

**Rede von  
Wilhelm Wellner (Sprecher des Vorstands)  
anlässlich der ordentlichen (virtuellen) Hauptversammlung  
der Deutsche EuroShop AG  
am 16. Juni 2020 in Hamburg**

Es gilt das gesprochene Wort.

## Chart 0: Titelblatt



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
meine sehr verehrten Damen und Herren,

auch im Namen meines Vorstandskollegen Olaf Borkers begrüße ich Sie sehr herzlich zur ordentlichen Hauptversammlung der Deutsche EuroShop AG.

Ganz ungewohnt findet diese Hauptversammlung virtuell statt und nicht wie üblich als Präsenzveranstaltung. Soziale Distanz und die Beschränkung von Menschenansammlungen sind jedoch auf absehbare Zeit notwendig, auch wenn wir hoffen, dass dies nicht allzu lange Zeit gelten wird. Wir hatten geplant, Sie persönlich zu begrüßen, im traditionellen Umfeld der altherwürdigen Handwerkskammer in Hamburg, statt vor den Monitoren. Die Räumlichkeiten waren bereits gebucht und alles hätte vertraut wie in den Vorjahren stattfinden können. Operativ waren wir ebenfalls auf einem guten Weg, wir haben die Center atmosphärisch weiterentwickelt und die Digital Mall – die Anbindung unserer Center an die Omnichannel-Shoppingwelt – wurde in ihrer ersten Stufe flächendeckend für unser Portfolio in Deutschland eingeführt.

Und dann kam das Coronavirus und hat die Welt verändert.

Die Pandemie hat uns in allen nur denkbaren Bereichen des Lebens getroffen und die Gesellschaft sowie die Wirtschaft stehen vor der größten Herausforderung, die es seit dem zweiten Weltkrieg zu bewältigen gilt. Dabei haben die Gesundheit und das Wohlergehen der Menschen höchste Priorität. Bei jährlich über 175 Mio. Besuchern und rund 17.000 Menschen, die über ihre Arbeitsplätze mit unseren Shoppingcentern direkt verbunden sind, teilen wir diese Sicht bei der Deutsche EuroShop uneingeschränkt. Jedoch wirken sich der allgemeine Lockdown und die Geschäftsschließungen, die Einschränkungen des Geschäftsbetriebes in unseren Centern sowie das aktuell zurückhaltende Konsumentenverhalten unmittelbar negativ auf unsere Mietpartner und damit auf unsere geplanten Mieteinnahmen und unseren Cashflow aus.

Die heutige Hauptversammlung findet damit zu einem besonderen Wendepunkt statt, an dem wir einerseits zurückblickend über das operativ ordentlich verlaufene Geschäftsjahr 2019 sowie einen guten Jahresstart 2020 berichten können, andererseits auf eine Zukunft mit derzeit großer Unsicherheit blicken. Es ist in der Berichterstattung kein einfacher Spagat, dies zusammenzubringen. Beides ist aber sehr wichtig und muss – gerade in der aktuellen Situation – mit in die Betrachtung einbezogen werden, denn wir haben bisher viel richtig gemacht und das abgelaufene Jahr 2019 trägt mit seinen Ergebnissen – zusammen mit der soliden Finanzierungspolitik der Deutsche EuroShop – viel zur Sicherung des Substanzwertes der Gesellschaft und zur Bewältigung der kommenden Herausforderungen bei. Und das Jahr 2019 zeigt – bei einem mutigen und wichtigen Blick über die aktuell alles überlagernde Krise hinaus – auch positive Signale auf, beispielsweise in Bezug auf den eingeschlagenen, richtigen Weg zur Digitalisierung unserer Center, der nun noch wichtiger geworden ist.

Dies vorausgeschickt werde ich Ihnen pflichtgemäß über das Geschäftsjahr 2019 und die Vor-Corona-Zeit Bericht erstatten – dazu zählt in weiten Teilen auch noch das 1. Quartal 2020. Diese Teile werde ich in meiner Rede diesmal jedoch etwas kürzer fassen. Den Schwerpunkt meiner Ausführungen möchte ich nutzen, um Sie über die aktuelle Entwicklung unserer Shoppingcenter seit Beginn der Corona-Pandemie zu informieren, über die Phase seit der größtenteils erfolgten Wiederöffnung der Shops und auch über die kommende herausfordernde Entwicklung, die wir aktuell erleben

und erwarten und auf die wir uns vorbereitet haben. In diesem Zusammenhang werde ich Ihnen auch einen Überblick über die bisherigen - quantitativ messbaren - Corona-Folgen geben und Ihnen unsere Handlungsstrategien präsentieren.

In Anbetracht der substanziellen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf unser Geschäft haben wir bereits – so schmerzlich das ist – durch die Aussetzung der Dividende für das Geschäftsjahr 2019 für die Gesellschaft einen größeren – aus aktueller Sicht notwendigen – finanziellen Handlungsspielraum geschaffen. Dieser hilft uns bereits aktuell und auch vorausschauend, denn in einer Krisensituation rücken die Themen Liquidität und Finanzierung in den Fokus.

Wir schauen dabei trotz der großen Herausforderungen und Unsicherheiten zuversichtlich nach vorn. Es geht weiter, gegebenenfalls auch – wie vielfach thematisiert - in einer neuen Normalität. Menschen sind soziale und kontaktfreudige Wesen. Und als solche werden sie sich – auch wenn es etwas Zeit dauert – bald wieder deutlich mehr persönlich treffen, gemeinsam Zeit verbringen und sich unterhalten lassen und auch stationär shoppen – und dies auch auf den lebendigen Marktplätzen in unseren Centern.

In der Phase des Lockdowns hat - nicht überraschend - der Onlinehandel einen weiteren Wachstumsschub erfahren. Zu diesem wichtigen Thema gebe ich Ihnen ein Update zur „Digital Mall“, mit der die ECE, unser langjähriger Centerbetreiber, den strukturellen Wandel im Einzelhandel begleitet und die Offline- mit der Online-Shoppingwelt weiter verknüpft. Auch hier gibt es gute Fortschritte.

Kurz zusammengefasst: Wir haben 2019 unsere Ziele erreicht und operativ eine ordentliche Entwicklung gesehen, unser Shoppingcenterportfolio weiterentwickelt und die Digitalisierung vorangetrieben. Mit der Corona-Pandemie hat sich zwar nicht alles, aber sehr vieles geändert und neue Herausforderungen sind entstanden.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
meine Themen für die heutige Hauptversammlung sind folgende:

## Chart 1: Agenda – Hauptversammlung 2020



Beginnend mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen 2019 und einem ersten Blick auf aktualisierte Prognosen für gesamtwirtschaftliche Kennzahlen für 2020 werde ich Ihnen die Geschäftsergebnisse für 2019 erläutern. Dabei werde ich auf die Entwicklung unserer Investitionen und des Transaktionsmarktes sowie deren Auswirkungen auf das Bewertungsergebnis eingehen. Anschließend werde ich mich zu unserer Bilanzstruktur und zu unseren Finanzierungen äußern.

Einen klassischen Ausblick für das laufende Geschäftsjahr in Form einer Prognose kann ich Ihnen dieses Jahr aufgrund der außergewöhnlichen Umstände nicht präsentieren, aber ich werde Ihnen in meinen Ausführungen die wesentlichen wirtschaftlichen Einflussfaktoren benennen, die uns in den nächsten Quartalen beschäftigen und von denen die Ergebnisse maßgeblich beeinflusst werden.

Die Börse hat sehr früh flächendeckend für unsere Branche und sehr sensibel auf die Corona-Pandemie reagiert, dazu äußere ich mich bei einem gemeinsamen Blick auf die leider enttäuschende Aktienkursentwicklung.

Anschließend gebe ich Ihnen dann einen Situationsbericht aus unseren Centern bezüglich des Öffnungsstatus, des Umgangs mit den weiter vorhandenen vielfältigen Betriebsrestriktionen und der Entwicklung der Kundenfrequenzen sowie unserer laufenden Mieteinnahmen.

Abschließend kommen wir zu Ihren Fragen, die uns schriftlich erreicht haben. Die klassische Generaldebatte entfällt aufgrund der Umstände. Um diesem Nachteil Rechnung zu tragen, haben wir meine Rede wie angekündigt vorab veröffentlicht, damit wir einer klassischen Hauptversammlung als Plattform für Austausch und Diskussion nahekommen und Sie Ihre Fragen auch auf Elemente meiner Rede ausrichten können. Bis zum Ablauf der Einreichungsfrist haben wir viele Fragen erhalten, die wir im Anschluss an meine Rede beantworten werden.

Beginnen wir mit der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im letzten Geschäftsjahr und in Ergänzung dazu mit aktuellen Wirtschaftsprognosen, die die Vorboten dessen sind, was auf uns zukommt.

## Chart 2: Rahmenbedingungen 2019



Das deutsche Bruttoinlandsprodukt ist 2019 um 0,6 % nach 1,5 % im Vorjahr gestiegen. Das Wirtschaftswachstum hatte sich verlangsamt, man musste bereits vor Corona im Verlauf des Jahres 2020 mit leicht rezessiven Tendenzen rechnen. Auf dem Arbeitsmarkt war 2019 die Welt im Lot, die Arbeitslosenquote lag bei 5,0 %. Die Verbraucherpreise in Deutschland stiegen 2019 um 1,4 % und lagen damit nahe an der von der EZB anvisierten 2%-Grenze. Die Sparquote blieb mit 10,9 % des verfügbaren Einkommens auf einem üblichen Niveau und die Reallöhne der Arbeitnehmer stiegen um 1,2 %. Dies hatte positive Wirkungen auf die wichtigen

privaten Konsumausgaben, die rund 52 % des Bruttoinlandsproduktes ausmachten. Sie lagen preisbereinigt um 1,6 % höher.

In Deutschland konnte der Einzelhandel seinen Umsatz real um 0,8 % steigern. Dieses Wachstum war wieder einmal vorrangig durch einen um 8,4 % gewachsenen Onlinehandel geprägt. Der Anteil des Onlinehandels in Deutschland lag nach Angaben des Handelsverbands Deutschland, HDE, Ende 2019 bei 10,4 %. Auch in unserem Portfolio stiegen die Umsätze aller Mieter und Segmente um 0,5 % nach einem Minus von 2,2 % im Vorjahr.

### Chart 3: Rahmenbedingungen 2019 – aktuelle Entwicklungen 2020

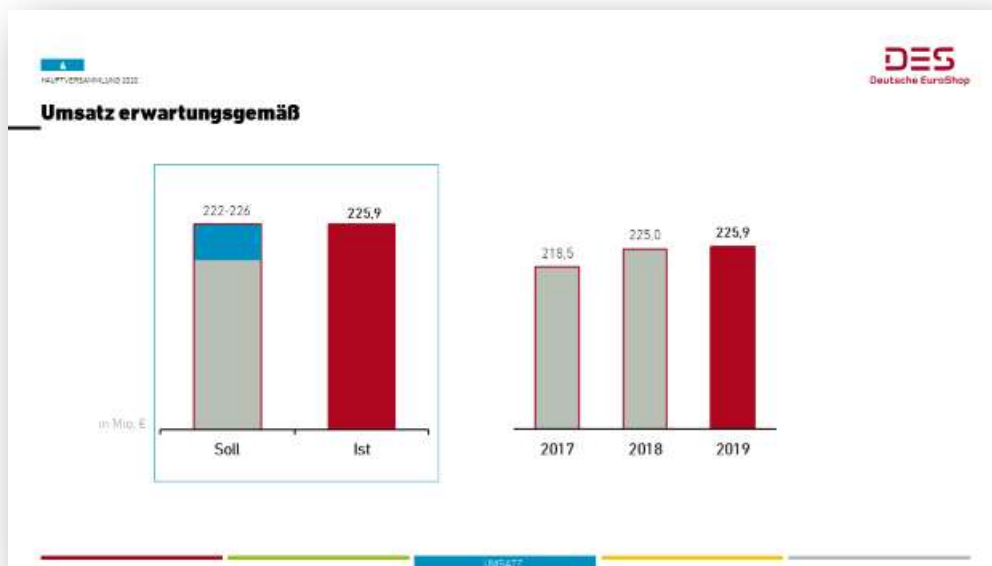


Ganz anders sieht der aktuelle Ausblick aus – an dem wir unser Handeln werden ausrichten müssen. Für 2020 geht die Bundesregierung von einer sehr deutlichen Schrumpfung der deutschen Wirtschaft um 6,3 % aus. Für die Preisentwicklung erwarten die Experten für das Gesamtjahr eine deutliche Absenkung auf 0,6 % und Corona-bedingt stieg die Arbeitslosenquote von Februar bis Mai dieses Jahres sprunghaft um 0,8 Prozentpunkte auf 6,1 % an. Damit einhergehend rechnen Volkswirte mit einer deutlichen Zunahme der Sparneigung auf 12,5 %. Geld, das dem Einzelhandel zusammen mit den verlorenen Umsätzen aus der Schließungszeit fehlen wird, auch wenn von den von der Bundesregierung jüngst beschlossenen Konsumstützungsmaßnahmen eine gewisse Linderung erwartet wird.

Meine Damen und Herren,

das waren viele wichtige volkswirtschaftliche Zahlen. Sie belegen, wie sich die Situation innerhalb kürzester Zeit verändert hat. Bevor ich Ihnen erläutere, wie wir uns in der kommenden Phase verhalten werden, komme ich zuerst zurück zu den Gesellschaftsergebnissen 2019, die eigentlich im Mittelpunkt der heutigen Hauptversammlung stehen und die sich nicht verstecken müssen.

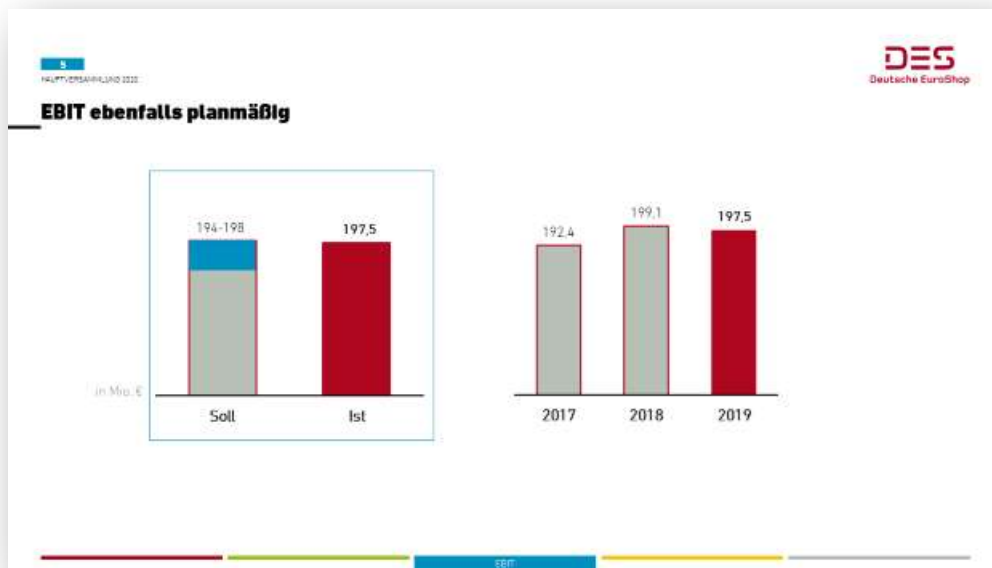
#### Chart 4: Umsatz erwartungsgemäß



Beginnen möchte ich mit unserem Umsatz: Nach 225,0 Mio. € im Vorjahr hatten wir für 2019 mit 222 bis 226 Mio. € geplant. Mit einem Anstieg um 0,4 % auf 225,9 Mio. € haben wir diese Planung erfüllt.



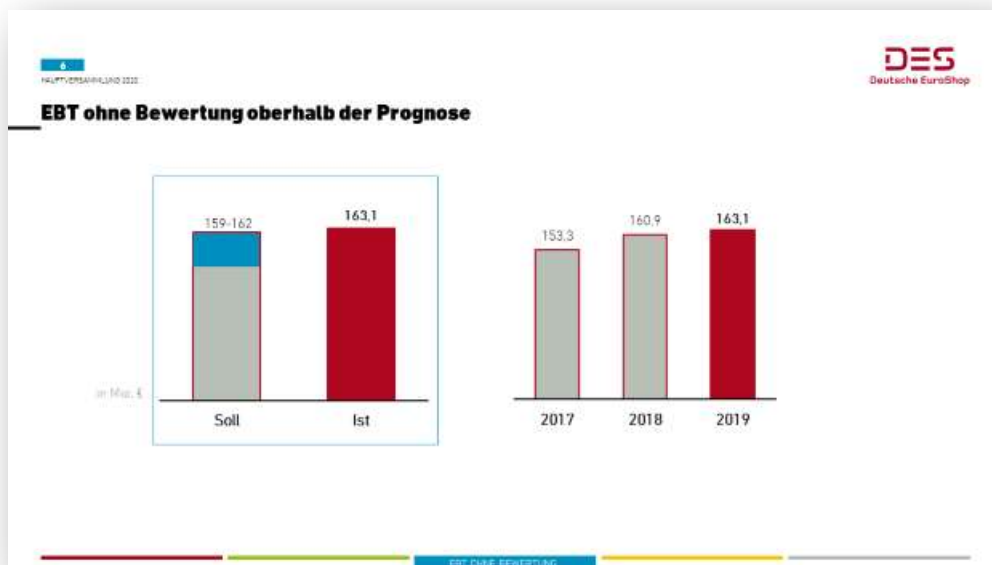
## Chart 5: EBIT ebenfalls planmäßig



Als Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) hatten wir zwischen 194 und 198 Mio. € prognostiziert. Mit 197,5 Mio. € sind wir hier ebenso innerhalb der prognostizierten Bandbreite geblieben.

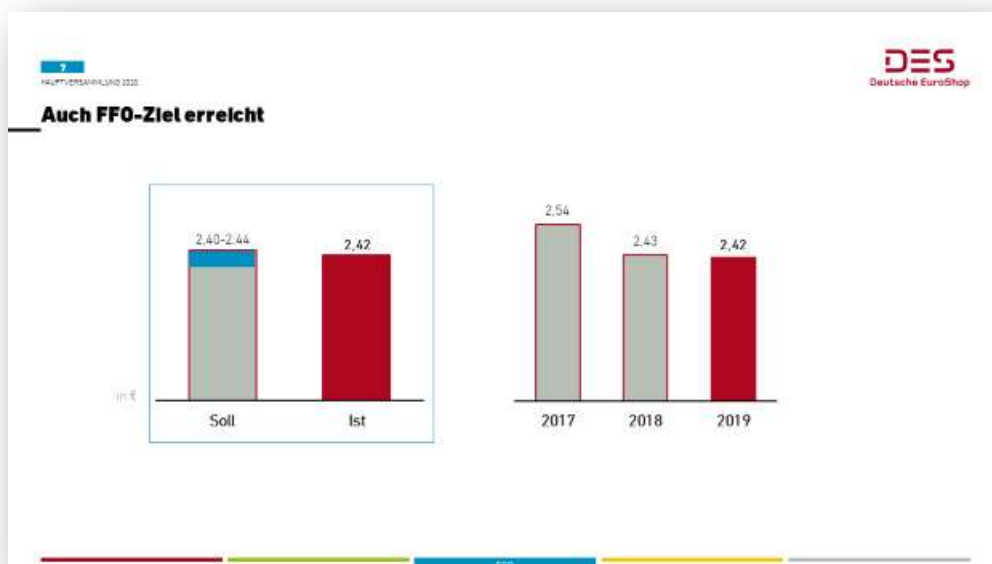
Das Finanzergebnis (ohne Bewertungsergebnis) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Mio. € auf -34,3 Mio. €. Größten Einfluss hatte dabei der Zinsaufwand der Konzerngesellschaften, der aufgrund planmäßiger Tilgungen sowie günstigerer Anschlussfinanzierungen insgesamt um 3,5 Mio. € unter dem Vorjahreszeitraum lag. Das im Finanzergebnis enthaltene operative at-equity-Ergebnis lag mit 30,6 Mio. € auf Vorjahresniveau.

## Chart 6: EBT ohne Bewertung oberhalb der Prognose



Für das operative Ergebnis vor Steuern, d. h. das Ergebnis, welches um die Bewertungsergebnisse der Immobilien bereinigt ist, hatten wir mit 159 bis 162 Mio. € kalkuliert. Erreicht haben wir 163,1 Mio. €. Dies entsprach einem Anstieg von 1,4 % gegenüber dem Vorjahr.

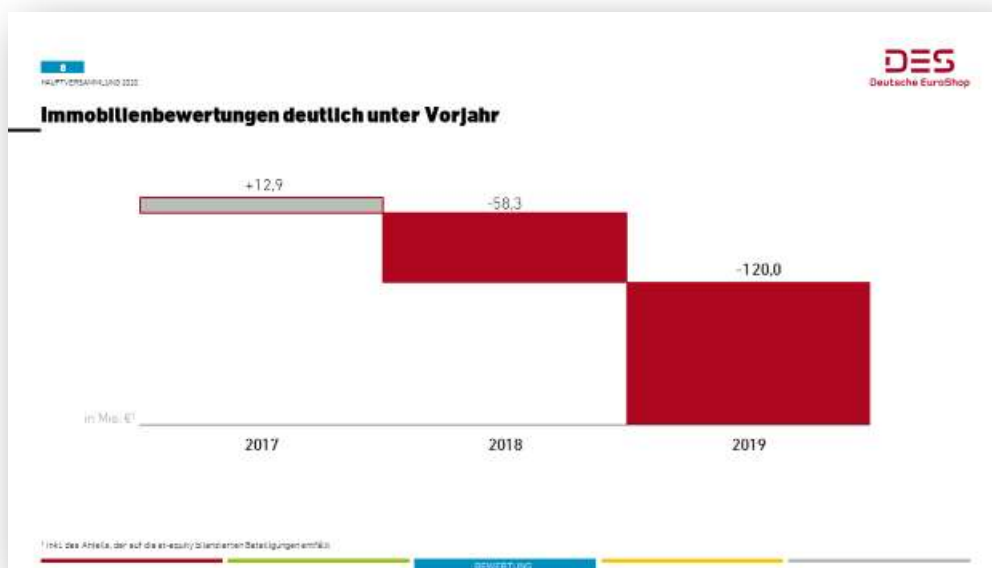
## Chart 7: Auch FFO-Ziel erreicht



Eine wichtige Kennzahl sind die „Funds from Operations“. Im Geschäftsjahr 2019 erzielten wir FFO von 149,6 Mio. € oder 2,42 € je Aktie. Geplant hatten wir mit einer Bandbreite von 148 bis 151 Mio. € beziehungsweise 2,40 bis 2,44 € je Aktie.

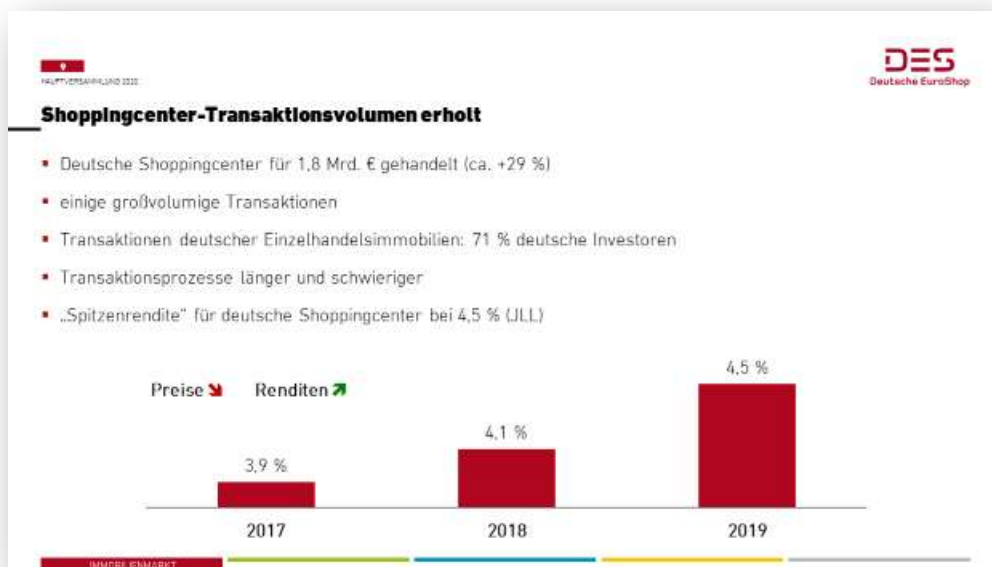
Nach der Erläuterung der operativen Zahlen komme ich jetzt zum Bewertungsergebnis und werde dann zum Konzernergebnis überleiten.

### Chart 8: Immobilienbewertungen deutlich unter Vorjahr



Die Bewertung des Immobilienportfolios wurde im Wesentlichen beeinflusst von im Durchschnitt leicht gefallenem Preisen für Shoppingcenter in Deutschland, Investitionen in die Modernisierung und Positionierung des Bestandsportfolios sowie von angepassten Erwartungen an die Mietentwicklung und die Nachvermietungszeiträume. Dazu gab es besondere marktspezifische Einflussfaktoren für die einzelnen Shoppingcenter, insbesondere aufgrund von lokalen Wettbewerbssituationen. Im Ergebnis war ein negatives Bewertungsergebnis von 120,0 Mio. € zu verzeichnen.

## Chart 9: Shoppingcenter-Transaktionsvolumen erholt



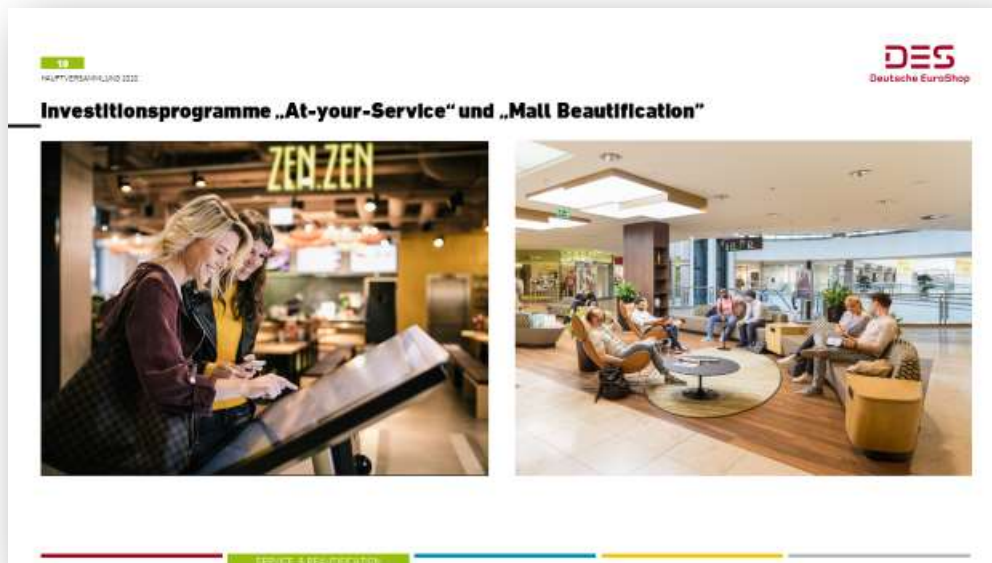
Meine sehr geehrten Damen und Herren,

für die Immobilienbewertung ist ein funktionierender Immobilienmarkt von Bedeutung.

Nach Angaben von JLL erholte sich das Shoppingcenter-Transaktionsvolumen in Deutschland nach einem sehr schwachen Vorjahr auf knapp 1,8 Mrd. € – dies entspricht einem Plus von 29 %. Hier waren jedoch einige großvolumige Transaktionen Grund für den Anstieg. Wie im Vorjahr waren es vor allem deutsche Investoren, die 71% der Investitionen in deutsche Einzelhandelsimmobilien auf sich vereinten.

Die Transaktionsprozesse gestalteten sich in dem vorherrschenden Marktumfeld regelmäßig länger und schwieriger. Dies war auch an den steigenden Renditen für Deutschland zu beobachten. Nach Angaben von JLL lagen sie für Prime-Shoppingcenter zum Jahresende bei durchschnittlich ca. 4,5 % nach 4,1 % im Vorjahr.

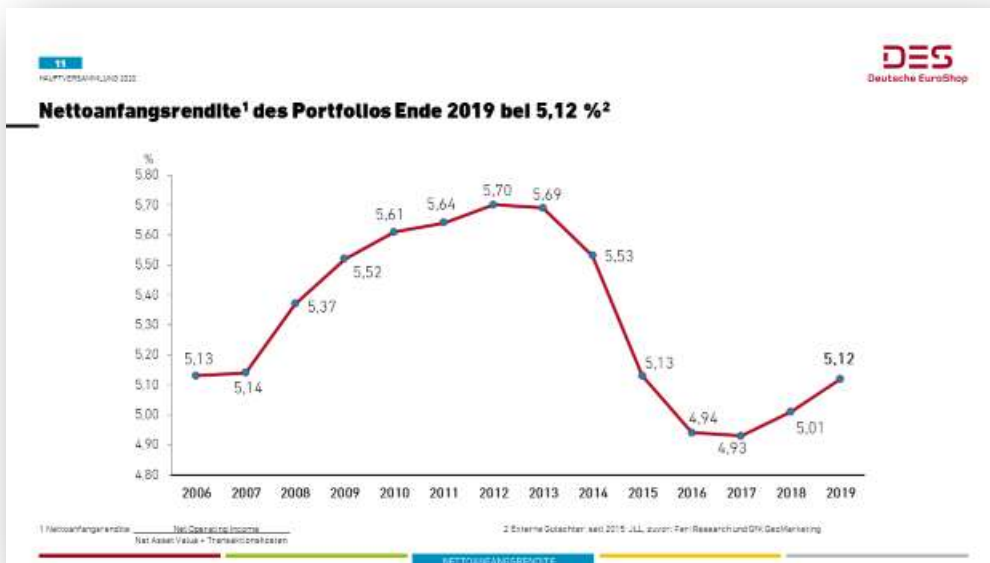
## Chart 10: Investitionsprogramme „At-your-Service“ und „Mall Beautification“



Zur Erhaltung des Wertes unseres Bestandsportfolios sind regelmäßig Investitionen nötig, die auch bei der Immobilienbewertung eine wichtige Rolle spielen. Mit unseren mehrjährigen „At-your-Service“- und „Mall Beautification“-Investitionsprogrammen haben wir unseren Besuchern in vielen Centern bereits ein vielfältigeres Komfortangebot und verbessertes Ambiente anbieten können. In fünf Centern, in Magdeburg, Dresden sowie im Billstedt-Center Hamburg, im Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim und im Herold-Center Norderstedt sind diese Programme bereits erfolgreich abgeschlossen, in weiteren Centern bereits in fortgeschrittenen Phasen der Umsetzung, bspw. in Hamm, Dessau und in Neunkirchen. Ergänzt werden diese Programme durch Investitionen in die Infrastruktur der Immobilien sowie in den Mieter- und Branchenmix. Während wir die Modernisierungsprogramme aus Liquiditätssicherungsgründen derzeit verschieben, dürften sich die weiteren Investitionen – insbesondere in Bezug auf Vermietungsaktivitäten – Corona-bedingt in Zukunft erhöhen.

Unter Einbeziehung aller erläuterten Bewertungseffekte wurden die Konzernimmobilien im Durchschnitt um 2,9 % abgewertet. Die Bandbreite der Bewertungsänderungen, die von unserem unabhängigen Gutachter JLL ermittelt wurden, lag dabei zwischen -9,6 % und +4,1 %.

**Chart 11: Nettoanfangsrendite des Portfolios Ende 2019 bei 5,12 %**

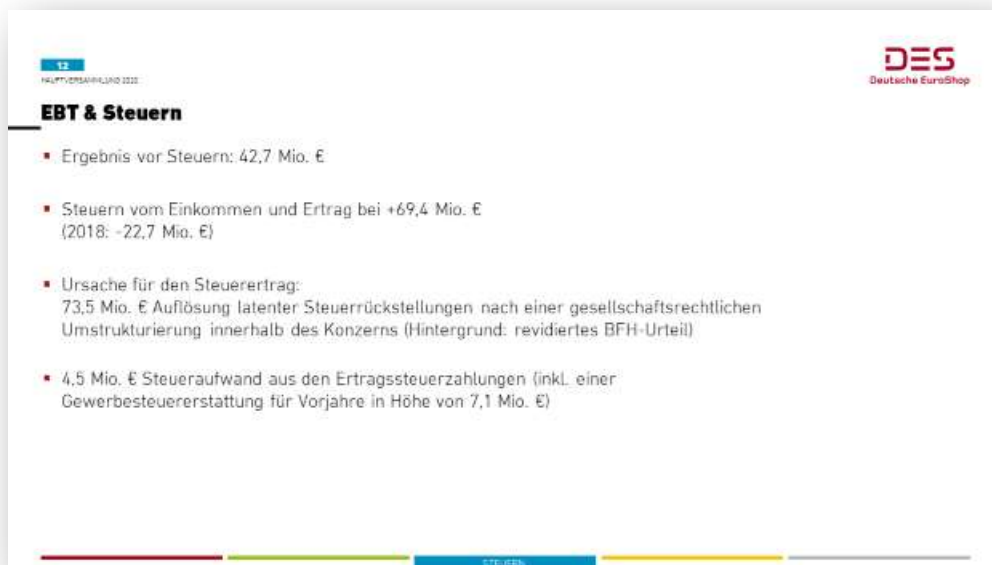


Die gutachterliche Nettoanfangsrendite unseres Portfolios – oder im Fachjargon der Net Initial Yield – erhöhte sich 2019 von 5,01 % auf 5,12 %. Die Nettoanfangsrendite ist dabei die Rendite, die ein potenzieller Käufer unseres Shoppingcenterportfolios zu den festgestellten Buchwerten und unter Berücksichtigung üblicher Anschaffungsnebenkosten erzielen könnte.

Die Wertentwicklung unserer Immobilien ist einerseits beeinflusst vom Immobilienzyklus, andererseits jedoch auch von der besonderen Wettbewerbssituation mit dem Onlinehandel. Und die Corona-Pandemie kann den Druck auf Shoppingcenterpreise und -bewertungen im jetzigen Umfeld weiter erhöhen – auch wenn der Transaktionsmarkt aufgrund der aktuellen Situation erst einmal weitgehend zum Erliegen kommen dürfte und damit direkte Preisreferenzpunkte fehlen.

In Anbetracht der besonderen Sachlage beabsichtigen wir daher – abweichend von der turnusgemäßen jährlichen Immobilienbewertung zum Jahresende – unsere Center bereits zu unseren Halbjahreszahlen zum 30. Juni 2020 bewerten zu lassen.

## Chart 12: EBT & Steuern

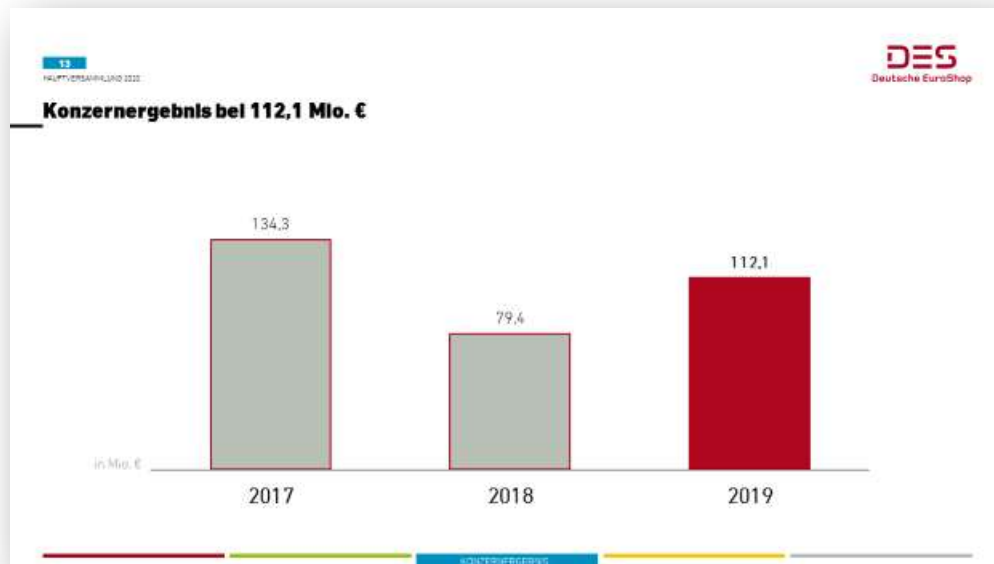


Zusammenfassend ergibt sich aus dem operativen Ergebnis, dem Finanzergebnis und dem Bewertungsergebnis das Gesamtergebnis des Konzerns, welches 2019 bei 42,7 Mio. € vor Steuern lag.

Die außergewöhnlich hohen und dazu noch positiven Steuern vom Einkommen und vom Ertrag resultierten aus einem Steuerertrag von insgesamt 69,4 Mio. €. Diesem steht ein Steueraufwand von 22,7 Mio. € im Vorjahr gegenüber. Wir konnten im Berichtsjahr latente Steuerrückstellungen in Höhe von 73,5 Mio. € auflösen, wobei dies im Wesentlichen durch die 2019 vollzogene gesellschaftsrechtliche Umstrukturierung innerhalb des Konzerns möglich war. Wie bereits berichtet, erlaubt eine im März 2019 veröffentlichte Entscheidung des Großen Senats des Bundesfinanzhofs, die erweiterte gewerbsteuerliche Kürzung bei der Beteiligung an rein grundstücksverwaltenden Personengesellschaften – wie sie die Deutsche EuroShop hält – in einem größeren Umfang als zuvor. Die Entscheidung revidierte ein früheres BFH-Urteil aus dem Jahr 2010, auf dessen Basis auch der Deutsche EuroShop die Befreiung von Erträgen von der Gewerbesteuer verwehrt wurde. Wir hatten gegen entsprechende Steuerfestsetzungen der Vorjahre Einsprüche erhoben, denen nun auf Basis des BFH-Urteils stattgegeben wurde. Nach beharrlicher und konsequenter Wahrnehmung der Interessen der Gesellschaft ein willkommener – wenn auch einmaliger – Sondereffekt.

Abschließend noch die Informationen zu den effektiven Ertragsteueraufwendungen. Diese beliefen sich 2019 auf 4,5 Mio. € und beinhalten eine Gewerbesteuererstattung für Vorjahre in Höhe von 7,1 Mio. €.

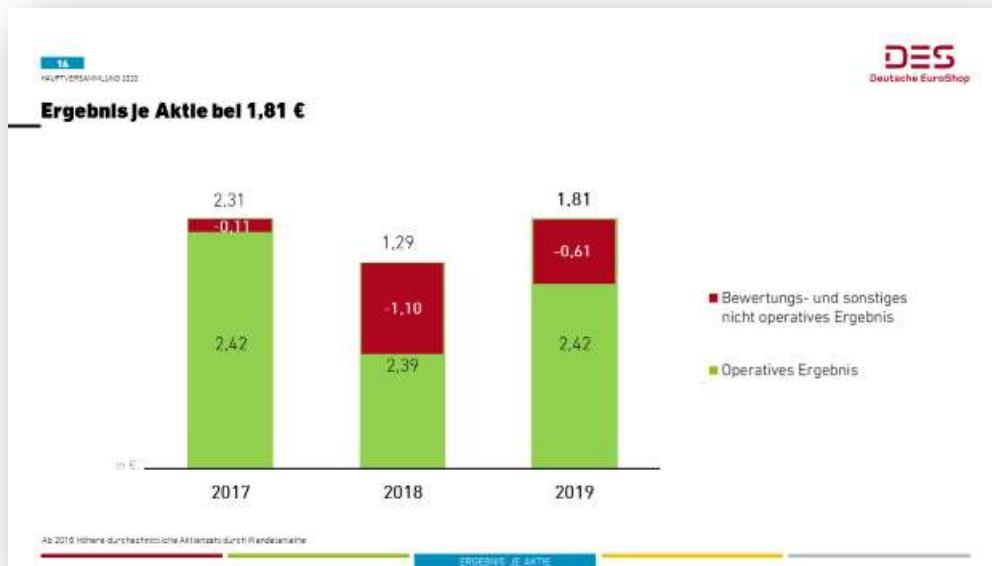
### Chart 13: Konzernergebnis bei 112,1 Mio. €



Das Konzernergebnis hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr aufgrund des erläuterten außerordentlichen Steuerertrages aus der Auflösung latenter Steuern und der Gewerbesteuererstattung trotz des deutlich negativeren Bewertungsergebnisses um 32,7 Mio. € auf 112,1 Mio. € verbessert.



## Chart 14: Ergebnis je Aktie bei 1,81 €



Bei einer Betrachtung je Aktie ergab sich ein Anstieg des Konzernjahresüberschusses von 1,29 € auf 1,81 €.

Während sich das operative Ergebnis positiv auf 2,42 € je Aktie entwickelte, schlug das negative Bewertungsergebnis und die Auflösung der latenten Steuern insgesamt mit einem Minus von -0,76 € zu Buche. Der Rest des Ergebnisses ist der Gewerbesteuererstattung zuzuordnen.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
ich komme nun auf unsere Bilanz zu sprechen. Sie ist ein ganz wichtiges Asset in diesen Zeiten.

## Chart 15: Bilanzstruktur

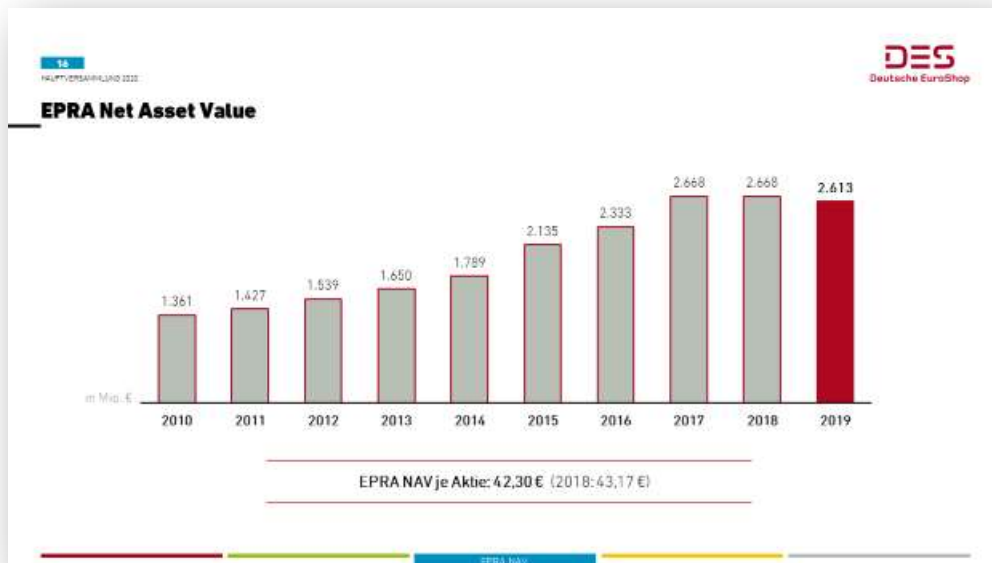


Im Berichtsjahr ist die Bilanzsumme des Konzerns um 51,6 Mio. € auf 4,56 Mrd. € zurückgegangen. Größten Einfluss hatte der Rückgang der langfristigen Vermögenswerte aufgrund der Marktwertveränderungen der Shoppingcenter, gegenläufig dazu stiegen die kurzfristigen Vermögenswerte an, im Wesentlichen aufgrund höherer liquider Mittel.

Das Eigenkapital des Konzerns inklusive der Fremdgehältern lag zum Ende des Berichtsjahres mit 2,6 Mrd. € um 28,1 Mio. € über dem des Vorjahres. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich weiter und belief sich zum Jahresende auf sehr solide 57,1 %.

Die langfristigen Verbindlichkeiten reduzierten sich um insgesamt 137,3 Mio. € auf 1,85 Mrd. €, im Wesentlichen durch die eben erwähnte Auflösung passiver latenter Steuern, die Umgliederung eines Ende 2020 auslaufenden Darlehens in die kurzfristigen Verbindlichkeiten sowie aufgrund des Saldos aus planmäßigen Tilgungen und der Neuaufnahme von Darlehen. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen insbesondere durch die Darlehensumgliederung entsprechend an, waren aber ansonsten weitgehend unverändert.

**Chart 16: EPRA Net Asset Value**



Zum Abschluss meines Berichts über die Ergebnisse der Deutsche EuroShop für 2019 nun noch der Blick auf den Net Asset Value, kurz NAV, also dem auf gutachterlicher Basis ermittelten inneren Wert der Aktie, der im Wesentlichen von den Marktwerten der Shoppingcenter abhängt.

Dieser Net Asset Value lag zum 31. Dezember 2019 mit 2,61 Mrd. € um 54,1 Mio. € unter dem Vorjahr. Heruntergebrochen auf die Aktie lag der NAV bei 42,30 € und damit 2 % unter dem Vorjahresniveau. Der aktuelle Aktienkurs beinhaltet damit derzeit einen sehr hohen Abschlag von rund zwei Dritteln auf den NAV – ein deutlicher Ausdruck der aktuellen Unsicherheit.

Soviel zu den Geschäftszahlen aus 2019. Erwähnen möchte ich hier noch kurz das 1. Quartal 2020, welches für uns mit Blick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf unser Geschäft einen Wendepunkt markiert, da es die negativen finanziellen Auswirkungen der Krisensituation nur in geringem Umfang beinhaltet. Ohne die Auswirkungen der Corona-bedingten Schließungen im März 2020 hätte das 1. Quartal unsere ursprünglichen Erwartungen für 2020 voll erfüllt. Bei den FFO zeichnete sich sogar ein leicht höheres Ergebnis als geplant ab.

## Chart 17: Finanzierung



Nach dieser Präsentation der Geschäftszahlen und der soliden Bilanz möchte ich Ihnen zu den aktuell sehr wichtigen Themen der „Finanzierung“ und „Liquidität“ sowie zur sensiblen Wechselwirkung zwischen den beiden kommen.

Zuerst ein Blick auf unsere konsolidierten Darlehen in Höhe von 1,5 Mrd. €, die zum 31. Dezember 2019 für durchschnittlich 5,3 Jahre zu rund 2,5 % per annum gesichert waren. Die Deutsche EuroShop unterhält für diese Darlehen Kreditverbindungen zu 24 Banken und Sparkassen. Dabei handelt es sich um Kreditinstitute aus Deutschland, Österreich und der Tschechischen Republik. Von 20 Darlehen im Konzern sind bei 14 Darlehen Kreditauflagen, sogenannte Covenants, mit den finanzierenden Banken vereinbart. Alle Auflagen wurden 2019 deutlich eingehalten und wir gehen auf Basis des derzeitigen Corona-Pandemie-Verlaufs, der weitgehenden Shop-Öffnungen und der laufenden und erwarteten Lockerungsmaßnahmen in unseren Centern davon aus, dass die Lage bzgl. der Kreditauflagen auch in dieser außergewöhnlichen Situation beherrschbar ist. Wir werden die weitere operative Entwicklung und deren Auswirkungen auf die Kreditauflagen laufend neu bewerten und überwachen. Mit unseren langjährigen Bankenpartnern sind wir in dieser besonderen Situation in regelmäßiger Abstimmung.

Voraussetzung dafür ist aber auch eine ausreichende Liquidität, um aus einer Position der Stabilität und Flexibilität agieren zu können. Auch deshalb haben wir die

Aussetzung der Dividende beschlossen. Neben der Verbesserung unserer Handlungsfähigkeit senden wir damit positive Signale an die langjährigen Finanzierungspartner, mit denen wir – das gilt es zu beachten – auch mitten im Lockdown und jetzt – kurz nach Wiedereröffnung der meisten Shops – über den Abschluss von Kreditverträgen verhandeln. Darüber hinaus ist es wichtig, durch einen ausreichenden finanziellen Freiraum jederzeit aus eigener Kraft Investitionen in neue Mietbereiche und in den Branchenmix vornehmen zu können. Dass dies in der Nach-Corona-Zeit wichtig werden kann, hatte ich bereits erwähnt. Und nicht zuletzt wollen wir – auch wenn wir im Moment nicht davon ausgehen, dies in Anspruch nehmen zu müssen – der Gesellschaft und damit Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre – die prinzipielle Möglichkeit offenhalten, später bei einer gegebenenfalls weiteren Verschlechterung der Lage auf staatliche Hilfsprogramme zurückgreifen zu können – soweit sie denn für uns nutzbar sind. Dafür ist – so hat die Entwicklung gezeigt – die Aussetzung von Dividendenzahlungen eine wesentliche Voraussetzung.

Wir sind – wie viele Experten sagen – früh im Pandemieverlauf, ein Impfstoff ist noch nicht in Sicht und die finanziellen Auswirkungen nicht abschätzbar. Dazu ist eine sogenannte zweite Corona-Welle nicht auszuschließen, wenngleich wir bei der Deutsche EuroShop Optimisten sind und aktuell nicht davon ausgehen. Aber auch dafür gilt es Reserven vorzuhalten.

Erlauben Sie mir an dieser Stelle noch einen wichtigen Hinweis, der außerhalb eines vorher undenkbaren Corona-Szenarios in dieser Form keine Relevanz hatte und der insbesondere hinsichtlich der von Ihnen gestellten Fragen zur Dividende 2019 zu beachten ist: Die Mietverträge der Deutsche EuroShop enthalten regelmäßig Vereinbarungen zu festen Mindestmietzahlungen. Jedoch beeinflussen die durch einen externen Schock dieses Ausmaßes ausgelösten flächendeckenden Umsatzverluste sowie die damit einhergehende aktuelle und zunächst auch weiter zu erwartende Konsumzurückhaltung, die wirtschaftliche Situation der betroffenen Einzelhändler deutlich negativ. Es gibt bereits eine Reihe von Insolvenz-Schutzschirmverfahren bei unseren Mietern. Dies hat zur Folge, beziehungsweise erhöht für die Gesellschaft das Risiko, dass die vertraglichen Verpflichtungen durch die Mietpartner nicht beziehungsweise nicht rechtzeitig erfüllt werden. Auch ergibt sich in Folge aufgelaufener Mietforderungen, wie sie sich derzeit unter anderem aufgrund

von eilig erlassenen Mieterschutzgesetzen in den meisten unserer Länder ergeben, ein erhöhtes Ausfallrisiko. In dieser außergewöhnlichen, aber sehr realen Marktsituation und gewissermaßen in der Schicksalsgemeinschaft, in der wir uns mit unseren Mietern befinden, sind auch durch uns – wie branchenweit – insbesondere für die Lockdown-Zeit und die Phase danach – Entlastungsmaßnahmen, wie beispielsweise Mietreduzierungen, für Mietpartner notwendig und bereits individuell in Verhandlung.

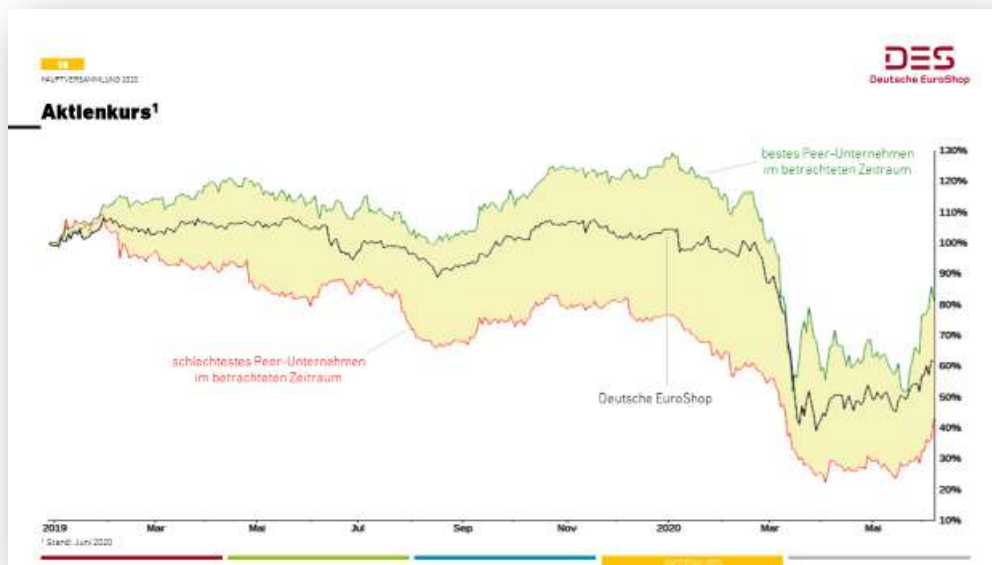
Seit Ausbruch der Coronakrise haben sich unsere sonst traditionell sehr niedrigen Außenstände bereits um über 30 Mio. € erhöht. Dabei sind die erwarteten Liquiditätsauswirkungen dieser Situation auf die Deutsche EuroShop, da kann ich Sie beruhigen, aktuell gut zu beherrschen und die Aussetzung der Dividende trägt erheblich dazu bei. Wir müssen jedoch Mietausfälle und weiter hohe Außenstände im Auge behalten und wir beziehen sie in unsere Planungen mit ein.

Und hier schließt sich der Kreis zum wichtigen Thema Liquidität und Finanzierung: Auf Basis einer soliden Finanzpolitik und Bilanz und – soweit in dieser Situation abschätzbar – weiter konservativen Finanzplanung, ausreichend Liquidität, um auch in Ausnahmesituationen handlungsfähig zu bleiben sowie vertrauensvollen Bankbeziehungen, haben wir auch aktuell Zugang zum Bankenmarkt und konnten zuletzt – mitten im Lockdown Ende März – einen Kreditvertrag unterzeichnen. Dies ist in dieser außergewöhnlichen Situation und mit einem historischen Blick auf die Finanzkrise nicht selbstverständlich. Wir werden – im Sinne der Gesellschaft und damit auch in Ihrem Sinne – mit einer verlässlichen Finanzpolitik alles Mögliche dafür tun, damit wir das Vertrauen der Finanzierungspartner bewahren.

Verständlicherweise haben wir von Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, im Vorfeld der Hauptversammlung Fragen zur Finanzierung sowie zur Liquidität und damit zur Dividende erhalten. An dieser Stelle möchte ich jedoch nicht vorgreifen, mein Vorstandskollege Olaf Borkers und ich werden Ihnen diese in der Generaldebatte beantworten.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
ich komme nun zur Kursentwicklung unserer Aktie.

## Chart 18: Aktienkurs



Es ist nicht anders auszudrücken, der Blick auf diesen Aktienkursverlauf ist sehr ernüchternd. Und dies auch, wenn mit der Corona-Pandemie die externen Gründe dafür klar auf der Hand liegen.

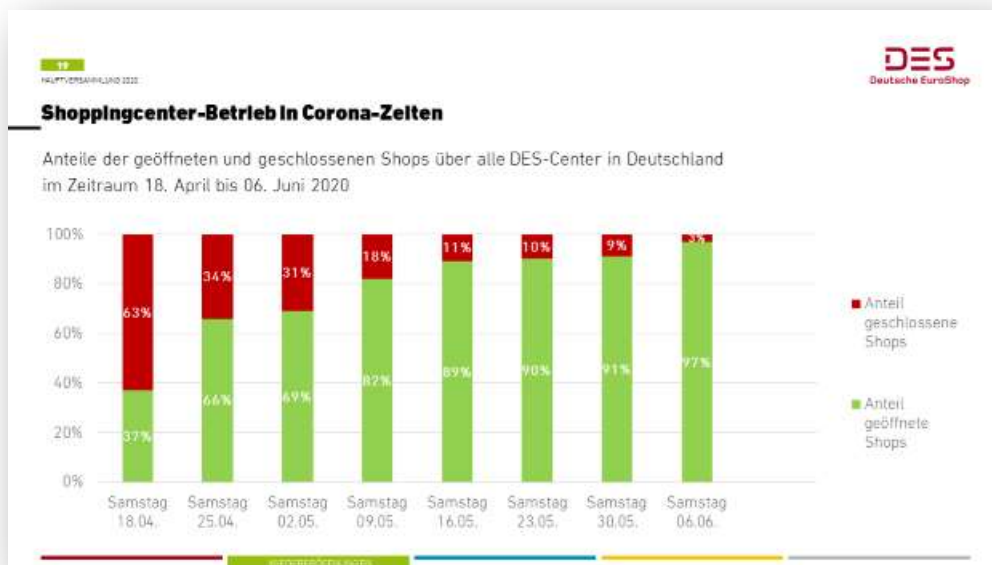
Die Aktie der Deutsche EuroShop AG war – in der Vor-Corona-Welt – zunächst leicht positiv in das Jahr 2019 gestartet und schwankte, seit Ende September 2019 als Mitglied des SDAX, in einem Korridor zwischen rund 23 und 27 €. Bei einem Jahresschlusskurs von 26,42 € und unter Einbeziehung der ausgeschütteten Dividende in Höhe von 1,50 € je Aktie, ergab sich im Jahresvergleich eine Performance von +10,4 %. Unsere Aktie lag damit Ende 2019 im Mittelfeld der europäischen Peer-Group-Unternehmen.

Und dann die neue Welt: Seit Ende Februar hat das Coronavirus den Kurs unserer Aktie und die unserer Peers fest im Griff, die Kurse fielen seit Ende Februar um teilweise mehr als 50 % auf ein historisch tiefes Niveau. Unsere Aktie bewegte sich hier ebenfalls im Mittelfeld der Vergleichsunternehmen. Auch wenn die Kursreaktionen stark übertrieben scheinen, können wir das aktuelle Bild im Moment nur zur Kenntnis nehmen, offen und transparent mit Ihnen und dem Kapitalmarkt kommunizieren und natürlich in dieser außergewöhnlichen Situation unsere Hausaufgaben machen.

Wir, der Vorstand der Deutsche EuroShop – und operativ insbesondere unser Centermanager, die ECE - werden alles daran setzen, um unser Unternehmen und unsere Shoppingcenter sicher durch die aktuelle Krisensituation zu steuern und um in den nächsten Quartalen die bisher starke Ertragskraft der Deutsche-EuroShop-Einkaufszentren bestmöglich in der sich entwickelnden neuen Realität wiederherzustellen. Unter der legitimen Annahme einer sich stabilisierenden Pandemiesituation sind wir dabei bei weitem nicht so pessimistisch wie die aktuelle Aktienkursentwicklung – auch wenn es einiger finanzieller Anstrengungen und Zeit bedürfen wird.

Ich möchte nun zu einem Statusreport aus den Centern kommen, da der stabile und sichere Betrieb und die weitere, schnelle Rückkehr der Menschen in die Center, die Basis für alle weiteren Entwicklungen ist.

### Chart 19: Shoppingcenter-Betrieb in Corona-Zeiten

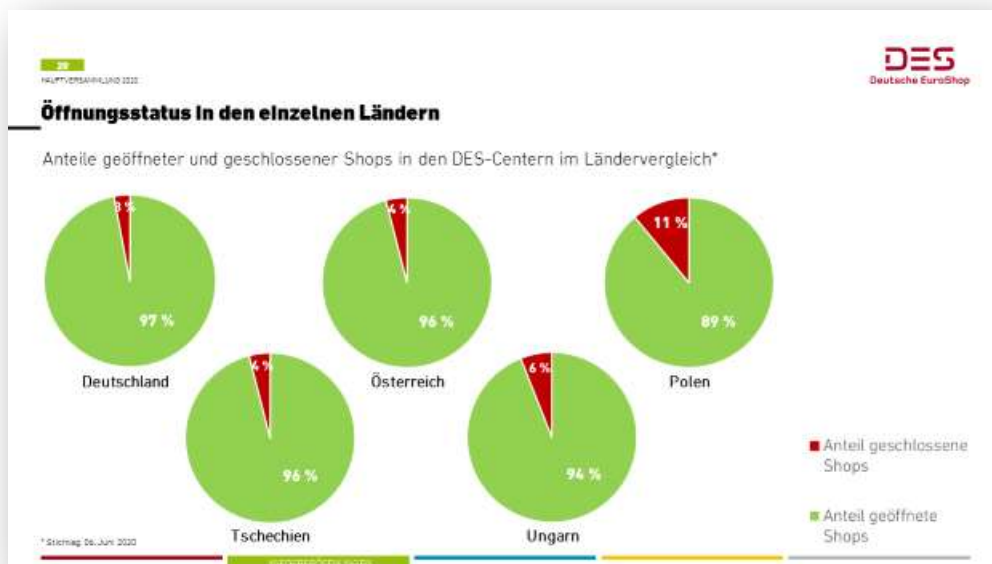


Ein Großteil der stationären Geschäfte in unseren Centern, mit Ausnahme der Lebensmittelgeschäfte und der Geschäfte des täglichen Bedarfs, waren rund sechs Wochen komplett geschlossen, die Menschen blieben zur Eindämmung des Coronavirus weitestgehend zuhause. Zur Hochzeit der Schließungen Mitte April waren beispielsweise nur rund 10 % der Geschäfte in den Centern in Deutschland geöffnet, aber auch diese Geschäfte hatten deutlich geringere Umsätze, da die Centerbesucher zum großen Teil ausblieben. Inzwischen wurden die meisten Geschäfte in unseren



Shoppingcentern stufenweise wiedereröffnet, exemplarisch hier dargestellt für unseren Hauptmarkt Deutschland. Seitdem kommt zur Sicherstellung des Betriebs der Center und der über 2.700 Shops der Einhaltung der gesundheitlichen Auflagen sowie der engen Abstimmung mit den Behörden und Mietern eine große Bedeutung zu. Wir sind beeindruckt, wie die mit dem Betrieb unserer Shoppingcenter betrauten Menschen, sachlich und verantwortungsvoll und mit größtem persönlichen Einsatz alles tun, um den Geschäftsbetrieb unter diesen besonderen Umständen sicher aufrecht zu erhalten. Ihnen gelten unser besonderer Dank und Respekt.

## Chart 20: Öffnungsstatus in den einzelnen Ländern



Mittlerweile sind die meisten Geschäfte in allen unseren Centern auch außerhalb Deutschlands wieder geöffnet. Eine Gemeinsamkeit ist dabei, dass alle nur unter strengen Auflagen operieren dürfen. Aber was sind das für Auflagen? Über was sprechen wir? Über sehr viele Details, die sich von Land zu Land und von Bundesland zu Bundesland unterscheiden und die sich oft sehr dynamisch über die Zeit entwickeln.

## Chart 21: Maßnahmen in den Centern

**Maßnahmen in den Centern**

**Zertifiziertes\* Sicherheits- und Hygienekonzept**

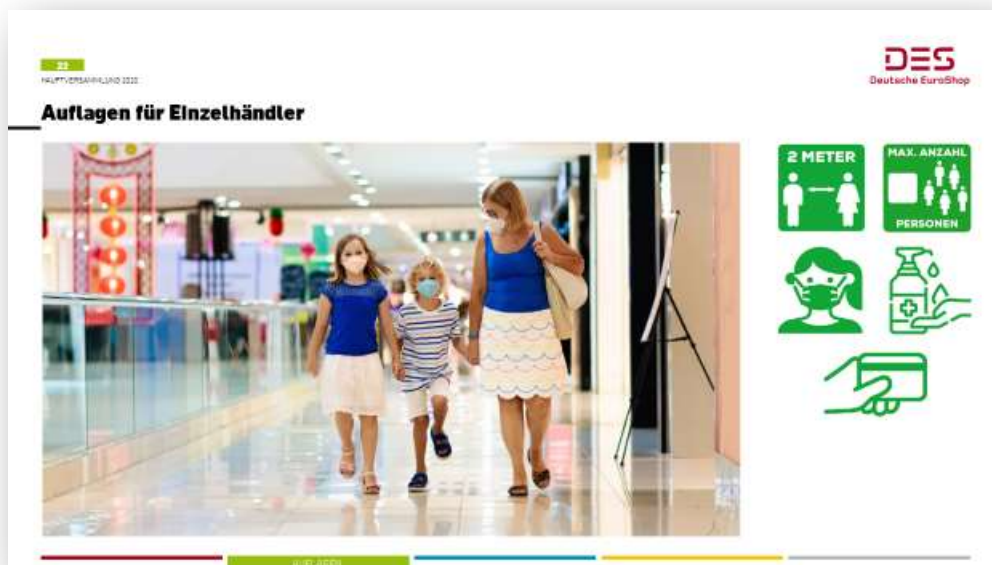
- Abstandseinhaltungsmaßnahmen (Bodenmarkierungen, Einbahnstraßensystem u. ä.)
- Warteschlangenkonzept
- Barrieremaßnahmen (Spuckschutz o. ä.)
- Erhöhung der Sicherheitskräfte zur Überprüfung der Einhaltung der Maßnahmen
- Reinigungs- und Desinfektionsmaßnahmen
- Personenhöchstgrenzen mit Konzept zur Zutrittsbeschränkung
- Informationskonzept für Kunden, Mieter und Behörden
- Digitales Checklistenmanagement zur Maßnahmenumsetzung
- Arbeitssicherheitskonzept inkl. Notfallmaßnahmen im Infektionsfall
- Schichtbetrieb für Mitarbeiter zur Minimierung von Kontaktkreisen
- Einarbeitungs- und Schulungskonzept für Mitarbeiter
- Persönliche Schutzausrüstung
- Dezentrale Erstellung von centerindividuellen Hygiene- und Präventionskonzepten

\* Zertifiziert vom Institut für Hygiene und Mikrobiologie, Hamburg

Aus Betreibersicht sind das zum Beispiel Frequenzrestriktionen, auf die in den Centern mit der Einrichtung von Warteschlangenbereichen und Zutrittskontrollen durch Sicherheitspersonal reagiert wird. Da unsere Center mit elektronischen Zählanlagen ausgerüstet sind, kann eine Frequenzsteuerung gut vorgenommen werden. Darüber hinaus wurden überall Besucherinformationen aufgestellt, vielerorts die Ein- und Ausgänge getrennt und auch die Laufwege in der Ladenstraße definiert, um effektiv 1,5 Meter Sicherheitsabstand einhalten zu können. In Shoppingcentern und in Geschäften gilt unverändert die Pflicht, eine Mund- und Nasenbedeckung zu tragen. Bisher reagierten die Kundinnen und Kunden mit Verständnis auf diese Maßnahmen und verhielten sich entsprechend.

Wir sehen die Notwendigkeit dieser Maßnahmen und wir kommen ihnen selbstverständlich auch nach. Aber aus unserer Sicht sollten zum Beispiel die Sperrung von Kinderspielflächen, die Deaktivierung des Center-WLANs zur Reduzierung der Aufenthaltszeiten und die Streichung von Veranstaltungen und Centeraktionen – derzeit geplant bis mindestens Ende August 2020 – nicht zum Dauerzustand werden, denn sie stehen dem Erfolgskonzept von Shoppingcentern, einem unbeschwerten echten Shopping-Erlebnis, deutlich entgegen. Dies gilt insbesondere, da auch unsere Mieter eine Vielzahl von Auflagen zu erfüllen haben, um das Infektionsrisiko zu reduzieren.

## Chart 22: Auflagen für Einzelhändler



Dazu gehören neben der Maskenpflicht, die täglich mehrmalige Reinigung von sensiblen Oberflächen in den Shops sowie die Einhaltung der Kundenzahl-Beschränkungen – in Hamburg zum Beispiel eine Person je 10 Quadratmeter Betriebsfläche. Für gastronomische Betriebe gelten zusätzliche Auflagen wie Mindestabstände zwischen den Gästen, die vielen Anbietern einen profitablen Betrieb ihres Geschäfts nahezu unmöglich und auch bisher so beliebte Food Courts aktuell unattraktiv erscheinen lassen.

Wir befürworten daher eine regelmäßige, lokale und risikoabhängige Bewertung der Notwendigkeit aller Restriktionen durch die Politik, um unseren Mietpartnern die nötige – möglichst uneingeschränkte – Plattform für Ihre Geschäfte bieten zu können.

Lassen Sie mich auf einen weiteren Aspekt eingehen: Zu den Erfolgsfaktoren unserer Center gehören normalerweise auch einheitliche Öffnungszeiten aller Geschäfte. Diese Regelungen kommen derzeit jedoch noch nicht wieder flächendeckend zum Einsatz. Aufgrund der herausfordernden Lage für unsere Mieter wird es vorübergehend akzeptiert, dass insbesondere mittelständisch geprägte Mietpartner mit Rücksicht auf ihre Personalsituation nur eingeschränkt öffnen können. Wir erachten in dieser speziellen Situation ein grundsätzlich partnerschaftliches und lösungsorientiertes Verhalten als essenziell für den Erfolg, den man nachhaltig auch nur gemeinsam erzielen kann. Wir alle wollen Shoppingcenter möglichst bald wieder

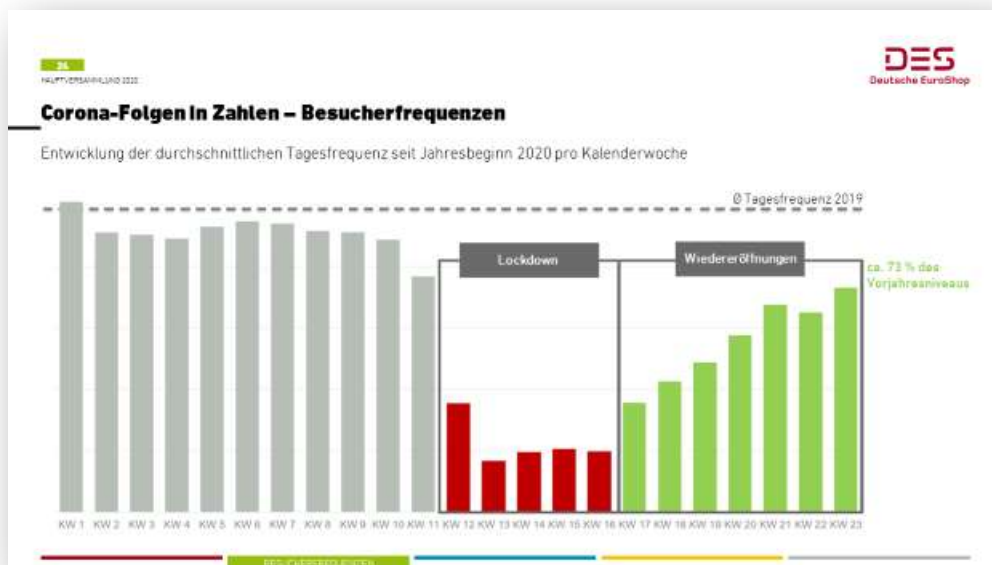
als lebendige Marktplätze erleben. Und dazu gehören auch handlungsfähige und zufriedene Mietpartner.

### Chart 23: Code of Conduct



In diesem Zusammenhang möchte ich erwähnen, dass es bereits eine Reihe von Handlungsempfehlungen namhafter Vertreter des Handels und der Handelsimmobilien-Industrie sowie der Immobilienindustrieverbände gibt. Ziel dieser Verhaltens-Kodizes ist ein fairer und partnerschaftlicher Umgang zwischen Mietern und Vermietern in dieser Extremsituation. Sie sind darauf ausgerichtet, eine ausgewogene Lastenteilung der Vertragspartner zu erreichen, zur Unterstützung eines auch in Zukunft funktionierenden und erfolgreichen stationären Einzelhandels.

## Chart 24: Corona-Folgen in Zahlen – Besucherfrequenzen



Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie werden sich sicher dafür interessieren, wie sich all diese Maßnahmen, Auflagen und Lockerungen in messbaren Zahlen auf unser Geschäft auswirken. Dazu blicken wir zunächst auf die Besucherfrequenzen:

Vor Beginn der Krise im März waren die Besucherfrequenzen weitgehend normal und lagen nur leicht unter dem Jahresdurchschnitt 2019. In der Woche vor den behördlichen Maßnahmen Anfang/Mitte März gingen die durchschnittlichen Frequenzen bereits aufgrund der vorhandenen Verunsicherung der Menschen stark zurück. In der zweiten Woche des Lockdowns Ende März erreichten die Kundenfrequenzen dann mit rund 16 % des Vorjahresniveaus ihren Tiefstwert. Nach den sukzessiven Wiedereröffnungen zahlreicher Shops ab Ende April stiegen die Besucherfrequenzen wieder kontinuierlich an, lagen aber Mitte Mai immer noch rund 50 % unter dem Vorjahr. In der ersten Juniwoche konnten sich die Frequenzen weiter auf rund 73 % des Vorjahresniveaus verbessern, wobei die einzelnen Center auch aufgrund der unterschiedlichen Restriktionen und Öffnungszeitpläne in einer Bandbreite von 55 bis 100 % lagen.

## Chart 25: Corona-Folgen in Zahlen – Einzelhandelsumsätze

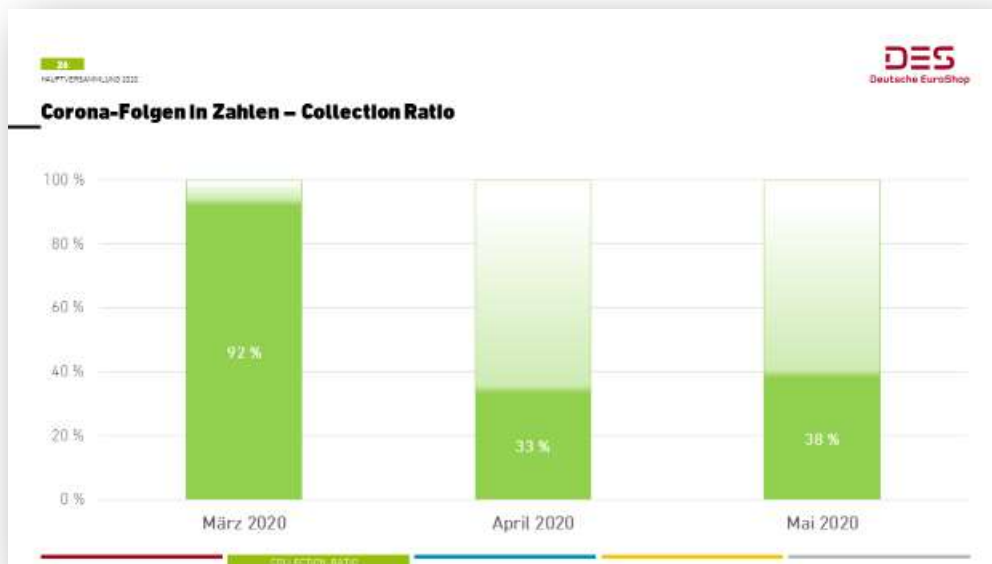


Aktuelle Umsätze der Mieter lassen sich aufgrund der Schließungszeiten und der situationsbedingt eingeschränkten Datenqualität nur schwer und mit Zeitversatz ermitteln. Im Januar und Februar hatten sich die Umsätze der Mieter in den deutschen Centern im Vergleich zum Vorjahr noch positiv entwickelt. Im März – nach Beginn der Pandemie in Deutschland – lagen die Umsätze in den deutschen Centern knapp 48 % unter denen des Vorjahres. Im April sanken die Umsätze jener Shops, die zumindest zeitweise geöffnet und einen Umsatz realisiert haben, weiter – nach aktuellem Datenbestand in Deutschland auf 69 % des Vorjahresniveaus. Im Mai – in dem es erst sukzessive zu weiteren Öffnungen kam - lagen die Umsätze immer noch um rund 34 % unter Vorjahr.

Dabei gab es große Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen. Lebensmittel und Gesundheit, die in Teilen den Betrieb den gesamten April hindurch aufrechterhalten konnten, verzeichneten erhebliche, mit rund 50 % im Vergleich jedoch noch die geringsten Einbußen. Dem gegenüber verzeichnete der in Shoppingcentern traditionell sehr stark vertretene Bekleidungsbereich einschließlich Schuhe & Lederwaren sowie Sport die größten Einbußen: Die Shops, die im Zuge der ersten Lockerungen bereits seit Ende April wieder Umsätze erzielen konnten, verbuchten im Schnitt einen Umsatzrückgang von über 80 % gegenüber dem Vorjahresmonat. Der Elektronikbereich hat im April einen Umsatzverlust von 60 % zu verzeichnen gehabt.

Ab dem Öffnungsmonat Mai sollten die Umsätze der Mieter wieder steigen, jedoch ist erkennbar, bzw. davon auszugehen, dass diese noch deutlich unter ihren vorherigen Niveaus liegen werden und es bis zu einer relativen Normalisierung ein langer Weg ist.

### Chart 26: Corona-Folgen in Zahlen – Collection Ratio



Ich komme nun zur für uns sehr wichtigen Zahlungssituation unserer Mieter, die in der sogenannten „Collection Ratio“ abgebildet wird. In diese fließen die gesamten Mietzahlungen bestehend aus Miete, Nebenkosten und Werbebeiträgen ein. Normalerweise liegt diese Zahl bei knapp 100 %. In den von der Krise betroffenen Monaten sank die Collection Ratio jedoch im März auf etwa 92 %, im April auf ca. 33 % und im Mai auf rund 38 %. Für eine Ermittlung der Collection Ratio für Juni ist es noch zu früh, es ist jedoch davon auszugehen, dass es weiterhin zu einer deutlichen Erhöhung der Außenstände kommt. Neben den gesetzlichen Möglichkeiten, Corona-bedingt Mieten stunden zu können, sind die ausgefallene Umsätze und damit die fehlende Liquidität bei den Mietern in der Regel die Ursache für diese Situation, die – wie erläutert – für uns von großer Relevanz ist.

Abschließend eine weitere Kennzahl, die eine deutliche Sprache spricht und die sich im Zeitablauf auch wahrscheinlich noch erhöhen wird. Seit Beginn der Corona-Pandemie ist die Anzahl der Insolvenz-Schutzschirmverfahren bei unseren Mietern deutlich angestiegen. Aktuell stehen diese Mieter für rund 6 % unserer Mieteinnahmen.

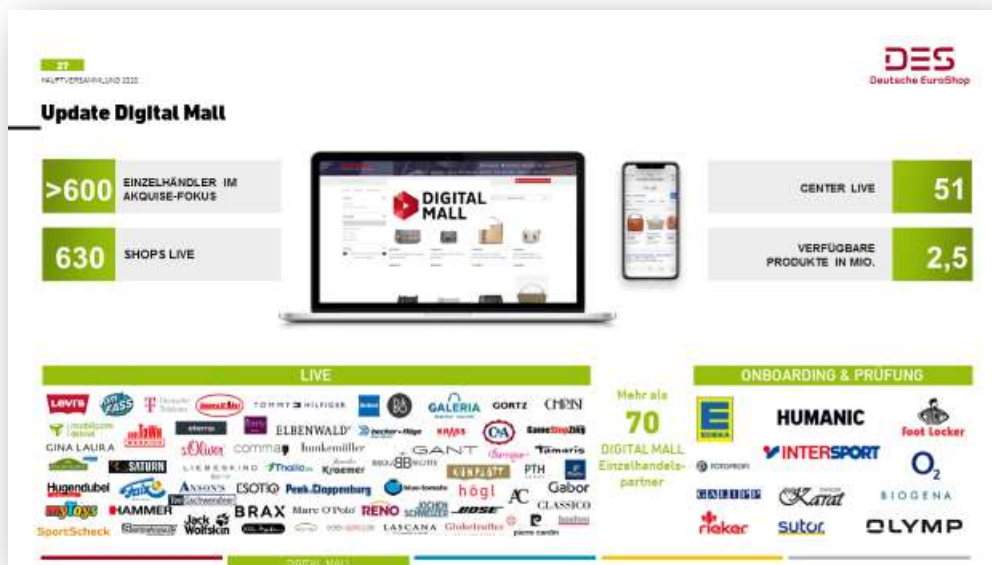
Die betroffenen Unternehmen streben angabegemäß regelmäßig die Sanierung ihrer Geschäftsaktivitäten an. Die wirtschaftlichen Auswirkungen daraus auf uns und der Erfolg sowie die Nachhaltigkeit dieser Maßnahmen bleiben abzuwarten. Wir unterstützen diese Mietpartner dort, wo es sinnvoll und möglich ist, rechnen aber vor dem allgemeinen Hintergrund leider auch mit einem Anstieg der traditionell sehr niedrigen Leerstandsquote in unserem Portfolio. Ende 2019 lag diese bei 2,4 %.

Nach all diese Fakten und Zahlen, von denen einige sehr dramatisch sind, andere jedoch bereits wieder hoffen lassen, noch ein optimistischer Blick nach vorn auf die positiven Signale:

Die Menschen kommen zurück, langsam – aber stetig. Das Wirtschaftsleben – bei allen anstehenden Problemen – nimmt wieder Fahrt auf. Dazu wurden in Deutschland unter anderem sehr große staatliche Programme zur Ankurbelung der Binnennachfrage beschlossen. Wir sind mit allen Partnern im Gespräch und es ist aktuell ein sehr großer Wille da, die Krise gemeinsam zu meistern. Und selbst im Vermietungsmarkt – der natürlich derzeit in einer sehr schwachen Verfassung ist – haben wir im Lockdown einen großen Erfolg erzielen können und mit Kaufland einen wichtigen Ankermieter für unser A10 Center vor den Toren von Berlin gewinnen können. Für das Center und die Mieter ein wegweisendes positives Signal. Bereits Ende letzten Jahres konnten wir für unser Olympia Center in Brunn unseren ersten Mietvertrag mit Primark abschließen, der ab 2022 die Attraktivität und überregionale Reichweite des Centers weiter stärken wird. Es wird herausfordernd – aber es geht weiter!

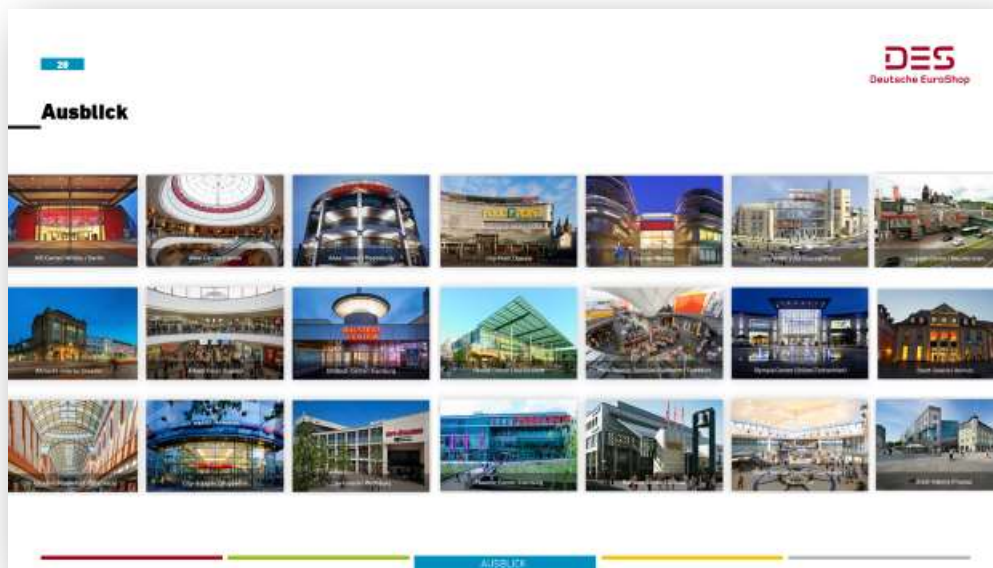


## Chart 27: Update Digital Mall



Die Krise hat noch deutlicher gezeigt, wie wichtig einerseits stationäre Shops für den Einzelhandel sind – immerhin finden hier weiter knapp 90 % aller Umsätze statt, und andererseits, wie wichtig es ist, auf beiden großen Vertriebskanälen, Online wie Offline, präsent zu sein. Es kommt darauf an, dies geschickt zu verbinden. Und genau an diesem Punkt setzt das Digital-Mall-Konzept an, welches ich Ihnen bereits auf der letzten Hauptversammlung vorgestellt habe. Inzwischen haben alle unsere Shoppingcenter in Deutschland einen digitalen Zwilling, mit dem viele der in einem Center verfügbaren Produkte der angeschlossenen Mieter per Smartphone und Klick gesucht werden können. Sicher muss sich die Anzahl der teilnehmenden Einzelhändler weiter deutlich erhöhen, aber bereits jetzt ist bei insgesamt 630 Shops im ECE-Center-Portfolio die Online-Verfügbarkeitsprüfung für 2,5 Mio. Produkte möglich. In der nächsten Ausbaustufe sollen die Wunschprodukte dann auch reserviert werden können. Und ultimativ ist es das Ziel, auch aus den Shops der Center ausliefern zu können. Die Corona-Pandemie und ihre Folgen könnten hierfür tatsächlich sogar ein Katalysator sein, da die Omnichannel-Fähigkeit nun bei vielen Händlern auf der Prioritätenliste weiter nach oben gerutscht sein dürfte.

## Chart 28: Ausblick



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2019 war ein operativ solides Geschäftsjahr und wir könnten eigentlich mit den erzielten Ergebnissen zufrieden sein. Die Deutsche EuroShop ist insgesamt gut aufgestellt und unsere strategischen Maßnahmen hatten gegriffen. Doch aktuell wirft die Corona-Pandemie ihren Schatten auf unser Geschäft und wir können die wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Deutsche EuroShop zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abschätzen. Eine neue Prognose werden wir veröffentlichen, sobald dies möglich ist.

Wir sind aber – wie erwähnt – zuversichtlich, dass unser Unternehmen die kommenden Herausforderungen mit der jetzt begonnenen Stabilisierung der Pandemiesituation meistern wird. Die Deutsche EuroShop verfügt dabei durch ihre niedrige Verschuldung sowie ihre vorhandene Liquidität in dieser außergewöhnlichen Situation über einen soliden finanziellen Handlungsspielraum.

## Chart 29: Herzlichen Dank!



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
sehr verehrte Damen und Herren,

Zum Abschluss meines Berichts möchte ich mich – auch im Namen meines Vorstandskollegen Olaf Borkers – bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken. Alle haben auch 2019 vollen Einsatz für die Deutsche EuroShop geleistet. Gleiches gilt insbesondere für die Lockdown-Phase, in der in der Regel im Homeoffice mit großem Einsatz gearbeitet wurde. Ganz herzlichen Dank dafür!

Gleichfalls möchte ich dem Aufsichtsrat herzlich danken, mit dem wir uns in der Lockdown-Phase naturgemäß häufig abgestimmt haben. Wir freuen uns auf die Fortsetzung unserer guten Zusammenarbeit zum Wohle unserer Gesellschaft.

Und auch bei Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, möchte ich mich im Namen der Deutsche EuroShop für Ihr Vertrauen bedanken. Sie können sich auch in diesen für uns alle außergewöhnlichen Zeiten auf uns verlassen: Wir handeln in dieser Zeit der erhöhten Unsicherheit weiterhin vorausschauend und flexibel – im Interesse aller Stakeholder.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns weiter Ihr Vertrauen schenken.  
Herzlichen Dank und bleiben Sie gesund.