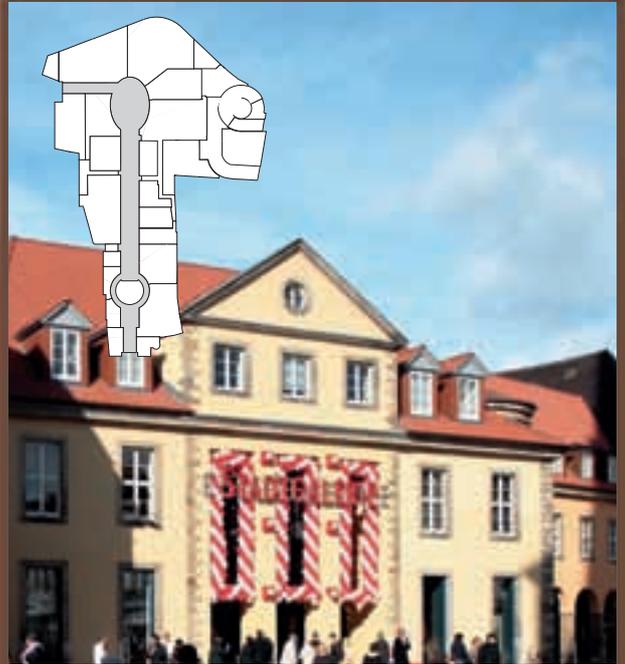
Web: www.city-arkaden-wuppertal.de



STADT-GALERIE PASSAU

Beteiligung:	75,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	Dezember 2006
Mietfläche:	rd. 27.300 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 21.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 90
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,4 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 500
Eröffnung:	2008
Ankermieter:	Saturn, C&A, Esprit

Web: www.stadtgalerie-passau.de



STADT-GALERIE HAMELN

Beteiligung:	94,9 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	November 2005
Mietfläche:	rd. 25.900 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 19.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 100
Vermietungsstand:	97 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,4 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 510
Eröffnung:	2008
Ankermieter:	Müller Drogerie, New Yorker, Real

Web: www.stadt-galerie-hamel.de



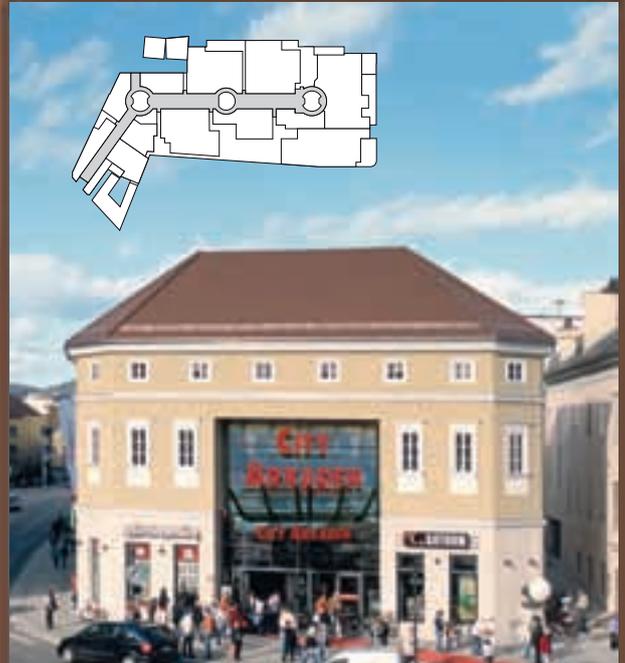




GALERIA BALTYCKA DANZIG, POLEN

Beteiligung:	74,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	August 2006
Mietfläche:	rd. 39.500 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 39.500 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 200
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 1,1 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 1.000
Eröffnung:	2007
Ankermieter:	Saturn, Peek & Cloppenburg, Zara

Web: www.galeriabaltycka.pl



CITY ARKADEN KLAGENFURT, ÖSTERREICH

Beteiligung:	50,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	August 2004
Mietfläche:	rd. 36.900 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 27.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 120
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,4 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 880
Eröffnung:	2006
Ankermieter:	C&A, Peek & Cloppenburg, Saturn, Zara, H&M

Web: www.city-arkaden.at



ÁRKÁD PÉCS, UNGARN

Beteiligung:	50,0 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	November 2002
Mietfläche:	rd. 35.000 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 35.000 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 130
Vermietungsstand:	98 %
Einzugsgebiet:	rd. 0,7 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 800
Eröffnung:	2004
Ankermieter:	C&A, Interspar, Media Markt

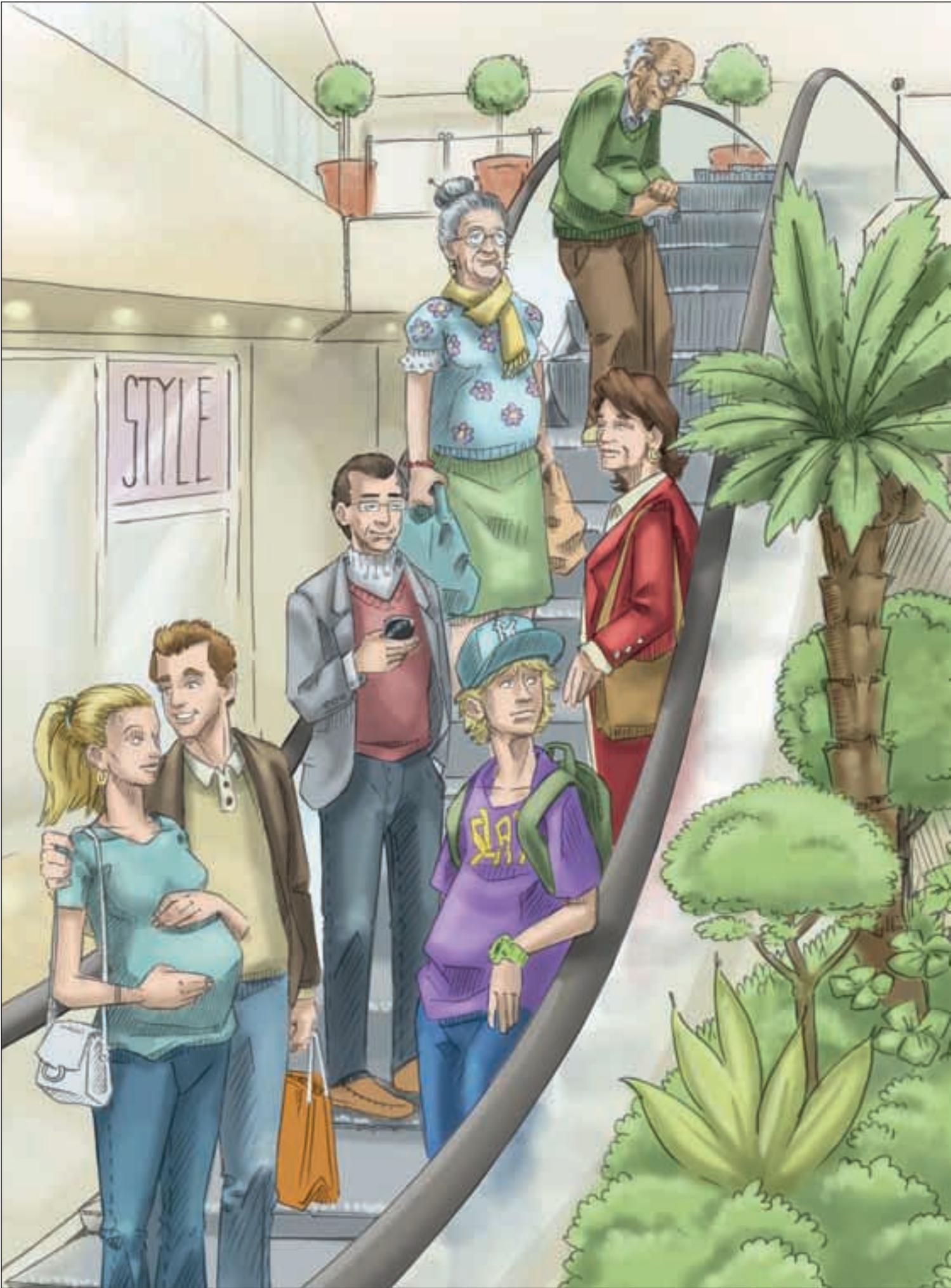
Web: www.arkadpecs.hu



GALERIA DOMINIKANSKA BRESLAU, POLEN

Beteiligung:	33,3 %
Ankauf Deutsche EuroShop:	Dezember 2003
Mietfläche:	rd. 32.000 m ²
davon Verkaufsfläche:	rd. 30.500 m ²
Anzahl der Geschäfte:	rd. 100
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	rd. 1,0 Mio. Menschen
Parkplätze:	rd. 900
Eröffnung:	2001
Ankermieter:	C&A, Media Markt, van Graaf, Varner, Carrefour

Web: www.galeria-dominikanska.pl



GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS E.V.
GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUT

SHOPPINGCENTER 7. GENERATION



Inmitten einer Wirtschaftskrise, der sich auch der Einzelhandel stellen muss, zeigt sich, dass sich die Schere zwischen zusätzlichen Handelsflächen und der Quadratmeterproduktivität in einem immer ungesünderen Maß öffnet. Dazu kommt, dass Trends in Demografie und Nachhaltigkeit sowie ökonomische und technologische Entwicklungen gewaltigen Einfluss auf die Psyche des Verbrauchers von morgen haben werden. Was wird dies heißen für Bau und Planung neuer Shoppingcenter, für die Revitalisierung von älteren Handelsimmobilien, für die Erschließung neuer Lagen?

Die Zeichen sind nicht einfach zu lesen – und oft genug widersprechen sie sich auch: Wie passen hoher Spritpreis und Grüne Wiese noch zueinander? Vermindert der E-Commerce-Boom den Bedarf an neuen Point of Sales in der „tatsächlichen“ Welt – oder schafft er im Gegenteil den Wunsch nach mehr „human touch“? Soll man dem ergrauenden Deutschland Flächen widmen, die auf Seniorenbefindlichkeit hin geplant sind – oder stigmatisiert und verärgert dies eine Bevölkerungsschicht, die sich ohnehin schwer in eine Zielgruppe ordnen lässt? Was, wenn beim

Verbraucher der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit mit einem knapperen Budget kollidiert? Wo läuft man Gefahr, einem schnelllebigen Trend aufzusitzen, welches sind die wirklich relevanten Entwicklungen, sowohl on- als auch offline?

All diesen Fragen geht die Studie „Shoppingcenter 7. Generation“ nach, deren Kernaussagen nachfolgend zusammengefasst werden. Die Ergebnisse zeigen, dass ein Um- und Vorausdenken im Einzelhandel und im Geschäft mit Handelsimmobilien nötig ist. Aber auch wenn die Retail-Branche auf einen Wendepunkt zusteuert: All das, was einen begeisterten Einzelhändler, einen erfolgsorientierten Center-Planer und einen klugen Handelsimmobilien-Strategen in der Vergangenheit ausgezeichnet hat, ist auch wegweisend für die nächsten Jahrzehnte: das Wissen um die relevanten gesellschaftlichen Strömungen, geschäftliche Leidenschaft, Experimentierfreudigkeit. Daher gilt es, das künftige Werteset des Verbrauchers zu verstehen, und sich und sein Geschäftsmodell den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten anzupassen.

Das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) hat sich dazu in einen Zeitpunkt eingedacht, der im Jahre 2020 anzusiedeln ist, und ausgewählte Experten aus Handel und

Immobilienbranche, Architekten, Designer und Konsumforscher zu ihren Vorstellungen und Visionen des Handels und deren Auswirkungen auf die künftige Entwicklung und Gestaltung von Handelsimmobilien befragt. Die wichtigsten Ergebnisse und Entwicklungstendenzen hat das GDI zu sieben Thesen verdichtet:

I. POSITIONIERUNG:

Mit dem Durchschnittskunden verschwindet die Durchschnittsmall

Ein Überblick der 1a-Lagen in Deutschland zeigt heute in den meisten Städten ein ähnliches Bild: Große Textilhandelsketten dominieren das Angebot, der Filialisierungsgrad überschreitet bald die 70-Prozent-Marke. In Shoppingcentern sieht die Situation oft ähnlich aus. Die Gefahr, mit „immer mehr vom selben“-Angebot keine echte Profilierung, geschweige denn Individualität zu schaffen, steigt. Aus diesem Grund müssen sich Center-Planer und Einzelhändler um klarere Positionierung und das Setzen von Themen kümmern. Ohne Alleinstellungsmerkmale werden Handelsimmobilien der Zukunft Opfer einer gewaltigen Overstoring-Maschine werden. ►

2. NEUE URBANITÄT:

Shoppingcenter schnuppern Stadtluft

Die Stadt verdient künftig erhöhtes Interesse von Entwicklern und Einzelhändlern. Höhere Energiepreise und der Verbraucherschutz nach Nähe und einer „Community“ rücken urbane Lagen in den Vordergrund. Um die City neu mit Konsumräumen zu bestücken, muss man sie aber auch lesen können. Die Stadtlandschaft erfährt derzeit einen Wandel, veränderte Lebensformen der Dienstleistungsgesellschaft führen zur Vermischung von Lebensbereichen und bringen neue offene und integrierte Konzepte als Alternative zu geschlossenen Megakomplexen auf der Grünen Wiese hervor.

3. NACHHALTIGKEIT:

Bauhülle und Innenleben aufblühen lassen

Energie sparen – Empathie verschwenden: So könnte das Credo lauten, wenn man den Trend zur Nachhaltigkeit auf Bau und Betrieb neuer Handelsimmobilien umlegen will. Was der baulichen Hülle an Energieeffizienz verliehen wird, soll sich im Einzelhandelsbereich fortsetzen. Mit einem Point of Sale, der reagieren kann auf die Bedürfnisse der Verbraucher und ein Geschäftsmodell vorlebt, das Sinn macht in Sachen Nachhaltigkeit. Eine besondere Herausforderung wird es sein, das Thema Natur in die Stadt hineinzutransportieren. Wenn es Handelsimmobilien gelingt, Stadt und Natur – zwei auf den ersten Blick gegensätzliche Themen – stimmig und glaubwürdig zu vereinen, dann sollten zwei wichtige Andock-Stellen des Verbrauchers von morgen aktiviert sein.

4. WERTEWANDEL:

Neue Lagen kreieren

Trotz des E-Commerce-Booms: Der Verbraucher will mehr denn je Authentizität erleben. Das heißt: „Wirkliches“ sehen, hören, riechen, schmecken. Bröckelndes Vertrauen in die „Großen“ der Einzelhandelslandschaft und ein wachsender moralischer Anspruch an den Konsum bieten Chancen für Individualisten. Umso mehr, wenn diese sich zusammenschließen und

„Mehrwertkonzepte“ entstehen. Wer dies richtig macht, kann der ernüchternden Nachricht des „Mehr vom selben“ proaktiv eine eigene Sicht der Dinge gegenüberstellen: den Beginn einer neuen Vielfalt, die sich abhebt vom bisherigen Mainstream. Lernen von Vorreitern und Profis kann hier auch heißen: Anstatt sich dem Diktat und dem Preisterror der 1a-Lagen zu beugen, kann man bei guter Kenntnis von Nachbarschaft und Frequenz auch neue, eigene Lagen kreieren.

5. DEMOGRAFIE:

Der Generation Gold ein zweites Wohnzimmer schenken

Insbesondere durch den fortschreitenden demografischen Wandel, durchs ergreifende Deutschland, wird sich die Erlebnisorientierung verändern. Mehr Wärme, Gemeinschaft, Emotion, weniger schrille und schnelle Inszenierung führen zu Gemüt und Portemonnaie einer für Einzelhändler attraktiven Generation Gold. Ausgehend von der Philosophie des Dritten Ortes geht es darum, für die wachsende Anzahl älterer Menschen Konsumräume zu schaffen, die eine willkommene Abwechslung zum eigenen Zuhause bieten.

6. NÄHE:

Lage ist wichtig, Service wird noch wichtiger

Nicht alle Verbraucher haben Wahlfreiheit beim Einkaufen. In der Rezession sogar noch weniger. Um den Konsumenten der Zukunft zu erreichen, wird sich der Einzelhandel flexibler und zugänglicher zeigen müssen. Händler werden vermehrt dazu übergehen müssen, ihre Angebote mit menschnahen, vor- und nachgelagerten Dienstleistungen zu erweitern und in Formate zu gießen, die genauer zur angesprochenen Zielgruppe, zu deren Örtlichkeiten, Beweglichkeit und tagtäglichen Wegstrecken passen. Der Verkauf von Produkten ist nicht mehr Selbst- und Endzweck, sondern Teil eines umfassenden Service-Pakets.

7. UNSTORING:

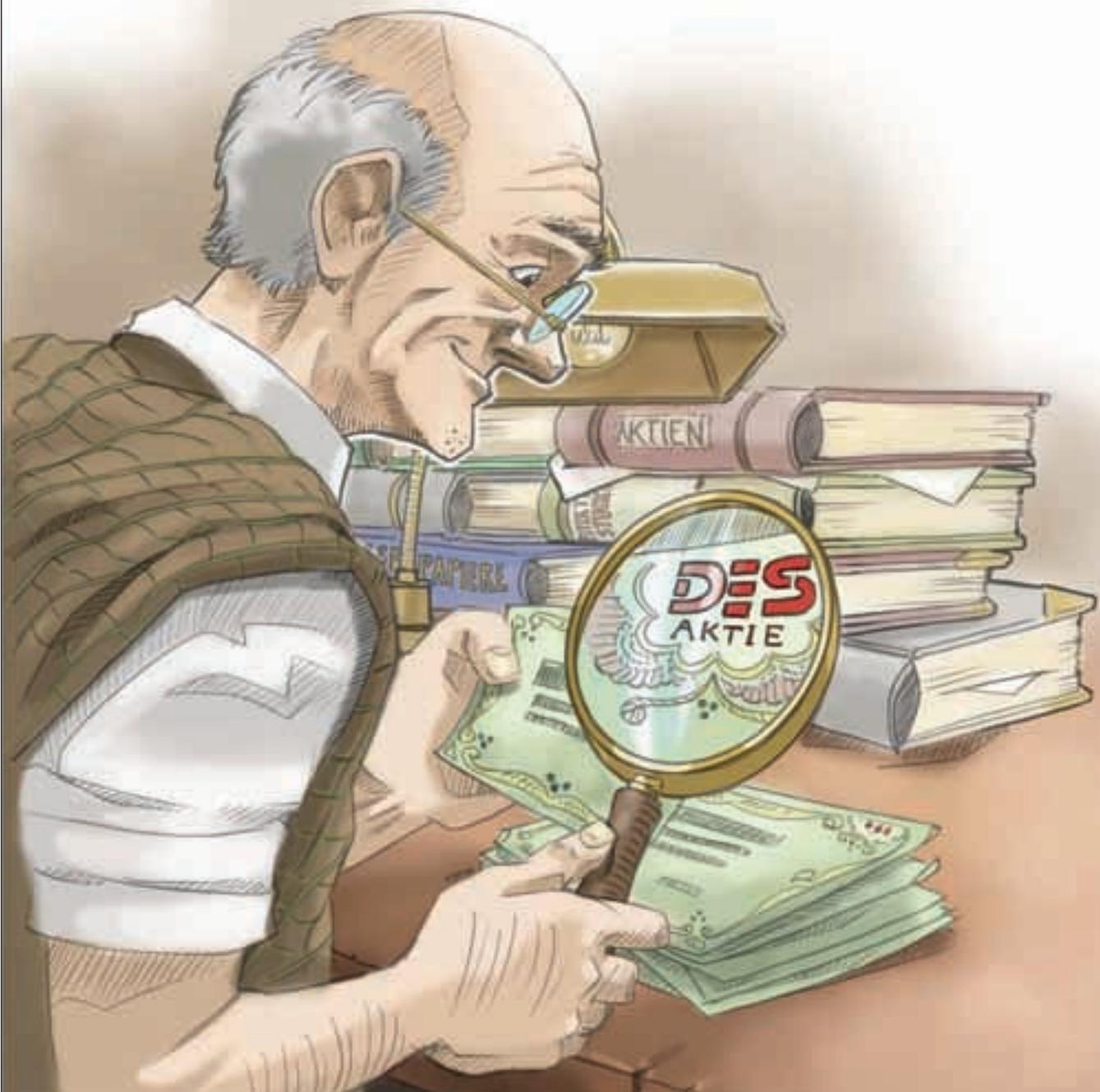
Der Handel verlässt den Laden

Der einst klar abgetrennte Raum des „Cyber-space“ ist zu einer neuen Dimension der Realität geworden, die sich als zusätzliche Ebene über unsere Wahrnehmung legt. Dies beeinflusst in zunehmendem Maße unser Verhalten in der realen Welt. Unser Verhältnis zueinander und zu Objekten wird sich radikal verändern. Dank mobiler Geräte kann Kommunikation und Konsum in Zukunft überall dort stattfinden, wo wir uns gerade aufhalten. In einer extrapolierten Form kann dies bedeuten: Der Handel braucht den physischen Laden nicht mehr (nur) zum Verkauf, dafür umso mehr für andere Funktionen. Der Konsumraum wird zum Experimentierfeld, Begegnungsort oder Testlokal in der „tatsächlichen“ Welt.

Gestern war die Handelsimmobilie ein Ort, in der Handel stattfand. Morgen ist in der Handelsimmobilie alles möglich. Was dort genau getan werden wird, hängt von den Sehnsüchten der Verbraucher ab, die es frühzeitig zu erkennen oder zu wecken gilt. Wie das in Handelsformate umgesetzt werden kann, hängt von Gespür und Fantasie der Einzelhändler ab. Wie das alles in einer Erfolgsrechnung dargestellt werden kann, hängt von der Fähigkeit zur Antizipation der Handelsimmobilienentwickler ab. Gut, wenn alle Beteiligten den Schlüssel zur Zukunft in der Hand haben: das Wissen um die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung des Verbrauchers. Denn Kundenorientierung wird auch 2020 an der Spitze jeder Retail-Agenda stehen. ■

Die komplette Studie „Shoppingcenter 7. Generation“ ist für 135,00 € + MwSt. beim German Council of Shopping Centers zu beziehen. Schreiben Sie einfach eine E-Mail an: office@gcsc.de

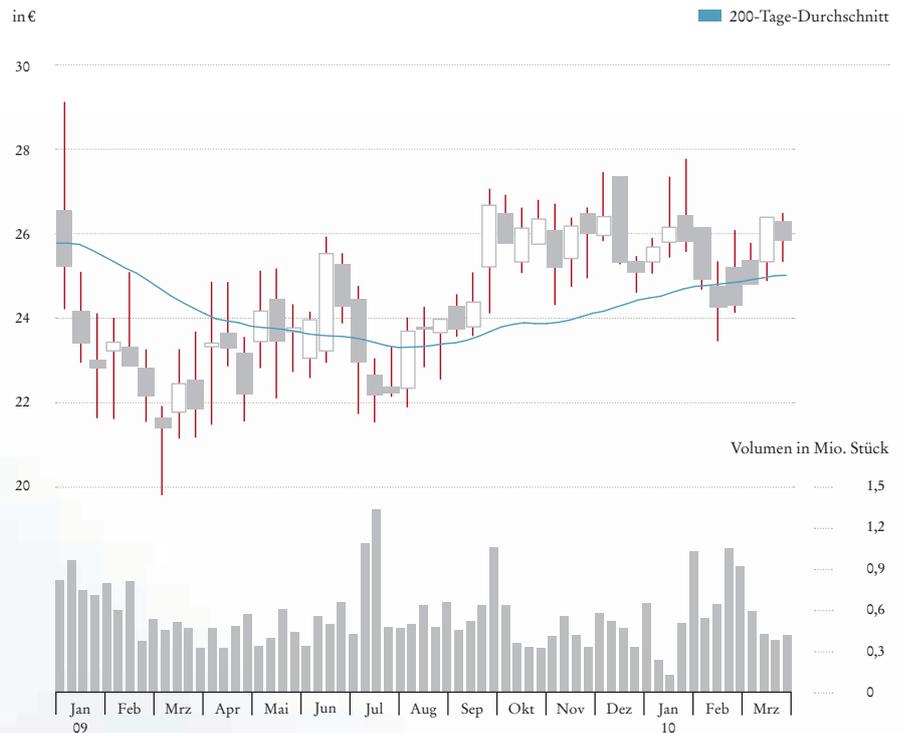
DIE SHOPPINGCENTER- AKTIE



AKTIENKURS: VOLATILE ZEITEN

Unsere Aktie startete mit einem Kurs von 24,30 € in das Jahr. Wenige Tage später schon erreichte sie am 6. Januar mit 26,00 € das Jahreshoch auf XETRA-Schlusskursbasis. Anschließend entwickelte sich der Kurs der Aktie im Gleichklang mit den Weltbörsen rückläufig, bis er exakt drei Monate nach dem Jahreshoch am 6. März 2009 seinen Tiefststand bei 18,66 € verzeichnete. Danach setzte eine kontinuierliche Erholung ein, die nur von der Dividendenausschüttung kurzzeitig unterbrochen wurde. Vom Tief konnte sich die Aktie so wieder um 27 % erholen und schloss das Jahr mit einem Kurs von 23,67 € ab. Die Marktkapitalisierung der Deutsche EuroShop erhöhte sich 2009 vor allem aufgrund der im Juli durchgeführten Kapitalerhöhung von 835 Mio. € um rund 60 Mio. € auf 895 Mio. €.

KURSVERLAUF



BÖRSENENTWICKLUNG	2009	2008
DAX	+23.8 %	-40.4 %
MDAX	+34.0 %	-43.2 %
TecDAX	+60.8 %	-47.8 %
EURO STOXX 50 (Europa)	+21.0 %	-44.3 %
Dow Jones (USA)	+18.8 %	-33.8 %
Nikkei (Japan)	+19.0 %	-42.1 %

VERLIERER DES VORJAHRES WURDEN SIEGER 2009

Unter Einbeziehung der ausgeschütteten Dividende in Höhe von 1,05 € je Aktie ergibt sich im Jahresvergleich eine Performance der Deutsche EuroShop-Aktie von 2,1 % (2008: +7,9 %). Der Aktienkurs sank um 2,6 %. Die europäische Benchmark, der EPRA-Index (+35,1 %, Vorjahr: -48,6 %), und die europäischen Peer-Group-Unternehmen* haben unsere Aktie 2009 deutlich hinter sich gelassen – im Vorjahr war es noch genau umgekehrt.

Offene Immobilienfonds aus Deutschland – neben anderen Immobilienaktiengesellschaften unsere Wettbewerber um Investorenkapital – haben im vergangenen Jahr eine durchschnittliche Performance von 2,5 % (2008: 4,7 %) erzielt und hatten Mittelzuflüsse in Höhe von rund 3,2 Mrd. € (2008: 0,6 Mrd. €).

* Corio, Eurocommercial Properties, Klepierre, Liberty International, Mercalys und Unibail-Rodamco

STABILE HAUPTVERSAMMLUNGSPRÄSENZ

Die ordentliche Hauptversammlung fand am 30. Juni 2009 in Hamburg statt. Die etwa 300 in der „Alten Dressurhalle“ des Tierparks Hagenbeck anwesenden Aktionärinnen und Aktionäre vertraten 56,5 % (Vorjahr: 56,1 %) des Kapitals und gaben allen Tagesordnungspunkten ihre Zustimmung.



KURSVERLAUF INDIZIERT

in %

ERFOLGREICHE KAPITAL-
ERHÖHUNGEN IM JULI 2009
UND JANUAR 2010

Am 7. Juli 2009 haben wir die Eigenkapitalausstattung unserer Gesellschaft mit einer Kapitalerhöhung weiter verbessert und das Grundkapital auf 37.812.496 € erhöht. Die 3.437.498 neuen Aktien wurden zu je 19,50€ bei institutionellen Anlegern im Rahmen eines beschleunigten Verfahrens platziert. Die Emission war rund dreifach überzeichnet. Unserer Gesellschaft floss ein Bruttoemissionserlös von ca. 67 Mio. € zu.

Anfang Januar 2010 hat die Deutsche EuroShop das A10 Center in Wildau bei Berlin erworben. Zur Refinanzierung des Eigenmittelanteils in Höhe von 115 Mio. € haben wir im Januar 2010 eine Bezugsrechtskapitalerhöhung im Verhältnis 6:1 durchgeführt. Die neuen Aktien wurden vollständig im Rahmen des Bezugsrechts und eines von der Gesellschaft eingeräumten Überbezugsrechts von bestehenden Aktionären übernommen. Insgesamt wurden 6.302.082 neue Aktien zu einem Bezugskurs von 19,50€ je Aktie ausgegeben. Dadurch sind der Deutsche EuroShop rund 123 Mio. € zugeflossen. Die Aufnahmebereitschaft der Investoren summierte sich auf über 600 Mio. €, was einer fünffachen Überzeichnung entsprach.

KENNZAHLEN
ZUR DEUTSCHE
EUROSHOP-AKTIE

WKN / ISIN	748 020 / DE 000 748 020 4
Ticker-Symbol	DEQ
Grundkapital in €	44.114.578,00
Anzahl der Aktien (nennwertlose Namensstückaktien)	44.114.578
Indizes	MDAX, EPRA, GPR 250, HDAX, DAX International Mid 100, MSCI Small Cap, Dow Jones EURO STOXX TMI, EPIX 30, HASPAX
Amtlicher Handel	Prime Standard Frankfurter Wertpapierbörse und Xetra
Freiverkehr	Berlin-Bremen, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, München und Stuttgart

BEZUGSRECHTSKAPITALERHÖHUNG OHNE PROSPEKT

von Dr. Benedikt Gillissen

Die Deutsche EuroShop hat im Januar 2010 eine Bezugsrechtskapitalerhöhung ohne Wertpapierprospekt durchgeführt. Das Transaktionsmodell beruhte auf der Kombination zweier Ausnahmen von der nach dem Wertpapierprospektgesetz (WpPG) grundsätzlich für öffentliche Angebote von Wertpapieren sowie deren nachfolgende Zulassung zum Börsenhandel im regulierten Markt geltenden Pflicht, einen Wertpapierprospekt zu verfassen und durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) billigen zu lassen: Zum einen stellen nach der langjährigen Verwaltungspraxis der BaFin Bezugsangebote, die sich ausschließlich an bestehende Aktionäre richten und bei denen die Gesellschaft keinen börslichen Bezugsrechtshandel organisiert, in Deutschland kein „öffentliches“ und damit kein prospektpflichtiges Angebot dar. Zum anderen legt die Frankfurter Wertpapierbörse § 4 Abs. 2 Nr. 7 WpPG wohlwollend zugunsten von Emittenten in einer Weise aus, die ihr die prospektfreie Börsenzulassung von Aktien auch aus Bezugsrechtskapitalerhöhungen ermöglicht. BaFin und Börsenaufsicht tragen diese Auslegung mit. Das Transaktionsmodell wurde in der Vergangenheit zwar verschiedentlich zwischen Marktteilnehmern diskutiert, aber bislang nur in wenigen Fällen umgesetzt.

Die Vorteile dieses Transaktionsmodells: Weil ein Wertpapierprospekt die Anleger insbesondere über das Angebot, die Emittentin, ihre Geschäftstätigkeit und die mit einer Investition in die Aktien verbundenen Risiken detailliert aufklären muss, ist dessen sorgfältige

Erstellung durch kapitalmarkterfahrene Rechtsanwälte und unter Mitwirkung von Investmentbanken, Wirtschaftsprüfern und ggf. weiteren Gutachtern sehr aufwändig und dementsprechend kostenintensiv. Wegen des für die Prospekterstellung typischerweise erforderlichen zeitlichen Vorlaufs von vier bis fünf Monaten sind prospektpflichtige Platzierungen zudem nicht geeignet, kurzfristig ein vorübergehend günstiges Kapitalmarktklima zu nutzen. Dies war in der Vergangenheit den (im Volumen auf unter 10 % des bereits zugelassenen Grundkapitals beschränkten) Kapitalerhöhungen unter Ausschluss der Bezugsrechte bestehender Aktionäre vorbehalten.

Für das Transaktionsmodell gelten allerdings auch einige Einschränkungen, zu denen – neben weiteren rechtlichen Aspekten – unter anderem die folgenden gehören: Im Rahmen des Bezugsangebots nicht bezogene Aktien können ausschließlich bei bestehenden Aktionären platziert werden; die sonst übliche Beteiligung neuer Investoren im Rahmen eines sogenannten Rump Placements ist nicht möglich. Zudem können Investmentbanken, die die Kapitalerhöhung begleiten, die Nachfrage nach den Aktien der Gesellschaft vor Ablauf der Bezugsfrist nur eingeschränkt überprüfen und dementsprechend auch nur begrenzt steuernd (etwa durch gezielte Ansprache von Großaktionären) eingreifen. Steht kein Großaktionär bereit, der sich im Vorfeld zur Übernahme etwa nicht bezogener Aktien verpflichtet hat, bedeutet dies in der Summe, dass die Höhe des erzielbaren Emissionserlöses und damit der

Transaktionserfolg mit Unsicherheit belastet ist. Unter Umständen erzielt die Gesellschaft nicht nur einen geringeren Emissionserlös als geplant, sondern erlangt zusätzlich die mit einer gescheiterten Platzierung verbundene negative Publizität.

Aufgrund des fehlenden Prospekts haben Gesellschaft und begleitende Banken zudem nur sehr begrenzte Möglichkeiten, Stärken der Emittentin herauszustellen – und können umgekehrt auch nur eingeschränkt über Risiken aufklären. Das Transaktionsmodell bietet sich daher nur für Emittenten an, die ein einfaches und leicht verständliches Geschäftsmodell betreiben, die generell ein hohes Transparenzniveau haben und bei denen auch zum Transaktionszeitpunkt keine Informationslücke im Markt besteht.

Aufgrund der derzeit geltenden Fassung der EU-Prospektrichtlinie kann das Transaktionsmodell einer prospektfreien Bezugsrechtskapitalerhöhung ohne Volumenbeschränkung momentan nur in Deutschland und Österreich angewendet werden. Dies könnte sich allerdings kurzfristig ändern: Die laufenden Beratungen zu einer Überarbeitung der EU-Prospektrichtlinie (derzeit geplant für Sommer 2010) könnten nämlich entweder dazu führen, dass Bezugsrechtsemissionen in ganz Europa prospektfrei zulässig oder aber auch in Deutschland nicht länger möglich sein werden. Zumindest in den kommenden Monaten steht diese Transaktionsform jedoch noch offen.

IR-ARBEIT WIEDER „AUSGEZEICHNET“

Die Investor Relations-Arbeit der Deutsche EuroShop ist im Juni zum vierten Mal in Folge mit dem 1. Platz des „Capital-Investor-Relations-Preis“ in der Kategorie MDAX ausgezeichnet worden. Eine solche Serie ist noch keiner Gesellschaft in diesem Wettbewerb gelungen. Das Wirtschaftsmagazin Capital würdigt mit dieser renommierten Auszeichnung jährlich Unternehmen, die nach den Kriterien Zielgruppenorientierung, Transparenz, Track Record und Extra-Financial-Reporting die beste Kommunikation mit den Finanzmärkten betreiben.

www.capital.de



Beim „BIRD 2009“ (Beste Investor Relations Deutschlands) ging die Deutsche EuroShop als Dritter aus dem Rennen, nachdem wir dreimal hintereinander ganz oben standen. Das Anlegermagazin Börse Online kürte bereits zum siebten Mal die Unternehmen, deren Kapitalmarkt-kommunikation von Privatanlegern als besonders offen, ehrlich und fair erachtet wird. In der Gesamtwertung der 160 Unternehmen aus DAX, MDAX, SDAX und TecDAX landeten unsere Investor Relations auf Platz 4.

www.boerse-online.de

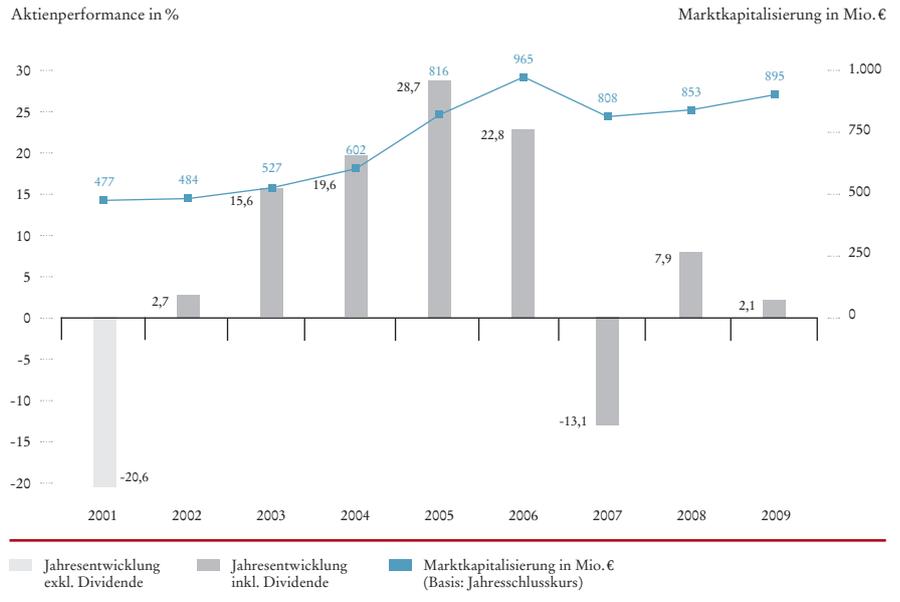


Der Geschäftsbericht 2008 mit dem Motto „Der Dritte Ort“ errang beim Wettbewerb „LACP 2009 Vision Awards Annual Competition“ unter über 3.000 Einsendungen den 33. Platz. Die US-amerikanische LACP (League of American Communications Professionals) ist ein Verband von Kommunikationsfachleuten. Mit 98 von möglichen 100 Punkten erhielt der Deutsche EuroShop-Geschäftsbericht eine Auszeichnung in Platin in der Kategorie „Immobilien“.

www.lacp.com



AKTIENPERFORMANCE UND MARKTKAPITALISIERUNG SEIT IPO



Des Weiteren hat das internationale Fachmagazin Institutional Investor die Deutsche EuroShop und ihre IR-Manager in drei Kategorien mit ersten Preisen „Best European Investor Relations“ ausgezeichnet. Daneben erhielten wir erneut die Auszeichnung „Deutscher Investor Relations Preis 2009“ in den Kategorien MDAX und IR-Manager – verliehen vom DIRK – Deutscher Investor Relations Verband.

www.iimagazine.com

www.dirk.org



Im europaweiten Vergleich „Extel Survey“ landete das Kapitalmarktteam in den relevanten Kategorien erfreulicherweise stets unter den Top 10 der Branche.

www.extelsurveys.com



AKTIE UNTER BEOBACHTUNG

29 Analysten (Stand: 16. März 2010, ein Jahr zuvor waren es 24) renommierter deutscher und internationaler Institute* beobachten derzeit regelmäßig unsere Aktie und erschließen mit ihren Empfehlungen neue Investorenkreise. Damit gehört die Deutsche EuroShop zu den bestgecovertesten Immobilien-Gesellschaften in Europa und muss auch den Vergleich innerhalb des MDAX (Durchschnitt: 23 Analysten) nicht scheuen. Besonders erfreulich: Weitere Institute wollen die Coverage der Deutsche EuroShop-Aktie in 2010 starten. Informationen zu den Empfehlungen erhalten Sie unter: www.deutsche-euroshop.de/analysen



NEGATIV: 0



NEUTRAL: 12



POSITIV: 17

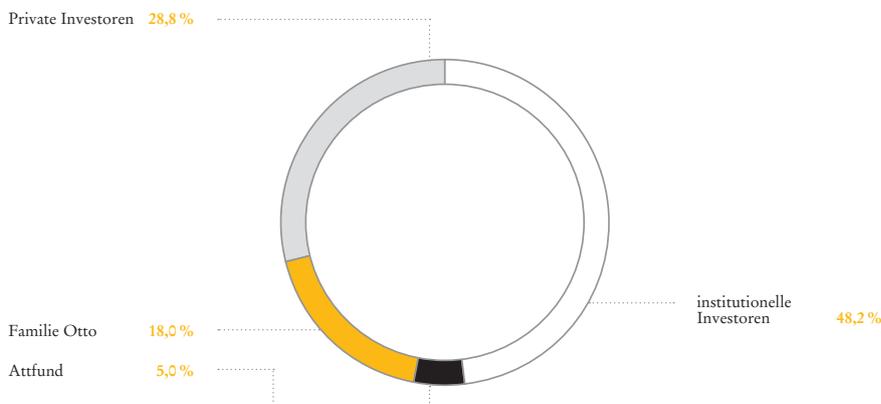
Die Mehrzahl der Analysten gibt positive Empfehlungen zur DES ab (Stand: 16. März 2010)

* Aurel, Bankhaus Lampe, Bank of America Merrill Lynch, Berenberg Bank, CA Cheuvreux, Close Brothers Seydler, Commerzbank, Credit Suisse, Deutsche Bank, DZ Bank, equinet, GBC Investment Research, GSC Research, Hamburger Sparkasse, HSBC, HSH Nordbank, Kempen & Co., Kepler Capital Markets, Macquarie, Metzler, M.M. Warburg & Co, Petercam Bank, Rabobank, Sal. Oppenheim, Silvia Quandt Bank, Societe Generale, UBS, Unicredit und WestLB

LEICHTE VERSCHIEBUNGEN IN DER AKTIONÄRSSTRUKTUR

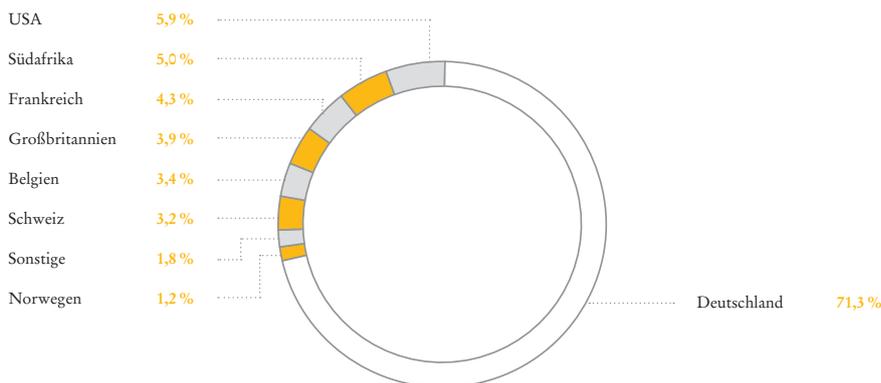
Die Zahl der Aktionäre ist 2009 auf rund 9.450 deutlich angestiegen (Stand: 16. März 2010, Vorjahr: 7.800, +21 %). Die strukturelle Verteilung hat sich leicht in Richtung Privatanleger verändert: Institutionelle Investoren halten rund 53 % (Vorjahr: 56 %) der Aktien, private Investoren etwa 29 % (Vorjahr: 25 %). Der Anteil der Familie Otto beträgt 18 %. Die südafrikanische Attfund Ltd. hält nach eigenen Angaben derzeit annähernd 5 % der Aktien.

AKTIONÄRSSTRUKTUR



Der Anteil ausländischer Investoren ist um einen Prozentpunkt gestiegen. Innerhalb der Länderverteilung gab es kleinere Verschiebungen, vor allem der Anteil US-amerikanischer und belgischer Investoren ist spürbar (1,5 bzw. 1,1 Prozentpunkte) gestiegen.

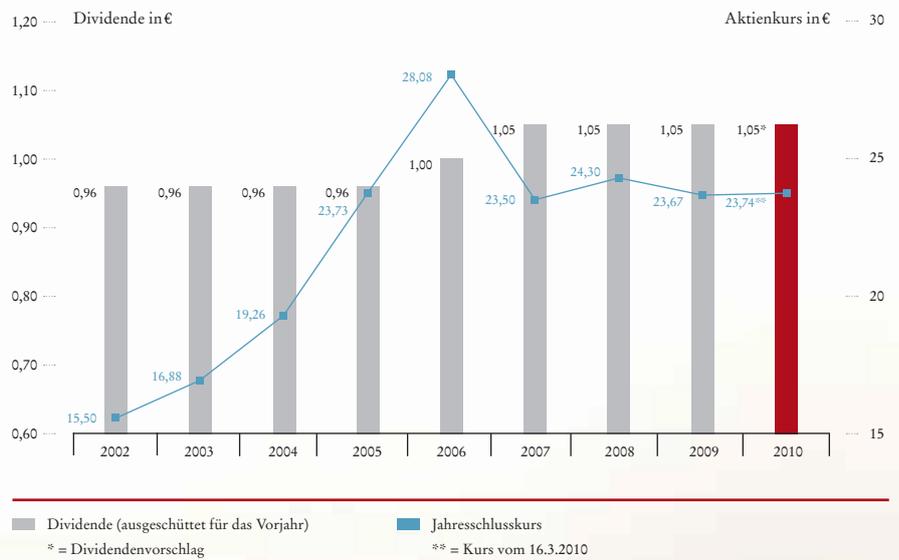
AKTIONÄRSSTRUKTUR REGIONAL



DIVIDENDENKONTINUITÄT

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 17. Juni 2010 in Hamburg für das Geschäftsjahr 2009 die Zahlung einer Dividende von erneut 1,05 € je Aktie vorschlagen. Nachdem wir seit der letzten Dividendenzahlung zwei Kapitalerhöhungen durchgeführt haben, steigt die absolute Dividendensumme von 36,1 Mio. € auf 46,3 Mio. € (+28 %). Mit unserer langfristigen Strategie einer auf Kontinuität basierenden Dividendenpolitik und einer vergleichsweise hohen Rendite von 4,4 % (bezogen auf den Jahresschlusskurs 2009 von 23,67 €) möchten wir das Vertrauen unserer Aktionäre festigen und neue hinzugewinnen. Auch in Zukunft beabsichtigen wir, eine Dividende von mindestens 1,05 € je Aktie auszuschütten.

DIVIDENDE



STEUERFREIHEIT DER DIVIDENDE

Dividenden, die an in Deutschland ansässige Aktionäre gezahlt werden, unterliegen bei diesen normalerweise der Einkommen- oder Körperschaftsteuer. Bei Privatanlegern beträgt der einheitliche Abgeltungssteuersatz ab dem Jahr 2009 25 % zuzüglich Solidaritätszuschlag. Ausnahmen gelten unter bestimmten Voraussetzungen für Dividendenzahlungen, die steuerlich als Eigenkapitalrückzahlung gelten (Ausschüttung aus EK04 bzw. seit 2001 aus dem steuerlichen Einlagekonto). Die Dividende der Deutsche EuroShop erfüllt diese Voraussetzung. Die Dividendenzahlung stellt bei den Aktionären gemäß § 20 Abs. 1 Nr. 1 Satz 3 Einkommensteuergesetz nicht steuerbare (d. h. nicht zu versteuernde) Einkünfte dar.

Allerdings sind diese Ausschüttungen nach der neuen Rechtslage seit 2009 steuerverstrickt, da Gewinne aus der Veräußerung von Aktien, die nach dem 31. Dezember 2008 erworben wurden, steuerpflichtig sind. In diesem Fall verringern die Ausschüttungen die Anschaffungskosten der Beteiligung an der Deutsche EuroShop und führen somit zu einem höheren Veräußerungsgewinn im Zeitpunkt der Veräußerung.

Sie wünschen weitere Informationen?
Dann besuchen Sie uns im Internet
oder rufen Sie uns an:

Patrick Kiss und Nicolas Lissner
Tél.: +49 (0)40 - 41 35 79 20 / -22
Fax: +49 (0)40 - 41 35 79 29
E-Mail: ir@deutsche-euroshop.de
Internet: www.deutsche-euroshop.de/ir



ROADSHOWS & KONFERENZEN



Im Jahr 2009 haben Vorstand und Investor Relations-Team der Deutsche EuroShop erneut eine Vielzahl von Roadshows durchgeführt sowie Kapitalmarktkonferenzen besucht. Hierbei war es uns ein besonderes Anliegen, auch in einem schwierigen Börsenumfeld den kontinuierlichen Kontakt zu unseren bestehenden Investoren zu halten. Außerdem wollen wir stets neue potenzielle Investoren für unsere Aktie gewinnen und von unserem Geschäftsmodell überzeugen.

Roadshows und Konferenzen werden in der Regel von Banken organisiert, die unsere Aktie aktiv durch eigene Analysten covern und damit ihren Kunden eine konkrete Anlageempfehlung geben. Im Rahmen dieser Veranstaltungen bieten sie ihren institutionellen Kunden den direkten Zugang zum Management der Deutsche EuroShop. Diese Investoren sind entweder bereits schon Aktionäre der Gesellschaft oder haben Interesse geäußert und bereiten für diese Treffen detaillierte Fragen vor.

Auf Roadshows in Düsseldorf, Frankfurt, Köln, München, Amsterdam, Brüssel, Dublin, Edinburgh, Genf, Helsinki, Kopenhagen, London, Mailand, Paris, Stockholm und Zürich haben wir dabei zahlreiche Einzel- und Gruppentermine mit Fonds- und Portfoliomanagern und Analysten absolviert.

Hinzu kamen Konferenzen in Frankfurt, München, Amsterdam, London und New York. Auch hier stand das direkte Gespräch mit den Investoren im Vordergrund. Oftmals bietet zudem eine Präsentation vor einer größeren Gruppe von 20–100 Teilnehmern die Möglichkeit, die Deutsche EuroShop vorzustellen und dabei das Geschäftsmodell sowie die Strategie der Gesellschaft zu erläutern. Teilweise gehören Podiumsdiskussionen zum Konferenzprogramm. Bei der Global Real Estate Conference der Bank of America Merrill Lynch, die vom 30. September bis 1. Oktober 2009 in New York stattfand, debattierte Claus-Matthias Böge zum Beispiel mit vier weiteren Vorständen internationaler REITs und Immobilien-AGs zum Thema „Examining the Relative Save Havens“.

Insgesamt haben wir im vergangenen Jahr 23 Roadshows durchgeführt und an 13 Kapitalmarktkonferenzen teilgenommen. Dabei haben wir mit ca. 350 Investoren Einzelgespräche geführt. Darüber hinaus haben wir auch erneut wieder zahlreiche Investoren in unseren Büros in Hamburg begrüßt sowie bei verschiedenen Anlässen im Rahmen von sogenannten Property Touren unsere Shoppingcenter vor Ort präsentiert.

Für 2010 haben wir über das ganze Jahr verteilt wieder zahlreiche Aktivitäten geplant und möchten damit weiterhin den Kontakt zu unseren bestehenden und potenziellen Investoren vertiefen und pflegen. Eine Übersicht über diese Planungen finden Sie auf unserem Finanzkalender auf Seite 150, eine jeweils aktuelle Version steht Ihnen unter www.deutsche-euroshop.de/ir zur Verfügung. ■





DEUTSCHE EUROSHOP

REAL ESTATE SUMMER



Am 17. Juli 2009 haben wir die Finanzanalysten der Institute, die derzeit unsere Aktie betreuen, zum 1. Deutsche EuroShop Real Estate Summer nach Dresden eingeladen. Etwa 20 Analysten nutzten die Gelegenheit, um sich von Vorstand und IR-Team auf den neuesten Stand bringen zu lassen sowie um sich die Altmarkt-Galerie persönlich ansehen zu können. Am Vorabend standen für die bereits angereisten Teilnehmer eine Besichtigung der touristisch attraktiven Innenstadt Dresdens sowie ein zünftiges sächsisches Abendessen auf dem Programm.

Der Veranstaltungstag begann mit einer Vortragsserie: Zunächst erläuterte Claus-Matthias Böge, Sprecher des Vorstands, die möglichen Veränderungen in den Bilanzierungsrichtlinien (IAS 31) und deren Auswirkungen auf die Bilanz und GuV der Gesellschaft. Danach sprach Steffen Eric Friedlein, Regional Director Leasing (East), ECE, über die Situation der Vermietung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und erläuterte unter anderem, wie man gestärkt aus einer Rezession hervorgehen kann. Den Abschluss der Reihe bildete Thorsten Kemp, Centermanager der Altmarkt-Galerie, der über die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

des Centers referierte und hierbei besonders auf die sich gerade im Bau befindliche Erweiterung und deren Chancen einging. Im Anschluss fand eine Besichtigung des Centers sowie der Baustelle mit fachkundigen Erklärungen der Bauleitung zum aktuellen Fortschritt der Arbeiten statt, gefolgt von einer Begehung der Fußgängerzone inklusive einer Erläuterung des Wettbewerbsumfelds.

Bestätigt durch den hohen Zuspruch von Seiten der Analysten sowie vom positiven Feedback möchten wir auch in Zukunft ähnliche Veranstaltungen durchführen, um die Qualität unseres Portfolios und der einzelnen Standorte auch vor Ort präsentieren zu können. ■



IR-EVENTS 2009



Börsentag

Bereits zum 14. Mal hat die Börse Hamburg in Kooperation mit dem Hanseatischen Börsenkreis der Universität zu Hamburg am 7. November 2009 den Börsentag veranstaltet, die größte eintägige Messe zum Thema Finanzen in Deutschland.

Ungefähr 100 Aussteller aus der Finanzwirtschaft sowie börsennotierte Unternehmen, insbesondere aus Norddeutschland, sorgen für ein weites Informationsspektrum. Ergänzt wurde das Angebot durch eine Vielzahl von Vorträgen und Präsentationen von Fachleuten und Börsenprofis, wobei der Schwerpunkt hierbei bei nachhaltigen Geldanlagen sowie auf Frauen zugeschnittenen Finanzthemen lag.

Mit rund 5.700 Besuchern war die Veranstaltung so stark frequentiert wie noch nie. Für die Deutsche EuroShop war es bereits die fünfte Teilnahme am Börsentag. Viele Privataktionäre sowie interessierte Anleger haben sich am Stand der Gesellschaft auf dem Parkett des großen Handelssaals mit Geschäftsberichten versorgt sowie ihre Fragen direkt an die anwesenden Mitarbeiter gerichtet oder einfach nur die Gelegenheit zu einem kleinen Plausch genutzt.

Die Deutsche EuroShop wird auch am Börsentag 2010 teilnehmen, der am 6. November stattfindet. Der Eintritt für Besucher ist wie in den Vorjahren kostenlos.

www.boersentag.de

Initiative Immobilien-Aktie

Die Initiative Immobilien-Aktie wurde 2001 von fünf Immobilienunternehmen, darunter die Deutsche EuroShop, mit dem Ziel gegründet, die deutschen Immobilien-Aktien einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen.

Aus einem zunächst losen Verbund ist mittlerweile eine echte Organisation geworden: Derzeit sind insgesamt 15 Gesellschaften Mitglied im Initiative Immobilien-Aktie e.V., dessen Hauptzweck die Ausrichtung einer jährlichen Fachkonferenz mit diversen Fachvorträgen, Unternehmenspräsentationen und der Möglichkeit von organisierten Einzelgesprächen ist.

Zur 9. Fachkonferenz der Initiative Immobilien-Aktie, die im Hilton Hotel Frankfurt stattfand, haben sich am 20. Oktober 2009 über 200 geladene Investoren, Analysten, Journalisten und Immobilienexperten getroffen. Vorstand und Investor Relations-Team der Deutsche EuroShop haben zahlreiche Hintergrundgespräche geführt und dabei Kontakte gepflegt.

Bereits am Vortag nutzten viele Teilnehmer die Möglichkeit einer organisierten Property Tour, bei der verschiedene Mitgliedsunternehmen ihre Objekte im Rhein-Main-Gebiet vorgestellt haben. Die Deutsche EuroShop hat hierbei im Rahmen eines Vortrags des Centermanagers sowie eines Rundgangs das Main-Taunus-Zentrum präsentiert.

Die nächste Fachkonferenz der Initiative Immobilien-Aktie findet am 19. Oktober 2010 in Frankfurt statt.

www.initiative-immobilien-aktie.de

Hauptversammlung

Zum zweiten Mal in Folge trafen sich die Aktionäre der Deutsche EuroShop am 30. Juni 2009 zur ordentlichen Hauptversammlung in der „Alten Dressurhalle“ am Tierpark Hagenbeck.

Die knapp 300 anwesenden Aktionäre wurden mit der Rede von Claus-Matthias Böge, Sprecher des Vorstands, ausführlich über die Lage an den Kapital- und Immobilienmärkten sowie über das abgelaufene Geschäftsjahr und die Aktivitäten der Gesellschaft informiert.

Auf der Tagesordnung stand unter anderem die turnusgemäße (Wieder-)Wahl von drei Aufsichtsratsmitgliedern. Sämtlichen Punkten wurde bei einer Präsenz von 56,5 % zum Zeitpunkt der Abstimmung die Zustimmung erteilt.

Sowohl vor der Veranstaltung als auch danach bestand die Möglichkeit des direkten Austauschs der Aktionäre mit dem Vorstand sowie den Mitarbeitern. Im Anschluss besuchten viele Aktionäre den benachbarten Tierpark für einen sommerlichen Ausflug.

Zur Hauptversammlung am 17. Juni 2010 sind die Aktionäre der Deutsche EuroShop in die Hamburger Handwerkskammer eingeladen, in der bereits die Hauptversammlung 2006 stattfand.

www.deutsche-euroshop.de/hv



MARKETING



Neben dem Aktienmarketing beschäftigen wir uns mit dem Ausbau und der Pflege der Marke Deutsche EuroShop. Unser Ziel hierbei ist, die Bekanntheit der Marke und den Wiedererkennungswert weiter zu steigern. Deutsche EuroShop ist als Marke für ein Investment in Shoppingcenter etabliert.

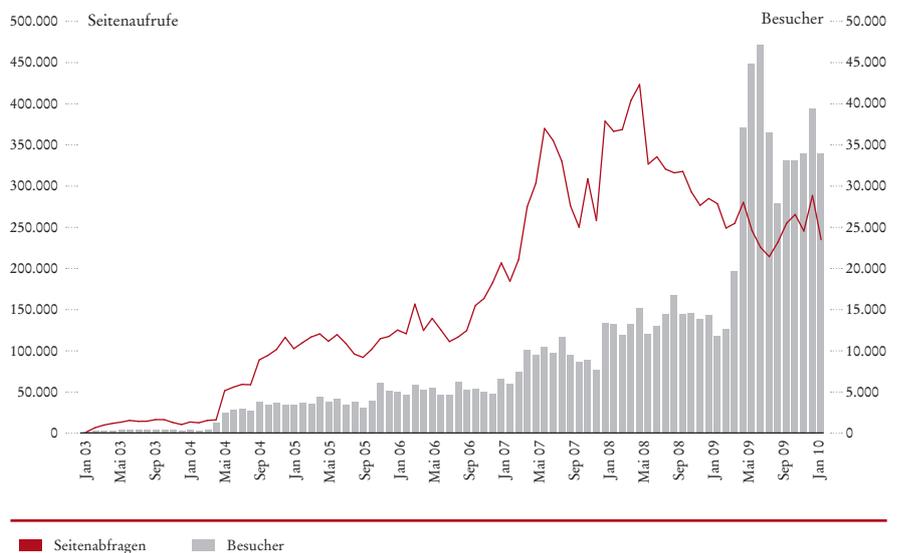
ANZEIGENREIHE „PASSAUS FARBNUANCEN“

2009 haben wir die vielen Farbnuancen der Fassade der Stadt-Galerie Passau für unsere Anzeigenmotive wie z. B. „Der Dritte Ort“ und „Dividende gut, alles gut“ genutzt. Wir haben damit in Fachpublikationen auf unsere erfolgreiche Geschäftsentwicklung hingewiesen. Die Image- und Finanzanzeigen wurden von uns sehr zielgruppengenau und zeitlich exakt auf die Veröffentlichung unserer aktuellen Geschäftszahlen abgestimmt geschaltet.

WEBSITE MIT STABILEN ZUGRIFFSZAHLEN

Unsere barrierefreien Website erfreute sich auch 2009 großer Beliebtheit, auch wenn die Spitzenwerte des Vorjahres nicht wieder erzielt wurden. Zu erreichen ist der Internet-Auftritt unter der Adresse www.deutsche-euroshop.de

SEITENAUFRUFE UND BESUCHE PRO MONAT





MEDIENRESONANZ LEICHT ERHÖHT

Die Deutsche EuroShop erfreute sich weiter einer großen Medienpräsenz. Vor allem Wirtschafts- und Finanzjournalisten schrieben regelmäßig über unser Unternehmen. Darüber hinaus widmeten sich diverse TV- und Hörfunksender sowie Online-Publikationen mit Reportagen und Interviews der Deutsche EuroShop. Die gedruckte Auflage dieser Medien stieg von 27,6 Mio. im Vorjahr auf 28,9 Mio. um rund 5 %, der Anzeigenäquivalenzwert der Berichterstattung in Zeitungen und Magazinen von rund 4,3 Mio. € auf knapp 4,5 Mio. € (+5 %).

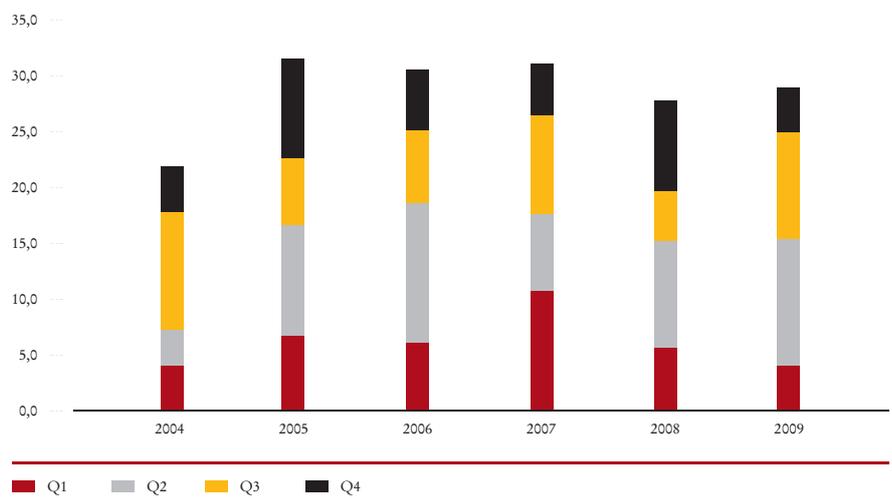
SOCIAL MEDIA

Soziale Medien sind in aller Munde. Bereits seit Jahren zeigen wir uns offen für technische Innovationen und nutzen diese aktiv, um unsere Investoren und Interessenten mit Neuigkeiten und ergänzenden Informationen rund um die Deutsche EuroShop zu versorgen. Vielleicht können wir auch auf einer oder mehreren dieser Plattformen den Kontakt zu Ihnen etablieren – wir würden uns freuen:

f Facebook
Werden Sie ein Fan auf Facebook:
www.facebook.com/desag

ENTWICKLUNG DER MEDIENPRÄSENZ

Auflage der berichtenden Zeitungen und Magazine in Mio.



Flickr
Unsere Fotos auf der Online-Plattform
Flickr: www.flickr.com/desag

SlideShare
Unsere Präsentationen und Berichte auf
SlideShare: www.slideshare.net/desag

YouTube
Unsere Videos auf YouTube:
www.youtube.com/DeutscheEuroShop

Twitter
Folgen Sie uns auf Twitter:
www.twitter.com/DES_AG

 VERENA TENZ

AKTUELL INFORMIERT IM SHOPPINGCENTER

 ★★★

*Deutsche EuroShop
sponsert Börsen-News*

Im vergangenen Jahr wurde das digitale Flatscreen-Netzwerk der ECE flatmedia GmbH, das in fast allen Centern der Deutschen EuroShop vertreten ist, auf 41 Center mit 884 Screens ausgebaut. Unter anderem wurden 2009 im Rathaus-Center Dessau 16 Screens installiert.

Ziel des Netzwerks ist es, für Werbekunden ein attraktives Umfeld direkt am POS (Point of Sale, dt. Verkaufsort) für die Präsentationen ihrer Marken und Produkte zu bieten und durch einen spannenden Programm-Mix aus Informationen rund um die Center, News aus aller Welt und regionalen Informationen, wie Wetter-News und Bundesliga-Tabellen, den Besuch im Shoppingcenter noch abwechslungsreicher zu gestalten.

ECE flatmedia bietet für die unterschiedlichen Ansprüche der Kunden attraktive Möglichkeiten der Kommunikation an. Neben der Schaltung von klassischen Werbespots haben die Unternehmen seit Neuestem die Möglichkeit, ihre Marke durch Sponsorings der verschiedenen Programmsparten wie Wirtschaft, Lifestyle, Mode, Technik, Sport etc. zu bewerben.

Die Deutsche EuroShop hat seit Ende des Jahres 2009 das exklusive Sponsoring der Börsen-News übernommen. Dafür wurde ein eigenes Format entwickelt, mit dem sich die Deutsche EuroShop wirkungsvoll in ihren Centern präsentiert und den Centerbesuchern durch Informationen über die aktuellen Börsentrends einen informativen Mehrwert im Shopping-Umfeld bietet.

Die Screens sind für die Mietpartner flexibel buchbar. Im lokalen Bereich kann man auf Basis gezielter Spots spezielle Angebote auf Centerebene bewerben. Im nationalen Bereich fungieren die Screens als ergänzendes POS-Medium im Rahmen großer Kampagnen. Die Erstellung des Sendematerials ist kostengünstig, da bereits vorhandenes Werbematerial aus dem Print- oder TV-Bereich ohne größere Aufwendungen auf das digitale Medium adaptiert werden kann.

Im vergangenen Jahr konnte ECE flatmedia viele Mietpartner wie zum Beispiel RENO, Jack Wolfskin und REWE für

sich gewinnen und ihre Bekanntheit am Markt sukzessive ausbauen. Durch eine Ende 2009 geschlossene Kooperation mit dem Außenwerber Wall AG haben die Mietpartner künftig die Möglichkeit, durch die Kombination von City-Light-Postern und Flatscreens ihre Kunden nicht mehr nur bis zum Center, sondern kommunikativ auch im Center zu begleiten.

Bis Ende 2010 wird das nationale Screen-Netzwerk der ECE flatmedia auf ca. 50 Shoppingcenter ausgeweitet, unter anderem ist die Installation im A10 Center Wildau in Planung. ■





CORPORATE GOVERNANCE



Die Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex hat am 26. Februar 2002 den Deutschen Corporate Governance Kodex veröffentlicht und zuletzt am 18. Juni 2009 Änderungen und Ergänzungen einzelner Empfehlungen und Anregungen beschlossen. Die Regierungskommission wird auch zukünftig die Entwicklung von Corporate Governance in Gesetzgebung und Praxis verfolgen und notwendige Anpassungen des Kodex vornehmen.

Die Deutsche EuroShop begrüßt den von der Regierungskommission vorgelegten Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Kodex schafft nicht nur transparente rechtliche Rahmenbedingungen für die Unternehmensleitung und -kontrolle in Deutschland, sondern es werden darin auch allgemein anerkannte Standards für gute und verantwortungsbewusste Unternehmensführung dokumentiert.

ARBEITSWEISEN VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Aufsichtsrat und Vorstand arbeiten zum Wohle des Unternehmens eng und vertrauensvoll zusammen. Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand regelmäßig, zeitnah und

umfassend über die Geschäftsentwicklung, die Strategie und Planung des Unternehmens und die Risikosituation unterrichtet. Über die Schwerpunkte seiner Tätigkeit im Geschäftsjahr 2009 informiert der Aufsichtsrat ausführlich in seinem Bericht auf den Seiten 5 bis 7.

Im Geschäftsjahr 2009 existierten keine Berater- oder sonstigen Dienstleistungs- bzw. Werkverträge zwischen Mitgliedern des Aufsichtsrats und der Gesellschaft.

VORSTAND

Der Vorstand der Deutsche EuroShop leitet das Unternehmen nach den aktienrechtlichen Bestimmungen und einer Geschäftsordnung. Die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Geschäftsverfahren des Vorstands sind in einer Geschäftsordnung sowie einem Geschäftsverteilungsplan festgelegt. Zu den Geschäftsführungsaufgaben des Vorstands zählen in erster Linie die Festlegung der strategischen Ausrichtung und die Führung des Konzerns, die Planung sowie die Einrichtung und die Durchführung eines Risikomanagements.

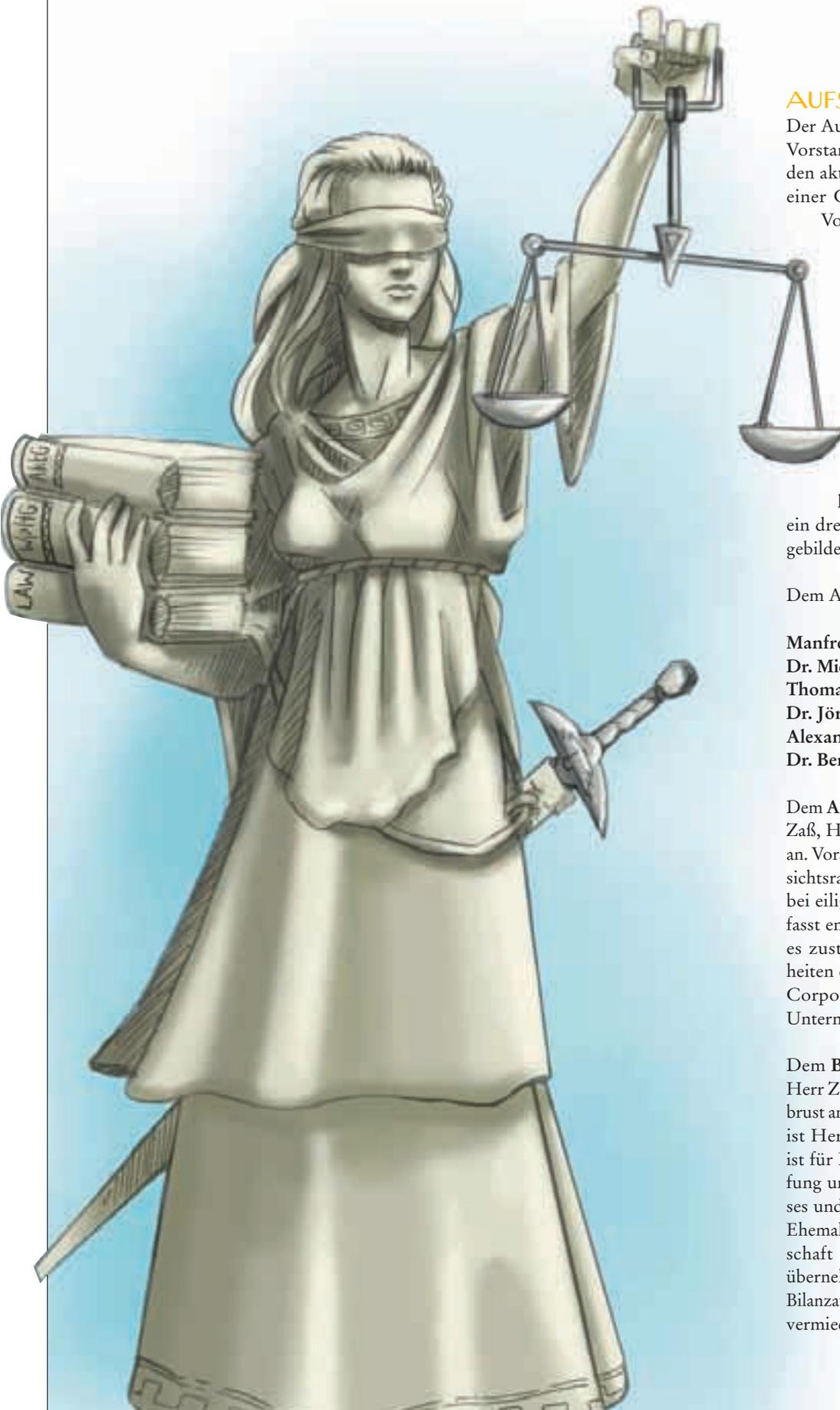
Der Vorstand der Deutsche EuroShop besteht aktuell aus zwei Mitgliedern.

Claus-Matthias Böge
geb. am 13. Februar 1959
Erste Bestellung: 2001
Bestellt bis: 2015

Claus-Matthias Böge wurde mit seinem Eintritt 2001 in die Deutsche EuroShop Mitglied des Vorstands. 2003 übernahm er seine jetzige Funktion als Sprecher des Vorstands. Er fungiert gleichzeitig als Geschäftsführer der Deutsche EuroShop Verwaltungs GmbH, der Deutsche EuroShop Management GmbH und der DES Beteiligungs GmbH.

Olaf Borkers
geb. am 10. Dezember 1964
Erste Bestellung: 2005
Bestellt bis: 2011

Olaf Borkers wurde mit seinem Eintritt in die Deutsche EuroShop in 2005 Mitglied des Vorstands. Er fungiert ebenfalls gleichzeitig als Geschäftsführer der Deutsche EuroShop Verwaltungs GmbH, der Deutsche EuroShop Management GmbH und der DES Beteiligungs GmbH.



AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Geschäftsführung nach den aktienrechtlichen Bestimmungen und einer Geschäftsordnung. Er bestellt die Vorstandsmitglieder und wesentliche Geschäfte des Vorstands benötigen seine Zustimmung. Der Aufsichtsrat hat sechs Mitglieder, die von der Hauptversammlung gewählt werden.

Der Aufsichtsrat hat die Informations- und Berichtspflichten des Vorstands festgelegt. Neben einem dreiköpfigen **Aufsichtsratspräsidium** und einem dreiköpfigen **Bilanzausschuss** wurde ein dreiköpfiger **Kapitalmarktausschuss** gebildet.

Dem Aufsichtsrat gehören an:

Manfred Zaß, Vorsitzender
Dr. Michael Gellen, stellv. Vorsitzender
Thomas Armbrust
Dr. Jörn Kreke
Alexander Otto
Dr. Bernd Thiemann

Dem **Aufsichtsratspräsidium** gehören Herr Zaß, Herr Dr. Gellen und Herr Armbrust an. Vorsitzender des Präsidiums ist der Aufsichtsratsvorsitzende. Das Präsidium berät bei eiligen Geschäftsangelegenheiten und fasst entsprechende Beschlüsse. Zudem ist es zuständig für die Personalangelegenheiten des Vorstands und die Prüfung der Corporate-Governance-Grundsätze des Unternehmens.

Dem **Bilanzausschuss** gehören ebenfalls Herr Zaß, Herr Dr. Gellen und Herr Armbrust an. Vorsitzender des Bilanzausschusses ist Herr Armbrust. Der Bilanzausschuss ist für Fragen zur Rechnungslegung, Prüfung und Aufstellung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses zuständig. Ehemalige Vorstandsmitglieder der Gesellschaft und der Aufsichtsratsvorsitzende übernehmen generell nicht den Vorsitz des Bilanzausschusses, damit Interessenkonflikte vermieden werden. ►

Dem **Kapitalmarktausschuss** gehören auch Herr Zaß, Herr Dr. Gellen und Herr Armbrust an. Vorsitzender des Kapitalmarktausschusses ist Herr Zaß. Der Kapitalmarktausschuss wurde am 30. Juni 2009 gebildet. Die dem Aufsichtsrat im Zusammenhang mit der Ausnutzung des genehmigten Kapitals zustehenden Befugnisse wurden dem Ausschuss zur Entscheidung und Erledigung übertragen.

VERGÜTUNG

Die detaillierte Offenlegung der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat, von Nebenleistungen sowie von Zusagen finden Sie im Vergütungsbericht als Teil des Lageberichts auf Seite 77 und im Anhang auf Seite 139.

AKTIENBESITZ

Vorstand

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2009 insgesamt 21.700 Stück Aktien und damit weniger als 1 % am Grundkapital der Deutsche EuroShop. Zudem hielt der Vorstand 27.000 Stück Derivate auf Aktien der Deutsche EuroShop.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2009 insgesamt 4.614.821 Stück Aktien und damit mehr als 1 % am Grundkapital der Deutsche EuroShop.

Neben den allgemeinen rechtlichen Bestimmungen zur Information der Öffentlichkeit regeln zusätzlich die Geschäftsordnungen des Vorstands und des Aufsichtsrats die Berichtspflichten der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder bei Geschäften mit Aktien der Gesellschaft oder darauf bezogenen Erwerbs- oder Veräußerungsrechten sowie Rechten, die unmittelbar vom Börsenkurs der Gesellschaft abhängen.

DIRECTORS' DEALINGS

Der Deutsche EuroShop sind im Geschäftsjahr 2009 folgende Wertpapiertransaktionen von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats bzw. von bestimmten, den Organmitgliedern nahestehenden Personen gemäß § 15a WpHG gemeldet worden:

Meldepflichtige Person	Datum des Geschäfts	Transaktion	Instrument	Anzahl	Preis (je Stück in €)
Olaf Borkers	09.01.2009	Kauf	DES MiniFuture Options-scheine	27.000	1,10
Kreke Immobilien KG	27.04.2009	Kauf	Aktie	7.283	21,50
Kreke Immobilien KG	28.04.2009	Kauf	Aktie	12.146	21,50
Kreke Immobilien KG	29.04.2009	Kauf	Aktie	5.571	21,50
Kreke Immobilien KG	14.05.2009	Kauf	Aktie	7.573	21,43
Kreke Immobilien KG	21.05.2009	Kauf	Aktie	2.427	21,50

BEZIEHUNGEN ZU DEN AKTIONÄREN

In der Hauptversammlung üben die Aktionäre ihre Rechte in Angelegenheiten der Gesellschaft aus. Die Hauptversammlung wählt die Mitglieder des Aufsichtsrats und beschließt über die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats. Sie entscheidet über die Verwendung des Bilanzgewinns, ferner über die Vergütung des Aufsichtsrats sowie über Satzungsänderungen der Gesellschaft. Die Hauptversammlung, in der Vorstand und Aufsichtsrat Rechenschaft über das abgelaufene Geschäftsjahr ablegen, findet jährlich statt. Bei der Beschlussfassung in der Hauptversammlung gewährt jede Aktie eine Stimme („one share, one vote“). Jeder Aktionär ist berechtigt, an der Hauptversammlung teilzunehmen, dort zur Tagesordnung zu sprechen und Fragen zu stellen.

Viermal jährlich berichtet die Gesellschaft den Aktionären und der Öffentlichkeit nach einem Finanzkalender über die Geschäftsentwicklung sowie die Finanz- und Ertragslage des Unternehmens. Daneben wird durch Mitteilungen direkt an die Öffentlichkeit und die Medien über Aktivitäten der Gesellschaft berichtet. Informationen, die den Aktienkurs wesentlich beeinflussen können, werden nach rechtlichen Vorgaben als Ad hoc-Mitteilung veröffentlicht.

Im Rahmen der Investor Relations-Aktivitäten präsentiert der Vorstand regelmäßig vor Analysten sowie auf Investorenveranstaltungen. Analystenkonferenzen anlässlich des Jahresabschlusses und der Quartalsabschlüsse

werden im Internet, für alle Interessenten zugänglich, übertragen. Zudem bietet die Deutsche EuroShop über ihre Internetseiten Finanzinformationen und weitere Informationen über den Deutsche EuroShop-Konzern.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Die Rechnungslegung des Deutsche EuroShop-Konzerns erfolgt auf der Grundlage des § 292a Handelsgesetzbuch (HGB) in grundsätzlicher Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS). Der Jahresabschluss der Deutsche EuroShop AG wird weiterhin nach den Rechnungslegungsvorschriften des HGB erstellt. Für die Aufstellung der Abschlüsse ist der Vorstand verantwortlich. Die Beauftragung des Jahresabschlussprüfers übernimmt der Vorsitzende des Bilanzausschusses, wobei der Jahresabschlussprüfer zuvor von der Hauptversammlung gewählt wurde. Die erhöhten Anforderungen an die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers werden dabei erfüllt.

AUSBLICK

Der Deutsche Corporate Governance Kodex hat im letzten Jahr deutliche Anpassungen hinsichtlich der Vergütungsregelungen für Vorstände erfahren. Durch das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung VorstAG wurde die Bedeutung der neuen Regelungen unterstrichen und wird zukünftig von den Aktionären beobachtet werden. Eine enge Verknüpfung der Vorstandsvergütung an den Erfolg der Gesellschaft und damit der Aktionäre wird – sofern noch

nicht in Gesellschaften praktiziert – die Glaubwürdigkeit verbessern und zukünftig die Bereitschaft der Aktionäre mit beeinflussen, einer Gesellschaft weiteres Eigenkapital zur Verfügung zu stellen.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Im Dezember 2009 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Deutsche EuroShop AG gemeinsam ihre aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex für das Geschäftsjahr 2009 abgegeben. Die Erklärung wurde auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.deutsche-euroshop.de dauerhaft öffentlich zugänglich gemacht.

Gemeinsame Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Deutsche EuroShop AG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat der Deutsche EuroShop AG erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz am 4. Juli 2003 im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 18. Juni 2009 mit wenigen nachfolgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird.

- » Die Deutsche EuroShop AG veröffentlicht die Hauptversammlung nicht über moderne Kommunikationsmedien, z. B. Internet (Kodex Ziff. 2.3.4).

Das Vertraulichkeitsbedürfnis vieler Aktionäre sowie die aufgrund der Größe der Gesellschaft und Anzahl der Aktionäre zu erwartende geringe Nachfrage im Verhältnis zu den Kosten veranlasst die Gesellschaft, die Hauptversammlung nicht über moderne Kommunikationsmedien zu veröffentlichen.

- » Die D&O-Versicherung beinhaltet keinen Selbstbehalt von Vorstand und Aufsichtsrat (Kodex Ziff. 3.8).

Vorstand und Aufsichtsrat der Deutsche EuroShop AG handeln seit Gründung der Gesellschaft und damit bereits vor der offiziellen Einführung einer Corporate Governance verantwortlich und für eine auf Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle der Gesellschaft. Daher war aus Sicht der Gesellschaft die Vereinbarung eines Selbstbehaltes entbehrlich, zumal dieses keinen Einfluss auf die Höhe der Versicherungsprämie hatte. Zur Erfüllung der Verpflichtungen des Vorstands soll ab dem 1. Juli 2010 für die laufende D&O-Versicherung ein Selbstbehalt des Vorstands vereinbart werden.

- » Die Vergütung der Vorstandsmitglieder beinhaltet keine Aktienoptionen (Kodex Ziff. 4.2.3).

Die Entwicklung des Aktienkurses ist von verschiedenen Faktoren abhängig, die nicht unbedingt mit der tatsächlichen wirtschaftlichen Entwicklung der Gesellschaft oder der Leistung des Vorstands in Einklang stehen. Dadurch könnte die langfristige Anreizwirkung von Aktienoptionsprogrammen unterkariert werden. Aus diesem Grund hat die Gesellschaft bisher auf Aktienoptionsprogramme oder ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme verzichtet.

- » Für Vorstandsmitglieder ist keine Altersgrenze festgelegt (Kodex Ziff. 5.1.2).

Der Aufsichtsrat ist der Auffassung, dass für Vorstandsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten. Eine Altersgrenze könnte eine qualifizierte und erfolgreiche Vorstandsarbeit beenden.

- » Der Aufsichtsrat hat keinen Nominierungsausschuss gebildet (Kodex Ziff. 5.3.3).

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft besteht aus nur sechs Mitgliedern, die zudem alle Vertreter der Anteilseigner sind. Aufgrund der Größe und Struktur übernimmt daher das Präsidium des Aufsichtsrates die Aufgaben eines Nominierungsausschusses.

- » Für Aufsichtsratsmitglieder ist keine Altersgrenze festgelegt (Kodex Ziff. 5.4.1 Abs. 1).

Die Gesellschaft ist der Auffassung, dass für Aufsichtsratsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten. Eine Altersgrenze schränkt die Wahlrechte der Aktionäre ein und könnte eine qualifizierte und erfolgreiche Aufsichtsratsarbeit beenden.

- » Die Aufsichtsratsvergütung berücksichtigt nicht die Mitgliedschaft in Ausschüssen (Kodex Ziff. 5.4.7 Abs. 1) und enthält keine erfolgsorientierten Elemente (Kodex Ziff. 5.4.7).

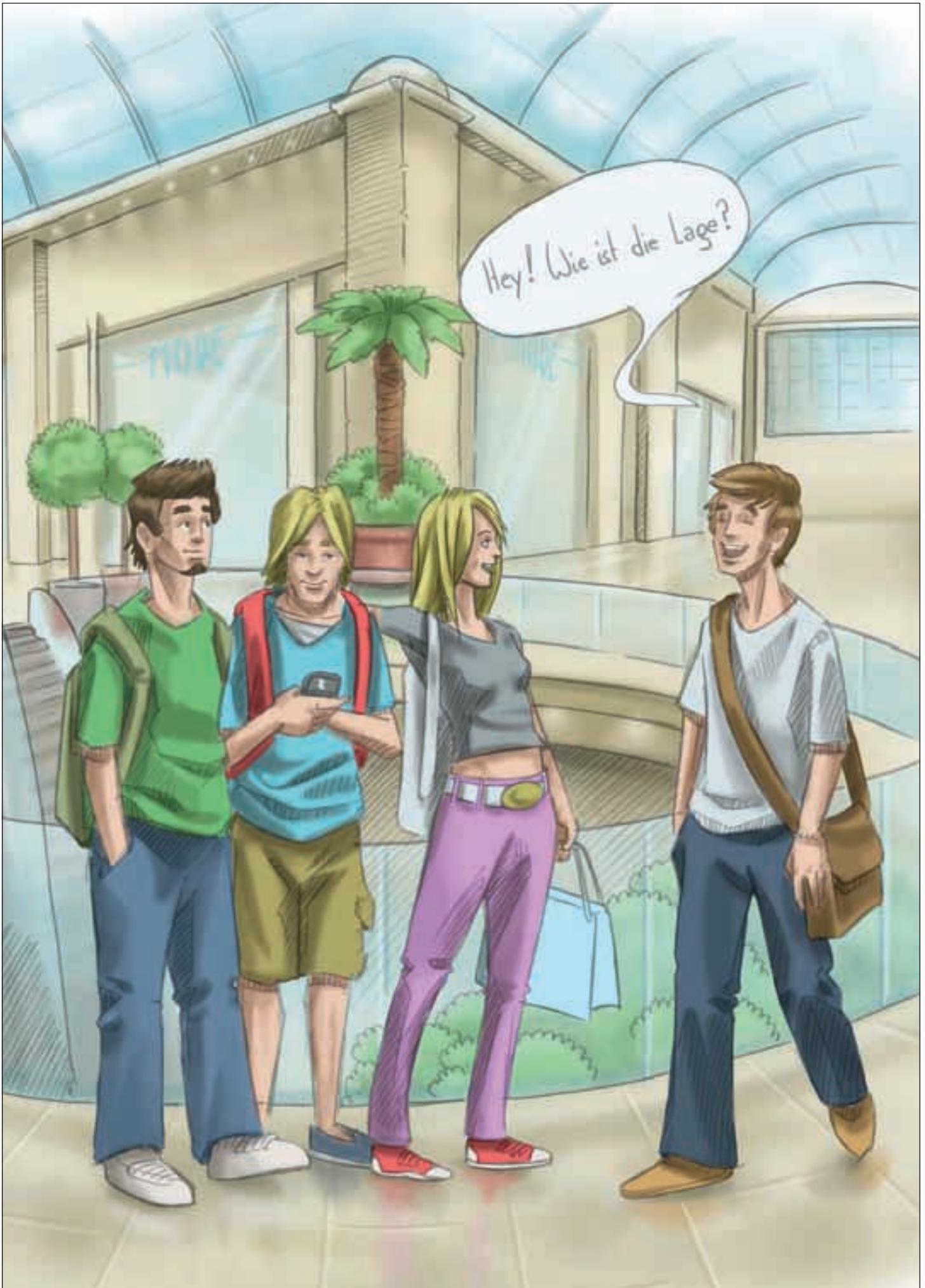
Die Gesellschaft ist der Auffassung, dass eine feste Vergütung des Aufsichtsrats das Geschäftsmodell am besten abbildet. Der langfristige Unternehmenserfolg resultiert wesentlich aus der Wahl der zu erwerbenden und im Bestand zu haltenden Einkaufszentren sowie der Qualität der langfristigen Mietverträge.

- » Der Konzernabschluss wird binnen 120 Tagen nach Geschäftsjahresende veröffentlicht (Kodex Ziff. 7.1.2).

Die Gesellschaft legt Wert darauf, geprüfte und vom Aufsichtsrat festgestellte Jahresabschlüsse zu veröffentlichen. Aufgrund der zeitlichen Abläufe für die Erstellung, Prüfung und Feststellung des Jahresabschlusses ist ein früherer Termin für die Veröffentlichung nicht möglich.

Hamburg, 2. Dezember 2009

Vorstand und Aufsichtsrat
Deutsche EuroShop AG



DEUTSCHE EUROSHOP AG KONZERNLAGEBERICHT 2009



Geschäft und Rahmenbedingungen 76

Überblick über den Geschäftsverlauf 78

Ertrags-, Finanz - und Vermögenslage 80

Umwelt 87 Nicht relevante Teilberichte 87 Nachtragsbericht 87

Risiko- und Chancenmanagement, Internes Kontrollsystem 88

Prognosebericht 92



Geschäft und Rahmenbedingungen

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die Deutsche EuroShop AG ist Deutschlands einzige Aktiengesellschaft, die ausschließlich in Shoppingcenter an erstklassigen Standorten investiert. Sie war am 31. Dezember 2009 an 16 Einkaufszentren in Deutschland, Österreich, Polen und Ungarn beteiligt. Die ausgewiesenen Umsätze erzielt der Konzern aus den Mieterlösen der vermieteten Flächen in den Einkaufszentren.

RECHTLICHE KONZERNSTRUKTUR

Der Deutsche EuroShop-Konzern ist aufgrund der personell schlanken Struktur und der Konzentration auf nur zwei berichtspflichtige Segmente (In- und Ausland) zentral organisiert. Konzernführende Gesellschaft ist die Deutsche EuroShop AG. Sie ist verantwortlich für Unternehmensstrategie, Portfolio- und Risikomanagement, Finanzierung und Kommunikation.

Der Sitz der Gesellschaft ist in Hamburg. Die Deutsche EuroShop ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Die einzelnen Shoppingcenter werden als eigene Gesellschaften geführt, diese werden je nach Anteil am Nominalkapital voll, quotal oder at-equity in den Konzernabschluss einbezogen. Weitere Informationen zu indirekten oder direkten Beteiligungen sind im Konzernanhang aufgeführt.

Die Aktien der Deutsche EuroShop werden unter anderem an der Börse in Frankfurt gehandelt. Sie befanden sich am 31. Dezember 2009 zu 12,06 % im Besitz von Herrn Alexander Otto (2008: 12,45 %).

Das Grundkapital betrug zum 31. Dezember 2009 37.812.496 € und war in 37.812.496 nennwertlose Namensaktien eingeteilt. Der rechnerische Anteil einer Aktie am Grundkapital beträgt 1,00 €.

Gemäß § 5 der Satzung kann der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 20. Juni 2012 durch Ausgabe von bis zu 13.750.001 auf den Namen lautende (nennwertlose) Stückaktien gegen Sach- oder Geldeinlagen einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 13.750.001 € erhöhen (Stand 31. Dezember 2009).

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 21. Juni 2011 Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 150.000.000 € mit einer Laufzeit von bis zu sieben Jahren zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungsrechte auf bis zu 7.500.000 nennwertlose, auf den Namen lautende Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von bis zu 7.500.000 € nach näherer Maßgabe der vom Vorstand durch Zustimmung des Aufsichtsrats zu erlassenden Wandelanleihebedingungen zu gewähren.

LEITUNG UND KONTROLLE

Der Vorstand der Deutsche EuroShop leitet das Unternehmen nach den aktienrechtlichen Bestimmungen und einer Geschäftsordnung. Die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Geschäftsverfahren des Vorstands sind in einer Geschäftsordnung sowie einem Geschäftsverteilungsplan festgelegt.

Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Geschäftsführung nach den aktienrechtlichen Bestimmungen und einer Geschäftsordnung. Er bestellt die Vorstandsmitglieder und wesentliche Geschäfte des Vorstands benötigen seine Zustimmung. Der Aufsichtsrat hat sechs Mitglieder, die alle von der Hauptversammlung gewählt werden.

Die Bestellung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands erfolgt auf der Grundlage der §§ 84, 85 AktG. Änderungen der Satzung richten sich nach den §§ 179, 133 AktG, wobei der Aufsichtsrat auch ermächtigt ist, die Satzung ohne Beschluss der Hauptversammlung an neue gesetzliche Vorschriften anzupassen, die für die Gesellschaft verbindlich werden, sowie Änderungen der Satzung zu beschließen, die nur die Fassung betreffen.

Weitere Informationen zu Vorstand und Aufsichtsrat sind in der Erklärung zur Unternehmensführung zu finden.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Erklärung gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex sowie gemäß § 289a Abs. 1 HGB über Unternehmensführung ist auf der Website der Deutsche EuroShop unter www.deutsche-euroshop.de/ezu veröffentlicht.

VERGÜTUNG

System der Vorstandsvergütung

Die Vorstandsvergütung wird vom Aufsichtsratspräsidium festgelegt. Das Vergütungssystem sieht neben einer fixen Jahresgrundvergütung, die sich an den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert, eine variable Vergütungskomponente vor. Diese Vergütungskomponente wird einmal jährlich gezahlt und richtet sich nach der jeweiligen persönlichen Leistung, der Leistung des Gesamtvorstands sowie der wirtschaftlichen Lage, dem Erfolg und den Zukunftsaussichten des Unternehmens unter Berücksichtigung des Vergleichsumfelds. Die variable Vergütung wird mit der Billigung des Konzernabschlusses durch den Aufsichtsrat ausgezahlt. Aktienoptionspläne oder ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme bestehen nicht.

Für den Fall, dass die Gesellschaft nach Ablauf bestehender Verträge keine Fortsetzung des Vorstandsverhältnisses wünscht, wurde Herrn Claus-Matthias Böge eine einmalige Abfindung von 150 T€ und Herrn Olaf Borkers eine Fortzahlung der Bezüge für drei Monate zugesagt.

Die Vergütungsregelung wurde im Hinblick auf das in 2009 beschlossene Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) und der aktuellen Änderungen des Corporate Governance Kodex überprüft. Anpassungen der derzeitigen Regelungen werden im Geschäftsjahr 2010 umgesetzt. Im Übrigen verweisen wir auf die ergänzenden Erläuterungen zur Vergütung im Anhang.

System der Aufsichtsratsvergütung

Die Vergütung des Aufsichtsrats basiert auf § 8 Abs. 4 der Satzung der Deutsche EuroShop AG. Die Vergütung beträgt danach 50.000€ für den Vorsitzenden, 37.500€ für den stellvertretenden Vorsitzenden sowie je 25.000€ für die weiteren Aufsichtsratsmitglieder. Die Mitgliedschaft in Ausschüssen wird bei der Aufsichtsratsvergütung nicht zusätzlich berücksichtigt. Zudem enthält die Vergütung keine erfolgsorientierten Anteile. Die Festsetzung der Vergütung orientiert sich am Geschäftsmodell sowie an der Größe des Unternehmens und der damit verbundenen Verantwortung. Zudem wird die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Unternehmens berücksichtigt. Scheiden Mitglieder des Aufsichtsrats im Laufe eines Geschäftsjahres aus dem Aufsichtsrat aus, erhalten sie die Vergütung zeitanteilig. Daneben werden nach § 8 Abs. 5 der Satzung die baren Auslagen erstattet.

Sonstiges

Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats erhalten vom Unternehmen keine Kredite.

Es werden keine Pensionen an ehemalige Mitglieder des Vorstands oder des Aufsichtsrats oder deren Angehörige gezahlt.

Entschädigungsvereinbarungen der Deutsche EuroShop AG, die für den Fall eines Kontrollwechsels mit Vorstandsmitgliedern oder Arbeitnehmern der Gesellschaft getroffen sind

Mit zwei Arbeitnehmern wurde eine sogenannte Change-of-Control-Regelung vereinbart. Danach haben sie ab dem Zeitpunkt des Wirksamwerdens eines Kontrollwechsels für zwölf Monate ein Sonderkündigungsrecht mit einer Frist von einem Monat zum Quartalsende, soweit ihnen die Gesellschaft mitgeteilt hat, dass sie in ihren derzeitigen Positionen nicht mehr eingesetzt werden.

Ein Change-of-Control liegt vor, wenn die Deutsche EuroShop AG mit einer anderen Gesellschaft fusioniert, ein öffentliches Übernahmeangebot nach dem Deutschen Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetz (WpÜG) abgegeben und von den Aktionären mehrheitlich angenommen wurde, eine Eingliederung in einen neuen Unternehmensverbund erfolgt oder ein Going Private inklusive Delisting vollzogen wird.

Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses erhalten diese Mitarbeiter in diesem Falle eine Einmalzahlung in Höhe von drei Bruttomonatsgehältern multipliziert mit der Anzahl der Jahre der Betriebszugehörigkeit, maximal jedoch begrenzt auf 24 Bruttomonatsgehälter.

Im Übrigen gibt es derzeit im Deutsche EuroShop Konzern keine Entschädigungsvereinbarungen mit Mitgliedern des Vorstands oder weiteren Arbeitnehmern für den Fall eines Kontrollwechsels.

Überblick über den Geschäftsverlauf

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die deutsche Wirtschaft hat sich im vergangenen Jahr zum ersten Mal seit 2003 negativ entwickelt. Das reale (preisbereinigte) Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist in Deutschland um 5,0 % gesunken (nach +1,3 % im Vorjahr). Da das Jahr 2009 annähernd die gleiche Anzahl Arbeitstage wie das Vorjahr hatte, ergibt sich kalenderbereinigt keine sichtbare Veränderung der Wachstumsrate (-5,0 %).

Zu diesem stärksten Rückgang des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts (BIP) seit dem 2. Weltkrieg führte vor allem ein Einbruch der Exporte sowie der Ausrüstungsinvestitionen. Der Außenbeitrag, die Differenz zwischen Ex- und Importen, hatte wie im Vorjahr einen negativen Wachstumsbeitrag zum BIP und fiel mit -3,4 % stärker aus als 2008 (-0,3 %). Die Exporte sanken dabei preisbereinigt um 14,7 %, der Rückgang bei den Importen hingegen betrug nur 8,9 %. Ausrüstungsinvestitionen gingen um 20,0 % zurück.

Der private Konsum, die gewichtigste Verwendungskomponente des BIP, stieg im abgelaufenen Jahr um 0,4 % (2008: -0,1 %). Haupttreiber hierfür war vor allem die Abwrackprämie, die beim Absatz

von Kraftfahrzeugen zu einer erheblichen Steigerung geführt hat. Dagegen fielen fast alle Ausgaben für andere Verwendungszwecke geringer aus. Die staatlichen Konsumausgaben stiegen im vergangenen Jahr sogar um 2,7 % gegenüber dem Vorjahr. Die Sparquote erreichte mit 11,2 % erneut den hohen Wert des Vorjahres.

Mit 0,4 % erreichte die Inflationsrate den niedrigsten Stand seit der Wiedervereinigung. Im vergangenen Jahr lag sie noch bei 2,6 %. Hauptgrund hierfür waren Preisrückgänge bei Mineralölprodukten und Nahrungsmitteln. Die durchschnittliche Jahresteuersatzrate seit 1999 liegt bei 1,5 %.

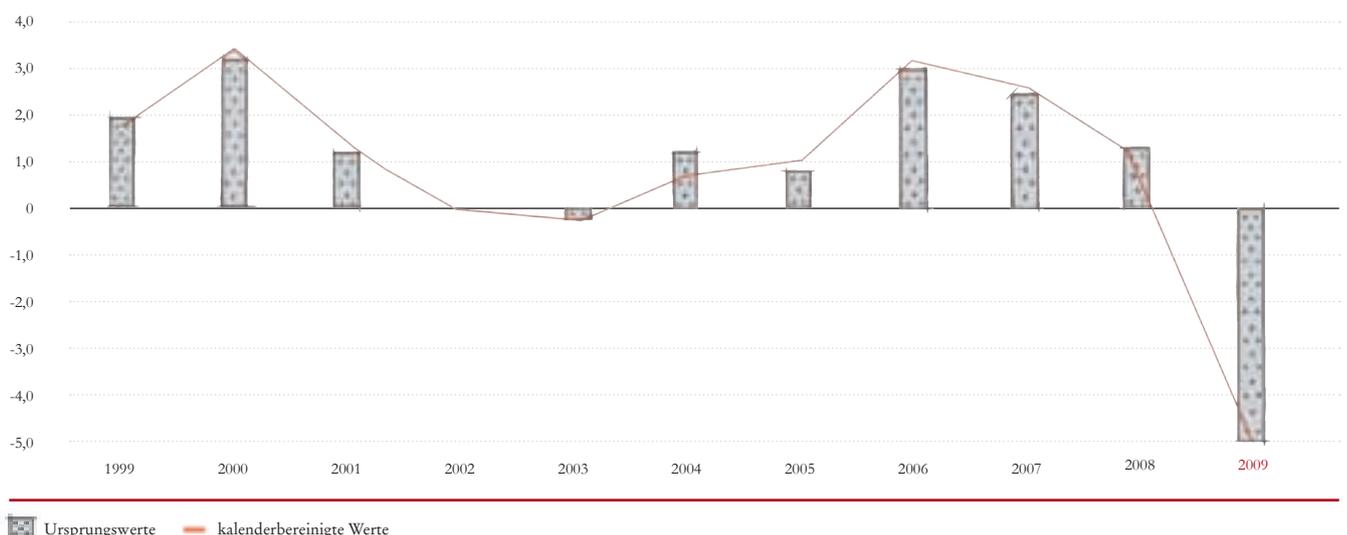
Im Jahresdurchschnitt erhöhte sich die Arbeitslosenquote 2009 auf 8,2 %, auch dies als Folge der tiefen Rezession. Im Vergleich zum Vorjahr nahm die Quote um 0,4 Prozentpunkte zu. 3,42 Mio. (2008: 3,27 Mio.) Menschen waren erwerbslos.

Die Europäische Währungsunion (EWU) erlebte 2009 nach Jahren des Aufschwungs einen Rückschlag: Nach Angaben des Statistischen Amtes der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) ergab sich für 2009 ein realer Rückgang des BIP von 4,2 % in der EU-27 (nach +0,8 % im Vorjahr).

Die Inflationsrate in der Eurozone ging ebenfalls deutlich zurück (+1,0 %, Vorjahr +3,7 %), dagegen erhöhte sich die Arbeitslosenquote auf 9,4 % (2008: 7,5 %).

BRUTTOINLANDSPRODUKT IN DEUTSCHLAND (PREISBEREINIGT)

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



BRANCHENWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Einzelhandel

Nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes sank der Umsatz des Einzelhandels in Deutschland im Jahr 2009 nominal um 2,4 %, während er real (preisbereinigt) um 1,8 % zurückging. Der Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) setzte mit 392,1 Mrd. € leicht weniger (-1,6 %) als im Vorjahr (398,6 Mrd. €) um. Somit konnte sich der Einzelhandel 2009 der Krisenstimmung in Bezug auf die Umsatzentwicklung nicht entziehen, war allerdings nicht so stark betroffen wie andere Branchen.

Auf die einzelnen Wirtschaftszweige herunter gebrochen entwickelte sich – im Gegensatz zum Vorjahr – der Lebensmittelhandel mit real -1,6 % besser als der sogenannte Non-Food-Handel (real -1,9 %). Ein Grund hierfür sind sicher die deutlich gesunkenen Preise für Nahrungs- und Genussmittel. Von den Non-Food-Wirtschaftszweigen entwickelten sich nur „Kosmetische, pharmazeutische und medizinische Produkte“ mit real +1,2 % positiv, während die Umsätze bei „Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren“ (real -2,1 %), „Einrichtungsgegenstände, Haushaltsgeräte, Baubedarf“ (real -0,7 %), „Sonstiger Einzelhandel (zum Beispiel Bücher, Schmuck)“ (real -2,0 %) und „Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (zum Beispiel Waren- und Kaufhäuser)“ (real -6,7 %) rückläufig waren. Die deutlichsten Umsatzrückgänge musste im Übrigen der Internet- und Versandhandel mit real -5,6 % hinnehmen.

Nach Angaben des EHI Retail Institutes gehörten Shoppingcenter weiter zu den beliebtesten Einkaufsstätten der Deutschen. 14 meist innerstädtische Center wurden 2009 in Deutschland neu eröffnet. Diese sorgen für einen Flächenzuwachs von 474.000 m², so dass zum Stichtag 1. Januar 2010 eine Gesamtzahl von 428 Centern (ab 10.000 m² Mietfläche) mit einer Gesamtfläche von über 13,5 Mio. m² in Deutschland existierten.

Die höchsten Flächenanteile bei den Vermietungen im Jahr 2009 entfielen nach einer Untersuchung des auf Handelsimmobilien spezialisierten Beratungsunternehmens Kemper's Jones Lang LaSalle auf den Textileinzelhandel (über 50 %), Gastronomie / Food (10 %, inkl. Systemgastronomie, Coffee, Bäckereien, Lebensmittel und Süßwaren), Schuhe / Lederwaren (7 %) und auf den

weiter an Bedeutung gewinnenden Bereich Sport / Outdoor (6 %). Weitere wichtige Branchen in 1a-Lagen waren Optik, Friseure, Drogeriemärkte und Parfümerien aus dem Segment Gesundheit / Beauty (5 %).

Einzelhandelsflächen in der Größenklasse 100 bis 250 m² waren wie in den Vorjahren am stärksten nachgefragt (ca. 40 %). Auf die zweitstärkste Kategorie 250 bis 500 m² entfielen fast 20 %. Großflächen waren ebenfalls nachgefragt: Jede zehnte Vermietung lag im Bereich über 1.000 m².

Immobilienmarkt

Das Transaktionsvolumen für Investitionen in kontinentaleuropäische Einzelhandelsimmobilien (Shoppingcenter, Fachmarktzentren und Factory Outlets; ohne Großbritannien und Irland) ist 2009 nach einer Untersuchung von Jones Lang LaSalle im Vergleich zum Vorjahr (12,4 Mrd. €) um 40 % auf 7,3 Mrd. € erneut eingebrochen (Rückgang im Vorjahr bereits -56 %). Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung ist sicher die weiter abwartende Haltung der Investoren, die angesichts der weltweiten Finanzkrise erschwerte Finanzierungsbedingungen akzeptieren müssen.

Mit einem Anteil von 66 % (2008: 55 %) des Transaktionsvolumens standen Shoppingcenter auch 2009 in Kontinentaleuropa im Fokus der Investoren, die weiter defensiv ausgerichtete Anlagemöglichkeiten suchen. Sie bevorzugen stabile Marktsegmente und achten auf erstklassige Lagen, sichere und langfristige Mietverträge sowie eine hohe Qualität der Mieter.

Der heimische Markt hat seine führende Stellung für Einzelhandelsimmobilien-Investitionen in Kontinentaleuropa behaupten können. Das Volumen in Deutschland repräsentierte mit 1,5 Mrd. € einen Anteil von 21 % (2008: 20 %).

Die Renditen von Einzelhandelsimmobilien sind im Jahresverlauf weiter gestiegen. Allerdings erschwerte die geringere Anzahl der Transaktionen eine marktgerechte Preisfindung. Investoren waren darüber hinaus in Einzelfällen bereit, weiterhin hohe Preise zu bezahlen und damit niedrigere Renditen zu akzeptieren. Die Rendite für deutsche Shoppingcenter in Top-Lagen lag Ende 2009 gemäß den Angaben des Immobiliendienstleistungsunternehmens CB Richard Ellis bei im Vergleich zum Vorjahr stabilen 5,75 %, mit allerdings sinkender Tendenz.

Entwicklung des Aktienkurses

Die Aktie der Deutsche EuroShop startete 2009 mit einem Kurs von 24,30 €. Wenige Tage später schon erreichte sie am 6. Januar mit 26,00 € das Jahreshoch auf Xetra-Schlusskursbasis. Anschließend entwickelte sich der Kurs der Aktie im Gleichklang mit den internationalen Kapitalmärkten rückläufig, bis er exakt zwei Monate nach dem Jahreshoch am 6. März 2009 seinen Tiefststand bei 18,66 € verzeichnete. Danach setzte eine kontinuierliche Erholung ein, die nur von der Dividendenausschüttung kurzzeitig unterbrochen wurde. Vom Tief konnte sich die Aktie so wieder um 27 % erholen; sie schloss das Jahr aber dennoch mit einem Kurs von 23,67 € leicht negativ (-2,6 %, ohne Berücksichtigung der Dividende) ab.

Zusammenfassende Bewertung des Geschäftsjahres

Der Vorstand der Deutsche EuroShop ist mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr zufrieden. Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung konnte die Prognose erneut erfüllt werden. Einen maßgeblichen Beitrag leisteten dabei die 2008 eröffneten Center in Hameln und Passau, die 2009 erstmals über das Gesamtjahr zum Ergebnis beitragen, und der City-Point Kassel, der nach der Anteilsaufstockung erstmals voll konsolidiert werden konnte.

Die Umsatzerlöse wurden mit 125-128 Mio. € geplant und beliefen sich zum Stichtag auf 127,6 Mio. € (2008: 115,3 Mio. €), was einem Plus von knapp 11 % entsprach. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sollte zwischen 105-108 Mio. € liegen. Am Ende konnte es um fast 13 % gesteigert werden und betrug 110,7 Mio. € (2008: 98,1 Mio. €). Beim Ergebnis vor Steuern (EBT) ohne Bewertungsergebnis wurde mit 50-52 Mio. € geplant. Es konnte um 13 % gesteigert werden und betrug 54,9 Mio. € (2008: 48,7 Mio. €).

Genauso wie im Vorjahr konnte die Ergebnisprognose übertroffen werden. Die Deutsche EuroShop beweist einmal mehr, dass sie über ein erstklassiges Shoppingcenter-Portfolio verfügt und auch in diesen schwierigen Zeiten für die Wirtschaft und die Immobilienmärkte gut aufgestellt ist.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Trotz des schwierigen Wirtschaftsumfeldes konnte die Deutsche EuroShop den Umsatz und das operative Ergebnis steigern. Die einzige größere Investitionsmaßnahme, die im Berichtsjahr getätigt wurde, war die Erhöhung unseres Anteils am City-Point in Kassel von 40 % auf 90 %. Dies führte zur Vollkonsolidierung der Objektgesellschaft – mit entsprechenden Einflüssen auf die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung. Des Weiteren waren die in 2008 eröffneten Shoppingcenter in Passau und Hameln für die positiven Ergebnisbeiträge verantwortlich.

Die Umsätze stiegen von 115,3 Mio. € auf 127,6 Mio. €. Dies entspricht einer Steigerung von 12,3 Mio. € oder 11 %. Das Konzernergebnis lag mit 34,4 Mio. € um 34,5 Mio. € unter dem Ergebnis des Vorjahres (68,9 Mio. €). Der Rückgang ist ausschließlich auf das Bewertungsergebnis zurückzuführen, das im Berichtsjahr mit -14,8 Mio. € um 53,0 Mio. € unter dem Vorjahr (+ 38,2 Mio. €) lag. Bereinigt um diesen Effekt ist das Konzernergebnis um 18 % gestiegen.

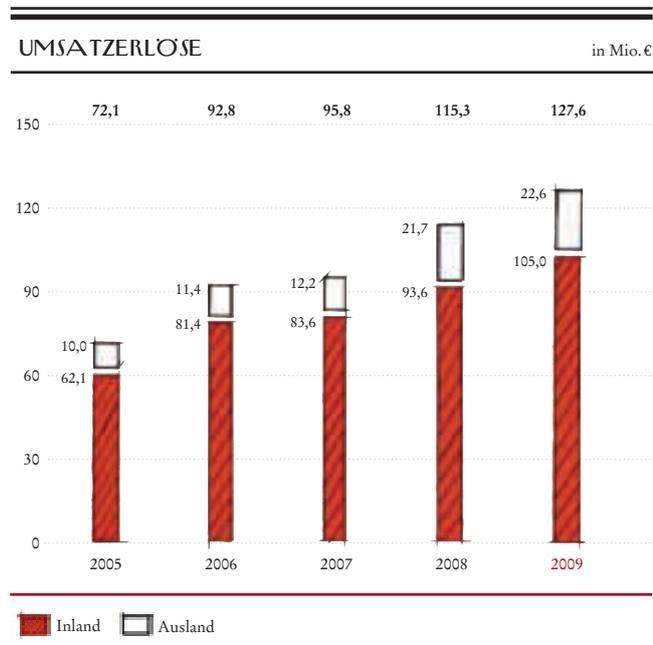
Der Net Asset Value je Aktie sank unter Berücksichtigung der im Juli 2009 durchgeführten Kapitalerhöhung um rund 2,9 % von 27,43 € auf 26,63 €. Der unverwässerte Gewinn je Aktie lag bei 0,93 € (Vorjahr 1,96 €).

ERTRAGSLAGE

Die Einzelhandelsumsätze sind im Berichtsjahr in Deutschland nominal um 2,4 % gesunken. Dieser Effekt hat sich auch bei den in unseren Shoppingcentern ansässigen Mietern bemerkbar gemacht, deren Umsätze auf vergleichbarer Fläche um 2,5 % gesunken sind. Unter Berücksichtigung der ausländischen Objekte lag das flächenbereinigte Umsatzminus unserer Mietpartner bei 2,0 %.

Umsatzerlöse des Konzerns um 11 % gestiegen

Die Umsatzerlöse im Konzern erhöhten sich im Geschäftsjahr um 11,0 % von 115,3 Mio. € auf 127,6 Mio. €. Zu diesem Umsatzwachstum trugen erstmals ganzjährig die Stadt-Galerien in Hameln und Passau sowie die Vollkonsolidierung der Objektgesellschaft in Kassel bei.



Fast alle Bestandsobjekte mit höheren Mieterlösen

Bei den Bestandsobjekten haben sich die Mieterlöse im Wesentlichen positiv entwickelt. In Summe stiegen die Umsatzerlöse vergleichbar um 2,0 %.

UMSATZERLÖSE in T€	2009	2008	2007
Rhein-Neckar-Zentrum, Viernheim	16.988	16.686	16.307
Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach*	10.285	10.378	10.011
Allee-Center, Hamm	9.010	9.591	9.398
City-Arkaden, Wuppertal	8.655	8.559	8.233
City-Galerie, Wolfsburg	8.522	8.323	8.326
Forum, Wetzlar	8.498	8.265	8.137
Rathaus-Center, Dessau	8.195	8.149	8.207
Altmarkt-Galerie, Dresden*	6.673	6.548	6.386
Phoenix-Center, Hamburg*	5.758	5.634	5.538
Stadt-Galerie, Hameln	6.546	5.484	0
City-Point, Kassel**	7.285	3.057	3.031
Stadt-Galerie, Passau	8.588	2.925	0
Summe Inland	105.003	93.599	83.574
Galeria Baltycka, Danzig	13.150	12.794	3.439
City Arkaden, Klagenfurt*	5.329	5.256	5.159
Árkád, Pécs*	3.736	3.694	3.590
Sonstige Umsatzerlöse	345	0	0
Summe Ausland	22.215	21.744	12.188
Gesamt	127.563	115.343	95.762

* = quotenkonsolidiert

** = 2009 erstmals vollkonsolidiert

Leerstandsquote stabil unter 1 %

Die Leerstandsquote lag wie schon im Vorjahr unter 1 %. Der Wertberichtigungsbedarf aus Mietausfällen war mit 0,6 Mio. € (2008: 0,2 Mio. €) oder 0,4 % (2008: 0,2 %) erneut auf einem sehr niedrigen Niveau.

Grundstücksbetriebs- und -verwaltungskosten unverändert

Die Betriebs- und Verwaltungskosten unserer Shoppingcenter haben sich per saldo gegenüber dem Vorjahr nicht verändert. Die Grundstücksbetriebskosten beliefen sich auf 5,8 Mio. € (2008: 5,8 Mio. €), die Grundstücksverwaltungskosten betragen 7,2 Mio. € (2008: 7,2 Mio. €). Verschiedene höhere Kosten aufgrund der neuen Objekte wurden dabei insbesondere kompensiert durch den Wegfall der Eröffnungskosten des Vorjahres.

Finanzergebnis schwächer

Das Finanzergebnis verschlechterte sich um 6,5 Mio. € auf -55,9 Mio. € (2008: -49,4 Mio. €). Der Rückgang ist zum einen auf höhere Zinsaufwendungen zurückzuführen (+3,6 Mio. € gegenüber dem Vorjahr), zum anderen fielen die Zinserträge um 1,7 Mio. € schlechter aus. Diese sanken von 2,4 Mio. € auf 0,7 Mio. €. Außerdem lagen die Anteile der Minderheitsgesellschafter am operativen Gewinn mit 8,2 Mio. € um 2,0 Mio. € über dem Vorjahr (6,2 Mio. €).

Die höheren Zinsaufwendungen als auch der höhere Ergebnisanteil der Minderheiten resultieren fast ausschließlich aus der erstmaligen Einbeziehung des City-Points Kassel und der im Vorjahr eröffneten Objekte in Hameln und Passau.

Erstmals wurden auch die Ergebnisse der at-equity-bewerteten Grundstücksgesellschaften, die im Vorjahr noch mit -1,3 Mio. € im Bewertungsergebnis enthalten waren, in Höhe von -0,1 Mio. € im Finanzergebnis ausgewiesen. Die Beteiligungserträge gingen von 1,7 Mio. € auf 1,5 Mio. € zurück.

Bewertungsergebnis niedriger

Das Bewertungsergebnis reduzierte sich im Vorjahresvergleich um 53,0 Mio. € von 38,2 Mio. € auf -14,8 Mio. €. Die Bewertung der Bestandsobjekte führte per saldo erstmals zu einem Bewertungsverlust von 20,5 Mio. €. Dies entspricht einer durchschnittlichen Abwertung der Shoppingcenter von rund 1,1 % auf die Verkehrswerte des Vorjahres. Höhere Verkehrswerte ergaben sich bei sechs Objekten in einer Bandbreite von +0 bis +4,7 %. Die Abwertungen betrafen neun Objekte, wobei die Verkehrswerte um 0,7 % bis 5,1 % unter dem Vorjahreswert lagen.

Dem gegenüber stand im Zusammenhang mit der erstmaligen Vollkonsolidierung unserer Objektgesellschaft City-Point-Kassel GmbH & Co. KG ein Gewinn in Höhe von 5,7 Mio. €, da der Kaufpreis der erworbenen Gesellschaftsanteile unter dem entsprechenden Verkehrswert lag.

Der Anteil der Minderheitsgesellschafter am Bewertungsergebnis lag bei +0,8 Mio. €. Aus unrealisierten Kursgewinnen und sonstigen Bewertungen ergab sich ein Gewinn von 0,5 Mio. €.

Steuerposition fast ausschließlich latente Ertragsteuern

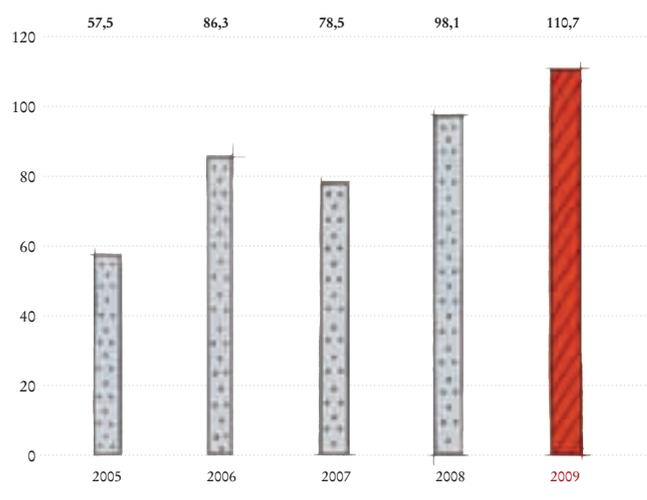
Die Steuerbelastung betrug im Berichtsjahr 5,7 Mio. € und betraf fast ausschließlich latente Ertragsteuern.

34,4 Mio. € Konzernergebnis

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erhöhte sich im Berichtsjahr von 98,1 Mio. € um 12,8 % auf 110,7 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag mit 40,1 Mio. € um 53,9 % unter dem Vorjahreswert (87,0 Mio. €). Das Konzernergebnis ging von 68,9 Mio. € um 50 % auf 34,4 Mio. € zurück.

EBIT

in Mio. €

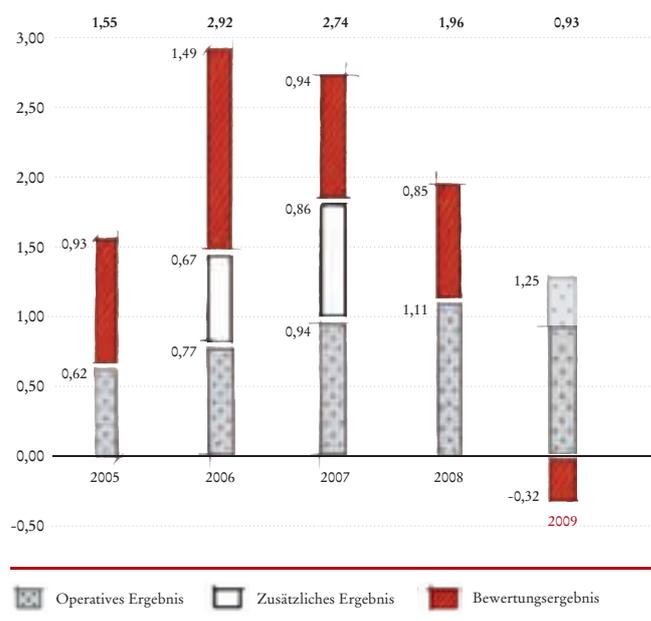


Ergebnis je Aktie

Der unverwässerte Gewinn je Aktie lag bei 0,93 € gegenüber 1,96 € im Vorjahr. Davon entfielen 1,25 € (+13 %) auf das operative Geschäft (2008: 1,11 €) und -0,32 € (-138 %) auf das Bewertungsergebnis (2008: 0,85 €).

ERGEBNIS JE AKTIE

in €, unverwässert



Funds from Operations (FFO)

Mit dem FFO werden die laufenden Investitionen der Bestandsobjekte, die planmäßige Tilgung unserer langfristigen Bankdarlehen sowie die Dividende finanziert. Im Berichtsjahr wurde ein FFO von 54,8 Mio. € oder 1,49 € je Aktie erwirtschaftet. Im Vorjahr lag diese Kennzahl bei 49,8 Mio. € bzw. 1,38 € je Aktie.

in T€	2009	2008
Periodenergebnis	34.367	68.872
zzgl. latente Steuern	5.664	18.010
zzgl./abzgl. Bewertungsergebnis	14.772	-38.326
FFO	54.803	48.556
FFO je Aktie in €	1,49	1,38

Dividendenvorschlag: 1,05 € je Aktie

Aufgrund des erfolgreichen Geschäftsjahres werden der Vorstand und der Aufsichtsrat den Aktionären auf der Hauptversammlung, die am 17. Juni 2010 in Hamburg stattfindet, die Ausschüttung einer unveränderten Dividende von 1,05 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2009 vorschlagen.

FINANZLAGE

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Für die Finanzierung ihrer Investitionen nutzt die Deutsche EuroShop grundsätzlich die Börse zur Beschaffung von Eigen- und Fremdkapital sowie die Kreditmärkte zur Beschaffung von Fremdkapital. Innerhalb des Konzerns treten dabei die einzelnen Objektgesellschaften als auch die Deutsche EuroShop als Darlehensnehmer bei Banken auf. Erfahrungsgemäß können durch die Bonität der Deutsche EuroShop Vorteile bei den Darlehensbedingungen erreicht werden. Zudem kann der Konzern seine Finanzierung unabhängig und flexibel gestalten.

Darlehen werden für alle Konzerngesellschaften in Euro aufgenommen. Die Verwendung von Eigen- und Fremdkapital für Investitionen soll prinzipiell gleich gewichtet werden und die Eigenkapitalquote im Konzern (inklusive Minderheiten) soll dabei 45 % nicht unterschreiten.

Die Finanzierung unserer Immobilienprojekte erfolgt grundsätzlich langfristig. Dabei kommen auch derivative Finanzinstrumente zum Einsatz, die der Absicherung gegen steigende Kapitalmarktzinsen dienen. Über verfügbare Kreditlinien wird die Deutsche EuroShop in die Lage versetzt, kurzfristig auf Investitionsmöglichkeiten zu reagieren. Nicht benötigte Liquidität wird bis zur Verwendung für Investitionen, zur Finanzierung laufender Kosten oder zur Auszahlung von Dividenden kurzfristig als Termingeld angelegt.

Finanzierungsanalyse

Zum 31. Dezember 2009 wies der Deutsche EuroShop-Konzern folgende Finanzkennzahlen aus:

in Mio. €	2009	2008	Veränderung
Bilanzsumme	2.112,1	2.006,9	+105,2
Eigenkapital (inkl. Minderheiten)	1.044,4	977,8	+66,6
Eigenkapitalquote (in %)	49,4	48,7	+0,7
Bankverbindlichkeiten	934,2	899,8	+34,4
Loan to value (in %)	46,0	46,0	0

Das wirtschaftliche Eigenkapital des Konzerns, das sich aus dem Eigenkapital der Konzernaktionäre (921,3 Mio. €) und dem Eigenkapital der Minderheitsgesellschafter (123,1 Mio. €) zusammensetzt, liegt mit 1.044,4 Mio. € um 66,6 Mio. € über dem Vorjahr. Die Eigenkapitalquote hat sich leicht um 0,7 % auf 49,4 % verbessert.

Die kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten erhöhten sich im Berichtsjahr von 899,8 Mio. € um 34,4 Mio. € auf 934,2 Mio. €. Hiervon dienten 8,3 Mio. € der Finanzierung der Erweiterungsmaßnahme der Altmarkt-Galerie Dresden und 41,4 Mio. € resultierten aus der erstmaligen Vollkonsolidierung des City-Points Kassel. Dem gegenüber wurden per saldo Kredite in Höhe von 15,3 Mio. € zurückgeführt.

Daneben wurden im Berichtsjahr langfristige Kredite in Höhe von 77,0 Mio. € aufgenommen, mit denen auslaufende Kredite für das Rhein-Neckar-Zentrum und das Allee-Center Hamm abgelöst wurden.

Die zum Jahresende bestehenden Bankverbindlichkeiten dienen ausschließlich der Finanzierung der langfristigen Vermögenswerte. Damit waren 46 % des langfristigen Vermögens fremd finanziert.

Auch im Geschäftsjahr 2009 standen der Deutsche EuroShop Kreditlinien in Höhe von 100 Mio. € zur Verfügung, die seit Juli 2009 nicht mehr in Anspruch genommen wurden. Die durchschnittliche Ausnutzung der Kreditlinie in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres hat 30,1 Mio. € betragen.

Insgesamt waren die Fremdfinanzierungsbedingungen zum 31. Dezember 2009 noch für durchschnittlich 7,1 Jahre (im Vorjahr: 7,0 Jahre) zu 5,27 % p. a. (im Vorjahr: 5,33 % p. a.) gesichert. Die Deutsche EuroShop unterhält Kreditverbindungen zu 17 Banken. Dabei handelt es sich neben einer österreichischen Bank ausschließlich um deutsche Kreditinstitute.

DARLEHENSSTRUKTUR				
per 31. Dezember 2009				
Zinsbindung	Duration (Jahre)	Darlehensbeträge in T€	in % der Darlehen	Durchschnittszinssatz
bis 1 Jahr:	1	13.399	1,4	5,27%
1 bis 5 Jahre:	4,3	424.071	45,7	5,48%
5 bis 10 Jahre:	7,8	382.151	41,1	5,10%
über 10 Jahre:	16,8	109.400	11,8	5,06%
Gesamt	7,1	929.022	100,0	5,27%

Gegenwärtig enthalten neun von insgesamt 33 Darlehensverträgen Regelungen zu Covenants. Dabei handelt es sich um Auflagen zur Kapitaldienstfähigkeit, zur Verschuldung und in einem Fall um eine Auflage zum Verhältnis zwischen Darlehen zu Marktwert. Alle Auflagen wurden eingehalten.

2010 läuft bei einem Darlehen in Höhe von 82 Mio. €, das der Finanzierung des Rhein-Neckar-Zentrums dient, die Zinsbindung aus. Dafür wurde bereits in 2009 ein neues Darlehen mit zehnjähriger Zinsbindung vereinbart. Daneben steht in 2010 die Kreditlinie zur Prolongation an. Zudem werden planmäßige Tilgungen in Höhe von 13,4 Mio. € im Geschäftsjahr 2010 aus dem laufenden Cashflow geleistet. In den Jahren 2011 bis 2014 werden die Darlehen jährlich durchschnittlich mit 15,1 Mio. € getilgt. Für Darlehen in Höhe von 26,9 Mio. € laufen die Zinsbindungen in 2012, für 179,5 Mio. € in 2013 und für 155,7 Mio. € in 2014 aus.

In der Bilanz werden zum Stichtag Bankverbindlichkeiten in Höhe von 934,2 Mio. € ausgewiesen. Bei der Differenz zu den hier angegebenen Beträgen in Höhe von 929,0 Mio. € handelt es sich um abgegrenzte Zins- und Tilgungsleistungen, die Anfang 2010 beglichen wurden.

Investitionsanalyse

Für die Erweiterung der Altmarkt-Galerie in Dresden wurde das Investitionsbudget von 150 Mio. € auf 165 Mio. € erhöht, nachdem das Konzept so geändert wurde, dass auch ein Hotel, für das ein langfristiger Mietvertrag bereits vorliegt, im Rahmen der Erweiterung angesiedelt werden kann. Der auf den Konzern entfallende Anteil beträgt insgesamt 82,5 Mio. €. Nachdem bereits 2008 21,2 Mio. € investiert wurden, fielen im Geschäftsjahr 2009 weitere Investitionen in Höhe von 14,0 Mio. € an. Die Fertigstellung soll im Frühjahr 2011 erfolgen.

Die Deutsche EuroShop hat ihren Anteil am City-Point in Kassel im Januar 2009 von 40 % auf 90 % erhöht. Der Kaufpreis für die Anteile lag bei 16,4 Mio. €. Im Zusammenhang mit einer sich daran anschließenden Umbaumaßnahme wurden im Berichtsjahr 2,5 Mio. € investiert.

Für die Erweiterung des Main-Taunus-Zentrum ist ein Investitionsbudget von 72 Mio. € geplant. Mit den Baumaßnahmen wurde im Oktober 2009 begonnen. Der auf den Konzern entfallende Anteil am Investitionsbudget beträgt 31 Mio. €, davon entfielen auf das Berichtsjahr 2,4 Mio. €. Die Fertigstellung soll im Spätherbst 2011 erfolgen.

Für die übrigen Bestandsobjekte fielen Investitionsausgaben in Höhe von 2,2 Mio. € an.

Liquiditätsanalyse

Der operative Cashflow des Konzerns in Höhe von 63,2 Mio. € (2008: 55,1 Mio. €) ist der Betrag, der für die Anteilseigner nach Abzug aller Kosten aus der Vermietung der Shoppingcenterflächen erwirtschaftet wurde. Er dient auch dazu, die Dividende der Deutsche EuroShop AG sowie die Auszahlungen an die Minderheitsgesellschafter zu finanzieren. Der Anstieg um 8,1 Mio. € gegenüber dem Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus den Shoppingcentern in Hameln und Passau, die im Vorjahr eröffnet wurden.

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit beinhaltet neben dem operativen Cashflow auch die Veränderungen der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sowie der sonstigen Verbindlichkeiten und der Rückstellungen. Mit 62,1 Mio. € lag der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit um 17,7 Mio. € unter dem Vorjahr (79,8 Mio. €).

Die Investitionen im Berichtsjahr beliefen sich auf 35,9 Mio. € und lagen damit deutlich unter der Vorjahresperiode, in dem 91,2 Mio. € für Investitionen ausgegeben wurden.

Aus der Finanzierungstätigkeit resultiert ein Mittelzufluss von 15,5 Mio. €. Einer Rückführung der Bankverbindlichkeiten um 7,2 Mio. € sowie Auszahlungen an Konzernaktionäre und Minderheitsgesellschafter unserer Objektgesellschaften von rund 43,8 Mio. € stehen Einzahlungen aus der im Juli 2009 durchgeführten Kapitalerhöhung von 66,5 Mio. € gegenüber.

Der Finanzmittelbestand hat sich so im Berichtsjahr um 40,2 Mio. € erhöht und belief sich zum Bilanzstichtag auf 81,9 Mio. €.

VERMÖGENSLAGE

Bilanzanalyse

Die Bilanzsumme des Konzerns ist im Geschäftsjahr 2009 um rund 105,3 Mio. € gestiegen.

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Vermögenswerte beliefen sich zum Jahresende auf 91,9 Mio. €, was einer Erhöhung von 39,1 Mio. € gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dies ist im Wesentlichen auf die höheren liquiden Mittel zurückzuführen.

Die liquiden Mittel lagen zum Bilanzstichtag bei 81,9 Mio. € gegenüber 41,7 Mio. € im Vorjahr. Die liquiden Mittel werden als kurzfristige Termin- und Festgelder angelegt.

Langfristige Vermögenswerte

Im Berichtsjahr haben sich die langfristigen Vermögenswerte von 1.954,0 Mio. € um 66,2 Mio. € auf 2.020,2 Mio. € erhöht.

Das Sachanlagevermögen des Vorjahres in Höhe von 21,2 Mio. € wurde fast vollständig im Berichtsjahr in die Investment Properties umbucht, nachdem ab dem Geschäftsjahr 2009 geänderte Ausweisungsvorschriften für im Bau befindliche Objekte anzuwenden sind. Dies betraf die bis Ende 2008 angefallenen Kosten der Erweiterungsmaßnahmen der Altmarkt-Galerie Dresden.

Die Investment Properties erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 93,2 Mio. €. Hiervon entfallen 68,5 Mio. € auf die erstmalige Vollkonsolidierung des City-Points Kassel und 21,2 Mio. € auf die Umbuchung aus dem Sachanlagevermögen. Durch die erstmalige Konsolidierung unserer polnischen Tochtergesellschaft CASPIA Investment Sp. z o.o., die im Vorjahr noch unter den Finanzanlagen ausgewiesen wurde, erhöhten sich die Investment Properties um 2,7 Mio. €. Daneben fielen im Berichtsjahr für die Erweiterungsmaßnahmen in der Altmarkt-Galerie Dresden sowie im Main-Taunus-Zentrum Investitionen in Höhe von 16,5 Mio. € an. Die Investitionskosten der Bestandsobjekte einschließlich der Umstrukturierungsmaßnahme in Kassel beliefen sich auf 4,7 Mio. €. Dem gegenüber stand eine Abwertung des Immobilienbestandes um 20,5 Mio. €.

Die übrigen langfristigen Vermögenswerte verringerten sich insbesondere durch die erstmalige Konsolidierung der CASPIA Investments Sp. z o.o sowie eine Abwertung unserer Beteiligung an der polnischen Ilwro Joint Venture Sp. z o.o (Galeria Dominikanska Breslau) um 5,8 Mio. €

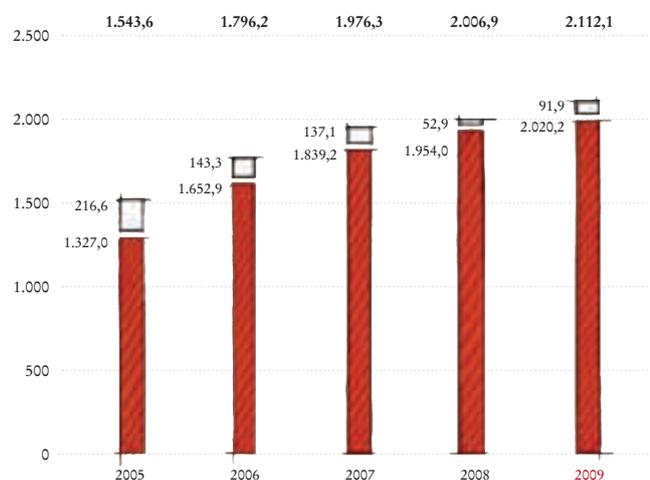
Kurzfristige Verpflichtungen

Die kurzfristigen Verpflichtungen sind um 11,5 Mio. € von 52,7 Mio. € auf 41,2 Mio. € gesunken, was insbesondere aus dem Rückgang der kurzfristigen Bankverbindlichkeiten (- 7,7 Mio. €) resultiert.

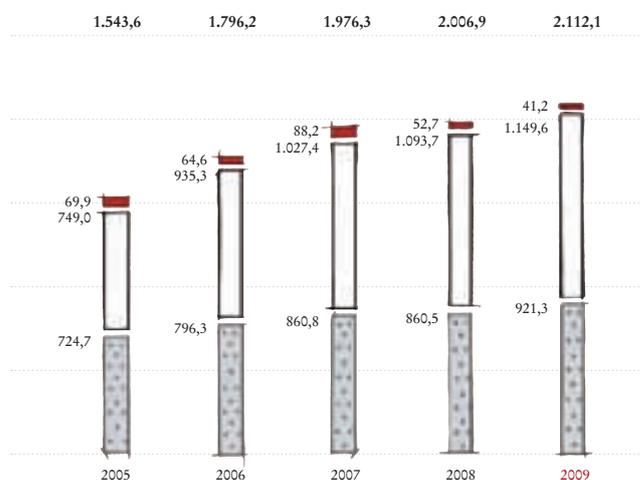
BILANZSTRUKTUR

in Mio. €

Aktiva



Passiva



■ Langfristige Vermögenswerte
 Kurzfristige Vermögenswerte
 Eigenkapital
 Langfristige Verpflichtungen
 ■ Kurzfristige Verpflichtungen

Langfristige Verpflichtungen

Die langfristigen Verpflichtungen sind von 1.093,7 Mio. € um 55,9 Mio. € auf 1.149,6 Mio. € gestiegen. Dies ist zum Einen auf höhere langfristige Bankverbindlichkeiten (+42,1 Mio. €) sowie die Bildung weiterer latenter Steuerrückstellungen (+3,3 Mio. €) zurückzuführen. Zum Anderen haben sich die Abfindungsansprüche der Minderheitsgesellschafter unserer Objektgesellschaften (+5,7 Mio. €) insbesondere aufgrund der erstmaligen Vollkonsolidierung der Objekt City-Point Kassel GmbH & Co. KG, Pöcking, (Anteil Minderheitsgesellschafter: 10 %) und die sonstigen langfristigen Verpflichtungen (+4,9 Mio. €) erhöht.

Eigenkapital

Das Eigenkapital des Konzerns lag im Berichtsjahr mit 921,3 Mio. € um 60,9 Mio. € über dem Vorjahr (860,4 Mio. €). Wesentliche Veränderungen ergaben sich aus der im Juli 2009 durchgeführten Kapitalerhöhung um 66,6 Mio. €. Die Bewertung der Zinsswaps und die Bewertung der nach IAS 39 zu bewertenden Beteiligung verminderte das Eigenkapital um 3,6 Mio. €. Aus den sonstigen Veränderungen insbesondere der Differenz zwischen dem Konzernergebnis von 34,4 Mio. € und der im Juni 2009 gezahlten Dividende von 36,1 Mio. € resultierte eine Minderung des Eigenkapitals um 2,3 Mio. €.

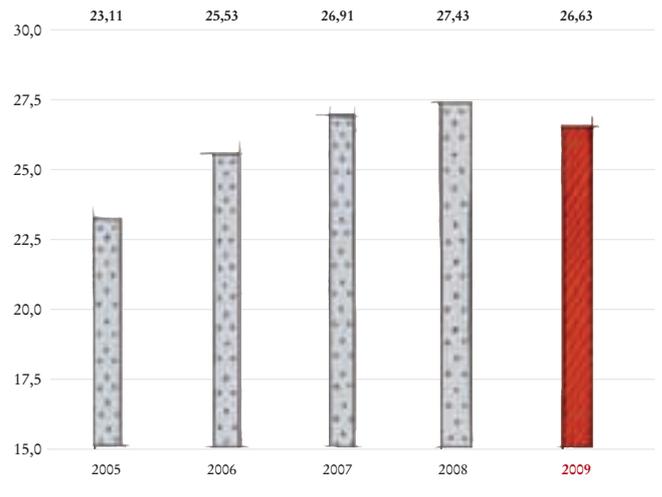
Net Asset Value

Zum 31. Dezember 2009 ergab sich ein Net Asset Value von 1.006,9 Mio. € oder 26,63 € je Aktie gegenüber 942,8 Mio. € oder 27,43 € je Aktie im Vorjahr. Dies entspricht einem Rückgang von 2,9 % zum Vorjahr.

NET ASSET VALUE in T€	2009	2008
Eigenkapital	921.325	860.450
zzgl. latente Steuern	85.600	82.313
Nettovermögen Deutsche EuroShop AG = Net Asset Value	1.006.925	942.763
Anzahl Aktien in Stück	37.812.496	34.374.998
Net Asset Value je Aktie in €	26,63	27,43

NET ASSET VALUE

je Aktie in €



GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

Das abgelaufene Geschäftsjahr hat die gute Aufstellung des Deutsche EuroShop-Konzerns bestätigt. Die eigenen Prognosen haben wir ohne besondere Vorkommnisse trotz weltweiter Finanzkrise erneut erfüllt.

Umwelt

Das Thema Klimaschutz hat für die Deutsche EuroShop einen hohen Stellenwert. Wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit, Shopperlebnis und Umweltbewusstsein keine Gegensätze sind. Langfristiges Denken ist Teil unserer Strategie, auch in Bezug auf unser Umweltengagement.

2009 hatten alle unsere deutschen Shoppingcenter Lieferverträge mit Versorgern, die regenerative Energiequellen wie z. B. Wasserkraft zur Stromerzeugung nutzen. Der Verein „EnergieVision“ hat den Ökostrom für elf unserer deutschen Center in 2009 mit dem anerkannten Gütesiegel „ok-power“ zertifiziert. In den kommenden Jahren sollen auch die Center im Ausland auf Ökostrom umgestellt werden.



Die zwölf beteiligten Center bezogen insgesamt rund 49 Mio. kWh des Ökostroms. Das entsprach 100 % des Strombedarfs in unseren deutschen Einkaufszentren. Der Kohlendioxid-Ausstoß hat sich damit nach vorsichtigen Berechnungen um rund 19.300 Tonnen reduziert – das entspricht dem CO₂-Jahresausstoß von knapp 900 Zweipersonenhaushalten. In der Vergangenheit haben wir bereits mit Wärmetauschern und Energiesparlampen den Energieverbrauch unserer Shoppingcenter reduziert.

Darüber hinaus unterstützt die Deutsche EuroShop über ihre Shoppingcenter vielfältige Aktivitäten auf lokaler und regionaler Ebene in den Bereichen Ökologie, Soziales / Gesellschaftliches und Ökonomie.

Nicht relevante Teilberichte

Ein Bericht über **Forschung und Entwicklung (F & E)** ist im Lagebericht entbehrlich, da die Deutsche EuroShop für ihren ursächlichen Unternehmensgegenstand keine Forschung und Entwicklung benötigt und betreibt.

Der vermögensverwaltende Geschäftszweck erfordert keine **Beschaffung** im originären Sinne. Daher wurde hierzu kein gesondertes Kapitel in den Lagebericht aufgenommen.

Die Deutsche EuroShop AG beschäftigte zum Bilanzstichtag lediglich vier Mitarbeiter. Aus diesem Grund wurde auf einen separaten **Personalbericht** verzichtet.

Nachtragsbericht

Am 6. Januar 2010 hat die PANTA Neunundneunzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co KG, eine Tochtergesellschaft der Deutsche EuroShop, das Einkaufszentrum A10 in Wildau bei Berlin für rund 205 Mio. € (inkl. Anschaffungsnebenkosten) erworben. Der Übergang von Nutzen und Lasten fand am 1. Februar 2010 statt.

Das 1996 eröffnete Center verfügt derzeit über rund 120 Mietbereiche und wird bis zum Frühjahr 2011 um 60 Mietbereiche auf dann 180 Mietbereiche mit einer vermietbaren Fläche von 120.000 m² erweitert. Das Bestandscenter wird teilweise umstrukturiert und modernisiert. Insgesamt gehen wir von einem zusätzlichen Investitionsvolumen von rund 60 Mio. € aus.

Das Gesamtinvestitionsvolumen von 265 Mio. € wird in Höhe von 150 Mio. € über ein langfristiges Bankdarlehen und in Höhe von 115 Mio. € durch Eigenmittel finanziert. Von diesem Darlehen wurden im Rahmen des Ankaufs bereits 125 Mio. € zu einem Zinssatz von 4,65 % p. a. mit 10-jähriger Zinsfestschreibung in Anspruch genommen. Die verbleibenden 25 Mio. € dienen der teilweisen Finanzierung der Modernisierungs- und Erweiterungsinvestitionen.

Für 2010 erwarten wir aus der Vermietung des A10 Centers (seit 1. Februar 2010) einen Umsatzbeitrag von rund 12,9 Mio. €.

Zur Refinanzierung des Eigenmittelanteils in Höhe von 115 Mio. € hat die Deutsche EuroShop AG im Februar 2010 eine Bezugsrechtskapitalerhöhung im Verhältnis 6:1 durchgeführt. Die neuen Aktien wurden vollständig im Rahmen des Bezugsrechts und eines von der Gesellschaft eingeräumten Überbezugsrechts von bestehenden Aktionären übernommen. Insgesamt wurden 6.302.082 neue Aktien zu einem Bezugskurs von 19,50 € je Aktie ausgegeben. Dadurch sind der Gesellschaft rund 123 Mio. € zugeflossen.

Zwischen dem Bilanzstichtag und dem Tag der Abschlusserstellung sind darüber hinaus keine weiteren Ereignisse von wesentlicher Bedeutung eingetreten.

Risiko- und Chancenmanagement, Internes Kontrollsystem

GRUNDSÄTZE

Die Strategie der Deutsche EuroShop zielt darauf ab, das Vermögen der Aktionäre zu erhalten und nachhaltig zu steigern sowie aus der Vermietung der Immobilien einen nachhaltig hohen Liquiditätsüberschuss zu erwirtschaften und damit zu gewährleisten, die Aktionäre durch Ausschüttung einer angemessenen Dividende dauerhaft am Unternehmenserfolg beteiligen zu können. Der Schwerpunkt des Risikomanagementsystems liegt daher in der Überwachung der Einhaltung der Strategie und hierauf aufbauend in der Erkennung und Beurteilung von Risiken und Chancen sowie der grundsätzlichen Entscheidung zum Umgang mit diesen Risiken. Das Risikomanagement gewährleistet, dass Risiken frühzeitig erkannt, bewertet, zeitnah kommuniziert und begrenzt werden. Die Überwachung und Steuerung der identifizierten Risiken bilden den Schwerpunkt des internen Kontrollsystems, für das auf Konzernebene im Wesentlichen der Vorstand verantwortlich ist. Das Interne Kontrollsystem ist integraler Bestandteil des Risikomanagementsystems.

Der Abschlussprüfer prüft im Rahmen seines gesetzlichen Prüfungsauftrages für die Jahresabschlussprüfung, ob das Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, unternehmensgefährdende Risiken und Entwicklungen frühzeitig zu erkennen.

Die Risikoanalyse besteht im Erkennen und Analysieren derjenigen Faktoren, welche die Zielerreichung gefährden können. Der Prozess der Risikoanalyse beantwortet die Frage, wie mit den Risiken umzugehen ist, da sich das Umfeld, die rechtlichen Grundlagen und die Arbeitsbedingungen dauernd verändern. Die daraus resultierenden Kontrollaktivitäten sind in Prozesse einzubetten, die für die Erreichung der Geschäftsziele wesentlich sind.

WESENTLICHE MERKMALE

Im Rahmen bestehender Dienstleistungsverträge wird der Vorstand der Deutsche EuroShop AG laufend über die Geschäftsentwicklung der jeweiligen Objektgesellschaften unterrichtet. Dabei werden quartalsweise für jedes Shoppingcenter Abschlüsse und Controllingberichte sowie einmal jährlich mittelfristige Unternehmensplanungen vorgelegt. Der Vorstand überprüft und analysiert diese Berichte, indem er unter anderem folgende Informationen zur Risikoeinschätzung heranzieht:

1. Bestandsobjekte

- » Entwicklung der Außenstände
- » Vermietungsstände
- » Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in den Shoppingcentern
- » Abweichungen von geplanten Objektergebnissen

2. Im Bau befindliche Objekte

- » Entwicklung der Vorvermietung
- » Bautenstand
- » Budgetstand

Hierbei werden Risiken identifiziert, indem Sachverhalte und Veränderungen betrachtet werden, die von den ursprünglichen Planungen und Kalkulationen abweichen. Auch die planmäßige Auswertung von Konjunkturdaten wie z. B. das Konsumklima oder die Entwicklung der Einzelhandelsumsätze fließen in das Risikomanagement ein. Ebenso werden Aktivitäten der Wettbewerber laufend beobachtet.

KONZERNRECHNUNGSLEGUNG

Die Konzernrechnungslegungsprozesse sind ein weiterer wichtiger Bestandteil des internen Kontrollsystems, deren Überwachungs- und Kontrollfunktion auf Ebene der Konzernholding erfolgt. Dabei stellen konzerninterne Regelungen und Leitlinien die Konformität des Konzernabschlusses sicher. Das Risikomanagement gewährleistet, dass Risiken, die dem Ziel der Regelungskonformität entgegenstehen könnten, frühzeitig erkannt, bewertet, zeitnah kommuniziert und begrenzt werden.

Nach dezentraler Erfassung der konzernrelevanten Berichte seitens des Dienstleisters, erfolgt die Aggregation und Konsolidierung der einzelnen Jahresabschlüsse sowie die Aufbereitung der Informationen für die Berichterstattung im Anhang und Lagebericht im Rechnungswesen der Holdinggesellschaft mit Hilfe des Konsolidierungstools Conmezzo. Des Weiteren erfolgen hier manuelle Prozesskontrollen wie z. B. dem „Vier-Augen-Prinzip“ seitens der für die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung beauftragten Mitarbeiter sowie des Vorstands. Der Konzernabschlussprüfer ist mit prozessunabhängigen Prüfungstätigkeiten in das Kontrollumfeld des Konzerns einbezogen. Insbesondere die Prüfung des Konzernabschlusses sowie die Schwerpunktprüfungen im Rahmen der Vorprüfung des Jahresabschlusses bilden wesentliche prozessunabhängige Überwachungsmaßnahmen im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess.

EINSCHRÄNKENDE HINWEISE

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem ermöglicht durch die im Konzern festgelegten Organisations-, Kontroll- und Überwachungsmaßnahmen die vollständige Erfassung, Aufbereitung und Würdigung von unternehmensbezogenen Sachverhalten sowie deren sachgerechte Darstellung in der Konzernrechnungslegung.

Insbesondere persönliche Ermessungsentscheidungen, fehlerhafte Kontrollen, kriminelle Handlungen oder sonstige Umstände können allerdings der Natur der Sache nach nicht ausgeschlossen werden und führen dann zur eingeschränkten Wirksamkeit und Verlässlichkeit des eingesetzten internen Kontroll- und Risikomanagementsystems, so dass auch die Anwendung der eingesetzten Systeme nicht absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der Konzernrechnungslegung gewährleisten kann.

Die getroffenen Aussagen beziehen sich nur auf die in den Konzernabschluss der Deutsche EuroShop einbezogenen Tochterunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop mittelbar oder unmittelbar über die Möglichkeit verfügt, deren Finanz- und Geschäftspolitik zu bestimmen.

DARSTELLUNG WESENTLICHER EINZELRISIKEN

Konjunkturelle und volkswirtschaftliche Risiken

Die Bundesrepublik Deutschland hat im Berichtsjahr die schwerste Rezession seit dem 2. Weltkrieg erlebt. Die Wirtschaftsleistung ist nach ersten Berechnungen des statistischen Bundesamtes real um 5 % geschrumpft. Dabei waren fast alle Wirtschaftszweige gleichermaßen vom Abschwung betroffen. Der Außenhandel brach durch einen deutlichen Rückgang der Auslandsnachfrage massiv ein. Die einzigen positiven Impulse kamen 2009 von den Konsumausgaben, die preisbereinigt gegenüber dem Vorjahr um 0,4 % zulegen konnten. Durch die staatlichen Unterstützungsmaßnahmen verharnte der Beschäftigungsstand auf dem Niveau des Vorjahres. Für das laufende Jahr rechnet die Bundesregierung wieder mit einem Wachstum von 1,4 %.

Fast alle großen Industrienationen dürften das Jahr 2009 mit einer geschrumpften Wirtschaftsleistung abgeschlossen haben. Nach Schätzungen des Internationalen Währungsfonds ist die Weltwirtschaft im Berichtsjahr um 1,1 % geschrumpft. Dabei richtete sich der Blick vor allem auf die USA, die seit Mitte 2008 rund 7,2 Mio. Jobs verloren haben. Nur durch enorme staatliche Programme zur Ankurbelung der Wirtschaft und die Niedrigzinspolitik der US-amerikanischen Notenbank konnte ein totaler Zusammenbruch des Finanzsystems verhindert werden.

Die Sanierung und die Reform des internationalen Finanzsystems stehen nach wie vor im Vordergrund der „Aufräumarbeiten“. Die Bemühungen der geld-, fiskal- und aufsichtspolitischen Instanzen sind nun schon fast zwei Jahre lang in diese Richtung gegangen. Für Konjunkturpakete und Hilfspakete im Finanzsektor wurden öffentliche Mittel in enormer Höhe aufgewendet. Die damit einhergehende Staatsverschuldung der westlichen Industrieländer ist besorgniserregend und nach wie vor existieren massive systemische Risiken innerhalb der Wirtschafts- und Finanzmärkte.

Trotz anhaltender Erholungstendenzen sind die strukturellen Risiken im Finanzsystem nicht beseitigt. Aus heutiger Sicht scheint fraglich, ob sich nach Auslaufen der staatlichen Unterstützungsmaßnahmen eine sich selbst tragende Wachstumsdynamik entfaltet. Insbesondere dann, wenn die Währungshüter ihre restriktive Haltung in der Geldpolitik aufgeben, kann es mit Blick auf die hohe Verschuldung der westlichen Industrieländer zu neuen Spannungen kommen.

Die Deutsche EuroShop AG ist mit Blick auf ihr Geschäftsmodell, der langfristigen und inflationsgesicherten Vermietung von Einzelhandelsflächen, sowie den damit verbundenen Risiken nicht so stark von der wirtschaftlichen Entwicklung abhängig wie Unternehmen anderer Branchen. Die Entwicklungen der Vergangenheit haben gezeigt, dass wir mit der Ansiedlung unserer Shoppingcenter in erstklassigen Lagen und mit einer breiten Branchen- diversifikation innerhalb der Center auch in stagnierenden Phasen Geschäftserfolge erzielen können.

Markt- und Branchenrisiken

Wir beobachten, dass sich der Einzelhandel in den letzten Jahren strukturell gewandelt hat und diese Entwicklungen daher auch unter Risikomanagementaspekten differenziert betrachtet werden müssen. Die Deutsche EuroShop profitiert mit ihrem Geschäftsmodell von einem Trend, der eine Verschiebung der Marktanteile weg vom traditionellen Facheinzelhandel zugunsten größerer Fachmarktzentren und gut gemanagter Shoppingcenter darstellt.

Diese Entwicklung beinhaltet für uns derzeit eher eine Chance, weil ein gesamtwirtschaftlich rückläufiges Konsumverhalten sich somit nicht zwingend negativ auf die Umsätze der Einzelhändler in unseren Shoppingcentern auswirken muss. Die beschriebene Tatsache führt zu einer Spreizung im geschäftlichen Erfolg der unterschiedlichen Segmente im Einzelhandel.

Die Umsätze im Einzelhandel sind im Jahr 2009 nominal um 2,4 % gesunken. Im Vorjahr konnten die Umsätze noch um 2,1 % gesteigert werden. Wir gehen davon aus, dass in 2010 die Umsätze im Einzelhandel stagnieren werden.

Wir minimieren Markt- und Branchenrisiken durch intensive Marktbeobachtungen und durch Abschluss langfristiger Verträge mit bonitätsstarken Mietern aller Einzelhandelssegmente.

Mietausfallrisiko

Es ist möglich, dass bestehende Mietverträge durch Mieter nicht mehr erfüllt oder bei Neu- und Anschlussvermietungen die bisherigen Mieten nicht mehr erzielt werden können. In der Folge würden die Einnahmen geringer ausfallen als kalkuliert und eventuell Ausschüttungsreduzierungen nötig werden. Sofern die Mieteinnahmen für eine Objektgesellschaft nicht mehr ausreichen, um die Zins- und Tilgungsleistungen zu erfüllen, könnte dies zum Verlust des gesamten Objekts führen. Die Umsatzentwicklung der Mieter und die Entwicklung der Außenstände werden diesbezüglich regelmäßig analysiert und bei auftretenden Negativentwicklungen werden frühzeitig Nachvermietungsmaßnahmen ergriffen.

Für das Ausfallrisiko stellen die Mieter entsprechende Mietsicherheiten. Darüber hinaus werden im Einzelfall Wertberichtigungen bei der Bilanzierung berücksichtigt.

Kostenrisiko

Ausgaben für laufende Instandhaltungen oder Investitionsprojekte können höher ausfallen als aufgrund von Erfahrungswerten kalkuliert. Risiken aus Kostenüberschreitungen bei laufenden Investitionsprojekten werden dadurch minimiert, dass schon in der Planungsphase für alle erkennbaren Risiken vorsorglich Kostenansätze in der Kalkulation berücksichtigt werden. Darüber hinaus werden Bauaufträge grundsätzlich nur an bonitätsstarke Generalunternehmen zum Festpreis vergeben. Baubegleitend wird durch die von uns beauftragten Unternehmen ein professionelles Projektmanagement gewährleistet. Kostenüberschreitungen für laufende Bauprojekte können im Einzelfall aber grundsätzlich nicht gänzlich vermieden werden.

Bewertungsrisiko

Der Wert einer Immobilie bestimmt sich im Wesentlichen nach dem Ertragswert, der seinerseits von Faktoren wie der Höhe der jährlichen Mieteinnahmen, dem zugrunde gelegten Standortrisiko, der Entwicklung des langfristigen Kapitalmarktzinses und dem allgemeinen Zustand der Immobilie abhängt. Eine Verringerung der Mieteinnahmen oder eine Verschlechterung des Standortrisikos hat zwangsläufig einen niedrigeren Ertragswert zur Folge. So wird die Wertentwicklung der Immobilien maßgeblich auch von verschiedenen gesamtwirtschaftlichen oder regionalen Faktoren sowie objektspezifischen Entwicklungen beeinflusst, die nicht vorhersehbar oder von der Gesellschaft beeinflussbar sind. Die beschriebenen Faktoren fließen in die jährliche Verkehrsbewertung unserer Bestandsimmobilien durch unabhängige Gutachter ein. Die Wertveränderungen werden entsprechend den Vorgaben des IAS 40 im Konzernabschluss ergebniswirksam erfasst und können daher zu einer höheren Volatilität des Konzernergebnisses führen. Dies hat aber in der Regel keinen Einfluss auf die Zahlungsfähigkeit des Konzerns.

Währungsrisiko

Die Aktivitäten der Deutsche EuroShop AG finden ausschließlich im europäischen Wirtschaftsraum statt. Überschaubare Währungsrisiken ergeben sich bei den osteuropäischen Beteiligungsgesellschaften. Diese Risiken werden nicht abgesichert, da es sich um reine Umrechnungsvorgänge zum Bilanzstichtag handelt und insoweit damit keine Cashflow-Risiken verbunden sind. Das operative Währungsrisiko ist durch die Kopplung von Mieten und Darlehensverbindlichkeiten an den Euro weitgehend abgesichert. Ein Risiko könnte entstehen, wenn Mieter durch einen abrupten Kursverfall des ungarischen Forint oder des polnischen Zloty nicht mehr in der Lage wären, die dann deutlich höheren Fremdwährungen zu zahlen.

Finanzierungs- und Zinsänderungsrisiken

Das Zinsänderungsrisiko wird bei neuen Immobilienfinanzierungen weitestgehend durch Abschluss langfristiger Darlehen mit Zinsbindungsfristen von bis zu 20 Jahren reduziert. Es ist nicht auszuschließen, dass eine Anschlussfinanzierung nur zu höheren Zinssätzen als bisher realisiert werden kann. Die Zinshöhe wird maßgeblich von den volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen bestimmt und ist daher für uns nicht vorhersehbar.

Auch ist nicht völlig auszuschließen, dass etwa im Zuge einer Verschlechterung der Ertragslage der Gesellschaft Kreditinstitute nicht zur Gewährung einer Anschlussfinanzierung oder Verlängerung von Kreditlinien bereit sind. Das Zinsumfeld wird eng überwacht, um auf Zinsänderungen angemessen durch Finanzierungsalternativen oder gegebenenfalls Absicherungen reagieren zu können. Aus heutiger Sicht ist damit bei einem Durchschnittzinssatz von 5,27 % im Konzern kein wesentliches Risiko verbunden, zumal die letzten Anschlussfinanzierungen zu niedrigeren Zinssätzen als die Ursprungsfinanzierungen und dem gegenwärtigen Durchschnittzinssatz abgeschlossen werden konnten.

Die Deutsche EuroShop AG setzt derivative Finanzinstrumente im Sinne des Hedge Accounting von Zinsänderungsrisiken ein. Ein Zinsswap ist ein wirksames Sicherungsgeschäft, wenn die Kapitalbeträge, Laufzeiten, Zinsanpassungs- bzw. Rückzahlungstermine, die Zeitpunkte für Zins- und Tilgungszahlungen sowie die Bemessungsgrundlage für die Festsetzung der Zinsen beim Sicherungsgeschäft und Grundgeschäft identisch sind und die Vertragspartei den Vertrag erfüllt. Demzufolge werden derzeit die laufenden Wertveränderungen dieser Positionen im Konzernabschluss ergebnisneutral im Eigenkapital dargestellt. Ein Effektivitätstest für die beschriebenen Sicherungsgeschäfte wird regelmäßig durchgeführt.

Schadensrisiko

Die Objektgesellschaften tragen das Risiko der ganzen oder teilweisen Zerstörung der Objekte. Die unter Umständen fälligen Leistungen der Versicherung könnten nicht ausreichen, um den kompletten Schaden zu ersetzen. Es ist denkbar, dass nicht für alle theoretisch möglichen Schäden hinreichender Versicherungsschutz besteht oder die Versicherer ihre Leistungen verweigern.

IT-Risiko

Das Informationssystem der Deutsche EuroShop basiert auf einer zentral gesteuerten Netzwerklösung. Die Wartung und Pflege des Systems erfolgt durch ein externes Dienstleistungsunternehmen. Ein Virenschutzkonzept und die permanente Überwachung des Datenverkehrs hinsichtlich versteckter und gefährlicher Inhalte sollen gegen Angriffe von außen schützen. Eine Sicherung aller betriebsrelevanten Daten erfolgt täglich. Im Falle eines Ausfalls der Hard- oder Software auf unserem System sind alle Daten kurzfristig reproduzierbar.

Personalrisiko

Mit Blick auf die geringe Mitarbeiteranzahl der Deutsche EuroShop AG ist das Unternehmen abhängig von einzelnen Personen in Schlüsselpositionen. Der arbeitnehmerbezogene Abgang von Leistungsträgern würde zu einem Verlust von Know-how führen und die Ersatzrekrutierung und Einarbeitung neuer Mitarbeiter könnte das laufende Tagesgeschäft temporär beeinträchtigen.

Rechtliches Risiko

Die Konzeption unseres Geschäftsmodells erfolgt auf der Basis der derzeitigen Gesetzeslage, Verwaltungsauffassung und Rechtsprechung, die sich jedoch jederzeit ändern kann.

EINSCHÄTZUNG DER GESAMTRISIKOPOSITION

Die Deutsche EuroShop hat auf der Grundlage des beschriebenen Überwachungssystems geeignete Maßnahmen getroffen, um bestandsgefährdende Entwicklungen frühzeitig zu identifizieren und ihnen entgegenzuwirken. Dem Vorstand sind keine Risiken bekannt, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden können.

Prognosebericht

Trotz der anhaltenden Turbulenzen auf den internationalen Kapitalmärkten und dem deutlichen Einbruch der Wirtschaftsleistung haben wir keine Anzeichen dafür, dass sich 2010 die wirtschaftliche Situation des Deutsche EuroShop-Konzerns wesentlich eintrüben wird. Alle bisher verfügbaren Zahlen deuten zwar darauf hin, dass die Konsumneigung zurückgeht, aber der von vielen Experten befürchtete Einbruch der Konsumausgaben ist bisher ausgeblieben. Hierzu hat sicherlich auch der sehr robuste Arbeitsmarkt beigetragen. Sollte sich im Laufe des Jahres das wirtschaftliche Umfeld weiter verschlechtern, ist nicht auszuschließen, dass auch Einzelhändler in unseren Shoppingcentern in wirtschaftliche Schwierigkeiten gelangen und ihre Mietverträge nicht mehr oder nicht mehr vollständig erfüllen können. In Summe gehen wir aber davon aus, dass der Deutsche EuroShop-Konzern in einem solchen Fall nur vergleichsweise moderate Einbußen hinzunehmen hätte.

Weiterhin nahezu Vollvermietung

Unsere Shoppingcenter sind fast vollständig vermietet. Zum Jahresende lag der Vermietungsstand bei den Einzelhandelsflächen bei 99,9 % und über alle Flächen bei 99,3 %. Die 2010 auslaufenden Mietverträge (rund 3 % der Mieterlöse) sind bereits teilweise nachvermietet oder prolongiert worden. Die Mietaußenstände als auch erforderliche Wertberichtigungen befinden sich immer noch auf einem niedrigen Niveau. Wir haben keine Indikation für eine signifikante Änderung dieser zufriedenstellenden Situation.

Transaktionsmarkt belebt sich wieder

Der Transaktionsmarkt für Shoppingcenter war im vergangenen Jahr deutlich rückläufig. Seit Ende des Jahres zeichnet sich aber ab, dass eine zunehmende Anzahl von Shoppingcentern in 2010 zum Verkauf angeboten werden, so dass mit einem erheblich höheren Transaktionsvolumen in diesem Jahr zu rechnen ist. Auf der Nachfrageseite stehen wir im Wettbewerb mit eigenkapitalstarken offenen Immobilienfonds und Versicherungsgesellschaften. Aber auch ausländische Investoren mit Private Equity Hintergrund beobachten den Markt bereits wieder. Es bleibt allerdings abzuwarten, ob Investoren mit hohem Fremdkapitalbedarf bereits wieder in der Lage sind, im Wettbewerb zu bestehen, denn die Finanzkraft und Bonität des Erwerbers haben heute eine erhebliche Bedeutung. Mit der Akquisition und Finanzierung des A10 Centers haben wir gezeigt, dass wir als verlässlicher Partner in der Lage sind, auch größere Transaktionen schnell und kompetent realisieren zu können. Wir sind daher zuversichtlich, im laufenden Geschäftsjahr zumindest eine weitere Shoppingcenterbeteiligung erwerben zu können.

A10 Center

Mit dem Erwerb des A10 Centers Anfang Januar 2010 haben wir erstmals nach drei Jahren wieder ein neues Shoppingcenter erworben. Das A10 Center verfügt über 120 Mietbereiche und wird bis zum Frühjahr 2011 um 60 neue Mietbereiche auf dann 120.000 m² vermietbare Fläche erweitert. Daneben wird das Bestandscenter teilweise umstrukturiert und modernisiert. Für den Erwerb sowie die Erweiterungs- und Modernisierungsmaßnahmen werden wir rund 265 Mio. € investieren. Davon werden 150 Mio. € über ein langfristiges Bankdarlehen finanziert. Die Eigenmittel von 115 Mio. € wurden über die im Februar 2010 erfolgte Bezugsrechtskapitalerhöhung aufgebracht.

Altmarkt-Galerie Dresden

Im Sommer 2009 wurde mit der Erweiterungsmaßnahme in der Altmarkt-Galerie in Dresden begonnen. Bis zum Frühjahr 2011 wird die Altmarkt-Galerie um rund 32.500 m² Mietfläche erweitert. Davon entfallen rund 24.300 m² auf Einzelhandels-, Dienstleistungs- sowie Nebenflächen, rund 2.900 m² auf Büroflächen sowie rund 5.300 m² auf ein Hotel. Gegenwärtig sind bereits rund 70 % der geplanten Mietererträge durch langfristige Mietverträge abgesichert. Insgesamt beläuft sich das Investitionsvolumen auf rund 165 Mio. €, wovon 82,5 Mio. € auf die Deutsche EuroShop entfallen. Das Investment wird zu rund 46 % über ein bereits abgeschlossenes langfristiges Bankdarlehen und zu 54 % aus Eigenmitteln finanziert. Für das laufende und kommende Geschäftsjahr sind Investitionsausgaben der Deutsche EuroShop für diese Maßnahme von insgesamt 47,3 Mio. € vorgesehen. Aus diesem Investment erwarten wir nach Fertigstellung eine Nettoanfangsrendite von 5,6 % p. a.

Main-Taunus-Zentrum

Im Oktober 2010 konnte nach langen rechtlichen Auseinandersetzungen mit der Nachbargemeinde endlich mit der Erweiterungsmaßnahme im Main-Taunus-Zentrum begonnen werden. Das Center wird bis zum Spätherbst nächsten Jahres um rund 14.000 m² für Einzelhandels-, Dienstleistungs- sowie Nebenflächen erweitert. Gegenwärtig liegen bereits für über 30 % der geplanten Mieterträge langfristige Mietverträge vor. Das Investitionsvolumen wird aus heutiger Sicht rund 72 Mio. € betragen, davon entfallen 43,1 % auf die Deutsche EuroShop. Finanziert wird dieses Investment mit 61 Mio. € über ein bereits abgeschlossenes langfristiges Bankdarlehen sowie mit 11 Mio. € Eigenmitteln. 2010 und 2011 sind von Seiten der Deutsche EuroShop für die Erweiterung des Main-Taunus-Zentrums noch Investitionsausgaben in Höhe von 28,6 Mio. € geplant. Nach Fertigstellung im Spätherbst 2011 erwarten wir aus der Erweiterungsmaßnahme eine Nettoanfangsverzinsung von 8,9 % p. a.

Vereinbarte Geschäfte sind Grundlage der Umsatz- und Ertragsplanung

Die Umsatz- und Ertragsplanung des Deutsche EuroShop-Konzerns für die Jahre 2010 und 2011 beinhaltet keine Objektkäufe oder -verkäufe mit Ausnahme des im Januar 2010 erworbenen A10 Centers. Ebenso sind Ergebniseinflüsse aus der jährlichen Bewertung unserer Einkaufszentren und Währungseinflüsse nicht Teil unserer Planung, da diese nicht vorhersehbar sind.

Die Prognose der zukünftigen Umsatz- und Ertragsituation unseres Konzerns basiert auf

- a) der Umsatz- und Ergebnissituation der bestehenden Einkaufszentren,
- b) der Annahme, dass es im Einzelhandel zu keinem erheblichen Umsatzrückgang kommt, in dessen Folge eine Vielzahl von Einzelhändlern die bestehenden Mietverträge nicht mehr erfüllen können.

Umsatz 2010 steigt um 10 %, 2011 Plus von 7 % erwartet

Für das Geschäftsjahr 2010 erwarten wir einen Umsatz in Höhe von 139-142 Mio. €. Hier wirkt sich insbesondere der Umsatzbeitrag des A10 Centers (seit 01. Februar 2010) positiv aus, da bei den übrigen Bestandsobjekten in Summe nur von einer geringen Ertragssteigerung ausgegangen wird. Im Geschäftsjahr 2011 sollte der Umsatz auf 149-152 Mio. € steigen.

Ergebniswachstum in den nächsten beiden Geschäftsjahren

Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag 2009 bei 110,7 Mio. €. Nach unserer Prognose wird das EBIT im laufenden Jahr bei 118-121 Mio. € liegen. 2011 sollte es auf 127-130 Mio. € steigen.

Im Berichtsjahr lag das operative Ergebnis vor Steuern (EBT) ohne Bewertungsergebnis bei 54,9 Mio. €. Für das Geschäftsjahr 2010 kalkulieren wir mit 58-60 Mio. € und mit 64-66 Mio. € für das Geschäftsjahr 2011.

FFO-Entwicklung durch Kapitalerhöhungen beeinflusst

Die Funds from Operation (FFO, unverwässert) beliefen sich im Berichtsjahr auf 1,49 € je Aktie. Für 2010 erwarten wir diese Kennzahl in einer Größenordnung zwischen 1,33 € und 1,38 € und im Geschäftsjahr 2011 zwischen 1,45 € und 1,50 €.

Dividendenpolitik

Wir beabsichtigen, unsere langfristige und auf Kontinuität ausgerichtete Dividendenpolitik fortzuführen und gehen davon aus, auch für die Jahre 2010 und 2011 eine Dividende von mindestens 1,05 € je Aktie an unsere Aktionäre ausschütten zu können.

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen künftiger Entwicklungen seitens des Vorstands basieren. Die Aussagen und Prognosen stellen Einschätzungen dar, die auf Basis aller zum jetzigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Sollten die den Aussagen und Prognosen zugrunde gelegten Annahmen nicht eintreffen, so können die tatsächlichen Ergebnisse von den zurzeit erwarteten abweichen.



KONZERNABSCHLUSS FÜR DAS JAHR 2009



Bilanz 97

Gewinn- und Verlustrechnung 99

Gesamtergebnisrechnung 100

Kapitalflussrechnung 101

Eigenkapitalveränderungsrechnung 102

Anhang 103

Bestätigungsvermerk 144



DEUTSCHE EUROSHOP AG

KONZERNABSCHLUSS



Konzernbilanz (IFRS)

zum 31. Dezember 2009

AKTIVA <small>in T€</small>	Anhang	31.12.2009	31.12.2008
Vermögenswerte			
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.	24	32
Sachanlagen	2.	48	21.199
Investment Properties	3.	1.990.980	1.897.767
Finanzanlagen	4.	24.755	30.316
Anteile an at-equity-bewerteten assoziierten Unternehmen	5.	3.532	3.740
Sonstige langfristige Vermögenswerte	6.	865	930
Langfristige Vermögenswerte		2.020.204	1.953.984
Kurzfristige Vermögenswerte			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.	2.557	2.717
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	8.	5.870	6.737
Sonstige Finanzinvestitionen	9.	1.600	1.740
Liquide Mittel	10.	81.914	41.671
Kurzfristige Vermögenswerte		91.941	52.865
Summe Aktiva		2.112.145	2.006.849

PASSIVA in T€	Anhang	31.12.2009	31.12.2008
Eigenkapital und Schuldposten			
Eigenkapital und Rücklagen			
Gezeichnetes Kapital		37.812	34.375
Kapitalrücklagen		609.364	546.213
Gewinnrücklagen		274.149	279.862
Summe Eigenkapital	11.	921.325	860.450
Langfristige Verpflichtungen			
Bankverbindlichkeiten	12.	921.170	879.078
Passive latente Steuern	13.	85.600	82.313
Abfindungsanspruch von Kommanditisten	14.	123.035	117.320
Sonstige Verbindlichkeiten	19.	19.845	14.941
Langfristige Verpflichtungen		1.149.650	1.093.652
Kurzfristige Verpflichtungen			
Bankverbindlichkeiten	12.	13.025	20.730
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15.	1.071	3.039
Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligungsunternehmen		0	35
Steuerrückstellungen	16.	1.981	662
Sonstige Rückstellungen	17.	19.688	18.221
Sonstige Verbindlichkeiten	18.	5.405	10.060
Kurzfristige Verpflichtungen		41.170	52.747
Summe Passiva		2.112.145	2.006.849

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS) für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

in T€	Anhang	2009	2008
Umsatzerlöse	20.	127.563	115.343
Grundstücksbetriebskosten	21.	-5.843	-5.843
Grundstücksverwaltungskosten	22.	-7.181	-7.151
Nettobetriebsergebnis (NOI)		114.539	102.349
Sonstige betriebliche Erträge	23.	916	756
Sonstige betriebliche Aufwendungen (Gesellschaftskosten)	24.	-4.748	-5.000
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		110.707	98.105
Erträge aus Beteiligungen	25.	1.455	1.715
Zinserträge		674	2.370
Zinsaufwendungen		-49.680	-46.079
Erträge aus at-equity-bewerteten assoziierten Unternehmen	26.	-141	-1.255
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	27.	-8.164	-6.191
Finanzergebnis		-55.856	-49.440
Bewertungsergebnis	28.	-14.772	38.326
Ergebnis vor Steuern (EBT)		40.079	86.991
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	29.	-5.711	-18.118
Sonstige Steuern		-1	-1
Konzernergebnis		34.367	68.872
Ergebnis je Aktie (€), unverwässert	32.	0,93	1,96
Ergebnis je Aktie (€), verwässert	32.	0,93	1,96

Konzern-Gesamtergebnisrechnung (IFRS) zum 31. Dezember 2009

in T€	2009	2008
Konzernergebnis	34.367	68.872
Veränderungen aus der Währungsumrechnung	-350	-15.939
Veränderungen Cashflow Hedge	-4.602	-16.429
Veränderung IAS 39 Bewertung von Beteiligungen	-2.417	-920
Übrige Veränderungen	13	162
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	3.370	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	-3.986	-33.126
Gesamtergebnis	30.381	35.746
Anteil Konzernaktionäre	30.381	35.746

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

in T€	01.01.–31.12.2009	01.01.–31.12.2008
Ergebnis nach Steuern	34.367	68.872
Erträge aus der Anwendung von IFRS 3	-6.007	-892
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	8.949	17.915
Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen	23	10
Wertveränderungen von Investment Properties nach IAS 40	20.467	-66.316
Jahresergebnisse At-equity-Gesellschaften	245	0
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-471	17.506
Latente Steuern	5.664	18.009
Operativer Cashflow	63.237	55.104
Veränderungen der Forderungen	1.378	17.866
Veränderungen der sonstigen Finanzinvestitionen	140	1.940
Veränderungen langfristiger Steuerrückstellungen	-3.453	0
Veränderungen kurzfristiger Rückstellungen	2.754	-6.707
Veränderungen der Verbindlichkeiten	-1.926	11.632
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	62.130	79.835
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen / Investment Properties	-20.493	-87.331
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-15.362	0
Einzahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	0	-3.897
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-35.855	-91.228
Veränderungen verzinslicher Finanzverbindlichkeiten	-7.212	3.856
Auszahlungen an Konzernaktionäre	-36.094	-36.094
Einzahlungen von Konzernaktionären	66.505	0
Auszahlungen an Minderheitsgesellschafter	-7.660	-6.897
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	15.539	-39.135
Veränderungen des Finanzmittelbestandes	41.814	-50.528
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	41.671	108.993
Währungsbedingte Veränderungen	119	1.329
Übrige Veränderungen	-1.690	-18.123
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	81.914	41.671

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS) zum 31. Dezember 2009

in T€	Grundkapital	Kapital- rücklage	Andere Gewinn- rücklagen	Gesetzliche Gewinn- rücklage	Summe
01.01.2008	34.375	546.213	278.210	2.000	860.798
Veränderung IAS 39 Bewertung von Beteiligungen			-920		-920
Veränderung Cashflow Hedge			-16.429		-16.429
Veränderung aus der Währungsumrechnung			-15.939		-15.939
Übrige Veränderungen			162		162
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses			-33.126		-33.126
Konzernergebnis			68.872		68.872
Gesamtergebnis			35.746		35.746
Dividendenauszahlungen			-36.094		-36.094
31.12.2008	34.375	546.213	277.862	2.000	860.450
01.01.2009	34.375	546.213	277.862	2.000	860.450
Veränderung IAS 39 Bewertung von Beteiligungen			-2.417		-2.417
Veränderung Cashflow Hedge			-4.602		-4.602
Veränderung aus der Währungsumrechnung			-350		-350
Veränderung latente Steuer			3.370		3.370
Übrige Veränderungen			13		13
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses			-3.986		-3.986
Konzernergebnis			34.367		34.367
Gesamtergebnis			30.381		30.381
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	3.437	63.151			66.588
Dividendenauszahlungen			-36.094		-36.094
31.12.2009	37.812	609.364	272.149	2.000	921.325

KONZERNANHANG FÜR DAS JAHR 2009



Allgemeine Angaben

Die Muttergesellschaft des Konzerns ist die Deutsche EuroShop AG, Hamburg, Deutschland. Der Firmensitz der Gesellschaft befindet sich in der Oderfelder Strasse 23, 20149 Hamburg und ist im Handelsregister Hamburg (HRB 91799) eingetragen.

Der Konzernabschluss der Deutsche EuroShop AG wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) einschließlich der Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee zu den IFRS (IFRIC) und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. Es wurden alle IFRS und IFRIC beachtet, die zum 31. Dezember 2009 von der EU-Kommission übernommen wurden und verpflichtend anzuwenden sind.

Der Konzernabschluss umfasst neben der Konzernbilanz, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und der Konzern-Gesamtergebnisrechnung als weitere Bestandteile die Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, die Kapitalflussrechnung und den Konzernanhang.

Die Darstellung der Beträge erfolgt grundsätzlich in T€..

Seit Aufnahme der Geschäftstätigkeit konzentriert sich die Deutsche EuroShop AG auf den Erwerb, die Verwaltung, Nutzung und Verwertung von Beteiligungen aller Art, insbesondere von Beteiligungen an Einzelhandelsimmobilien.

Für die Erstellung des Konzernabschlusses müssen Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden. Diese haben Einfluss auf die angegebenen Beträge für Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten zum Bilanzstichtag sowie den Ausweis der Erträge und Aufwendungen des Berichtszeitraums. Die sich tatsächlich ergebenden Beträge können von diesen Schätzungen abweichen. Bei der Bewertung der Investment Properties stellen insbesondere die erwarteten Zahlungsströme und der Diskontierungsfaktor wesentliche Bewertungsparameter dar.

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 wurde am 20. April 2010 zur Vorlage an den Aufsichtsrat freigegeben. Die Billigung des Konzernabschlusses erfolgt voraussichtlich auf der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 28. April 2010. Bis zum Zeitpunkt der Feststellung besteht die Möglichkeit einer Änderung des Konzernabschlusses.

Eine detaillierte Aufstellung der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen ist Bestandteil des Anhangs. Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes gemäß § 285 HGB Nr. 11 und § 313 Abs. 2 Nr. 1 bis 4 und Abs. 3 HGB wird im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Die Jahresabschlüsse der einbezogenen Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses, den 31. Dezember 2009, erstellt.

Konsolidierungskreis und Konsolidierungsgrundsätze

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Tochterunternehmen

In den Konzernabschluss werden alle wesentlichen Tochtergesellschaften, an denen der Deutsche EuroShop AG direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte zustehen, sowie die Gesellschaften, die einer gemeinschaftlichen Leitung unterstehen, einbezogen.

Zum 31. Dezember 2009 umfasst der Konsolidierungskreis neben dem Mutterunternehmen sechzehn (i. Vj. zwölf) vollkonsolidierte in- und ausländische Tochterunternehmen sowie sieben (i. Vj. acht) quotenkonsolidierte Gemeinschaftsunternehmen im In- und Ausland.

Am 2. Januar 2009 hat die Deutsche EuroShop Verwaltungs GmbH ihre Beteiligung am City-Point Kassel von 40 % auf 90 % erhöht. Der Kaufpreis der Anteile betrug 16,4 Mio. €. Als Differenz zwischen dem Kaufpreis und dem beizulegenden Zeitwert der übernommenen Vermögens- und Schuldposten verbleibt ein negativer Unterschiedsbetrag (lucky buy) in Höhe von 5,7 Mio. €, der in das Bewertungsergebnis einbezogen wurde und sich wie folgt ermittelt:

in T€	Buchwerte	beizulegender Zeitwert
ERWORBENE VERMOGENSWERTE		
Immobilienvermögen	69.840	69.840
Liquide Mittel	1.004	1.004
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	139	139
Sonstige Vermögensgegenstände	120	120
	71.103	71.103
ERWORBENE SCHULDPOSTEN		
Rückstellung für latente Steuern		1.076
Rückstellung für Umstrukturierung		1.272
Übrige Rückstellungen	19	19
Darlehensverbindlichkeiten	41.599	41.599
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	16	16
Sonstige Verbindlichkeiten	141	141
Minderheitenanteile	4.888	4.888
	46.663	49.011
Erworbenes Nettovermögen		22.092
Kaufpreis der Anteile		- 16.365
Passiver Unterschiedsbetrag		5.727

Die Gesellschaft erzielte im Berichtsjahr einen Umsatz in Höhe von 7,3 Mio. € und ein Ergebnis in Höhe von 2,0 Mio. €.

Am 11. Dezember 2009 hat die Deutsche EuroShop AG 100 % der Anteile an der PANTA Sechzehnte Grundstücksgesellschaft m.b.H., Hamburg, zu einem Kaufpreis von 26 T€ erworben, der in bar entrichtet wurde. Die Gesellschaft weist am Erwerbsstichtag Vermögenswerte in Höhe von 25 T€ und ein Eigenkapital in Höhe von 25 T€ aus. Die Gesellschaft erzielte im Berichtsjahr keinen Umsatz und ein Ergebnis in Höhe von 1 T€.

Des Weiteren hat sich die PANTA Sechzehnte Grundstücksgesellschaft m.b.H. am 11. Dezember 2009 zu 100 % an der Kommanditgesellschaft Neunundneunzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg, zu einem Kaufpreis von 0€ beteiligt, deren Vermögen und Eigenkapital sich am Stichtag auf jeweils 25 T€ belaufen. Die Gesellschaft erzielte im Berichtsjahr keinen Umsatz und ein Ergebnis in Höhe von -1 T€.

Im Berichtsjahr wurde erstmals zum 1. Januar 2009 die Beteiligung an der CASPIA Investments Sp. z o.o, Warschau, an der die Deutsche EuroShop mittelbar zu 74 % beteiligt ist, voll konsolidiert. Bisher wurde die Gesellschaft nicht in den Konzernabschluss einbezogen. Zum Erstkonsolidierungstichtag wurden die einzubeziehenden Werte vereinfacht ermittelt. Es wurden Vermögenswerte in Höhe von 3,5 Mio. € und Eigenkapital in Höhe von 3,5 Mio. € in die Konzernbilanz übernommen. Zwischen dem Beteiligungsbuchwert und dem Buchwert der einbezogenen Vermögens- und Schuldposten entstand ein negativer Unterschiedsbetrag in Höhe von 281 T€, der in der Gewinn- und Verlustrechnung in das Bewertungsergebnis einbezogen wurde. Die Gesellschaft erzielte im Berichtsjahr einen Umsatz in Höhe von 345 T€ und ein Ergebnis in Höhe von -89 T€. Es wurden liquide Mittel in Höhe von 692 T€ übernommen.

Gemäß den Vorschriften des IAS 39 werden Beteiligungen, auf die die Deutsche EuroShop AG weder einen maßgeblichen noch einen beherrschenden Einfluss hat, zum beizulegenden Zeitwert (Fair Value) bewertet. Hierzu zählt die Beteiligung an der Ilwro Joint Venture Sp. z o.o, Warschau.

Assoziierte Unternehmen

Soweit die Deutsche EuroShop entsprechend IAS 28 auf Unternehmen einen maßgeblichen, aber keinen beherrschenden Einfluss ausüben kann und in der Regel 20 bis 50 % der Anteile hält, werden diese Anteile at-equity bewertet. Es handelt sich am Bilanzstichtag um sechs Unternehmen.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt durch die Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem anteiligen, neu bewerteten Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt des Erwerbs bzw. ihrer erstmaligen Einbeziehung. Ein sich eventuell ergebender aktiver Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- oder Firmenwert unter den Immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Negative Unterschiedsbeträge werden nach einer erneuten Prüfung (Reassessment) ergebniswirksam vereinnahmt.

Gemeinschaftsunternehmen werden gemäß IAS 31 auf quotaler Basis in den Konzernabschluss einbezogen. Alternativ ist auch die Equity-Methode zulässig. Die Vermögensgegenstände und Schulden sowie Erträge und Aufwendungen der gemeinschaftlich geführten Unternehmen gehen entsprechend der Anteilsquote an diesen Unternehmen in den Konzernabschluss ein. Die quotale Kapitalkonsolidierung und die Behandlung von Firmenwerten erfolgt analog der Vorgehensweise bei der Einbeziehung von Tochterunternehmen.

Bei assoziierten Unternehmen, die im Konzernabschluss at-equity bewertet werden, werden die Anschaffungskosten der Beteiligung um die dem Kapitalanteil der Deutsche EuroShop entsprechenden Eigenkapitalveränderungen erfolgswirksam erhöht oder vermindert.

Konzerninterne Geschäftsvorfälle werden im Rahmen der Schulden- und Aufwands- und Ertragskonsolidierung eliminiert.

Währungsumrechnung

Konzernwährung ist der Euro (€).

Die außerhalb des Gebiets der Europäischen Währungsunion gelegenen, in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften, werden als rechtlich selbstständige, aber wirtschaftlich unselbständige, integrierte Unternehmen angesehen. Daher weicht die Berichtswährung (polnischer Zloty und ungarischer Forint) von der funktionalen Währung (EUR) ab. Gemäß IAS 21 erfolgt die Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Jahresabschlüsse nach dem Konzept der funktionalen Währung, sodass die Bilanz so umzurechnen ist, als wären die Geschäftsvorfälle beim Konzern selbst angefallen, da die lokale Währung der integrierten Unternehmen schon für diese selbst als Fremdwährung gilt.

Daher werden die monetären Werte zum Stichtagskurs und die nichtmonetären Posten zum Kurs des Erstverbuchungszeitpunktes umgerechnet. Nichtmonetäre Posten, die zum beizulegenden Zeitwert anzusetzen sind, sind zum Stichtagskurs umzurechnen. Die Posten der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, die erfolgswirksam erfasst werden, werden zu Jahresdurchschnittskursen bzw. bei stärkeren Schwankungen mit dem Kurs am Transaktionstag umgerechnet. Eine Umrechnungsdifferenz, die entstehen kann, wenn die Umrechnungskurse der Bilanz und der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung differieren, wird erfolgswirksam berücksichtigt. Im Berichtsjahr wurde die Methode der Währungsumrechnung umgestellt, da der polnische Zloty und der ungarische Forint wider Erwarten doch nicht den größten Einfluss auf die Verkaufspreise (Mieten) haben.

Für die Umrechnung des ungarischen Einzelabschlusses von Forint in Euro wurde ein Stichtagskurs von 270,84 HUF (i. Vj. 264,78 HUF) und ein Durchschnittskurs von 280,33 HUF (i. Vj. 251,51 HUF) angewandt. Bei der Umrechnung des Einzelabschlusses der polnischen Objektgesellschaft wurde ein Stichtagskurs von 4,1082 PLN (i. Vj. 4,1724 PLN) und ein Durchschnittskurs von 4,3276 PLN (i. Vj. 3,5121 PLN) zugrunde gelegt.

Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die folgenden Standards und Interpretationen bzw. Änderungen an diesen, die im Geschäftsjahr 2009 erstmals anzuwenden waren, hatten keine bzw. keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:

- » IFRS 8 – Geschäftssegmente (seit 1.1.2009)
- » IAS 1 rev. 2007 – Darstellung des Abschlusses (seit 1.1.2009)
- » IAS 23 rev. 2007 – Fremdkapitalkosten (seit 1.1.2009)
- » IFRS 1 und IAS 27 – Anschaffungskosten von Anteilen an Tochterunternehmen, gemeinschaftlich geführten Unternehmen oder assoziierten Unternehmen (Änderungen zu IFRS 1 und IAS 27) (seit 1.1.2009)
- » IFRS 2 – Ausübungsbedingungen und Annulierungen (Änderung des IFRS 2) (seit 1.1.2009)
- » IFRS 7 – Angaben (Änderung zu IFRS 7) (seit 1.1.2009)
- » IAS 32 und IAS 1 – Kündbare Finanzinstrumente und bei Liquidation entstehende Verpflichtungen Änderungen an IAS 32) (seit 1.1.2009)
- » IAS 39 und IFRS 7 – Umgliederung finanzieller Vermögenswerte (Änderungen an IAS 39) (seit 1.7.2008)
- » Annual Improvements 2008 – Verbesserungen diverser Standards (seit 1.1.2009)
- » IFRIC 13 – Kundenbindungsprogramme (seit 1.7.2008)
- » IFRIC 15 – Verträge über die Errichtung von Immobilien (seit 1.1.2009)
- » IFRIC 16 – Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb (seit 1.10.2008)

Mit dem in 2007 überarbeiteten IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ wurde eine geänderte Terminologie einschließlich veränderter Bezeichnungen für die Bestandteile des Konzernabschlusses sowie Änderungen hinsichtlich der Art der Darstellung und seines Inhalts eingeführt. Aufgrund der Änderungen des IAS 1, die für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, anzuwenden sind, wurde die Darstellung des Konzernabschlusses angepasst.

Der IASB hat am 5. März 2009 Änderungen zu IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ veröffentlicht. Die Änderungen tragen den Titel „Improving Disclosures about Financial Instruments – Amendments to IFRS 7“. Die Änderungen des IFRS 7 betreffen Angaben zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts sowie zu Angaben des Liquiditätsrisikos. Die Angaben zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts werden dahingehend spezifiziert, dass eine tabellarische Aufgliederung für jede Klasse von Finanzinstrumenten anhand einer dreistufigen „Fair Value-Hierarchie“ eingeführt und der Umfang der Angabepflichten darüber hinaus erweitert wird. Hierbei wird zwischen drei Bewertungskategorien unterschieden:

Level 1: Auf der ersten Ebene der „Fair Value-Hierarchie“ werden die beizulegenden Zeitwerte anhand von öffentlich notierten Marktpreisen bestimmt, da auf einem aktiven Markt der bestmögliche objektive Hinweis für den beizulegenden Zeitwert eines finanziellen Vermögenswerts oder der finanziellen Verbindlichkeiten beobachtbar ist.

Level 2: Wenn kein aktiver Markt für ein Instrument besteht, bestimmt ein Unternehmen den beizulegenden Zeitwert mithilfe von Bewertungsmodellen. Zu den Bewertungsmodellen gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem aktuellen beizulegenden Zeitwert eines anderen, im Wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Verwendung der Discounted Cash-Flow Methode oder von Optionspreismodellen. Der beizulegende Zeitwert wird auf Grundlage der Ergebnisse einer Bewertungsmethode geschätzt, die im größtmöglichen Umfang Daten aus dem Markt verwendet und so wenig wie möglich auf unternehmensspezifischen Daten basiert.

Level 3: Den auf diese Ebene verwendeten Bewertungsmodellen liegen auch nicht am Markt beobachtbare Parameter zugrunde.

In 2009 hat das IASB Standards sowie Interpretationen und Änderungen zu bestehenden Standards herausgegeben, die im Konzernabschluss für diesen Zeitraum noch nicht verpflichtend anzuwenden waren.

- » IFRS 1 rev. 2008 – Erstmalige Anwendung der IFRS (seit 1.7.2009)
- » IFRS 3 rev. 2008 – Unternehmenszusammenschlüsse (seit 1.7.2009)
- » IFRS 5 – Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche – Annual Improvements (seit 1.7.2009)
- » IAS 27 rev. 2008 – Konzern- und Einzelabschlüsse (seit 1.7.2009)
- » IAS 39 – Geeignete Grundgeschäfte – Änderung des IAS 39 (seit 1.7.2009)
- » IFRIC 17 – Sachdividenden an Eigentümer (seit 1.7.2009)
- » IFRIC 18 – Übertragung von Vermögenswerten durch einen Kunden (für Transfers nach dem 1.7.2009)
- » IFRS 2 – Anteilsbasierte Vergütung (seit 1.1.2010)
- » IAS 32 – Finanzinstrumente: Darstellung (seit 1.2.2010)
- » IAS 24 – Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen (ab 1.1.2011)
- » IFRS 9 – Finanzinstrumente: Angaben (ab 1.1.2013)
- » IFRIC 9 und IAS 39 – Eingebettete Derivate (seit 1.7.2009)
- » IFRIC 14 – IAS 19: Die Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswertes, Mindestdotierungsverpflichtungen und ihre Wechselwirkung (ab 1.1.2011)
- » IFRIC 19 – Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente (ab 1.7.2010)
- » Annual Improvements 2009 – Änderungen an 12 Standards und Interpretationen (ab 1.1.2010)

Die Umsetzung der in 2009 noch nicht anzuwendenden Verlautbarungen erfolgt im Jahr der erstmalig verpflichtenden Anwendung. Die Änderungen des IFRS 3 und des IAS 27 werden erstmalig auf Unternehmenszusammenschlüsse und Transaktionen mit Tochterunternehmen, die im Geschäftsjahr 2010 stattfinden, angewendet. Aus der erstmaligen Anwendung der aufgeführten Änderungen wird nach jetziger Einschätzung keine wesentliche Auswirkung auf den Konzernabschluss erwartet.

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISATION

Umsatzerlöse bzw. Sonstige betriebliche Erträge werden mit Erbringung der Leistung bzw. mit Übergang der Gefahren auf den Kunden realisiert. Betriebliche Aufwendungen werden mit der Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt der Verursachung ergebniswirksam. Zinserträge und -aufwendungen werden periodengerecht erfasst.

IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Unter den Immateriellen Vermögensgegenständen wird ausschließlich erworbene Software der Deutsche EuroShop AG ausgewiesen. Die Zugangsbewertung erfolgt zu Anschaffungskosten. Diese werden auf die wirtschaftliche Nutzungsdauer von fünf Jahren verteilt und entsprechend linear mit 20 % abgeschrieben. Die Abschreibungsmethode und die Abschreibungsdauer werden jährlich zum Ende des Geschäftsjahres überprüft.

SACHANLAGEN

Das Sachanlagevermögen ist mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen und, soweit zutreffend, außerplanmäßige Abschreibungen (Wertminderungen) bilanziert.

Die Betriebs- und Geschäftsausstattung beinhaltet die Büroausstattung, Einrichtungsgegenstände und technisches Equipment der Deutsche EuroShop AG, die zwischen drei und dreizehn Jahren linear abgeschrieben werden. Die Abschreibungsmethode und die Abschreibungsdauer werden jährlich zum Ende des Geschäftsjahres überprüft.

INVESTMENT PROPERTIES

Die als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien sind nach IAS 40 im Zeitpunkt des Zugangs zunächst mit den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten zu bilanzieren. Seit 1. Januar 2009 fallen auch im Bau befindliche Immobilien, die nach ihrer Fertigstellung als Finanzinvestition genutzt werden sollen, in den Anwendungsbereich des IAS 40. Derartige Immobilien können entweder zu fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten (Anschaffungskostenmodell) oder mit dem Fair Value (Modell des beizulegenden Zeitwertes) bilanziert werden.

Die Folgebewertung erfolgt für alle Immobilien mit dem Marktwert (Fair Value), wobei die jährlichen Änderungen erfolgswirksam (per saldo) im Bewertungsergebnis ausgewiesen sind. Hierbei handelt es sich um Immobilien, die langfristig zur Erzielung von Mieteinnahmen oder zu Wertsteigerungszwecken gehalten werden. Die Immobilien sind nach IAS 40 bei Ansatz zu Marktwerten nicht mehr planmäßig abzuschreiben.

Die periodischen Marktwerte der Immobilien wurden wie in den Vorjahren durch das Gutachterteam Feri EuroRating Services AG und GfK GeoMarketing GmbH nach der Discounted-Cashflow-Methode (DCF) ermittelt. Nach der DCF-Methode werden künftige Zahlungsmittelüberschüsse aus dem jeweiligen Objekt auf den Bewertungsstichtag abgezinst. Hierzu werden in einer Detailplanungsperiode von zehn Jahren die Einzahlungsüberschüsse aus dem jeweiligen Objekt ermittelt. Für das Ende der zehnjährigen Detailplanungsphase wird ein Wiederverkaufswert prognostiziert. Hierzu werden die Einzahlungsüberschüsse über die Restlebensdauer kapitalisiert. Der Wiederverkaufswert wird in einem zweiten Schritt auf den Bewertungsstichtag abgezinst.

Im Durchschnitt aller Objekte liegen die Einzahlungsüberschüsse bei 88,6 % (2008: 86,9 %) der Mieterträge, d.h. für Bewirtschaftungs- und Verwaltungskosten wurden 11,4 % (2008: 13,1 %) der Mieterträge in Abzug gebracht. Die angesetzten Bewirtschaftungs- und Verwaltungskosten wurden von den Gutachtern an die tatsächlich in der Vergangenheit angefallenen Kosten angenähert. Im Geschäftsjahr 2009 lagen diese bei 10,2 % der Mieterträge.

Der Kapitalisierungszinssatz setzt sich aus einem prognostizierten Zinssatz für eine 10-jährige Bundesanleihe sowie einem Zuschlag zusammen, der dem individuellen Risikoprofil des Objektes Rechnung trägt. Für die Bestimmung des Risikoprofils werden rund 150 Einzelindikatoren herangezogen. Diese umfassen zum Beispiel die Prognose der langfristigen Bevölkerungsentwicklung und der Beschäftigungsquote, ebenso wie die daraus resultierenden Einflüsse auf die Einzelhandelsnachfrage, die Entwicklung des wettbewerblichen Umfeldes sowie der Bautätigkeit.

Der Kapitalisierungszinssatz betrug durchschnittlich 6,80 % gegenüber 6,68 % im Vorjahr. Dieser setzt sich zusammen aus einer Rendite 10-jähriger Bundesanleihen von 4,48 % (2008: 4,58 %) gegenüber aktuell 3,37 % (Stand: 31. Dezember 2009) und einem durchschnittlichen Risikozuschlag von 2,32 % (2008: 2,10 %).

Auf Basis der Gutachten ergibt sich für das Geschäftsjahr 2010 eine Nettoanfangsrendite des Immobilienportfolios von 5,82 % gegenüber 5,64 % im Vorjahr.

Fremdkapital- und Erstvermietungskosten, die direkt dem Erwerb, dem Bau oder der Herstellung von qualifizierten Vermögenswerten zuzurechnen sind, werden bis zu dem Zeitpunkt, zu dem die Vermögenswerte im Wesentlichen für ihre vorgesehene Nutzung bereit sind, zu den Kosten dieser Vermögenswerte hinzugerechnet. Erwirtschaftete Erträge aus der zeitweiligen Anlage speziell aufgenommenen Fremdkapitals bis zu dessen Ausgabe für qualifizierte Vermögenswerte werden von den aktivierbaren Kosten dieser Vermögenswerte abgezogen.

Alle sonstigen Fremdkapitalkosten werden in der Periode, in der sie anfallen, erfolgswirksam erfasst.

Maßnahmen zur Erhaltung von Sachanlagen werden in dem Geschäftsjahr als Aufwand erfasst, in dem sie entstanden sind.

LEASINGVEREINBARUNGEN

Die Mietverhältnisse im Deutsche EuroShop-Konzern werden gemäß IAS 17 als Operatingleasingverhältnisse klassifiziert. Die Operatingleasingvereinbarungen beziehen sich auf im Eigentum des Konzerns stehende, als Finanzinvestition gehaltene Immobilien mit langfristigen Mietzeiträumen. Mieteinnahmen aus Operatingleasingverhältnissen werden linear über die Laufzeit des entsprechenden Leasingvertrages erfolgswirksam erfasst. Für den Leasingnehmer besteht keine Möglichkeit, die Immobilien am Ende der Laufzeit zu erwerben.

Finanzinstrumente

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Schulden werden in der Konzernbilanz angesetzt, wenn der Konzern Vertragspartei hinsichtlich der vertraglichen Regelungen des Finanzinstruments wird.

1. DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Zur Absicherung von Zinsänderungsrisiken werden derivative Finanzinstrumente eingesetzt, die die Kriterien des Hedge-Accounting in Bezug auf die Bilanzierung nach IAS 39 erfüllen. Es handelt sich hierbei um Festsatzswaps zur Begrenzung des Zinsänderungsrisikos variabel verzinslicher Darlehen deren Laufzeit bis 2026 reicht. Diese Zinssicherungsgeschäfte werden mit dem beizulegenden Zeitwert angesetzt und in den Sonstigen Vermögenswerten bzw. Sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Veränderungen werden, solange die Konditionen des Grund- und des Sicherungsgeschäftes identisch sind, erfolgsneutral erfasst. Ein Effektivitätstest für die Sicherungsmaßnahmen wird regelmäßig durchgeführt. Der ermittelte Barwert resultiert aus diskontierten Cashflows, die auf Basis aktueller Marktzinsen ermittelt wurden. Die Zinssicherungsgeschäfte und Darlehensverträge haben gleichlautende Endfälligkeiten.

2. FINANZANLAGEN

Die Finanzanlagen sind der Bewertungskategorie „Available-for-Sale“ zugeordnet und umfassen die Beteiligung an einer polnischen Kapitalgesellschaft, die von der Deutsche EuroShop gemeinschaftlich mit Partnerunternehmen als Joint Venture geführt wird. Da die Deutsche EuroShop mit Blick auf die gesellschaftsvertraglichen Regelungen weder einen maßgeblichen noch einen beherrschenden Einfluss an dieser Gesellschaft hat, wird die Beteiligung gemäß den Vorschriften des IAS 39 mit ihrem beizulegenden Zeitwert (Fair Value) bewertet. Das Bewertungsergebnis wird erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Für die Finanzinstrumente, für die es keine Kurse gibt, wird eine Schätzung des beizulegenden Zeitwertes, basierend auf den gutachterlich festgestellten Verkehrswerten der Immobilien (Bewertung analog zu Investment Properties) abzüglich der Nettoverschuldung erstellt. Bei der Ermittlung der Zeitwerte wird von einer Unternehmensfortführung (going concern) ausgegangen.

3. ANTEILE AN AT-EQUITY-BEWERTETEN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Unternehmen mit einem geringen Geschäftsumfang, an denen die Deutsche EuroShop in der Regel mit 20 bis 50 % beteiligt ist, und einen maßgeblichen aber keinen beherrschenden Einfluss ausübt, werden als assoziierte Unternehmen at-equity bewertet. Dabei werden die Veränderungen des Eigenkapitals dieser Gesellschaften, die dem Kapitalanteil der Deutsche EuroShop entsprechen, ergebniswirksam bilanziert.

4. FORDERUNGEN UND SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Die Forderungen und sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten gemindert um Wertberichtigungen bilanziert. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden wertberichtigt, wenn mit ihrem Zahlungseingang nicht mehr sicher gerechnet werden kann. Dies wird im Einzelfall am Bilanzstichtag überprüft. Sie werden abgeschrieben, sofern die Forderung uneinbringlich wird.

5. SONSTIGE FINANZINVESTITIONEN

In diese Position werden Geldanlagen mit einer Laufzeit von mehr als drei Monaten mit ihrem beizulegenden Zeitwert einbezogen, deren Zinserträge im Finanzergebnis enthalten sind.

6. ABFINDUNGSANSPRÜCHE VON KOMMANDITISTEN

Die Abgrenzung von Eigen- und Fremdkapital nach den internationalen Rechnungslegungsstandards ist im Standard IAS 32 Financial Instruments „Disclosure and Presentation“ geregelt. Danach werden die Eigenkapitalanteile der Minderheitsgesellschafter an Personenhandels-gesellschaften aufgrund eines möglichen Rückzahlungsanspruchs der Gesellschafter in Fremdkapital umklassifiziert. Den Gesellschaftern einer Personenhandelsgesellschaft steht nach §§ 131 ff. HGB ein ordentliches gesetzliches Kündigungsrecht von sechs Monaten zum Geschäftsjahresende zu, das durch den Gesellschaftsvertrag zwar ausgestaltet, aber nicht ausgeschlossen werden kann. Anstelle des Eigenkapitals gelangt durch diese Regelung eine Verbindlichkeit in die Bilanz, die mit dem Zeitwert zu bilanzieren ist.

7. BANKVERBINDLICHKEITEN

Die Bankverbindlichkeiten sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten ausgewiesen. Davon abgesetzt sind Disagien, die nach IAS 39 über die Laufzeit der Darlehensvereinbarung zu verteilen sind und jährlich als Aufwand erfasst werden.

8. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind mit ihren Rückzahlungsbeträgen angesetzt.

9. SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Verbindlichkeiten sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

10. FLÜSSIGE MITTEL

Die flüssigen Mittel beinhalten Bargeld und Bankguthaben mit ihren jeweiligen Nennbeträgen.

LATENTE STEUERN

Nach IAS 12 werden für alle Differenzen zwischen Steuerbilanz und IFRS-Bilanz unter Verwendung des gegenwärtig gültigen Steuersatzes latente Steuern bilanziert. Gegenwärtig werden im Wesentlichen auf die Differenzen zwischen den IFRS-Buchwerten der Immobilien und ihren steuerlichen Buchwerten latente Steuern gebildet. Dabei werden für inländische Gesellschaften ein einheitlicher Steuersatz von 15 % Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,5 % und für ausländische Gesellschaften die lokal gültigen Steuersätze zugrunde gelegt. Gemäß IAS 12.74 werden die aktiven latenten Steuern auf die vorhandenen Verlustvorträge gegenwärtig mit den passiven latenten Steuern verrechnet.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die sonstigen Rückstellungen dürfen nach IFRS nur passiviert werden, wenn eine Außenverpflichtung besteht und mehr Gründe für eine Inanspruchnahme als dagegen sprechen. Langfristige Rückstellungen werden abgezinst.

Erläuterungen zur Konzernbilanz – Aktiva

I. IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

2008 in T€	Konzessionen, gewerbl. Schutzrechte u.ä. Rechte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten
Anschaffungskosten Stand 01.01.	25
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	28
Abgänge	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.	53
Abschreibungen Stand 01.01.	-17
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	-4
Zuschreibungen	0
Abgänge	0
Stand 31.12.	-21
Buchwert 01.01.	8
Buchwert 31.12.	32

2009 in T€	Konzessionen, gewerbl. Schutzrechte u.ä. Rechte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten
Anschaffungskosten Stand 01.01.	53
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	1
Abgänge	-6
Umbuchungen	0
Stand 31.12.	48
Abschreibungen Stand 01.01.	-21
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	-9
Zuschreibungen	0
Abgänge	6
Stand 31.12.	-24
Buchwert 01.01.	32
Buchwert 31.12.	24

In dieser Position werden im Wesentlichen Softwarelizenzen ausgewiesen.

2. SACHANLAGEN

2008 in T€	Grundstücke, geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Gesamt
Anschaffungskosten Stand 01.01.	144.567	83	144.650
Währungsdifferenzen	0	0	0
Zugänge	87.089	32	87.121
Abgänge	0	0	0
Umbuchungen	-210.269	0	-210.269
Stand 31.12.	21.387	115	21.502
Abschreibungen Stand 01.01.	-230	-67	-297
Währungsdifferenzen	0	0	0
Zugänge	0	-6	-6
Zuschreibungen	0	0	0
Abgänge	0	0	0
Stand 31.12.	-230	-73	-303
Buchwert 01.01.	144.337	16	144.353
Buchwert 31.12.	21.157	42	21.199
2009 in T€	Grundstücke, geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	Andere Anlagen, Be- triebs- und Geschäfts- ausstattung	Gesamt
Anschaffungskosten Stand 01.01.	21.387	115	21.502
Währungsdifferenzen	0	0	0
Zugänge	0	14	14
Zugänge zum Konsolidierungskreis	7	0	7
Abgänge	0	-45	-45
Umbuchungen	-21.157	0	-21.157
Stand 31.12.	237	84	321
Abschreibungen Stand 01.01.	-230	-73	-303
Währungsdifferenzen	0	0	0
Zugänge	0	-14	-14
Zuschreibungen	0	0	0
Abgänge	0	44	44
Stand 31.12.	-230	-43	-273
Buchwert 01.01.	21.157	42	21.199
Buchwert 31.12.	7	41	48

Die Umbuchungen in der Position Grundstücke, geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau betreffen die Erweiterungsmaßnahme in Dresden. Seit 1. Januar 2009 fallen auch die im Bau befindlichen Immobilien in den Anwendungsbereich des IAS 40. Aus diesem Grund wurde ein Betrag in Höhe von 21.157 T€ in die Investment Properties umgebucht.

3. INVESTMENT PROPERTIES

2008 in T€	Investment Properties
Anschaffungskosten Stand 01.01.	1.495.632
Währungsdifferenzen	-38.129
Zugänge	0
Investitionen des laufenden Jahres	172
Abgänge	0
Umbuchungen	210.269
Stand 31.12.	1.667.944
Zu- / Abschreibungen Stand 01.01.	162.568
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	0
Zuschreibungen	89.947
Abschreibungen	-23.631
Abgänge	939
Stand 31.12.	229.823
Buchwert 01.01.	1.658.200
Buchwert 31.12.	1.897.767

2009 in T€	Investment Properties
Anschaffungskosten Stand 01.01.	1.667.944
Währungsdifferenzen	132
Zugänge	16.459
Zugänge zum Konsolidierungskreis	71.228
Investitionen des laufenden Jahres	4.703
Abgänge	0
Umbuchungen	21.157
Stand 31.12.	1.781.623
Zu- / Abschreibungen Stand 01.01.	229.823
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	0
Zuschreibungen	14.167
Abschreibungen	-34.634
Abgänge	0
Stand 31.12.	209.356
Buchwert 01.01.	1.897.767
Buchwert 31.12.	1.990.979

Die Umbuchungen betreffen die Erweiterungsmaßnahme in Dresden, die seit 1. Januar 2009 gemäß IAS 40 zu bilanzieren ist. Bei den Investitionsmaßnahmen in Dresden und Sulzbach handelt es sich um Erweiterungen, die im funktionalen Zusammenhang mit den bestehenden Immobilien stehen. Im Zuge der Investitionsmaßnahme anfallenden Kosten sind aufwandswirksam zu verrechnen. Soweit die Maßnahme zu einer Erhöhung des beizulegenden Zeitwerts der Bestandsimmobilie führt, erfolgt eine ergebniswirksame Zuschreibung, die allerdings der Höhe nach auf die bereits angefallenen Kosten begrenzt ist.

In 2009 gab es zwei Zugänge zum Konsolidierungskreis. Mit Wirkung zum 2. Januar 2009 hat die Deutsche EuroShop Verwaltungs GmbH ihre Beteiligung am City-Point Kassel von 40 % auf 90 % erhöht mit der Folge, dass diese Gesellschaft nicht mehr quotal, sondern voll konsolidiert wird.

Daneben wurde erstmals die CASPIA Investments Sp. z o.o, Warschau, voll konsolidiert. Bei dieser Gesellschaft handelt es sich um eine Grundstücksgesellschaft, die Eigentümerin einer Büroimmobilie in Danzig ist. Die Deutsche EuroShop ist über eine mittelbare Beteiligung zu 74 % an dieser Gesellschaft beteiligt. Bisher wurde die Beteiligung in den Finanzanlagen ausgewiesen. Am Bilanzstichtag wurde die Immobilie einer Bewertung unterzogen und gemäß IAS 40 mit dem Verkehrswert bilanziert. Ein Bewertungsgutachten wurde aufgrund der nachrangigen Bedeutung der Immobilie für den Konzern nicht erstellt.

Die Objekte sind grundpfandrechtlich besichert. Es bestehen Grundschulden in Höhe von 934.195 T€.

Die Mieteinnahmen der nach IAS 40 bewerteten Objekte betragen 127.563 T€. Die direkt zurechenbaren betrieblichen Aufwendungen betragen 13.024 T€.

4. FINANZANLAGEN

2008 in T€	Finanzanlagen
Anschaffungskosten Stand 01.01.	18.961
Währungsdifferenzen	-518
Zugänge	0
Abgänge	0
Umbuchungen	83
Stand 31.12.	18.526
Zu- / Abschreibungen Stand 01.01.	13.890
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	0
Zuschreibungen	0
Abschreibungen	-920
Abgänge	0
Umbuchungen	-1.180
Stand 31.12.	11.790
Buchwert 01.01.	32.851
Buchwert 31.12.	30.316
<hr/>	
2009 in T€	Finanzanlagen
Anschaffungskosten Stand 01.01.	18.526
Währungsdifferenzen	-113
Zugänge	0
Abgänge	-3.031
Umbuchungen	0
Stand 31.12.	15.382
Zu- / Abschreibungen Stand 01.01.	11.790
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	0
Zuschreibungen	0
Abschreibungen	-2.416
Abgänge	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.	9.374
Buchwert 01.01.	30.316
Buchwert 31.12.	24.756

Der Abgang steht im Zusammenhang mit der erstmaligen Vollkonsolidierung der CASPIA Investments Sp. z o.o, Warschau, zum 1. Januar 2009.

Die Beteiligung an der Ilwro Joint Venture Sp. z o.o, Warschau, wurde im Berichtsjahr um 2.416 T€ abgeschrieben, so dass der Beteiligungsbuchwert am 31. Dezember 2009 24.756 T€ betrug.

5. ANTEILE AN AT-EQUITY-BEWERTETEN, ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

2008 in T€	Anteile an at-equity-bewerteten, assoziierten Unternehmen
Anschaffungskosten Stand 01.01.	0
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	3.900
Abgänge	-2
Umbuchungen	1.541
Stand 31.12.	5.439
Zu-/ Abschreibungen Stand 01.01.	0
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	0
Zuschreibungen	0
Abschreibungen	-1.255
Abgänge	0
Umbuchungen	-444
Stand 31.12.	-1.699
Buchwert 01.01.	0
Buchwert 31.12.	3.740

2009 in T€	Anteile an At-equity-bewerteten, assoziierten Unternehmen
Anschaffungskosten Stand 01.01.	5.439
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	91
Abgänge	-2
Umbuchungen	0
Stand 31.12.	5.528
Zu- / Abschreibungen Stand 01.01.	-1.699
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	0
Zuschreibungen	68
Abschreibungen	-364
Abgänge	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.	-1.996
Buchwert 01.01.	3.740
Buchwert 31.12.	3.532

Bei den Zugängen handelt es sich um die anteiligen Jahresergebnisse der Kommanditgesellschaft Panta Fünfundsiebzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., der Kommanditgesellschaft Panta Achtundvierzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co. und der Kommanditgesellschaft Panta Dreiunddreißigste m.b.H. & Co. Diese Beteiligungen wurden zum Bilanzstichtag um 364 T€ abgeschrieben.

6. SONSTIGE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Sonstige langfristige Vermögenswerte	865	930

Die Position enthält im Wesentlichen den Barwert einer langfristigen Forderung in Höhe von 746 T€ unserer polnischen Objektgesellschaft. Der Gesellschaft fließen bis zum Jahr 2016 jährliche Cashflows in Höhe von 207 T€ zu.

7. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.521	3.440
Wertberichtigungen auf zweifelhafte Forderungen	-964	-723
	2.557	2.717

Die Forderungen resultieren hauptsächlich aus Mietabrechnungen sowie aus weiterberechneten Leistungen für Investitionen, die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses überwiegend beglichen waren. Als Sicherheit dienen Bürgschaften, Barkautionen sowie Patronatserklärungen.

8. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Forderungen aus Umsatzsteuer	689	3.204
Anrechenbare Kapitalertragsteuer/Solidaritätszuschlag	159	321
Zinsswap	207	207
Übrige Vermögensgegenstände	4.812	3.005
	5.867	6.737

Die Übrigen Vermögensgegenstände beinhalten überwiegend sonstige Forderungen gegen Mieter sowie vorausgezahlte Standortsicherungskosten.

FORDERUNGSSPIEGEL

in T€	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.557	2.557	0
	(2.717)	(2.717)	(0)
Sonstige Vermögenswerte	6.732	5.867	865
	(7.667)	(6.737)	(930)
	9.289	8.424	865
Vorjahreswerte in Klammern	(10.384)	(9.454)	(930)

FÄLLIGKEIT VON FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND SONSTIGEN VERMÖGENSWERTEN

in T€	Buchwert	nicht überfällig
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.557	2.557
	(2.717)	(2.717)
Sonstige Vermögenswerte	6.732	6.732
	(7.667)	(7.667)
	9.289	9.289
Vorjahreswerte in Klammern	(10.384)	(10.384)

9. SONSTIGE FINANZINVESTITIONEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Festgelder mit einer Laufzeit von mehr als 3 Monaten	1.600	1.600
Sonstige Wertpapiere	0	140
	1.600	1.740

10. LIQUIDE MITTEL

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Festgelder kurzfristig	62.448	6.229
Konten in laufender Rechnung	19.452	35.427
Kassenbestände	14	15
	81.914	41.671

Erläuterungen zur Konzernbilanz – Passiva

II. EIGENKAPITAL UND RÜCKLAGEN

Die Veränderungen des Eigenkapitals sind aus dem Eigenkapitalpiegel ersichtlich.

Das Grundkapital beträgt 37.812.496 € und ist in 37.812.496 nennwertlose Namensaktien eingeteilt (Stand 31. Dezember 2009).

Davon sind dem Grundkapital am 7. Juli 2009 im Rahmen einer Kapitalerhöhung 3.437.498 nennwertlose Namensaktien mit einem Nennbetrag von 3.437 T€ zugeführt worden. Die Eintragung in das Handelsregister erfolgte am 8. Juli 2009. Die Aktien sind für das Geschäftsjahr 2009 vollständig dividendenberechtigt.

Der rechnerische Anteil einer Aktie am Grundkapital beträgt 1,00 €.

Gemäß § 5 der Satzung kann der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 20. Juni 2012 durch Ausgabe von bis zu 13.750.001 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien gegen Sach- oder Geldeinlagen einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 13.750.001 € erhöhen.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 21. Juni 2011 Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 150.000.000 € mit einer Laufzeit von bis zu sieben Jahren zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungsrechte auf bis zu 7.500.000 neue nennwertlose, auf den Namen lautende Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von bis zu 7.500.000 € nach näherer Maßgabe der vom Vorstand durch Zustimmung des Aufsichtsrats zu erlassenden Wandelanleihebedingungen zu gewähren.

Die Deutsche EuroShop AG als Konzernmuttergesellschaft weist einen Bilanzgewinn von 46.320 T€ aus. Der Vorstand und der Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 17. Juni 2010 vorschlagen, diesen Betrag zur Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,05 € je Aktie zu verwenden. Der Bilanzgewinn des Vorjahres wurde in voller Höhe an die Aktionäre ausgeschüttet.

Die geleistete Dividende betrug 1,05 € je Aktie.

Die Kapitalrücklage beinhaltet Beträge gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 und 4 HGB.

Die Position Gewinnrücklagen enthält im Wesentlichen die zum Zeitpunkt der IFRS-Umstellung gebildeten Neubewertungsrücklagen und Währungsposten.

12. BANKVERBINDLICHKEITEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Langfristige Bankverbindlichkeiten	921.170	879.078
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	13.025	20.730
	934.195	899.808

Die Bankverbindlichkeiten werden mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten am Bilanzstichtag angesetzt. Die Barwerte der Darlehen werden jeweils zum Bilanzstichtag neu ermittelt. Dabei werden die bis zu diesem Zeitpunkt fälligen Annuitäten sowie Restvaluten gemäß Tilgungsplan mit den Marktzinssätzen am Bilanzstichtag zuzüglich einer Marge abgezinst. Der Fair Value der Bankverbindlichkeiten am Bilanzstichtag beläuft sich auf 968.000 T€. (i. Vj. 940.764 T€).

Bei den Bankverbindlichkeiten handelt es sich um Darlehen, die zur Finanzierung von Grundstückskäufen und Investitionsmaßnahmen aufgenommen wurden. Als Sicherheit dienen Grundschulden auf die Objekte der Gesellschaften in Höhe von 934.195 T€ (i. Vj. 899.808 T€).

Disagien werden über die Laufzeit der Darlehen ergebniswirksam gebucht. Im Berichtsjahr wurden 5.555 T€ (i. Vj. 6.077 T€) aufwandswirksam erfasst.

Gegenwärtig enthalten neun von insgesamt 33 Darlehensverträgen Regelungen zu Covenants.

Es handelt sich in allen Fällen um Debt Service Cover Ratios (DSCR) mit vorgeschriebenen Mindestwerten zwischen 110 % und 165 %. Bei einem Darlehen gibt es zusätzlich die Auflage eines Loan-to-Value-Ratios von maximal 60 %. Diese Auflage wird alle drei Jahre überprüft. Die letzte Prüfung erfolgte im März 2010 auf der Grundlage eines Wertgutachtens. Die Kreditaufgaben wurden bisher nicht verletzt und werden nach den aktuellen Planungen 2010 bis 2013 auch nicht verletzt werden.

13. PASSIVE LATENTE STEUERN

in T€	Stand 01.01.2009	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2009
Passive latente Steuern	82.313	0	199	3.486	85.600

Die passiven latenten Steuerrückstellungen entfallen im Wesentlichen auf die Immobilien, die nach IAS 40 mit dem Marktwert angesetzt werden. Sie betragen am Bilanzstichtag 104.301 T€ (i. Vj. 98.937 T€) und wurden mit den aktiven latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 15.248 T€ (i. Vj. 16.624 T€) verrechnet. Des Weiteren werden aktive latente Steuern auf ergebnisneutral ausgewiesene Cashflow Hedges in Höhe von 2.787 T€ und Währungsposten in Höhe von 583 T€ gebildet. Wir verweisen hierzu auch auf die Konzern-Gesamtergebnisrechnung.

Auf die inländischen Gesellschaften entfällt ein Zuführungsbetrag in Höhe von 4.240 T€, für die ausländischen Gesellschaften beträgt der Zuführungsanteil 2.699 T€. Im Berichtsjahr wurden aktive latente Steuern auf im Eigenkapital ausgewiesene Cashflow Hedges, Währungsposten und Kosten der Kapitalerhöhung in Höhe von 3.453 T€ gebildet, die mit den Zuführungen verrechnet wurden.

Durch die Absenkung des ungarischen Körperschaftsteuersatzes ab 2010 von 20 % auf 19 % wurden latente Steuern in Höhe von 199 T€ ergebniswirksam aufgelöst.

14. ABFINDUNGSANSPRUCH VON KOMMANDITISTEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Abfindungsanspruch von Kommanditisten	123.035	117.320

15. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Bauleistungen	145	2.281
Übrige	926	758
	1.071	3.039

16. STEUERRÜCKSTELLUNGEN

in T€	Stand 01.01.2009	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2009
Sonstige Ertragsteuern	218	173	0	1.484	1.529
Grundsteuer	444	24	44	76	452
	662	197	44	1.560	1.981

Es wurden Gewerbesteuerückstellungen für die Deutsche EuroShop Management GmbH gebildet. Des Weiteren wurden Gewerbesteuerückstellungen im Zusammenhang mit dem Erwerb weiterer Anteile an der City-Point Kassel KG in Höhe von 1.462 T€ gebildet, die vom Veräußerer zu tragen ist. Daher weist der Konzernabschluss eine Forderung gegenüber dem Veräußerer in gleicher Höhe aus.

Die Grundsteuerückstellungen betreffen ausschließlich die inländischen Gesellschaften.

17. SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in T€	Stand 01.01.2009	Zugang zum Konsolidierungs- kreis	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2009
Bereits erbrachte, noch nicht abgerechnete Instandhaltungs- und Bauleistungen	1.084	1	784	194	1.186	1.293
Honorare	14.488	0	0	0	2.009	16.497
Übrige	2.649	24	2.194	350	1.769	1.898
	18.221	25	2.978	544	4.964	19.688

Die Honorare beinhalten ein performanceabhängiges Entwicklungshonorar für die Stadt-Galerie Passau. Sämtliche Rückstellungen haben eine Laufzeit bis ein Jahr.

18. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Mietkautionen	873	1.469
Umsatzsteuer	1.850	1.727
Verbindlichkeiten aus Dienstleistungsverträgen	639	4.122
Kreditorische Debitoren	110	252
Übrige	1.933	2.490
	5.405	10.060

Die Übrigen beinhalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus Heiz- und Nebenkostenabrechnungen und Mietvorauszahlungen für das Folgejahr.

19. SONSTIGE LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Zinsswaps	19.501	14.546
Übrige	344	395
	19.845	14.941

Zur Absicherung gegen steigende Kapitalmarktzinsen wurden im Zusammenhang mit Darlehensaufnahmen Zinssicherungsgeschäfte abgeschlossen, deren Barwerte am Bilanzstichtag 19.501 T€ betragen.

VERBINDLICHKEITENSPIEGEL

in T€	Gesamt	kurzfristig	langfristig
Bankverbindlichkeiten	934.195	13.025	921.170
	(899.808)	(20.730)	(879.078)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.071	1.071	0
	(3.039)	(3.039)	(0)
Sonstige Verbindlichkeiten	25.250	5.405	19.845
	(25.001)	(10.060)	(14.941)
davon aus Steuern	1.868	1.868	0
	(1.494)	(1.494)	(0)
	960.516	19.501	941.015
Vorjahreswerte in Klammern	(927.848)	(33.829)	(894.019)

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

20. UMSATZERLÖSE

in T€	2009	2008
Mindestmieteinnahmen	124.606	112.118
Umsatzmieteinnahmen	2.232	2.301
Übrige Erlöse	725	924
	127.563	115.343
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare Mieteinnahmen	127.563	115.343

Bei den übrigen Erlösen handelt es sich im Wesentlichen um Nutzungsentschädigungen sowie Abfindungen ausgeschiedener Mieter.

Die hier als Operatingleasingverhältnisse ausgewiesenen Beträge beziehen sich auf Mieteinnahmen aus den als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien mit langfristigen Mietzeiträumen. Bei derartigen Leasingverhältnissen sind die künftigen Mindestleasingzahlungen aus unkündbaren Mietverträgen bis zum Ende der Laufzeit anzugeben.

Aus den Mindestleasingzahlungen ergeben sich folgende Fälligkeiten: in T€	2009	2008
Fälligkeit innerhalb eines Jahres	125.562	119.459
Fälligkeit von 1 bis 5 Jahren	401.426	401.125
Fälligkeit nach 5 Jahren	238.002	274.531
	764.990	795.115

21. GRUNDSTÜCKSBETRIEBSKOSTEN

in T€	2009	2008
Center-Marketing	-2.078	-1.926
Instandhaltungen und Reparaturen	-937	-807
Grundsteuer	-805	-755
Versicherungen	-320	-400
Wertberichtigungen auf Mietforderungen	-563	-153
Übrige	-1.140	-1.802
	-5.843	-5.843
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen	-5.843	-5.843

In den Vorjahreswert wurden 114 T€ aus den sonstigen betrieblichen Erträgen umgegliedert.

22. GRUNDSTÜCKSVERWALTUNGSKOSTEN

in T€	2009	2008
Centermanagement/ Geschäftsbesorgungskosten	-7.181	-7.151
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen	-7.181	-7.151

23. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

in T€	2009	2008
Gewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	0	268
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	300	201
Währungsgewinne	71	126
Übrige	545	161
	916	756

Im Vorjahr waren Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen auf Forderungen von 114 T€ enthalten, die im Berichtsjahr mit den Grundstücksbetriebskosten verrechnet wurden.

24. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

in T€	2009	2008
Personalkosten	-1.361	-1.359
Rechts- und Beratungskosten, Steuerberatungs- und Prüfungskosten	-1.371	-1.474
Marketingkosten	-425	-415
Aufsichtsratsvergütungen	-223	-314
Gutachterkosten	-155	-240
Währungsverluste	-221	-127
Abschreibungen	-23	-10
Übrige	-969	-1.061
	-4.748	-5.000

In der Position Rechts- und Beratungskosten, Steuerberatungs- und Prüfungskosten sind Aufwendungen für die Prüfung von Konzerngesellschaften in Höhe von 352 T€ enthalten. Davon entfallen auf den Konzernabschlussprüfer 282 T€. Weitere Leistungen wurden durch den Konzernabschlussprüfer nicht erbracht.

25. ERTRÄGE AUS BETEILIGUNGEN

in T€	2009	2008
Erträge aus Beteiligungen	1.455	1.715

Im Berichtsjahr sind in dieser Position die Ausschüttungen der Ilwro Joint Venture Sp. z o.o sowie der City-Point Beteiligungs GmbH enthalten.

26. ERTRÄGE AUS NACH AT-EQUITY-BILANZIERTEN, ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

in T€	2009	2008
Ergebnisse aus At-equity-Gesellschaften	-141	-1.255

Ausgewiesen werden die anteiligen Jahresergebnisse und erhaltenen Ausschüttungen aus Grundstücksgesellschaften, die nach der At-equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen werden. Ebenso wurden die im Vorjahr noch im Bewertungsergebnis ausgewiesen Aufwendungen in Höhe von 1.255 T€ im Berichtsjahr in diese Position umgliedert.

27. KOMMANDITISTEN ZUSTEHENDE ERGEBNISANTEILE

in T€	2009	2008
Fremdanteile am operativen Ergebnis der Personenhandelsgesellschaften	-8.164	-6.191

28. BEWERTUNGSERGEBNIS

in T€	2009	2008
Zuschreibungen aus Marktwertveränderungen IAS 40	14.167	89.947
Abschreibungen aus Marktwertveränderungen IAS 40	-34.633	-23.631
Unterschiedsbetrag Kapitalkonsolidierung IFRS 3	6.007	892
Währungsgewinne (Vorjahr Verlust)	431	-16.250
Minderheitenanteile	-784	-11.724
Übrige	40	-908
	-14.772	38.326

Im Vorjahr waren in dieser Position noch 1.255 T€ aus der Bewertung von At-equity-Gesellschaften enthalten, die in diesem Jahr erstmals im Finanzergebnis ausgewiesen werden.

29. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

in T€	2009	2008
Tatsächlicher Steueraufwand	-47	-108
Passive latente Steuern Inlandsgesellschaften	-3.165	-5.642
Passive latente Steuern Auslandsgesellschaften	-2.499	-12.368
	-5.711	-18.118

Bei der Bemessung der latenten Steuern sind gemäß IAS 12 die Steuersätze anzuwenden, die nach der derzeitigen Rechtslage zu dem Zeitpunkt gelten, in dem sich die vorübergehenden Differenzen wahrscheinlich wieder ausgleichen werden. Im Jahr 2009 wurde für die inländischen Gesellschaften mit einem Steuersatz von 15 % kalkuliert. Weiterhin wurde ein Solidaritätszuschlag von 5,5 % auf die ermittelte Körperschaftsteuer berücksichtigt. Für die ausländischen Gesellschaften wurden die jeweils lokal gültigen Steuersätze in Ansatz gebracht. Im Zusammenhang mit der Reduzierung des ungarischen Körperschaftsteuersatzes von 20 % auf 19 % ab 2010 wurden latente Steuern aufgelöst.

STEUERLICHE ÜBERLEITUNGSRECHNUNG

Die Ertragsteuern im Berichtsjahr in Höhe von 5.711 T€ leiten sich wie folgt von einem erwarteten Ertragsteueraufwand ab, der sich bei Anwendung des gesetzlichen Ertragsteuersatzes des Mutterunternehmens auf das Ergebnis vor Ertragsteuern ergeben hätte. Dabei wurde mit einem Körperschaftsteuersatz von 15 % zuzüglich 5,5 % Solidaritätszuschlag gerechnet.

in T€	2009	2008
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	40.079	86.934
Theoretische Ertragsteuer 15,825 %	-6.343	-13.757
Steuersatzunterschiede bei ausländischen Konzernunternehmen	-656	-1.906
Aperiodischer Steueraufwand Ausland	0	-2.601
Steuerfreie Erträge	906	0
Abweichende inländische Steuer	-33	-52
Auflösung wegen Steuersatzreduzierung Ausland	199	0
Übrige	216	198
Tatsächliche Ertragsteuer	-5.711	-18.118

Die Deutsche EuroShop AG ist ein Gewerbebetrieb kraft Rechtsform und unterliegt mit ihrem Gewerbeertrag der Gewerbesteuer.

Allerdings erfüllt die Deutsche EuroShop AG seit 2003 die Voraussetzungen der erweiterten gewerbesteuerlichen Kürzung gemäß § 9 Nr. 1 Satz 2 GewStG. Der beschriebene Tatbestand führt dazu, dass bisher keine nennenswerten Gewerbesteuerzahlungen geleistet wurden.

Gegenwärtig fällt Gewerbesteuer nur auf die nicht im Rahmen der erweiterten gewerbesteuerlichen Kürzung begünstigten Erträge, wie zum Beispiel Zinserträge an. Im laufenden Jahr sind Gewerbesteueraufwendungen in Höhe von 33 T€ im tatsächlichen Steueraufwand enthalten.

Der Effekt aus steuerfreien Erträgen resultiert aus der Erfassung des für steuerliche Zwecke nicht relevanten negativen Unterschiedsbetrages nach IFRS 3 aus dem Erwerb der Anteil an der Objekt City-Point Kassel GmbH & Co. KG.

Im Geschäftsjahr 2009 ergibt sich ein effektiver Ertragsteuersatz von 14 % (Vorjahr 21 %).

Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung

ANGABEN ZUR KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung ist entsprechend den Regelungen des IAS 7 aufgestellt und gliedert sich nach Zahlungsströmen aus der operativen und laufenden Geschäftstätigkeit sowie der Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Der Finanzmittelbestand beinhaltet Kassenbestände und Bankguthaben sowie kurzfristige Termingelder.

ZUSAMMENSETZUNG DES FINANZMITTELBESTANDS

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Liquide Mittel	81.914	41.671

OPERATIVER CASHFLOW

Nach Korrektur des Jahresergebnisses um zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge ergibt sich ein operativer Cashflow in Höhe von 63.237 T€. Die gesamte Mittelveränderung aus dem Finanzergebnis wird der operativen Geschäftstätigkeit zugerechnet.

CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die Veränderung der Forderungen, Rückstellungen und Verbindlichkeiten gehen in den Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit ein.

Im Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit sind u. a. enthalten:

- » Zinseinnahmen in Höhe von 0,7 Mio. € (i. Vj. 2,4 Mio. €)
- » Zinsausgaben in Höhe von 44,1 Mio. € (i. Vj. 40,0 Mio. €)
- » Gezahlte Ertragsteuern in Höhe von 0,0 Mio. € (i. Vj. 0,1 Mio. €)

CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT

Es werden die liquiditätswirksamen Zu- und Abgänge zum Sachanlagevermögen des laufenden Jahres gezeigt. In dieser Position sind Zinszuflüsse in Höhe von 76 T€ enthalten.

Im Januar 2009 hat die Deutsche EuroShop Verwaltungs GmbH ihre Beteiligung am City-Point Kassel von 40 % auf 90 % erhöht. Es wurde ein Kaufpreis von 16,4 Mio. € in bar entrichtet. Die zum Erwerbsstichtag übernommenen liquiden Mittel betragen 1,0 Mio. €.

Die zum Erstkonsolidierungstichtag übernommenen liquiden Mittel der CASPIA Investments Sp. z o.o betragen 692 T€. Die cashflow-wirksamen Auswirkungen aus der Vollkonsolidierung der CASPIA und der Kassel KG waren unwesentlich.

CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT

Im Geschäftsjahr 2009 wurden eine Dividende an die Aktionäre in Höhe von 36.094 T€ und Ausschüttungen an die Minderheitsgesellschafter in Höhe von 7.660 T€ geleistet. Des Weiteren wurde im Juli 2009 eine Kapitalerhöhung durchgeführt, aus der der Gesellschaft 66.505 T€ zugeflossen sind.

WÄHRUNGSBEDINGTE UND ÜBRIGE VERÄNDERUNGEN

Dieser Posten resultiert aus ergebnisneutral dargestellten Veränderungen aus der Währungsumrechnung von ausländischen Beteiligungen in Höhe von 119 T€ sowie aus der Veränderung von Cashflow Hedges im Zusammenhang mit Zinssicherungsgeschäften in Höhe von 1.690 T€.

CASHFLOW JE AKTIE

in T€		2009	2008
Durchschnittliche Aktien im Umlauf (verwässert)	Stück	36.799.402	35.088.250
Durchschnittliche Aktien im Umlauf (unverwässert)	Stück	36.799.402	35.088.250
Operativer Cashflow	T€	63.237	55.104
Operativer Cashflow je Aktie (verwässert)	€	1,72	1,57
Operativer Cashflow je Aktie (unverwässert)	€	1,72	1,57
Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	T€	62.130	79.835
Cashflow je Aktie (verwässert)	€	1,69	2,28
Cashflow je Aktie (unverwässert)	€	1,69	2,28

Das Grundkapital wurde am 8. Juli 2009 im Rahmen einer Kapitalerhöhung um 3.437.498 nennwertlose Namensaktien erhöht. Damit stieg die im Umlauf befindliche Aktienanzahl auf 37.812.496 Stück.

Weiterhin wurde im Januar 2010 eine Kapitalerhöhung mit einem Bezugsrechtsverhältnis von 6:1 durchgeführt. Hierdurch stieg die Zahl der Aktien um 6.302.082. Unter Berücksichtigung einer zeitanteiligen Gewichtung und rückwirkenden Anpassung der Aktienanzahl gemäß IAS 33 beträgt die durchschnittliche, im Umlauf befindliche Aktienanzahl 36.799.402 Stück für das Geschäftsjahr 2009. Die Vorjahreszahlen waren entsprechend anzupassen. Wir verweisen auch auf unsere Ausführungen beim Ergebnis je Aktie.

Segmentberichterstattung

Die Deutsche EuroShop AG hält als Holdinggesellschaft Beteiligungen an Einkaufszentren innerhalb der Europäischen Union. Bei den jeweiligen Beteiligungsgesellschaften handelt es sich um reine Haltegesellschaften ohne eigenes Personal. Das operative Management ist an externe Dienstleister im Rahmen von Geschäftsbesorgungsverträgen vergeben, so dass die Gesellschaften ausschließlich vermögensverwaltend tätig sind. Aufgrund der einheitlichen Geschäftstätigkeit innerhalb einer relativ homogenen Region (Europäische Union) wird eine Segmentdifferenzierung daher nur nach Inland und Ausland vorgenommen.

Die Deutsche EuroShop AG beurteilt die Leistung der Segmente u. a. anhand des Umsatzes und der Jahresergebnisse der einzelnen Objektgesellschaften.

AUFTEILUNG NACH GEOGRAFISCHEN SEGMENTEN

in T€	Inland	Ausland	Gesamt
Umsatzerlöse	105.003	22.560	127.563
(Vorjahreswerte)	(93.599)	(21.744)	(115.343)

Rund 10 % der Mieteinnahmen werden in Polen erzielt. Im Berichtsjahr beliefen sich diese Umsätze auf 13.495 T€ (Vj. 12.794).

in T€	Inland	Ausland	Gesamt
EBIT	93.439	20.127	113.566
(Vorjahreswerte)	(81.240)	(19.830)	(101.070)

in T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
EBT (vor Bewertungsergebnis)	32.771	15.275	6.805	54.851
(Vorjahreswerte)	(49.472)	(66.499)	(-67.306)	(48.665)

in T€	Inland	Ausland	Gesamt
Segmentvermögen	1.775.305	336.840	2.112.145
(Vorjahreswerte)	(1.669.311)	(337.538)	(2.006.849)
davon Investment Properties	1.663.951	327.029	1.990.980
(Vorjahreswerte)	(1.575.657)	(322.110)	(1.897.767)

Sonstige Angaben

30. FINANZINSTRUMENTE UND RISIKOMANAGEMENT

Buchwerte, Wertansätze und beizulegende Zeitwerte nach Bewertungskategorien

in T€	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwerte 31.12.2009	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Wertansatz Bilanz nach IAS 39	
				Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgsneutral
Finanzielle Vermögenswerte					
Finanzanlagen	AfS	24.756		15.381	9.375*
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	2.557	2.557		
Sonstige Vermögenswerte	LaR	1.807	853		954
Sonstige Finanzinvestitionen	HtM	1.600	1.600		
Liquide Mittel	LaR	81.914	81.914		
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Bankverbindlichkeiten	FLAC	934.195	934.195		
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	FLAC	123.035	123.035		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	1.071	1.071		
Sonstige Verbindlichkeiten	FLAC	22.893	3.392		19.501*
Aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:					
Loans and Receivables (LaR)		86.278	85.324		954
Available-for-Sale (AfS)		24.756		15.381	9.375
Held-to-Maturity (HtM)		1.600	1.600		
Financial Liabilities measured at amortised cost (FLAC)		1.081.194	1.061.693		19.501

* Entspricht Level 2 der Fair Value Hierarchie des IFRS 7

	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2009	Wertansatz Bilanz nach IAS 39					Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2008
			Buchwerte 31.12.2008	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Anschaffungs- kosten					
		24.756	30.316	3.145	15.381		11.790*		30.316	
		2.557	2.717	2.717					2.717	
		1.807	2.093	1.034			1.059		2.093	
		1.600	1.740	1.740					1.740	
		81.914	41.671	41.671					41.671	
		968.000	899.808	899.808					940.764	
		123.035	117.320	117.320					117.320	
		1.071	3.039	3.039					3.039	
		22.893	25.001	10.455			14.546*		25.001	
		86.278	46.481	45.422			1.059		46.481	
		24.756	30.316	3.145	15.381		11.790		34.056	
		1.600	1.740	1.740					1.740	
		1.114.999	1.045.168	1.030.622			14.546		1.086.124	

Die Finanzanlagen beinhalten eine als Available-for-Sale definierte Beteiligung, die am Bilanzstichtag ergebnisneutral bewertet wurde.

Die nach at equity bewerteten Beteiligungen sind mit ihrem beizulegenden Zeitwert ausgewiesen. Die im Berichtsjahr vorgenommenen Abschreibungen sind im Periodenergebnis erfasst.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die Sonstigen Vermögenswerte sowie die liquiden Mittel haben bis auf die Zinsswaps, die mit ihrem Barwert bilanziert sind, überwiegend kurze Restlaufzeiten. Daher entsprechen die Buchwerte dem beizulegenden Zeitwert. Die Barwertveränderung des langfristig angesetzten Zinsswaps betrug 106 T€.

Die Sonstigen Vermögenswerte und Sonstigen Finanzinvestitionen enthalten langfristige Beträge, die mit dem Barwert unter Berücksichtigung der zum Abschlussstichtag gültigen Zins- und Marktpreisparameter angesetzt wurden.

Die Bankverbindlichkeiten haben langfristige Laufzeiten und wurden mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Der Zeitwert für die Konzerndarlehen wurde im Anhang unter Position 12. Bankverbindlichkeiten angegeben. Insgesamt sind Zinsaufwendungen in Höhe von 49.680 T€ im Finanzergebnis enthalten.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Verbindlichkeiten haben bis auf die Zinsswaps, die mit dem Barwert bilanziert sind, regelmäßig kurze Restlaufzeiten. Daher entsprechen die Buchwerte dem beizulegenden Zeitwert.

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten langfristige Beträge, die mit dem Barwert unter Berücksichtigung der zum Abschlussstichtag gültigen Zins- und Marktpreisparameter angesetzt wurden.

Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Finanzergebnis ausgewiesen. Des Weiteren sind Ergebnisanteile von Minderheitsgesellschaftern in Höhe von 8.164 T€ im Finanzergebnis enthalten.

Wertberichtigungen auf Forderungen werden in den Grundstücksbetriebskosten erfasst.

RISIKOMANAGEMENT

Der Schwerpunkt des Risikomanagements liegt in der Einhaltung der Strategie und hierauf aufbauend auf der Erkennung und Beurteilung von Risiken und Chancen sowie der grundsätzlichen Entscheidung zur Handhabung dieser Risiken. Das Risikomanagement gewährleistet, dass Risiken, die dem Ziel der Regelungskonformität entgegenstehen könnten, frühzeitig erkannt, bewertet, zeitnah kommuniziert und begrenzt werden. Die Risikoanalyse besteht im Erkennen und Analysieren derjenigen Faktoren, welche die Zielerreichung gefährden können.

MARKTRISIKEN

Liquiditätsrisiko

Die Liquidität des Deutsche EuroShop-Konzerns wird fortlaufend überwacht und geplant. Die Tochtergesellschaften verfügen regelmäßig über ausreichende flüssige Mittel, um ihren laufenden Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können. Des Weiteren können kurzfristig Kreditlinien sowie Kontokorrentkredite in Anspruch genommen werden.

Die vertraglich vereinbarten künftigen Zins- und Tilgungszahlungen der originären finanziellen Verbindlichkeiten und derivativen Finanzinstrumente stellten sich zum 31. Dezember 2009 wie folgt dar:

in T€	Buchwert 31.12.2009	Cashflows 2010	Cashflows 2011 bis 2014	Cashflows ab 2015
Bankverbindlichkeiten	934.195	55.818	585.666	615.835

Die Angaben beziehen sich auf alle am Bilanzstichtag bestehenden vertraglichen Verpflichtungen. Von den zum Geschäftsjahresende ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten wird der wesentliche Teil 2010 fällig.

Kredit- und Ausfallrisiko

Im Konzern entstehen keine wesentlichen Kreditrisiken. Die am Stichtag ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen waren überwiegend bis zum Tag der Abschlusserstellung beglichen. Im Berichtsjahr sind Wertberichtigungen auf Mietforderungen in Höhe von 563 T€ (i. Vj. 152 T€) in den Grundstücksbetriebskosten enthalten.

Das maximale Ausfallrisiko der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Sonstigen Vermögensgegenstände beläuft sich am Stichtag insgesamt auf 8.424 T€ (i. Vj. 9.454 T€).

Währungs- und Bewertungsrisiko

Die Konzerngesellschaften agieren ausschließlich im europäischen Wirtschaftsraum und wickeln den größten Teil ihrer Geschäfte in Euro ab. Hieraus entstehen keine Währungsrisiken.

Auf Basis der Gutachten ergibt sich für das Geschäftsjahr 2009 eine theoretische Nettoanfangsrendite des Immobilienportfolios von 5,82 %. Eine Erhöhung der Nettoanfangsrendite um 100 Basispunkte hätte eine Ergebnisreduzierung von 286 Mio. € zur Folge. Bei einer Reduzierung um 100 Basispunkte würde das Ergebnis um 405 Mio. € besser ausfallen. Die Wertveränderungen der Immobilien werden im Bewertungsergebnis dargestellt.

Zinsrisiko

Zur Ermittlung der Auswirkung von potenziellen Zinsänderungen wurde eine Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Diese gibt, basierend auf den zum Bilanzstichtag einem Zinsänderungsrisiko unterliegenden finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten, die Auswirkung einer Änderung auf das Eigenkapital des Konzerns an. Zinsrisiken bestanden am Bilanzstichtag nur für aufgenommene Kredite und den damit im Zusammenhang stehenden Zinssicherungsgeschäften, die als Cashflow-Hedge ergebnisneutral mit ihrem Barwert bilanziert wurden. Eine Erhöhung des Marktzinssatzes um 100 Basispunkte würde zu einer Eigenkapitalerhöhung um 16.874 T€ führen. Der wesentliche Teil der Darlehensverbindlichkeiten hat feste Zinskonditionen. Am Bilanzstichtag waren Kredite in Höhe von 195.700 T€ (i. Vj. 157.400 T€) durch derivative Finanzinstrumente abgesichert.

Kapitalmanagement

Das Kapitalmanagement des Konzerns ist auf die Erhaltung einer starken Eigenkapitalbasis ausgelegt. Ziel ist es, sicherzustellen, dass auch in Zukunft die Schuldentilgungsfähigkeit und die finanzielle Substanz erhalten bleiben. Des Weiteren zielt die Finanzpolitik des Konzerns auf die jährliche Auszahlung einer Dividende ab.

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Eigenkapital	1.044.360	977.770
Eigenkapitalquote in %	49,5	48,7
Nettofinanzverschuldung	-850.681	-856.397

Ausgewiesen wird hier das Eigenkapital einschließlich der Anteile der Minderheitsgesellschafter.

Die Nettofinanzverschuldung ermittelt sich aus den Finanzverbindlichkeiten am Bilanzstichtag abzüglich liquider Mittel und sonstiger Finanzinvestitionen.

31. JOINT VENTURES UND NACH AT EQUITY BEWERTETE ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

Joint Ventures

Gemeinschaftsunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG zusammen mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt, werden als Joint Venture quotaal in den Konzernabschluss einbezogen. Bei der Quotenkonsolidierung wird der Anteil der Vermögenswerte, die gemeinschaftlich beherrscht werden, und der Anteil der Schulden, für die die Deutsche EuroShop AG gemeinschaftlich einsteht, in die Konzernbilanz übernommen. Die Gewinn- und Verlustrechnung beinhaltet den Anteil an den Erträgen und Aufwendungen der gemeinschaftlich geführten Unternehmen.

Im Geschäftsjahr wurden Vermögens- und Schuldposten sowie Aufwendungen und Erträge der als Joint Venture definierten Tochtergesellschaften gemäß IAS 31.56 folgendermaßen in den Konzernabschluss einbezogen:

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Kurzfristige Vermögenswerte	14.140	19.299
Langfristige Vermögenswerte	545.498	582.583
Kurzfristige Schulden	4.781	8.673
Langfristige Schulden	261.002	278.845
Erträge	35.194	39.483
Aufwendungen	-26.719	-24.808

Nach At-equity-bewertete assoziierte Unternehmen

Zum Konzern gehören kleinere Grundstücksgesellschaften, an denen die Deutsche EuroShop entweder mittelbar oder unmittelbar mit 50 % beteiligt ist. Sie übt bei diesen Gesellschaften gemeinsam mit anderen Anteilseignern einen beherrschenden Einfluss aus.

Dabei wurde dem Beteiligungsbuchwert das anteilige Eigenkapital dieser Gesellschaften gegenübergestellt und ein etwaiger Differenzbetrag ergebniswirksam ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr weisen die nach At-equity-bewerteten Unternehmen folgende Vermögens- und Schuldposten sowie Aufwendungen und Erträge aus:

in T€	31.12.2009	31.12.2008
Kurzfristige Vermögenswerte	655	388
Langfristige Vermögenswerte	10.128	10.655
Kurzfristige Schulden	89	174
Langfristige Schulden	7.200	7.200
Erträge	772	772
Aufwendungen	-2.294	-874

32. ERGEBNIS JE AKTIE

in T€		2009	2008
Durchschnittliche Aktien im Umlauf (verwässert)	Stück	36.799.402	35.088.250
Durchschnittliche Aktien im Umlauf (unverwässert)	Stück	36.799.402	35.088.250
Konzernergebnis der Konzernaktionäre	T€	34.367	68.872
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	€	0,93	1,96
Ergebnis je Aktie (verwässert)	€	0,93	1,96

Unverwässertes Ergebnis je Aktie:

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird mittels Division des den Aktionären der Deutsche EuroShop AG zustehenden Periodenergebnisses durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der innerhalb der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Aktien ermittelt.

Das Grundkapital wurde am 8. Juli 2009 im Rahmen einer Kapitalerhöhung um 3.437.498 nennwertlose Namensaktien erhöht. Damit stieg die im Umlauf befindliche Aktienanzahl auf 37.812.496 Stück. Weiterhin wurde im Januar 2010 eine Kapitalerhöhung mit einem Bezugsrechtsverhältnis von 6:1 durchgeführt. Hierdurch stieg die Zahl der Aktien um 6.302.082. Zur Berücksichtigung der unterjährigen Kapitalerhöhung als auch der nach dem Bilanzstichtag und vor der Veröffentlichung erfolgten Kapitalerhöhung, sind gemäß IAS 33 bei der Ermittlung von unverwässertem und verwässertem Ergebnis pro Aktie eine zeitanteilige Gewichtung sowie eine rückwirkende Anpassung der Aktienanzahl vorzunehmen. Aus diesem Grund betrug die durchschnittliche, im Umlauf befindliche Aktienanzahl 36.799.402 Stück für das Geschäftsjahr 2009. Die Vorjahreszahlen waren entsprechend anzupassen.

Verwässertes Ergebnis je Aktie:

Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie müssen potenzielle Stammaktien bei der Ermittlung der im Umlauf befindlichen Aktienanzahl berücksichtigt werden sowie das den Aktionären der Deutsche Euroshop AG zurechenbare Periodenergebnis bereinigt werden. Mangels Vorliegen potenzieller Stammaktien bei der Deutsche EuroShop AG entspricht die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie der Berechnungsweise des unverwässerten Ergebnisses je Aktie.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Aus Dienstleistungsverträgen bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 88,2 Mio. €.

Für die Erweiterungsmaßnahmen des Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach und der Altmarkt-Galerie Dresden werden im Folgejahr Investitionsausgaben in Höhe von 36 Mio. € anfallen.

Sonstige Angaben

Im Geschäftsjahr waren im Konzern durchschnittlich vier Mitarbeiter beschäftigt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Am 6. Januar 2010 hat die Pantan Neunundneunzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co. KG, eine Tochtergesellschaft der Deutsche EuroShop, das Einkaufszentrum A10 in Wildau bei Berlin für rund 205 Mio. € (inklusive Anschaffungsnebenkosten) erworben. Der Übergang von Nutzen und Lasten fand am 1. Februar 2010 statt. Das 1996 eröffnete Center verfügt über 120 Mietbereiche und wird bis zum Frühjahr 2011 um 60 Mietbereiche auf dann 180 Mietbereiche mit einer vermietbaren Fläche von 120.000 m² umstrukturiert und modernisiert. Insgesamt gehen wir hierfür von einem zusätzlichen Investitionsvolumen von rund 60 Mio. € aus.

Das Gesamtinvestitionsvolumen von 265 Mio. € wird in Höhe von 150 Mio. € über ein langfristiges Bankdarlehen und in Höhe von 115 Mio. € durch Eigenmittel finanziert. Von diesem Darlehen wurden im Rahmen des Ankaufs bereits 125 Mio. € zu einem Zinssatz von 4,65 % p. a. mit 10-jähriger Zinsfestschreibung in Anspruch genommen. Die verbleibenden 25 Mio. € dienen der teilweisen Finanzierung der Modernisierungs- und Erweiterungsinvestitionen.

Zur Refinanzierung des Eigenmittelanteils in Höhe von 115 Mio. € hat die Deutsche EuroShop AG im Februar 2010 eine Bezugsrechtskapitalerhöhung im Verhältnis 6:1 durchgeführt. Die neuen Aktien wurden vollständig im Rahmen des Bezugsrechts und eines von der Gesellschaft eingeräumten Überbezugsrechts von bestehenden Aktionären übernommen. Insgesamt wurden 6,3 Mio. neue Aktien zu einem Bezugskurs von 19,50 € je Aktie ausgegeben, die bereits für 2009 dividendenberechtigt sind. Dadurch sind der Gesellschaft rund 123 Mio. € zugeflossen.

Zwischen dem Bilanzstichtag und dem Tag der Abschlusserstellung sind darüber hinaus keine weiteren Ereignisse von wesentlicher Bedeutung eingetreten.

Aufsichtsrat und Vorstand

AUFSICHTSRAT

- a) Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten
- b) Mitgliedschaft in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

Manfred Zaß, Königstein im Taunus, Vorsitzender
Bankkaufmann

- a) Deutsche Pfandbriefbank AG, München (18.05.2009 bis 13.08.2009)
- Hypo Real Estate Holding AG, München (bis 13.08.2009)

Dr. Michael Gellen, Köln, stellvertretender Vorsitzender
Selbstständiger Rechtsanwalt

Thomas Armbrust, Hamburg

Mitglied der Geschäftsführung der KG CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H. & Co., Hamburg

- a) C.J. Vogel Aktiengesellschaft für Beteiligungen, Hamburg (Vorsitz)
- Platinum AG, Hamburg (Vorsitz)
- TransConnect Unternehmensberatungs- und Beteiligungs AG, München (Vorsitz)
- Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg
- b) ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg (stellvertretender Vorsitz)
- LBBW Equity Partners GmbH & Co. KG, München
- LBBW Equity Partners Verwaltungs GmbH, München

Dr. Jörn Kreke, Hagen / Westfalen

Kaufmann

- a) Capital Stage AG, Hamburg
Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen (Vorsitz)
- b) Kalorimeta AG & Co. KG, Hamburg
Urbana Gruppe, Hamburg

Alexander Otto, Hamburg

Vorsitzender der Geschäftsführung der ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg

- a) BATIG Gesellschaft für Beteiligungen, Hamburg (bis 09.04.2009)
British American Tobacco (Industrie) GmbH, Hamburg (bis 09.04.2009)
British American Tobacco (Germany) GmbH, Hamburg (bis 09.04.2009)
HSH Nordbank AG, Hamburg (bis 30.06.2009)
Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg
- b) Ergo Versicherungsgruppe, Düsseldorf (seit 29.10.2009)
Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf

Dr. Bernd Thiemann, Kronberg im Taunus

Unternehmensberater

- a) Constantin Medien AG, München (vormals EM.Sport Media AG, Vorsitz, bis 01.07.2009)
Deutsche Pfandbriefbank AG, Unterschleißheim (Vorsitz, seit 13.08.2009)
EQC AG, Osnabrück (stellvertretender Vorsitz)
Hypo Real Estate Holding AG, Unterschleißheim (Vorsitz, seit 13.08.2009)
Thyssen Krupp Stainless AG, Duisburg (bis 30.09.2009)
VHV Vereinigte Hannoversche Versicherung a.G., Hannover
VHV Leben AG, Hannover
Wave Management AG, Hamburg (stellvertretender Vorsitz)
- b) Fraport AG, Frankfurt (bis 26.11.2009)
M.M. Warburg & Co. KGaA, Hamburg
Odewald & Companie, Berlin (stellvertretender Vorsitz)
Würth Gruppe, Künzelsau (stellvertretender Vorsitz)

VORSTAND

Claus-Matthias Böge, Hamburg, Sprecher des Vorstands

- b) Palladium Praha s.r.o. (seit 20.11.2009)

Olaf Borkers, Hamburg

Die **Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats** beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 223 T€ und verteilen sich wie folgt:

in T€	Gesamt 2009	Vorjahr
Manfred Zaß	59,50	83,30
Dr. Michael Gellen	44,62	62,48
Thomas Armbrust	29,75	41,65
Alexander Otto	29,75	41,65
Dr. Jörn Kreke	29,75	41,65
Dr. Bernd Thiemann	29,75	41,65
Inkl. 19% Umsatzsteuer	223,12	312,38

Vorschüsse und Kredite wurden diesem Personenkreis nicht gewährt.

Die Bezüge des Vorstands betragen 893 T€ und verteilen sich wie folgt:

in T€	Feste Vergütung	Variable Vergütung	Nebenleistungen	Gesamt	Gesamt Vorjahr
Claus-Matthias Böge	300	250	65	615	615
Olaf G. Borkers	168	100	10	278	278

Die Nebenleistungen umfassen die Überlassung eines Pkws zur dienstlichen und privaten Nutzung sowie Beiträge in eine Altersvorsorgeversicherung.

Vorschüsse oder Kredite wurden nicht gewährt. Die Gesellschaft ist zugunsten dieser Personen keine Haftungsverhältnisse eingegangen.

Für den Fall, dass die Gesellschaft nach Ablauf bestehender Verträge keine Fortsetzung des Vorstandsverhältnisses wünscht, wurde Herrn Claus-Matthias Böge eine einmalige Abfindung von 150 T€ und Herrn Olaf Borkers eine Fortzahlung der Bezüge für drei Monate zugesagt. Im Übrigen verweisen wir auf die ergänzenden Erläuterungen zur Vergütung im Lagebericht.

CORPORATE GOVERNANCE

Nach § 161 AktG ist die vorgeschriebene Entsprechenserklärung zum Corporate Governance Kodex gemeinsam vom Aufsichtsrat und Vorstand abgegeben und mit Veröffentlichung im Internet im Dezember 2009 den Aktionären zugänglich gemacht worden.

Nahestehende Personen nach IAS 24

Die Tochtergesellschaften und die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der Deutsche EuroShop AG gelten als nahestehende Personen im Sinne des IAS 24. Die Bezüge des Aufsichtsrats und des Vorstands sind im Anhang erläutert.

Mit der Douglas Unternehmensgruppe wurden im Rahmen bestehender Mietverträge Einnahmen im Geschäftsjahr in Höhe von 6.248 T€ (i. Vj. 5.731 T€) erzielt.

Die Honorare für Dienstleistungsverträge mit der ECE-Unternehmensgruppe beliefen sich auf 18.846 T€ (i. Vj. 31.984 T€). Demgegenüber standen Einnahmen aus Mietverträgen mit der ECE-Unternehmensgruppe in Höhe von 4.674 T€ (i. Vj. 3.815 T€).

Die Lieferungs- und Leistungsbeziehungen mit nahestehenden Personen erfolgten zu marktüblichen Konditionen.

Hamburg, 20. April 2010

Deutsche EuroShop AG
Der Vorstand



Claus-Matthias Böge



Olaf G. Borkers

Sonstige Angaben

Gemäß § 160 Abs. 1 Ziff. 8 AktG geben wir davon Kenntnis, dass unserer Gesellschaft folgende Beteiligungen und Stimmrechtsveränderungen entsprechend den Mitteilungspflichten nach § 21 Wertpapierhandelsgesetz gemeldet worden sind:

Aktionär	Bestands- meldung zum	Vorgang (in Klammern: Anteilsschwelle in %)	Neuer Stimm- rechtsanteil in %	davon im Eigenbesitz in %	davon mittelbar zuzurechnen in %	Stückzahl Aktien
Benjamin Otto, Hamburg	02.04.2002	Schwellenüberschreitung (5)	7,74	0,00	7,74	k.A.
"Bravo-Alpha" Beteiligungs G.m.b.H., Hamburg	02.04.2002	Schwellenüberschreitung (5)	7,74	3,71	4,03	k.A.
Alexander Otto, Hamburg	25.11.2005	Schwellenüberschreitung (5, 10)	12,27	0,91	11,36	k.A.
COMMERZBANK AG, Frankfurt	08.07.2009	Schwellenüberschreitung (3, 5)	9,17	9,17	0,00	3.467.966
COMMERZBANK AG, Frankfurt	10.07.2009	Schwellenunterschreitung (3, 5)	0,23	0,23	0,00	86.342
Stockshare Nominees (Pty) Ltd, Waverley, Südafrika	17.11.2009	Schwellenunterschreitung (5)	4,99	4,99	0,00	1.886.792
Attfund Ltd., Brooklyn, Südafrika	17.11.2009	Schwellenunterschreitung (5)	4,99	1,77	3,22	1.886.792
AROSA Vermögensverwal- tungsgesellschaft m.b.H., Hamburg	02.02.2010	Schwellenunterschreitung (10)	9,63	9,63	0,00	4.244.021
COMMERZBANK AG, Frankfurt	02.02.2010	Schwellenüberschreitung (3, 5)	7,16	7,16	0,00	3.156.731
COMMERZBANK AG, Frankfurt	04.02.2010	Schwellenunterschreitung (3, 5)	0,11	0,11	0,00	46.326
DZ BANK AG, Deutsche Genossenschaftsbank, Frankfurt	02.02.2010	Schwellenüberschreitung (3, 5)	7,14	7,14	0,00	3.151.041
DZ BANK AG, Deutsche Genossenschaftsbank, Frankfurt	04.02.2010	Schwellenunterschreitung (3, 5)	0,00	0,00	0,00	0

Anteilsbesitz

AUFSTELLUNG DES ANTEILSBESITZES GEMÄSS § 285 HGB ZUM 31. DEZEMBER 2009:

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil am Eigenkapital	davon mittelbar	davon unmittelbar	Eigenkapital zum 31.12.2009	HGB-Ergebnisse 2009
Vollkonsolidierte Unternehmen:				in €	in €
Deutsche EuroShop Verwaltungs GmbH, Hamburg	100,00 %	-	100,00 %	32.031.606,90	-2.612.618,07
Deutsche EuroShop Management GmbH, Hamburg	100,00 %	-	100,00 %	62.989,28	37.989,28
Kommanditgesellschaft PANTA Neunundneunzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	100,00 %	100,00 %		0,00	-769,02
PANTA Sechzehnte Grundstücksgesellschaft m.b.H., Hamburg	100,00 %		100,00 %	25.404,39	404,39
Rhein-Neckar-Zentrum KG, Hamburg	99,90 %	-	99,90 %	17.992.519,76	1.461.320,35
Stadt-Galerie Hameln KG, Hamburg	94,90 %	-	94,90 %	69.456.220,09	3.120.851,96
Rathaus-Center Dessau KG, Hamburg	94,90 %	-	94,90 %	26.182.384,29	6.540.950,43
Objekt City-Point Kassel GmbH & Co. KG, Pöcking	90,00 %	90,00 %	-	-16.030.626,66	-2.648.975,13
City-Galerie Wolfsburg KG, Hamburg	89,00 %	-	89,00 %	-6.240.713,69	1.262.523,60
Allee-Center Hamm KG, Hamburg	88,93 %	-	88,93 %	-36.305.780,52	3.495.024,96
Stadt-Galerie Passau KG, Hamburg	75,00 %	-	75,00 %	111.410.518,48	3.815.040,41
Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg	74,00 %	-	74,00 %	42.056.871,15	855.662,02
City-Arkaden Wuppertal KG, Hamburg	72,00 %	-	72,00 %	-5.294.030,91	372.386,02
Forum Wetzlar KG, Hamburg	65,00 %	-	65,00 %	16.357.488,83	1.067.198,95
				in PLN	in PLN
Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co. KG, Sp. kom., Warschau, Polen	74,00 %	74,00 %	-	471.163.684,73	31.498.042,57
CASPIA Investments Sp. z o.o, Warschau, Polen	74,00 %	74,00 %	-	12.134.786,40	231.619,84
Quotenkonsolidierte Unternehmen:				in €	in €
Altmarkt-Galerie Dresden KG, Hamburg	50,00 %	-	50,00 %	27.595.623,03	-1.816.613,49
CAK City-Arkaden Klagenfurt KG, Hamburg	50,00 %	-	50,00 %	21.682.787,97	-53.301,93
EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H. & Co OEG, Wien	50,00 %	50,00 %	-	9.639.718,03	69.707,36
Immobilien Kommanditgesellschaft FEZ Harburg, Hamburg	50,00 %	-	50,00 %	-11.136.497,66	6.656.626,22
Main-Taunus-Zentrum Wieland KG, Hamburg	43,12 %	37,38 %	5,74 %	-23.997.159,40	11.336.819,97
DB Immobilienfonds 12 Main-Taunus-Zentrum Wieland KG, Hamburg	40,77 %	-	40,77 %	98.271.911,34	7.453.686,19
Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg	50,00 %	-	50,00 %	26.216.700,82	2.097.353,19

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil am Eigenkapital	davon mittelbar	davon unmittelbar	Eigen- kapital zum 31.12.2009 in €	HGB- Ergebnisse 2009 in €
At-equity / Assoziierte Unternehmen:				in €	in €
Kommanditgesellschaft Sechzehnte ALBA Grundstücksgesellschaft mbH & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %		1.776.977,17	18.594,26
EKZ Vier Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H., Wien	50,00 %	50,00 %		875.051,34	28.792,96
Kommanditgesellschaft PANTA Fünfundsiebzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %		3.790.654,90	111.990,85
Kommanditgesellschaft PANTA Dreiunddreißigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %		3.837.118,66	194.193,82
Kommanditgesellschaft PANTA Achtundvierzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %		148.498,07	48.471,65
City-Point Beteiligungs GmbH, Pöcking	40,00 %	–	40,00 %	28.156,33	2.591,73
Beteiligungsunternehmen:				in PLN	in PLN
Ilwro Joint Venture Sp. z o.o, Warschau, Polen	33,33 %	–	33,33 %	305.112.561,67	-15.511.609,14

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses die Lage des Konzerns so dargestellt ist, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Hamburg, 20. April 2010



Claus-Matthias Böge



Olaf G. Borkers

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Deutsche EuroShop AG, Hamburg, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2009 bis zum 31. Dezember 2009 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

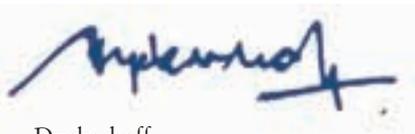
Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, 20. April 2010

BDO Deutsche Warentreuhand
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Dyckerhoff
Wirtschaftsprüfer



Dr. Probst
Wirtschaftsprüfer

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

können Sie mir bitte mitteilen, mit welchem Prozentsatz bei der Kapitalerhöhung vom Januar 2010 Aufträge zum Bezug von Überbezugsaktien zugeteilt wurden? Ich bin mir unsicher, ob der erteilte Auftrag von meiner Hausbank richtig abgerechnet wurde.

Helmut Ungerich, Schweinfurt

DES: Die attraktiven Konditionen bei unserer Kapitalerhöhung im Januar 2010 haben für eine rege Nachfrage von Seiten unserer Aktionäre gesorgt. Der Überbezug konnte dabei lediglich mit einer Quote von 2,3 % bedient werden. Das bedeutet, für je 1.000 geordnete Aktien hätten Sie praktisch das Anrecht auf 23 Aktien gehabt. Bei theoretischen Zuteilungen von unter einem Stück wurde hier jeweils auf eine Aktie aufgerundet, bei allen anderen Differenzen kaufmännisch auf- bzw. abgerundet. Weitere Informationen zu dieser Kapitalerhöhung finden Sie auf Seite 54.

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

ist es möglich, entwertete bzw. ungültige effektive Aktienurkunden der Deutsche EuroShop AG zu erhalten? Ich bin begeisterter Aktiensammler und würde mich sehr über eine kurze Antwort von Ihnen freuen.

Frank Schmitt, Leipzig

DES: Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass es von der Deutsche EuroShop keine effektiven Stücke gibt bzw. gab. Somit können wir leider keinen Beitrag für Ihre Sammlung leisten.

LESER- BRIEFE

GUTEN TAG,

wie sieht die steuerliche Behandlung der Dividendenzahlung für die im Zuge der Kapitalerhöhung im Januar 2010 erworbenen Aktien aus?

Alfons Zentendorf, Braunschweig

DES: Die Aktien, die Sie bei der Kapitalerhöhung im Januar 2010 erworben haben, sind für das Jahr 2009 voll dividendenberechtigt. Hierbei wird die Ausschüttung der Dividende steuerlich so behandelt, wie bei allen Aktien, die seit dem 1. Januar 2009 erworben wurden. Dies bedeutet, dass Sie als Privatanleger die Dividende im ersten Schritt „steuerfrei“ ausgeschüttet erhalten. Ihre Bank wird im Gegenzug Ihren Einstandskurs um die erhaltene Dividende mindern, so dass diese bei einem Verkauf in der Zukunft als Kursgewinn gewertet wird und damit im Rahmen der Abgeltungssteuer nachversteuert wird. Weitere Informationen hierzu finden Sie auch auf Seite 59.

LIEBES IR-TEAM,

da ich dieses Jahr gerne wieder persönlich Ihre Hauptversammlung besuchen und hierfür gerne frühzeitig mein Hotel buchen möchte, wollte ich Sie fragen, ob Sie mir schon das genaue Datum und den Veranstaltungsort nennen können? Vielen Dank!

Dr. Ursula Hummel, Stuttgart

DES: Unsere Hauptversammlung wird am 17. Juni 2010 in Hamburg stattfinden. Veranstaltungsort wird die Handwerkskammer sein (Holstenwall 12, gegenüber von Pflanzen und Blumen), wo wir bereits unsere Hauptversammlung im Jahr 2007 veranstaltet haben. Als Aktionärin werden Sie die Einladung mit weiteren Informationen rechtzeitig per Post von uns erhalten.

GLOSSAR

Ankermieter ★ Auch „Magnetbetreiber“. Der Mieter, mit dem andere Mieter angezogen werden sollen. Mit seiner hohen Kundenfrequenz sorgt er für eine Belebung des gesamten Shoppingcenters. Die kleineren Mieter, die sich um den Magnetmieter herum ansiedeln, profitieren von der hohen Kundenfrequenz des größeren. Die sinnvolle Struktur eines Centers hinsichtlich räumlicher Anordnung der Läden und Zusammenstellung des angebotenen Sortiments trägt entscheidend zu seinem Erfolg bei.

Anzeigenäquivalenzwert ★ Kennzahl, um einen redaktionellen Beitrag monetär zu erfassen. Grundlage hierfür ist der Anzeigenpreis des jeweiligen Mediums.

Asset-Klasse ★ Einteilung des Kapital- und Immobilienmarkts in unterschiedliche Anlagesegmente.

Bruttoinlandsprodukt (BIP) ★ Wert aller Güter und Dienstleistungen, die im Inland einer Volkswirtschaft innerhalb eines bestimmten Zeitraums erwirtschaftet, das heißt gegen Entgelt hergestellt bzw. erbracht werden.

Cashflow per Share (CFPS) ★ Englische Bezeichnung für: Liquiditätsüberschuss je Aktie. Er berechnet sich folgendermaßen: Cashflow dividiert durch die ausgegebenen Aktien einer Gesellschaft. Der Cashflow je Aktie dient als Grundlage zur Berechnung des Kurs-Cashflow-Verhältnisses (KCV).

Corporate Governance ★ Regeln guter und wertorientierter Unternehmensführung. Ziel ist die Kontrolle des Unternehmensmanagements bzw. die Schaffung von Mechanismen, mit denen Führungskräfte angehalten werden, im Interesse der Aktionäre zu handeln.

Coverage ★ Abdeckung einer börsennotierten Aktiengesellschaft mit Studien und Analysen von Banken und Finanzanalysten.

DAX ★ Wichtigster deutscher Aktienindex. Er wird von der Deutsche Börse AG aus den Aktienkursen der 30 nach Marktkapitalisierung und Börsenumsatz größten deutschen Unternehmen ermittelt, die im Prime Standard notiert sind.

Discounted-Cashflow-Modell (DCF) ★ Methode zur Bewertung von Unternehmen, bei dem die zukünftigen Zahlungsüberschüsse bestimmt und auf den Bewertungsstichtag abdiskontiert werden.

Dividende ★ Anteil am ausgeschütteten Bilanzgewinn einer Gesellschaft, der dem Aktionär entsprechend der von ihm gehaltenen Zahl von Aktien zusteht.

Earnings per Share (EPS) ★ Englische Bezeichnung für „Ergebnis je Aktie“.

EBIT ★ Earnings before Interest and Taxes. Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

EBT ★ Earnings before Taxes. Ergebnis vor Steuern.

E-Commerce ★ Unmittelbare Handels- oder Dienstleistungsbeziehung zwischen Anbieter und Abnehmer über das Internet.

EPRA ★ European Public Real Estate Association. Die EPRA ist eine Organisation mit Sitz in Amsterdam, die die Interessen der großen europäischen Immobilien-Aktiengesellschaften in der Öffentlichkeit vertritt und die Entwicklung und Marktpräsenz dieser unterstützt. Der gleichnamige und international anerkannte EPRA-Index beschreibt die Performance der größten europäischen und nordamerikanischen börsennotierten Immobiliengesellschaften.

Fair Value ★ Ein nach IFRS hypothetischer Marktpreis unter idealisierten Bedingungen, zu dem ein Vermögenswert zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern getauscht oder eine Verpflichtung beglichen werden kann.

FERI-Rating ★ Kurzform für FERI Immobilien Rating. Ein wissenschaftlich basiertes System zur Ermittlung eines nachhaltig erzielbaren Marktwerts (Kriterien: prognostizierte Nettoeinnahmen unter Berücksichtigung von Standort- und Objektattraktivität) und eines Objekt-Ratings (Rendite-Risiko-Relation).

Funds from Operations (FFO) ★ Mittelzufluss aus der operativen Tätigkeit. DES-Berechnung: Periodenüberschuss, bereinigt um das Bewertungsergebnis und die Aufwendungen für latente Ertragsteuern.

Grundkapital ★ Das in der Satzung einer Aktiengesellschaft festgelegte Kapital. Die Satzung bestimmt auch, in wie viele Anteile das Grundkapital eingeteilt ist. In Höhe ihres Grundkapitals gibt die Gesellschaft Aktien aus.

Hedge Accounting ★ Bilanzielle Abbildung zweier oder mehrerer Finanzinstrumente, die in einem Sicherungszusammenhang stehen.

International Financial Reporting Standards (IFRS) ★ Internationaler Rechnungslegungsstandard; IFRS sind die Bezeichnungen für die neuen, vom International Accounting Standards Board (IASB) herausgegebenen Standards und kollektiv auch für die bestehenden IAS des International Accounting Standards Committee (IASC). Die Anwendung von IFRS ist seit dem 1. Januar 2005 für börsennotierte Gesellschaften verpflichtend. Bei den IAS/IFRS steht die Informationsfunktion der Rechnungslegung im Mittelpunkt. Wesentliche Anforderung an den Jahresabschluss ist die faire Präsentation, die nicht durch Aspekte der Vorsicht und der Risikovorsorge eingeschränkt werden soll.

Jahresabschluss ★ Umfasst die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung, den Anhang und den Lagebericht eines Unternehmens. Bei einer Aktiengesellschaft wird er vom Vorstand aufgestellt, durch einen vereidigten Wirtschaftsprüfer auf seine Ordnungsmäßigkeit geprüft und durch den Aufsichtsrat festgestellt.

Lebenshaltungskostenindex ★ Auch „Preisindex für die Lebenshaltung“, der vom Statistischen Bundesamt monatlich berechnet wird. Wichtigste statistische Messzahl für die Veränderung der Preise im sogenannten Warenkorb zusammengefasster Güter innerhalb eines bestimmten Zeitraums und bezogen auf ein bestimmtes Basisjahr. Diese Veränderung wird auch als Inflationsrate bezeichnet.

Loan to value (LTV) ★ Verhältnis des Kreditbetrags zum Marktwert einer Immobilie.

Mall ★ Die Ladenzeile in einem Shoppingcenter.

Marktkapitalisierung ★ Aktueller Kurswert einer Aktie multipliziert mit der Anzahl der an der Börse notierten Aktien. Die Marktkapitalisierung wird für einzelne Unternehmen, aber auch für Branchen oder für gesamte Aktienmärkte ermittelt; dadurch werden diese miteinander vergleichbar.

MDAX ★ Deutscher Nebenwerteindex (Mid-Cap-Index). Enthalten sind die 50 wichtigsten Aktien nach den DAX-Werten.

Multi-Channelling ★ Die Nutzung einer Kombination von Online- und Offline-Kommunikationsmethoden in der Wirtschaft.

Net Asset Value (NAV) ★ Wert des Vermögens abzüglich der Verbindlichkeiten. Bezogen auf eine Aktie stellt der NAV deren inneren Wert dar. Zieht man vom NAV die latenten Steuern ab, erhält man den Net Net Asset Value (NNAV).

Peer-Group ★ Vergleichsmaß für die Entwicklung von Aktienkursen branchenähnlicher Unternehmen. Sie wird nach individuellen Kriterien zusammengestellt.

Performance ★ Bezeichnung für die prozentuale Wertentwicklung eines Anlageobjekts oder eines Wertpapierdepots während eines bestimmten Zeitraums.

Prolongation ★ Verlängerung eines aus der Zinsbindung kommenden Darlehens, auch Anschlussfinanzierung genannt. Die Zinsen werden lediglich neu angepasst, ein Wechsel des Darlehensgebers findet nicht statt.

REIT ★ Abkürzung für „Real Estate Investment Trust“. REITs sind börsennotierte Immobilienaktiengesellschaften, die auf Ebene der Gesellschaft steuerbefreit sind. Dafür müssen ihre Erlöse zu mindestens 75 % aus Vermietung, Verpachtung und Verkauf von Immobilien stammen und die Gewinne zu 90 % als Dividende an die Investoren ausgeschüttet werden.

Roadshow ★ Unternehmenspräsentationen vor institutionellen Investoren.

Sparquote ★ Anteil der Ersparnis am verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte.

TecDAX ★ Nachfolger des NEMAX 50, der die 30 nach Marktkapitalisierung und Börsenumsatz größten Technologiewerte umfasst.

Umsatzmiete ★ Mietbetrag, der sich nicht auf die Mietfläche, sondern auf den Umsatz bezieht, der auf dieser Fläche erzielt wird.

Verkaufsfläche ★ Fläche, die von einem Handelsbetrieb zum Verkauf in einem Gebäude und/oder auf einem Freigelände genutzt wird und den Kunden zugänglich ist. Betrieblich und gesetzlich notwendige Nebenflächen sowie Treppenhäuser und Schaufenster werden nicht dazugerechnet. Die Verkaufsfläche ist ein Teil der Mietfläche des Geschäfts.

Volatilität ★ Statistisches Maß für Kurschwankungen. Je stärker ein Wert schwankt, desto höher ist seine Volatilität.

Xetra ★ Elektronisches Börsenhandelssystem für den standortunabhängigen Kassahandel. Das zentrale, offene Orderbuch kann von allen Marktteilnehmern eingesehen werden und erhöht daher die Markttransparenz. Gehandelt wird zwischen 9.00 und 17.30 Uhr (Stand: März 2010).

Zinsswap ★ Tausch von festen und variablen Zinsverpflichtungen auf zwei nominalen Kapitalbeträgen für einen festgelegten Zeitraum. Durch einen Zinsswap können Zinsänderungsrisiken aktiv gemanagt werden.

INDEX



A		F		N	
Abfindungsanspruch	86, 98, 122, 131	FFO	2, 4, 83, 93, 146	Nachhaltigkeit	10, 27, 49f., 87
Aktie	2ff., 51ff., 70ff., 80, 82ff.	Finanzierung	83ff.	Net Asset Value	3, 80, 86, 147
Aktionärsstruktur	57	Finanzinstrumente	83, 91, 107	P	
Anhang	103ff.	Finanzlage	83ff.	Performance	3, 53, 56, 146
Anteilsbesitz	103, 141f.	Forderungen	110, 133f.	Portfolio	2ff., 16, 19ff., 24, 63, 109, 134
Aufsichtsrat	5ff., 70ff., 137	Fremdkapitalkosten	106, 109, 110ff.	Prognose	4, 80, 86, 92ff.
Ausschüsse	6, 71ff.	G		Projektmanagement	90
B		Gewinn- und Verlustrechnung	99, 124ff.	R	
Bestätigungsvermerk	144	I		Rechnungslegung	71f., 88f., 147
Beteiligungserträge	82	Investitionen	83ff., 110, 120, 133ff.	Risiken	88ff.
Bewertungsergebnis	2ff., 80, 82, 93, 104ff.	Investitionsvolumen	3, 23ff., 87, 92, 137	Rücklagen	98, 102
Bilanz	85, 97, 112ff., 120ff.	Investment Properties	85, 97, 103, 108f.	Rückstellungen	84, 86, 111, 122f.
Bilanzgewinn	7, 121	Investor Relations	51ff.	S	
Bruttoinlandsprodukt	78, 146	Immobilienfonds	53, 92	Anlagevermögen	85, 101, 108
Buchwert	104, 111ff., 131ff.	Immobilienmarkt	2f., 64, 79ff.	Segmentberichterstattung	130ff.
C		K		Shoppingcenter	19ff., 48ff.
Cashflow	84, 101f., 128f. 133ff., 146	Kapitalflussrechnung	101, 128ff.	Strategie	4, 7, 34, 87ff.
Centermanagement	22f. 34f., 125	Kennzahlen	U1 , 83	U	
Corporate Governance	6, 70ff., 139, 146	Konjunktur	89	Umsatz(-erlöse)	2, 80f., 108
D		Konsolidierungskreis	104, 114ff., 123	V	
Dividende	2ff., 7, 52ff., 80ff., 93, 121, 145f.	Konzernbilanz	97, 112ff., 120ff.	Verbindlichkeiten	83ff., 98, 104, 111, 121ff. 133f.
Dividendenvorschlag	58, 83	L		Vergütung	72f., 77, 126, 139
E		Latente Steuern	83, 111, 122	Vermögenslage	85f.
Eigenkapital	23, 83, 85f., 102	Liquidität	84, 88, 107, 133, 146	Vermögenswerte	83, 85, 97, 104f., 110, 118ff., 133ff.
Eigenkapitalquote	83, 134	M		Vorstand	2ff, 70, 72, 76ff., 121, 137ff.
Einzelhandel	3, 6, 19ff. 32, 79, 90ff.	Marketing	66ff.	W	
Entsprechenserklärung	143	Marktwert	84, 108, 122, 127, 146	Währung	90, 106, 112ff.
Erträge	80ff.	Mieter	20ff., 79f., 90	Website	56, 66, 76
Ertragslage	80ff.	Mietermix	22		
		Mitarbeiter	7, 77, 87, 91		

MEHRJAHRE SÜBERSICHT

in Mio. €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	01/09	02/09	03/09	04/09	2009
Umsatzerlöse	57,9	61,4	72,1	92,9	95,8	115,3	31,8	28,3	31,2	36,3	127,6
EBIT	39,5	49,8	57,5	86,3	78,5	98,1	27,1	23,5	26,8	33,3	110,7
Finanzergebnis	-22,0	-25,3	-31,4	-41,0	-39,6	-49,4	-14,2	-12,2	-13,5	-16,0	-55,9
EBT	26,9	37,3	81,1	117,7	77,8	87,0	29,6	14,0	7,3	-10,8	40,1
Konzernergebnis	19,0	27,7	48,7	100,3	94,2	68,9	24,4	11,4	6,1	-7,5	34,4
FFO je Aktie in €	0,82	0,86	0,97	1,08	1,12	1,38	0,35	0,36	0,36	0,42	1,49
Ergebnis je Aktie in €	0,61	0,89	1,55	2,92	2,74	1,96	0,66	0,17	0,22	-0,12	0,93
Eigenkapital*	695,3	684,4	787,4	897,9	974,0	977,8					1.044,4
Verbindlichkeiten	545,2	685,8	756,1	898,3	1.002,3	1.029,1					1.067,8
Bilanzsumme	1.240,5	1.370,2	1.543,6	1.796,2	1.976,3	2.006,8					2.112,1
Eigenkapitalquote in %*	56,1	49,9	51,0	50,0	49,3	48,7					49,4
Gearing in %*	78	100	96	100	103	105					102
Liquide Mittel	102,0	150,3	197,2	94,2	109,0	41,7					81,9
Net Asset Value (NAV)	682,5	686,8	794,5	877,4	925,1	942,8					1.006,9
NAV je Aktie in €	21,84	21,98	23,11	25,53	26,91	27,43					26,63
Dividende je Aktie in €	0,96	0,96	1,00	1,05	1,05	1,05					1,05**

* inkl. Minderheiten

** Vorschlag

FINANZKALENDER 2010

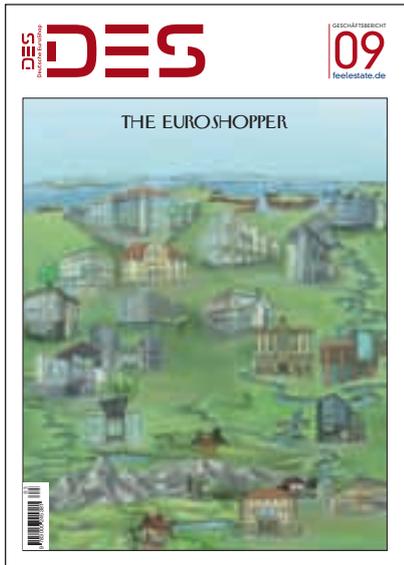
Unser Finanzkalender wird ständig erweitert. Die neuesten Termine erfahren Sie auf unserer Internetseite unter <http://www.deutsche-euroshop.de/ir>

19.01.	CA Cheuvreux German Corporate Conference, Frankfurt	10.06.	Morgan Stanley European Property Conference, London
17.02.	Roadshow Frankfurt, Close Brothers Seydler Bank	17.06.	Hauptversammlung, Hamburg
18.-19.02.	Roadshow London, Kempen & Co.	17.06.	Aufsichtsratssitzung, Hamburg
19.02.	Roadshow Zürich, Silvia Quandt Bank	30.06.	Roadshow Luxemburg, DZ Bank
25.02.	Roadshow Düsseldorf, Köln, WestLB	06.07.	Roadshow Kopenhagen, UniCredit
02.03.	Roadshow Genf, Metzler	12.08.	Zwischenbericht H1 2010
03.03.	Roadshow Mailand, Deutsche Bank	16.-19.08.	Roadshow USA, Berenberg
09.03.	Roadshow Paris, Aurel	16.08.	Roadshow London, UniCredit
10.03.	Roadshow Wien, M.M. Warburg	17.08.	Roadshow Dublin, UniCredit
16.03.	Roadshow München, Bank of Amerika Merrill Lynch	18.-19.08.	Bankhaus Lampe Retail- und Konsumkonferenz, Frankfurt
22.03.	Roadshow Madrid, Bankhaus Lampe	02.-03.09.	EPRA Annual Conference, Amsterdam
23.03.	Roadshow Lissabon, Bankhaus Lampe	21.09.	UniCredit German Investment Conference, München
20.04.	Bilanzausschusssitzung, Hamburg	23.09.	Aufsichtsratssitzung, Hamburg
28.04.	Aufsichtsratssitzung, Hamburg	04.-06.10.	Expo Real, München
30.04.	Bilanzpressekonferenz, Hamburg	12.10.	Roadshow Amsterdam, Rabo
03.05.	Roadshow Zürich, UBS	19.10.	Initiative Immobilien-Aktie, Frankfurt
05.05.	Roadshow Helsinki, equinet	06.11.	Hamburger Börsentag
06.05.	M.M. Warburg Northern Highlights Conference, Hamburg	11.11.	Zwischenbericht 9M 2010
12.05.	Zwischenbericht Q1 2010	12.11.	Roadshow Brüssel, WestLB
26.05.	Kempen & Co European Property Seminar, Amsterdam	16.11.	Roadshow Zürich, Deutsche Bank
27.05.	Société Générale European Mid and Small Caps Conference, Nizza	18.11.	Aufsichtsratssitzung, Hamburg
09.06.	Metzler Property Day, Frankfurt		

VORAUSSCHAUEN. ZURÜCKBLICKEN.

Unser Leserservice: Deutsche EuroShop im Abo!

DER AKTUELLE BERICHT



DIE BERICHTE DER JAHRE 2003-2008



AUSSCHNEIDEN, ABSENDEN ODER
FAXEN AN 040 - 41 35 79 29!

Leserservice: Deutsche EuroShop im Abo!
Ich möchte regelmäßig weitere Informationen
über die Deutsche EuroShop AG erhalten*:

- E-Mail-Newsletter
 Geschäftsbericht per Post (jährlich)

Ich bin
 DES-Aktionär
 Interessent

Was ich Ihnen schon immer sagen wollte (Lob, Kritik etc.):

Name: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

E-Mail: _____

Aktionärsnummer (wenn bekannt): 20 _ _ _ _ _

* Aktionären und Interessenten senden wir den Geschäftsbericht auf Wunsch
gerne kostenfrei zu. Quartalsberichte stehen auf unserer Website als
interaktive Version sowie als PDF-Datei unter www.deutsche-euroshop.de/ir
zur Verfügung.

Bitte
freimachen,
falls Marke
zur Hand

ANTWORT

Deutsche EuroShop AG
Investor & Public Relations
Oderfelder Straße 23

20149 Hamburg

IMPRESSUM

★ ★ ★

Herausgeber

Deutsche EuroShop AG, Oderfelder Straße 23, 20149 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 - 41 35 79 0, Fax: +49 (0)40 - 41 35 79 29, www.deutsche-euroshop.de, ir@deutsche-euroshop.de

★
Chefredakteur
Patrick Kiss

Redaktionsleitung
Nicolas Lissner

Gast-Redakteure
Rolf Bürkl, Steffen Eric Friedlein, German Council of Shopping Centers e. V. / Gottlieb Duttweiler Institut
Dr. Benedikt Gillessen, Mathias Sander, Verena Tenz, Mariana Theiling, Wolfgang Twardawa

★
Konzept & Idee
Deutsche EuroShop

Art Direction & Grafik
IR-One AG & Co.

Illustrationen
Alexander Wohlrab, Mucca Matta

Fotos
Deutsche EuroShop, ECE

★
Druck
Hartung Druck und Medien

Digitale Vorstufe
NELLESmedia GmbH

Verantwortlich für
den redaktionellen Inhalt
Deutsche EuroShop AG, Hamburg

★
DISCLAIMER

Autorenbeiträge
Namentlich gekennzeichnete Texte geben nicht unbedingt die Meinung der Deutsche EuroShop AG wieder.
Für den Inhalt der Texte sind die jeweiligen Autoren verantwortlich

Zukunftsbezogene Aussagen
Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen künftiger Entwicklungen seitens des Vorstands basieren. Die Aussagen und Prognosen stellen Einschätzungen dar, die auf Basis aller zum jetzigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Sollten die den Aussagen und Prognosen zugrunde gelegten Annahmen nicht eintreffen, so können die tatsächlichen Ergebnisse von den zurzeit erwarteten abweichen.

Marken
Alle in diesem Geschäftsbericht erwähnten Marken- und Warenzeichen oder Produktnamen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Dies gilt insbesondere für DAX, MDAX, SDAX, TecDAX und Xetra als eingetragene Warenzeichen und Eigentum der Deutsche Börse AG.

Publikationen für unsere Aktionäre
Geschäftsbericht (deutsch und englisch)
Zwischenberichte zum ersten, zweiten und dritten Quartal (deutsch und englisch)

Geschäftsbericht im Internet
Der Geschäftsbericht der Deutsche EuroShop ist im Internet unter www.deutsche-euroshop.de als PDF-Datei und als interaktiver Online-Geschäftsbericht abrufbar

Auf
Wiedersehen



DES

www.shoppingcenter.ag