

EMOTIONAL



Sie lesen zwischen den Zeilen?



HACH... WIE KUSCHELIG!

NEIN

JA

$A^2 + B^2 = C^2$
ist für Sie reine Poesie?

JA

NEIN

Bringt Bambi Sie immer noch zum Weinen?

NEIN

JA

AWWW...



Besitzen Sie immer noch alte Liebesbriefe?

Herbst ist Ihre liebste Jahreszeit?

JA

NEIN

Würden Sie eine Woche auf einer einsamen Insel aushalten?

NEIN

JA



OK, SIE SIND QUASI TEILWEISE!

Aber Weihnachten mögen Sie schon?

NEIN

JA

Das Horoskop lesen Sie morgens im Bett?

NEIN

JA

Haben Sie Katzenfotos auf Ihrem Handy?

NEIN

JA

Ihre Hausnummer ist eine Primzahl?

JA

NEIN

Sie sind textsicher bei Celine-Dion-Songs?

NEIN

JA

Bitte steigen Sie bei Seite R1 ein!

Bitte lesen Sie hier weiter!



UNSERE 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 kommen ein mit rund 99 Prozent überdurchschnittlich hoher Vermietungsstand und ein professionelles Centermanagement.

Das sind die Grundwerte unseres Erfolgs.



UNSERE ZIELE

Für die Deutsche EuroShop zählt nicht der schnelle Erfolg, sondern eine dauerhaft stabile Wertentwicklung des Portfolios. Unser Ziel ist es, einen hohen Liquiditätsüberschuss aus der langfristigen Vermietung der Shoppingcenter zu erwirtschaften, um unseren Aktionären Jahr für Jahr eine attraktive Dividende ausschütten zu können. Dazu werden wir weitere Spitzenobjekte erwerben, um uns als eines der europaweit größten auf Einzelhandelsimmobilien spezialisierten Unternehmen zu etablieren.



EINFÜHRUNG

Editorial	E3
Vorstandsinterview	E4
Bericht des Aufsichtsrats	E10

SHOPPING

Wer shoppt wie?	E16
Buchtipps	E21
„Das habe ich mir 2016 gekauft“	E22
Was vor dem Shopping im Kopf passiert	E24
Ausstellungstipp	E29
Konsum 2017	E30

DIE CENTER

Unser Portfolio	E34
Aktionen in den Centern 2016	E42
Und es hat ZiNG gemacht	E45
Umwelt	E46
Berichterstattung über unsere Umweltbilanz	E48
Portfolio-Zuwachs:	
Saarpark-Center Neunkirchen	E52
Olympia Center Brunn	E53
Unsere Center	E54
Centerübersicht	E56

INVESTOR RELATIONS

Die Shoppingcenter-Aktie	E68
Hauptversammlung	E80
Konferenzen und Roadshows	E81
Marketing	E82
Corporate Governance	E86
EPRA Berichterstattung	E94

Den **LAGEBERICHT** und den **ANHANG** finden Sie im hinteren Teil. Bitte lesen Sie dafür auf Seite R1 weiter.

DEUTSCHE EUROSHOP

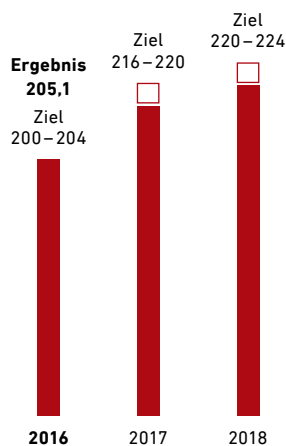
im Überblick

in Mio. €	2016	2015	Differenz
Umsatzerlöse	205,1	202,9	1 %
EBIT	178,6	176,3	1 %
Finanzergebnis	-13,9	-2,1	-548 %
Bewertungsergebnis	116,8	220,6	-47 %
EBT	281,5	394,7	-29 %
Konzernergebnis	221,8	309,3	-28 %
FFO je Aktie in €	2,41	2,29	5 %
Ergebnis je Aktie in €*	4,11	5,73	-28 %
EPRA Earnings je Aktie in €*	2,29	2,18	5 %
Eigenkapital**	2.240,7	2.061,0	9 %
Verbindlichkeiten	1.873,8	1.790,6	5 %
Bilanzsumme	4.114,5	3.851,6	7 %
Eigenkapitalquote in %**	54,5	53,5	
LTV-Verhältnis in %	34,2	35,5	
Liquide Mittel	64,0	70,7	-9 %
Net Asset Value (EPRA)	2.332,6	2.135,2	9 %
Net Asset Value (EPRA) je Aktie in €	43,24	39,58	9 %
Dividende je Aktie in €	1,40***	1,35	4 %

* unverwässert ** inkl. Fremdanteile am Eigenkapital *** Vorschlag

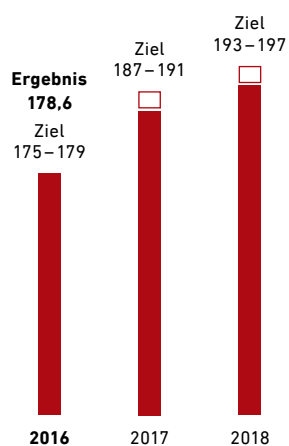
UMSATZ

in Mio. €



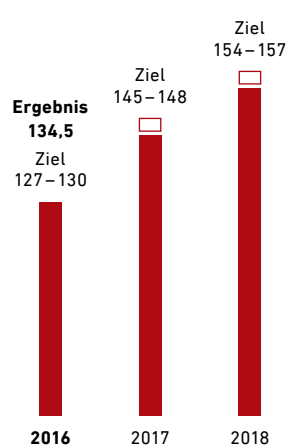
EBIT

in Mio. €



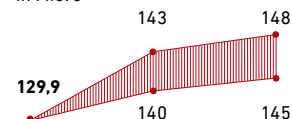
EBT*

in Mio. €

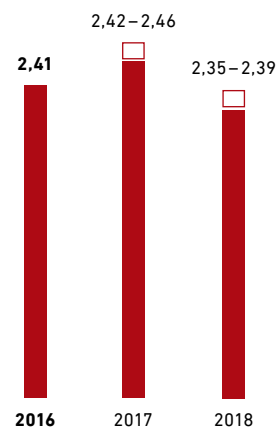


FFO

Ergebnis in Mio. €



je Aktie in €



Anzahl der Aktien in Mio.

53,9 58,0** 61,8**

* ohne Bewertungsergebnis

** nach Wandlung der Wandelschuldverschreibung, zeitgewichtet zum Bilanzstichtag

21 SHOPPINGCENTER

in 5 Ländern

Deutschland 17 Center Österreich 1 Center
Polen 1 Center Tschechien 1 Center Ungarn 1 Center



178,2

Besuchzahlen 2016 (Mio.)

2.703

Anzahl der Geschäfte

99%

Vermietungsstand

5,7

Jahre durchschnittliche
Mietvertragslaufzeit

EMOTIONAL
OVER
RATIONAL?
WAS FÜR EIN TYP
SIND SIE?



V.l.n.r.: Birgit Schäfer, Nicolas Lissner, Patrick Kiss, Ralph Borghaus, Wilhelm Wellner, Olaf Borkers, Britta Behrmann

EDITORIAL

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,



sind Sie ein emotionaler Typ oder doch eher ein rationaler? Abhängig davon haben Ihre Gefühle Sie beim Lesen der Titelseite vielleicht ganz intuitiv zuerst zu dieser Hälfte des Geschäftsberichts geleitet, dem „emotionalen“ Teil.

Oder Sie sind ganz „rational“ zunächst mit allen Zahlen und Fakten gestartet, zu denen Sie durch ein einfaches Wenden dieses Berichtes gelangen. In unserem Geschäftsbericht wollen wir ganz gezielt die Unterscheidung rationaler sowie emotionaler Entscheidungen beleuchten, die wir alle vielfach am Tag – häufig ganz unterbewusst – treffen. Oder eben auch ganz bewusst. Egal ob wir uns für das Investment in eine Aktie, den Ankauf einer Immobilie oder aber schlichtweg für den Kauf einer neuen Jeans entscheiden.

Und so sinnvoll und gut Kopfentscheidungen sind – gerade beim Thema Shopping – lassen wir uns doch gerne von unseren Gefühlen leiten. Im wahrsten Sinne des Wortes. Wir wollen einen schönen Stoff gerne „anfassen“, das Leder einer edlen Handtasche „riechen“. Oder einfach in allen Dimensionen „sehen“, wie die neuen Sommerschuhe zum Outfit unseres Nachwuchses passen.

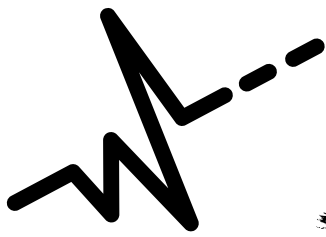


Genau diese emotionale Seite kann man in unseren mittlerweile 21 Shoppingcentern in Deutschland und vier weiteren europäischen Ländern bestens erleben. Denn hier bieten unsere Mietpartner eine riesige und sofort verfügbare Produkt- und Markenauswahl sowie eine maßgeschneiderte und persönliche Beratung. Alle Besucherinnen und Besucher können sich jedes Mal aufs Neue von bunten und ständig wechselnden Aktionen beeindrucken und unterhalten lassen und dazwischen mit ihren Familien und Freunden bei frischem Kaffee oder knuspriger Pizza eine Pause einlegen. Es wird allen ein spannendes Einkaufserlebnis geboten, mit dem der Einkauf per Klick von zuhause oder unterwegs allein nicht mithalten kann.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und möchte mich an dieser Stelle ganz besonders für Ihr Vertrauen bedanken.

Ihr

Wilhelm Wellner
Sprecher des Vorstands



„KOPF UND BAUCH LIEGEN BEI WICHTIGEN ENTSCHEIDUNGEN MEIST NAH BEI EINANDER.“

Im Vorstandsinterview stehen Wilhelm Wellner und Olaf Borkers Rede und Antwort zu aktuellen Themen. Dabei geht es auch um Rationalität und Emotionen. Bitte lesen Sie selbst, was die Vorstandsmitglieder u. a. zu den Ergebnissen des Geschäftsjahres, Akquisitionen, Onlinehandel, Zinsentwicklung und die Zukunft der Deutsche EuroShop zu sagen haben.

HERR WELLNER, WIE IST DAS ERSTE VOLLE GESCHÄFTSJAHR UNTER IHRER REGIE GELAUFEN?

WILHELM WELLNER: Wir sind sehr zufrieden. Unsere finanziellen Ziele haben wir erreicht und zusätzlich unser Portfolio erstmals seit 2012 wieder vergrößern können. Es hat lange gedauert, aber es war und bleibt auch in Zukunft nicht einfach, Shoppingcenter zu finden, die zu unserem Portfolio und unserer Strategie passen. Wir verfolgen bekanntermaßen einen langfristigen Ansatz und fokussieren uns auf qualitativ hochwertige Shoppingcenter an erstklassigen Standorten.

BITTE ERZÄHLEN SIE UNS ETWAS ZU DEN NEUEN AKQUISITIONEN. DIE DEUTSCHE EUROSHOP IST NUN AUCH IM SAARLAND INVESTIERT?

WILHELM WELLNER: Ja, richtig. Wir haben zum 1. Oktober 2016 einen 50-Prozent-Anteil am Saarpark-Center im saarländischen Neunkirchen für insgesamt 113 Millionen Euro erworben. Das Center im Zentrum der Innenstadt wurde ursprünglich 1989 eröffnet, 1999 erweitert, 2009 umstrukturiert und ist inzwischen das größte Einkaufszentrum des Saarlandes mit über 130 Fachgeschäften und 33.500 Quadratmetern Verkaufsfläche. Im Einzugsgebiet leben ca. 595.000 Menschen, von denen täglich ca. 24.000 das Center besuchen – im vergangenen Jahr waren es mehr als sieben Millionen Kunden.

WAR ES EINE RATIONALE ODER EMOTIONALE ENTSCHEIDUNG?

WILHELM WELLNER: Das etablierte und erfolgreiche Shoppingcenter hat uns schlicht rational mit Fakten überzeugt: mit seiner bisherigen und weiter zu erwartenden nachhaltigen Profitabilität, basierend auf dem sehr guten Standort und Mietermix, dem attraktiven Einzugsgebiet sowie seinem funktionalen Grundriss.

„DER PREIS UND DIE PERSPEKTIVEN STIMMTEN.“



V.l.: Wilhelm Wellner,
Olaf Borkers

UND 2017 KONNTEN SIE ERNEUT EINE TRANSAKTION MELDEN UND DAS OLYMPIA CENTER IM TSCHECHISCHEN BRÜNN KAUFEN.

WILHELM WELLNER: Was lange währt, wird endlich gut. Schließlich hat uns diese Akquisition fast ein Jahr beschäftigt. Aber es war mit rund 382 Millionen Euro auch das bisher größte Investment der Deutsche EuroShop. Wie bei jedem Ankauf geht man tief ins Detail – dazu hatten wir noch die besondere Situation, dass wir bisher nicht in Tschechien aktiv waren.

GESTATTEN SIE MIR AUCH HIER DIE FRAGE: WAR ES EINE RATIONALE ODER EMOTIONALE ENTSCHEIDUNG?

WILHELM WELLNER: Kopf und Bauch liegen bei wichtigen Entscheidungen meist nah beieinander. Das hat uns im ungewöhnlich langen Prüfungs- und Verhandlungsprozess bei unterschiedlichen Stimmungslagen immer wieder motiviert, am Ball zu bleiben, um das Olympia Center für unser Portfolio zu gewinnen.

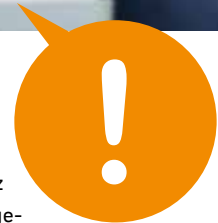
WIE SEHEN DENN DIE FAKTEN AUS?

OLAF BORKERS: Das Olympia Center im tschechischen Brünn, der zweitgrößten Stadt des Landes, wurde ursprünglich 1999 eröffnet und seitdem laufend vergrößert. Nach einer Umstrukturierung zwischen 2014 und 2016 bietet das Shoppingcenter heute über 200 Fachgeschäfte auf 85.000 Quadratmetern Mietfläche. Es verfügt darüber hinaus über ein Kino und einen Entertainment Park sowie über

4.000 Pkw-Stellplätze. Damit ist es eines der größten Shoppingcenter des Landes. Dazu ist es hervorragend an das Straßenverkehrsnetz sowie über den öffentlichen Nahverkehr angebunden. Im Einzugsgebiet des Shoppingcenters leben ca. 1,2 Millionen Menschen, für die das Center an sieben Tagen die Woche geöffnet ist. Täglich werden über 23.000 Besucher gezählt und letztes Jahr konnte das Center über acht Millionen Kunden begrüßen. Wir rechnen mit 20,1 Millionen Euro Mieteinnahmen und einem NOI, also einem Nettobetriebsergebnis, von 19,1 Millionen Euro pro Jahr.

UND WAS HAT ES IN DIESEM ZUSAMMENHANG MIT DEM BAUCHGEFÜHL AUF SICH?

WILHELM WELLNER: Ein Bauchgefühl ist ja nicht genau erklärbar. Zu den messbaren Fakten – zu denen beim Olympia Center beispielsweise auch die seit 2014 um 15 Prozent deutlich gestiegenen Umsätze der Mieter gehören – kommen aber auch weichere Faktoren. Beispielsweise das positive Image des Centers bei Kunden und Mietern sowie ein stabiles positives wirtschaftliches und politisches Umfeld, was aktuell viele internationale Einzelhändler ins Land lockt. Nach einer Reise nach Brünn und einem persönlichen Eindruck von Land und Leuten, der schönen Brünner Innenstadt, aber auch vom Wettbewerb fügte sich alles zu einem Gesamtbild, so dass uns unser Bauchgefühl ebenfalls sagte, dass die Entscheidung positiv für das Center ausfallen sollte. Der Preis und die Perspektiven stimmten. →



KÖNNEN SIE KURZ ERLÄUTERN, WARUM SIE DIE KAPITALERHÖHUNG IM ZUSAMMENHANG MIT DER AKQUISITION DES OLYMPIA CENTERS NICHT MIT EINEM BEZUGSRECHT AUSGESTATTET HABEN?

OLAF BORKERS: Die Transaktion hat uns wie erwähnt fast ein Jahr beschäftigt. Und dennoch war am Ende alles eng getaktet: die Unterzeichnung des Kaufvertrages, der Abschluss der zugehörigen Darlehensverträge und die Beschaffung des Eigenkapitals mit einer Kapitalerhöhung. Dies unter strenger Vertraulichkeit mit allen Beteiligten zu koordinieren, erfordert einerseits viel Präzision, ließ aber andererseits eine Bezugsrechtskapitalerhöhung nicht zu, da wir innerhalb weniger Tage für Transaktionssicherheit sorgen mussten.

KOMMEN WIR ZURÜCK AUF DAS ABGELAUFENE GESCHÄFTSJAHR. BITTE FASSEN SIE UNS DIE ERGEBNISSE KURZ ZUSAMMEN.

OLAF BORKERS: Gerne. Wir hatten Mietumsätze von 200 bis 204 Millionen Euro erwartet und sind am Ende bei 205,1 Millionen Euro gelandet. Das sind 1,1 Prozent mehr als im Vorjahr, allerdings sind auch Sondereffekte mit eingeflossen, die wir nicht regelmäßig erwarten können.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern belief sich auf 178,6 Millionen Euro und lag damit innerhalb unseres Prognosekorridors von 175 bis 179 Millionen Euro. Bei den restlichen Kennzahlen haben wir unsere eigenen Ziele leicht übertroffen. Beim Ergebnis vor Steuern ohne Bewertungsergebnis planten wir mit 127 bis 130 Millionen Euro und haben am Ende 134,5 Millionen Euro erreicht: knapp sechs Prozent

mehr als im Vorjahr. Auch ohne die Akquisition des Saarpark-Centers wären wir mit 133 Millionen Euro leicht über der Prognose herausgekommen. In Summe führten die positiven Effekte dazu, dass auch die FFO je Aktie mit 2,41 Euro über der Prognose lagen.

IM VORJAHR WURDE EIN HOHES BEWERTUNGS- ERGEBNIS VERZEICHNET. WIE SAH ES 2016 AUS?

OLAF BORKERS: Wir hatten 2016 erneut positive Bewertungseffekte. Die Aufwertung unseres Portfolios spiegelt dabei in etwa den gleichen Renditerückgang wider, der auch für den deutschen Gesamtmarkt zu beobachten war. Diese sogenannte Yield Compression von 15 bis 25 Basispunkten führte im Durchschnitt zu einer Aufwertung unserer Center um 4,6 Prozent bzw. insgesamt 145,5 Millionen Euro.

Und um die wesentlichen Ergebniskennzahlen zu komplettieren, sei noch erwähnt, dass das Ergebnis vor Steuern bei 281,5 Millionen Euro lag, das Konzernergebnis bei 221,8 Millionen Euro und der Gewinn je Aktie bei 4,11 Euro.

WILHELM WELLNER: Wenn wir über die Ergebnisse sprechen, lassen Sie mich darauf hinweisen, dass der Blick auf unsere Geschäftszahlen für unsere Investoren zukünftig noch leichter wird. Im Geschäftsbericht 2016 haben wir den Umfang der branchenüblich ermittelten EPRA-Kennzahlen deutlich erweitert und widmen diesen Zahlen erstmals ein eigenes Kapitel. Damit möchten wir unserem Transparenzstreben entsprechen und gleichzeitig den steigenden Anforderungen internationaler Kapitalmarktteilnehmer weiter gerecht werden.

Wilhelm Wellner



„ONLINE- UND OFFLINE- WELT WERDEN WEITER UND SCHNELLER ZUSAMMENWACHSEN.“

„DIE TRANSAKTION HAT UNS FAST EIN JAHR BESCHÄFTIGT.“

KÖNNEN SIE UNS EIN PAAR DIESER EPRA-KENNZAHLEN NENNEN?

WILHELM WELLNER: Die bereits bisher veröffentlichten EPRA Earnings stiegen 2016 um fünf Prozent auf 2,29 Euro je Aktie und der unverwässerte EPRA NAV lag zum Jahresende bei 43,24 Euro je Aktie. Neu hinzugekommen sind die Nettoanfangsrendite, die für unser Portfolio durchschnittlich 5,0 Prozent beträgt, sowie die Kostenquote von 13,1 Prozent und die Leerstandsquote von 1,2 Prozent.

HERR BORKERS, SIE HATTEN IM LETZTEN GESCHÄFTS- BERICHT SENKUNGSPOTENZIALE BEI DEN ZINSKOSTEN ERWÄHNT. WAS KÖNNEN SIE UNS HIERZU BERICHTEN?

OLAF BORKERS: Der deutlich geringere Zinsaufwand ist gewiss als großer Einflussfaktor für unsere besseren Ergebnisse zu nennen. Wir profitieren bei Anschluss- und Neufinanzierungen weiter von den niedrigeren Zinsen, die wir für unsere Darlehen zahlen müssen. Die gewisse Skepsis gegenüber Immobilienunternehmen, die seit Oktober letzten Jahres bei vielen Investoren aufgrund einer von ihnen erwarteten Zinswende zu beobachten ist, können wir für uns nicht nachvollziehen. Wir sind unverändert in der Lage, unser Durchschnittszinsniveau deutlich zu senken. Während der durchschnittliche Zinssatz des konsolidierten Kreditportfolios zum Jahresende 2016 noch bei 3,67 Prozent lag, haben wir ihn zum Ende des ersten Quartals 2017 sehr deutlich auf 2,98 Prozent senken können. Beim aktuellen Zinsniveau erwarten wir hier über die anstehenden Refinanzierungen auch zukünftig noch weiteres Verbesserungspotenzial.

ES IST SCHÖN ZU HÖREN, DASS SIE DIE KOSTENSEITE WEITER OPTIMIEREN KÖNNEN. ABER WIE SIEHT ES MIT DER EINNAHMENSEITE AUS?

WILHELM WELLNER: Unsere Center sind weiterhin fast vollständig vermietet. Allerdings ist das Umfeld im deutschen stationären Einzelhandelsmarkt aktuell herausfordernd und der Wachstumstreiber ist hier vorwiegend der Onlinehandel. Zuletzt konnten vermehrt auch Insolvenzen bei Einzelhändlern und insgesamt leicht rückläufige Frequenzen beobachtet werden. Die Verhandlungen mit Mietern sind dabei zum Teil auch zeitaufwändiger und komplexer geworden. Die weiterhin sehr niedrige Inflation führt ebenfalls nur zu einem geringeren Mietwachstum. Vor diesem Hintergrund gehen wir in unseren Planungen und vor einer Einbeziehung des Olympia Centers aktuell von insgesamt stabilen Gesamteinnahmen aus.

Olaf Borkers



WORIN SEHEN SIE DEN GRUND FÜR DIE SINKENDEN BESUCHERZAHLEN?

WILHELM WELLNER: Zum Teil sind es sehr individuelle Gründe wie Großbaustellen in unmittelbarer Centernähe und zum Teil sogar politische Einflüsse, wenn ich an Dresden denke. Dort finden seit 2014 montagabends regelmäßig Demonstrationen direkt vor unserer Altmarkt-Galerie statt, die für weniger Besucher in der gesamten Innenstadt sorgen und leider teilweise auch Touristen abschrecken.

Aber es waren 2016 auch besondere Wettereinflüsse, die vor allem unseren Mietern aus dem Mode- und Bekleidungssegment einen Strich durch die Planung gemacht haben. In großen Teilen Europas und auch Deutschlands fiel der Sommer ja weitgehend aus, um dann mit Vehemenz im September alle zu überraschen. Die Menschen gehen dann ehrlicherweise lieber in die Natur als in ein Shoppingcenter. →



Und natürlich ist hier zu erwähnen, dass sich der schnell wachsende Onlinehandel weitere Marktanteile erobert. Da der gesamte zu verteilende Kuchen aber nur langsam wächst, hat das Konsequenzen für so manches stationäre Geschäft. Auch große und traditionsreiche Einzelhändler und insbesondere aktuell der Modehandel sind betroffen und gefordert, sich weiterzuentwickeln.

An dieser Stelle würde ich gern noch ergänzen, dass die Umsätze unserer Mieter 2016 insgesamt jedoch stabil geblieben sind – trotz 0,9 Prozent weniger Besuchern. Das lässt den Umkehrschluss zu, dass die Kunden zwar etwas seltener ins Shoppingcenter gehen, dann aber bei ihrem Einkauf mehr Geld ausgeben.

WELCHE ENTWICKLUNGEN ERWARTEN SIE IN BEZUG AUF DIE ONLINE- UND OFFLINE-WELT?

WILHELM WELLNER: Insgesamt wird sich der stationäre Einzelhandel deutlich wandeln, um die Kunden über integrierte Offline- und Online-Marktplattformen optimal bedienen zu können. Dabei werden die Übergänge zunehmend fließend. Ob ein Kunde zu Hause, im Shop oder per App ein Produkt entdeckt, bestellt, bezahlt, erhält, anprobiert oder umtauscht, ist dabei weniger relevant. Der Kunde will alle Möglichkeiten haben und diese unkompliziert und je nach Situation unterschiedlich nutzen können. Um Kunden zu gewinnen und an sich zu binden, muss ein Einzelhändler das Beste aus beiden Welten bieten. Dabei werden sich die erfolgreichen Lösungsansätze je nach Marktsegment sicherlich unterscheiden und es wird spannend sein, diese Entwicklungen weiter zu beobachten.

Der Onlinehandel hat diesen Trend bereits entdeckt und eröffnet seinerseits zunehmend Shops. Für den stationären Bereich wird es dabei viele individuelle Entwicklungen geben. Von Schauräumen, in denen Waren weniger verkauft, sondern vorwiegend präsentiert und inszeniert werden, bis zu Mietbereichen, die speziell dem Service gewidmet werden, sei es etwa zum Umtauschen oder Abholen von Produkten – Stichwort Click & Collect. Zusammen mit einem steigenden Serviceangebot auf Seiten der Händler und des Shoppingcenters wird dem Kunden auch in Zukunft ein hoher Standard geboten werden – den dieser übrigens auch erwarten kann.

Online- und Offline-Welt werden also weiter und schneller zusammenwachsen, was für einige Händler bestimmt eine Herausforderung ist und auch in den nächsten Jahren zu weiteren Strukturveränderungen am Markt führen wird. Was die Offline-Welt angeht, repräsentieren unsere Center unverändert die Top-Lagen und bieten Einzelhändlern beste Voraussetzungen, den Einkaufsort zum Erlebnisort werden zu lassen. Hier kann der Kunde die Produkte berühren, probieren, vergleichen und die Markenwelt am intensivsten erleben. Umgekehrt kann der Einzelhändler den wichtigen persönlichen Kontakt zum Kunden am besten aufbauen, pflegen und intensivieren.

LASSEN SIE UNS IN DIE ZUKUNFT BLICKEN. WAS IST FÜR 2017 GEPLANT?

WILHELM WELLNER: Wir gehen nach wie vor von einer relativ niedrigen Inflation aus und kalkulieren für 2017 unter Einbeziehung des Olympia Centers in Brunn mit einem Umsatz zwischen 216 und 220 Millionen Euro. Das EBIT sehen wir auf 187 bis 191 Millionen Euro steigen und das EBT ohne Bewertungsergebnis in einer Bandbreite zwischen 145 und 148 Millionen Euro. Und schließlich erwarten wir die Funds from Operations zwischen 140 und 143 Millionen Euro etwa um neun Prozent steigend.

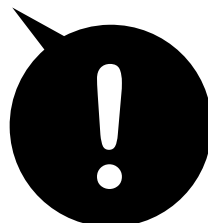
Bezüglich potenzieller weiterer Akquisitionen würden wir vom Bauch her sicher gern mehr machen, aber der Kopf entscheidet: Wir beobachten die Angebote am Transaktionsmarkt kontinuierlich und ganz rational. Wenn alles passt, werden wir versuchen, zuzugreifen.

KÖNNEN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE DER DEUTSCHE EUROSHOP WEITER VON EINER STEIGENDEN DIVIDENDE AUSGEHEN?

OLAF BORKERS: Ja, das können sie. Wir wollen die Dividende nicht nur für das vergangene Geschäftsjahr um fünf Cent auf 1,40 Euro je Aktie erhöhen, sondern gehen auch für 2017 von einer Erhöhung um erneut fünf Cent aus, wie wir es bereits angekündigt haben.

Vielen Dank für das Gespräch sowie für die emotionalen und rationalen Einblicke.

Das Interview führte Patrick Kiss. ←



DER VORSTAND

WILHELM WELLNER

Sprecher des Vorstands

Herr Wellner ist gelernter Bankkaufmann und hat einen Abschluss als Diplom-Kaufmann an der Universität Erlangen-Nürnberg sowie einen Abschluss als Master of Arts (Economics) an der Wayne State University Detroit. Seine berufliche Laufbahn begann er 1996 bei der Siemens AG als Spezialist für internationale Projekt- und Exportfinanzierungen.

Ab 1999 war Herr Wellner als leitender Angestellter im Bereich Unternehmensfinanzierung bei der Deutsche Lufthansa AG für eine Vielzahl von Kapitalmarkttransaktionen verantwortlich und begleitete zahlreiche M&A-Projekte. 2003 wechselte Herr Wellner zur ECE Projektmanagement

G.m.b.H. & Co. KG in Hamburg, dem europäischen Marktführer auf dem Gebiet innerstädtischer Einkaufszentren. Als Chief Financial Officer der internationalen Holdinggesellschaft gestaltete er die Expansion des Shoppingcenter-Entwicklers verantwortlich mit, 2009 wurde er zum Chief Investment Officer der ECE-Gruppe berufen.

Von 2012 bis 2014 verantwortete Herr Wellner als Chief Financial Officer die Bereiche Finanzen, Personal, Recht und Organisation bei der Railpool GmbH, einer in München ansässigen Leasinggesellschaft für Schienenfahrzeuge. Seit Anfang 2015 ist Herr Wellner im Vorstand der Deutsche EuroShop AG.

Wilhelm Wellner ist verheiratet und hat zwei Kinder.



OLAF 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 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 2016 wahrgenommen und die Entwicklung der Deutsche EuroShop AG intensiv begleitet. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und der Status 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.



Reiner Strecker,
Vorsitzender des
Aufsichtsrats

SCHWERPUNKTE DER BERATUNGEN

In unseren regelmäßigen Beratungen befassten wir uns detailliert mit der Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sowie mit dem Risikomanagement unserer Gesellschaft. In diesem Zusammenhang prüften wir auch 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 fortlaufend informiert. Wir beschäftigten uns mit der Entwicklung der Bestandsobjekte, insbesondere mit deren Umsatz- und Frequenzentwicklung, den Außen- und Vermietungsständen sowie mit der Liquiditätslage des Unternehmens. Ausführlich und fortlaufend diskutiert wurde in den Sitzungen des abgelaufenen Jahres die Strategie der Gesellschaft und die Frage, wie sich die Gesellschaft in einem Umfeld fortwährend niedriger Zinsen und weiterem massiven Nachfrageüberhangs nach Einzelhandelsimmobilien verhalten sollte. Mit dem Vorstand wurde regelmäßig über die Entwicklungen an den Kapital-, Kredit-, Immobilien- und Einzelhandelsmärkten und die Auswirkungen auf die Strategie der Gesellschaft gesprochen. Dabei wurden zwischen Vorstand und Aufsichtsrat verschiedene Investment- und Refinanzierungsmöglichkeiten erörtert. Regelmäßig wurde uns über die Umsatzentwicklung der Mieter und deren Zahlungsverhalten sowie über die Kreditpolitik der Banken berichtet. Vorstand und Aufsichtsrat haben zudem regelmäßig die Bewertung der Gesellschaft durch die Börse bzw. deren Teilnehmer diskutiert und Peergroup-Vergleiche angestellt.

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 bei Bedarf schriftliche Umlaufbeschlüsse vom Aufsichtsrat gefasst. Alle Beschlüsse im Berichtszeitraum erfolgten einstimmig. In einzelnen Sitzungen haben wir zeitweise in Abwesenheit des Vorstands getagt.

SITZUNGEN

Im Geschäftsjahr 2016 fanden vier planmäßige Aufsichtsratsitzungen statt. Soweit Mitglieder des Aufsichtsrats in einzelnen Sitzungen fehlten, haben sie sich rechtzeitig und begründet entschuldigt. In der Sitzung am 23. September 2016 fehlten Frau Better sowie die Herren Dr. Kreke und Otto. In der Sitzung am 29. November 2016 fehlte Frau Dohm.

In der ersten planmäßigen Sitzung am **26. April 2016** wurde die alljährliche Effizienzprüfung des Aufsichtsrats abgeschlossen und die Tagesordnung zur Hauptversammlung verabschiedet. In diesem Zusammenhang haben wir den Abschlussprüfer ausgewählt, der den Aktionären in der Hauptversammlung am 15. Juni 2016 zur Wahl vorgeschlagen wurde. Daneben stellte der Vorstand die finanziellen, bilanziellen und steuerlichen Aspekte des Jahresabschlusses 2015 vor. Darüber hinaus erläuterte der Abschlussprüfer die Ergebnisse der Jahresabschlussprüfung 2015. Im Rahmen der anschließenden Diskussion des Jahresabschlusses 2015 legten wir besonderen Wert auf die Erläuterungen des Vorstands und des Abschlussprüfers zu den Immobilienbewertungen, die erstmals von Jones Lang LaSalle ermittelt worden waren. Vom Vorstand vorgestellt und anschließend diskutiert wurde auch eine Langfristplanung der Gesellschaft, die mit der Festlegung einer Dividendenstrategie für die Jahre bis 2018 endete. In dieser Sitzung haben wir auch die Konsolidierungsaktivitäten bei börsennotierten Immobiliengesellschaften mit dem Vorstand diskutiert. Schließlich informierte uns der Vorstand über aktuelle Akquisitionsmöglichkeiten und -verhandlungen und hier insbesondere über die Verhandlungen zum Erwerb eines 50%-Anteils am Saarpark-Center Neunkirchen.

In der Sitzung am **15. Juni 2016** erteilten wir unsere Zustimmung zu einer vom Vorstand verhandelten Prolongation der Akquisitions-Kreditlinie über 150 Mio. €. Der Vorstand stellte den Verhandlungsstand zum Erwerb des 50%-Anteils am Saarpark-Center Neunkirchen vor, auf dessen Basis wir dem Vorstand ein Verhandlungsmandat erteilt haben. Für eine weitere Investitionsmöglichkeit, dem Olympia Center in Brünn / Tschechische Republik, erteilten wir dem Vorstand ebenfalls

ein Verhandlungsmandat. Die Herren Armbrust, Otto und Striebich nahmen zur Vermeidung eines möglichen Interessenkonflikts nicht an der Beschlussfassung teil. Daneben berichtete uns der Vorstand über aktuelle Anschluss- und Umfinanzierungen für die Shoppingcenter in Hamburg-Harburg, Klagenfurt, Danzig und Pécs. Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses berichtete uns über den aktuellen Stand zum Auswahlverfahren für die Jahresabschlussprüfung 2017.

In der dritten Sitzung am **23. September 2016** informierte uns der Vorstand über den Stand der geplanten Erweiterung der Galeria Baltycka. Zudem unterrichtete er uns über den Verhandlungsstand für das Olympia-Einkaufszentrum in Brünn. In dieser Sitzung erteilten wir dem Vorstand einstimmig unsere Zustimmung zum Erwerb des 50%-Anteils am Saarpark-Center in Neunkirchen. Darüber hinaus befassten wir uns in dieser Sitzung intensiv mit der Strategie der Gesellschaft, insbesondere den aktuellen Entwicklungen an den Investment-, Vermietungs- und Einzelhandelsmärkten sowie den Kapitalmärkten. Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses berichtete uns über den fortgeschrittenen Stand zum Auswahlverfahren für die Jahresabschlussprüfung 2017.

In der letzten Sitzung am **29. November 2016** befassten wir uns erneut intensiv mit den aktuellen Erkenntnissen der Ankaufsprüfung sowie dem Verhandlungsstand zum Erwerb des Olympia-Einkaufszentrums und erteilten dem Vorstand einstimmig ein Abschlussmandat. An dieser Abstimmung nahmen die Herren Armbrust, Otto und Striebich aus den genannten Gründen erneut nicht teil. Unsere einstimmige Zustimmung erteilten wir dem Vorstand auch für die beabsichtigte Aufnahme eines Darlehens über 130 Mio. € zur langfristigen Fremdfinanzierung des Investments in das Saarpark-Center Neunkirchen sowie des bereits 2012 erworbenen Herold-Centers in Norderstedt. Ausführlich erörterten wir zudem die vom Vorstand vorgelegte Hochrechnung für das endende Geschäftsjahr und die mittelfristige Erfolgsplanung der Gesellschaft. Wir befassten uns in dieser Sitzung auch mit den Erläuterungen zum durchgeführten Verfahren zur Auswahl des Abschlussprüfers 2017 durch die Vorsitzende des Prüfungsausschusses. Als Ergebnis hat der Prüfungsausschuss dem Aufsichtsrat auf Basis einer fundierten Bewertung und eines Rankings zwei Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vorgeschlagen. Nach einer persönlichen Vorstellung durch Partnerinnen der beiden vorgeschlagenen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften im Rahmen der Sitzung und einer offenen Diskussion unter Abwägung der Argumente folgten wir dem Vorschlag des Prüfungsausschusses und beabsichtigen, den Aktionären zur Hauptversammlung im Juni 2017 erneut die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer 2017 zur Wahl vorzuschlagen. Zum Abschluss der Sitzung →



berichtete der Vorstand über den Umsetzungsstand der kapitalmarktrechtlichen Compliance-Organisation der Gesellschaft aufgrund von gesetzlichen Neuregelungen.

GREMIEN / AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat hat mit dem Aufsichtsratspräsidium, dem Prüfungsausschuss und dem Ausschuss „Kapitalmarkt“ drei Ausschüsse gebildet. Die Ausschüsse sind mit jeweils drei Mitgliedern besetzt. Das Aufsichtsratspräsidium bildet gleichzeitig den Nominierungsausschuss. Die Anzahl der Ausschüsse und der Ausschussmitglieder erscheint uns im Hinblick auf die Größe der Gesellschaft und die Anzahl der Mitglieder des Aufsichtsrats angemessen.

Im Berichtszeitraum tagten das Präsidium und der Prüfungsausschuss am 15. April 2016 zu einer regelmäßigen Sitzung. Darüber hinaus traf sich der Prüfungsausschuss am 28. November 2016 zu einer Sitzung im Rahmen des Auswahlprozesses für den Abschlussprüfer 2017. Der Prüfungsausschuss erörterte darüber hinaus die Quartalsfinanzberichte mit dem Vorstand in Telefonkonferenzen am 10. Mai, 11. August und 11. November 2016. In der Telefonkonferenz am 11. November 2016 tauschte sich der Prüfungsausschuss zudem über den aktuellen Stand des Auswahlprozesses für den Abschlussprüfer 2017 aus. Darüber hinaus hat sich der Prüfungsausschuss mit dem Vorstand in einer Telefonkonferenz am 7. Juni 2016 über Themen der Bilanzierung beraten und abgestimmt.

Anlässlich der laufenden Akquisitionsverhandlungen hat sich das Präsidium in einer Telefonkonferenz am 11. August 2016 über den aktuellen Stand informieren lassen und mit dem Vorstand darüber beraten. Der Kapitalmarktausschuss tagte 2016 nicht.

CORPORATE GOVERNANCE

Im November 2016 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 AG dauerhaft zugänglich gemacht. Über die Umsetzung des Corporate-Governance-Kodex wird in diesem Geschäftsbericht gesondert berichtet. Die Aufsichtsrats- und Vorstandsmitglieder haben am Jahresanfang 2017 schriftlich erklärt, dass keine Interessenkonflikte im Geschäftsjahr 2016 entstanden sind.

JAHRESABSCHLUSS DER AG UND DES KONZERNS ZUM 31. DEZEMBER 2016

In der Prüfungsausschusssitzung am 12. April 2017 und in der Aufsichtsratsitzung am 26. April 2017 haben sich der Prüfungsausschuss bzw. 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 2016, sowie mit dem Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2016 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 15. Juni 2016 gewählte Abschlussprüfer BDO 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 Prüfungsausschusssitzung am 12. April 2017 und der Aufsichtsratsitzung am 26. April 2017 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 1,40 € je Aktie, schließt sich der Aufsichtsrat an.

Grundlage für das erfolgreiche Geschäftsjahr 2016 waren die nachhaltige und langfristig orientierte Strategie der Gesellschaft und ein engagierter Einsatz des Vorstands sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für die der Aufsichtsrat besonders dankt.

Hamburg, 26. April 2017



Reiner Strecker
Vorsitzender des Aufsichtsrats



DER AUFSICHTSRAT

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS



	Reiner Strecker (Vorsitzender)	Karin Dohm (stellvertretende Vorsitzende)	Thomas Armbrust
Geburtsjahr	1961	1972	1952
Wohnort	Wuppertal	Kronberg im Taunus	Reinbek
Nationalität	deutsch	deutsch	deutsch
Ablauf der Bestellung	Hauptversammlung 2017	Hauptversammlung 2017	Hauptversammlung 2019
Ausschusstätigkeit	Vorsitzender des Präsidiums, Stv. Vorsitzender des Kapitalmarktausschusses, Mitglied des Prüfungsausschusses	Mitglied des Präsidiums, Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Financial Expert	Mitglied des Präsidiums, Vorsitzender des Kapitalmarktausschusses, Mitglied des Prüfungsausschusses
Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten sowie in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen	akf Bank GmbH & Co. KG, Wuppertal	<ul style="list-style-type: none"> • Deutsche Bank Europe GmbH, Frankfurt (Vorsitz, seit 14.11.2016) • Deutsche Bank Luxembourg S.A., Luxemburg (seit 01.09.2016) • Deutsche Holdings (Luxembourg) S.a.r.l., Luxemburg (seit 01.06.2016) • Metro AG, Düsseldorf (seit 19.02.2016) 	<ul style="list-style-type: none"> • ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg (Vorsitz) • TransConnect Unternehmensberatungs- und Beteiligungs AG, München (Vorsitz) • Platinum AG, Hamburg (Vorsitz) • Paramount Group Inc., New York (USA) • Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg
Position	Persönlich haftender Gesellschafter, Vorwerk & Co. KG, Wuppertal	Global Head of Regulatory Affairs, Deutsche Bank AG, Frankfurt	Mitglied der Geschäftsführung, CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H., Hamburg
Wesentliche berufliche Stationen	<ul style="list-style-type: none"> • 1981 – 1985: Studium der Betriebswirtschaftslehre, Eberhard Karls Universität, Tübingen • 1986 – 1990: Commerzbank AG, Frankfurt • 1991 – 1997: STG-Coopers & Lybrand Consulting AG, Zürich (Schweiz) • 1998 – 2002: British-American Tobacco Group, Hamburg, London (Vereinigtes Königreich), Auckland (Neuseeland) • 2002 – 2009: British-American Tobacco (Industrie) GmbH, Hamburg, Vorstandsmitglied für Finanzen und IT • 2009 bis heute: Vorwerk & Co. KG, Wuppertal • seit 2010: Persönlich haftender Gesellschafter 	<ul style="list-style-type: none"> • 1991 – 1997: Studium der Wirtschaftswissenschaften und Volkswirtschaftslehre in Münster, Zaragoza (Spanien), und Berlin • 2002: Steuerberaterexamen • 2005: Wirtschaftsprüferexamen • 1997 – 2010: Deloitte & Touche GmbH, Berlin, London (Vereinigtes Königreich), Paris (Frankreich) • 2010 – 2011: Deloitte & Touche GmbH, Berlin, Partner Financial Services • 2011 bis heute: Deutsche Bank AG, Frankfurt davon - 2011 – 2014: Head of Group External Reporting - 2015: Chief Financial Officer, Global Transaction Banking - 2016: Global Head of Group Structuring - seit 2017: Global Head of Regulatory Affairs 	<ul style="list-style-type: none"> • bis 1985: Wirtschaftsprüfer und Steuerberater • 1985 – 1992: Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg, Finanzprokurist • seit 1992: Mitglied der Geschäftsführung, CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H., Hamburg (Family Office der Familie Otto)
Beziehung zu Hauptanteilseignern / Großaktionären	keine	keine	Aktionärsvertreter der Familie Otto
Deutsche EuroShop-Wertpapierbestand zum 31.12.2016	3.975	0	

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS



	Beate Bell	Manuela Better
Geburtsjahr	1967	1960
Wohnort	Köln	München
Nationalität	deutsch, polnisch	deutsch
Ablauf der Bestellung	Hauptversammlung 2019	Hauptversammlung 2019
Ausschusstätigkeit	–	–
Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten sowie in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen	Hochtief AG, Essen	<ul style="list-style-type: none"> • Deka Investment GmbH, Frankfurt (stv. Vorsitz) • Deka Immobilien GmbH, Frankfurt (stv. Vorsitz) • Deka Immobilien Investment GmbH, Frankfurt (stv. Vorsitz) • Landesbank Berlin Investment GmbH, Berlin (stv. Vorsitz) • S Broker AG & Co. KG, Wiesbaden (seit 15.08.2016, stv. Vorsitz seit 22.08.2016) • S Broker Management AG, Wiesbaden (seit 15.08.2016, stv. Vorsitz seit 22.08.2016) • WestInvest Gesellschaft für Investmentfonds mbH, Düsseldorf (stv. Vorsitz) • DekaBank Deutsche Girozentrale Luxembourg S.A., Luxemburg
Position	Geschäftsführerin, immoADVICE GmbH, Köln	Mitglied des Vorstands, DekaBank Deutsche Girozentrale, Frankfurt und Berlin
Wesentliche berufliche Stationen	<ul style="list-style-type: none"> • 1993–1997: Studium der Versorgungstechnik, Fachhochschule Köln, Diplom-Ingenieur • 2000–2003: Studium Wirtschaft für Ingenieure, Fachhochschule Köln, Diplom-Wirtschaftsingenieur • 1997–2002: Anton Ludwig GmbH, Köln, Projektmanager • 2002–2004: Recticel Automobilsysteme GmbH, Rheinbreitbach, Projektcontroller • 2004–2015: METRO GROUP, Düsseldorf, diverse Leitungsfunktionen; zuletzt METRO AG, Düsseldorf, Head of Group Compliance • seit Juli 2015: immoADVICE GmbH, Düsseldorf, Geschäftsführerin 	<ul style="list-style-type: none"> • Studium der Betriebswirtschaft, Ludwig-Maximilians-Universität, München, Diplom-Kaufmann • 1998–2003: HVB-Gruppe, München, verschiedene Funktionen • 2004–2007: Hypo Real Estate Bank AG, München, Mitglied des Vorstands, Chief Risk Officer • 2007–2008: Hypo Real Estate Bank International AG, Stuttgart / Hong Kong, Mitglied des Vorstands, Head of Commercial Real Estate, Origination Asien • 2009–2010: Deutsche Pfandbriefbank AG, München, Mitglied des Vorstands (vormals Hypo Real Estate Bank AG) • 2011–2013: DEPFA Bank plc, Dublin (Irland), Chairwoman of the Board of Directors, Chief Risk Officer • 2010–2014: Hypo Real Estate AG Holding AG, München, Vorsitzende des Vorstands, und Deutsche Pfandbriefbank AG, München, Vorsitzende des Vorstands • seit 2009: Dr. Ingrid Better Vermögensverwaltung GmbH & Co KG, München, Geschäftsführerin und Better GmbH, München, Geschäftsführerin • seit Juni 2015: DekaBank Deutsche Girozentrale, Frankfurt, Mitglied des Vorstands
Beziehung zu Hauptanteilseignern / Großaktionären	keine	keine
Deutsche EuroShop-Wertpapierbestand zum 31.12.2016	0	0

**Dr. Henning Kreke**

1965
Hagen / Westfalen
deutsch
Hauptversammlung 2018
Mitglied des Kapitalmarktausschusses

- Douglas GmbH, Düsseldorf (Vorsitz, seit 19.08.2016)
- Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen (Vorsitz, seit 27.01.2016)
- Thalia Bücher GmbH, Hagen / Westfalen (seit 26.01.2017)

Vorsitzender des Vorstands, Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen (bis 27.01.2016)
Geschäftsführender Gesellschafter, Jörn Kreke Holding KG und Kreke Immobilien KG, Hagen / Westfalen

- Betriebswirtschaftliches Studium (BBA und MBA) an der University of Texas at Austin, Austin (USA)
- Promotion (politische Wissenschaften) an der Christian-Albrechts-Universität, Kiel
- 1993 bis heute: DOUGLAS HOLDING AG, Hagen / Westfalen
- davon 1993–1997: Vorstandsassistent
- 1997–2001: Mitglied des Vorstands
- 2001–2016: Vorsitzender des Vorstands
- seit 2016: Vorsitzender des Aufsichtsrats
- seit 2016: Jörn Kreke Holding KG und Kreke Immobilien KG, Hagen / Westfalen, Geschäftsführender Gesellschafter

keine

0

Alexander Otto

1967
Hamburg
deutsch
Hauptversammlung 2018

- DDR Corp., Beachwood (USA)
- Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
- Sonae Sierra Brasil S.A., São Paulo (Brasilien)
- Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg

Vorsitzender der Geschäftsführung, Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg

- Studium an der Harvard University und Harvard Business School, Cambridge (USA)
- 1994 bis heute: Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg
- seit 2000: Vorsitzender der Geschäftsführung

Großaktionär

9.349.125

Klaus Striebich

1967
Besigheim
deutsch
Hauptversammlung 2017

- MEC Metro-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG, Düsseldorf (Vorsitz)
- Unternehmensgruppe Dr. Eckert GmbH, Berlin

Managing Director Leasing, Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg

- Studium der Betriebswirtschaftslehre in Mosbach
- 1990: Kriegbaum Gruppe, Böblingen, Assistent der Geschäftsführung
- 1992 bis heute: Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg
- seit 2003: Managing Director Leasing

Mitglied der Geschäftsführung der Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg (Alexander Otto (Großaktionär) ist hier Vorsitzender der Geschäftsführung)

24.000

Roland Werner

1969
Hamburg
deutsch
Hauptversammlung 2020

Vorsitzender des Vorstands, Bijou Brigitte modische Accessoires AG, Hamburg

- Studium der Betriebswirtschaft an der EBC Hochschule, Hamburg
- 2001 bis heute: Bijou Brigitte modische Accessoires AG, Hamburg
- davon 2004–2009: Mitglied des Vorstands
- seit 2009: Vorsitzender des Vorstands

keine

525

WER SHOPPT WIE?

DEUTSCHLANDS GRÖSSTE SHOPPER-TYPEN-ANALYSE GIBT ANTWORTEN

von Dr. Philipp Sepehr, Director Marketing, Research & Innovation, ECE

Die ECE hat erstmals eine große, deutschlandweit repräsentative Shopper-Typen-Analyse erstellt, die eine präzise Segmentierung nach verschiedenen Kundengruppen mit jeweils typischen Eigenschaften vornimmt. Es ist die erste und zugleich größte Analyse dieser Art in Deutschland. Sie deckt ein besonders breites Spektrum von Shopping-Themen ab und kommt zu Ergebnissen, die exakter und aussagekräftiger sind als bisherige Definitionen von Shopper-Typen, die sich lediglich auf Faktoren wie Alter und Einkommen bezogen und damit oft zu unscharfen Ergebnissen geführt haben.

Ziel der Analyse ist es, mithilfe der Segmentierung die Kundengruppen mit ihren individuellen Vorlieben und Kaufverhalten noch besser kennenzulernen. Auf Basis dieser Informationen kann die ECE für die von ihr betreuten Shoppingcenter passgenaue Angebote für die Kunden entwickeln und gemeinsam mit Investoren und Mietern fundierte strategische Entscheidungen treffen. Langfristig können zum Beispiel für einzelne Center anhand der dort überwiegenden Shopper-Typen das Marketing, das Design oder die Positionierung optimiert werden. Ebenso können bestimmte Serviceangebote ausgebaut werden oder gezielt Kundengruppen angesprochen werden, die bis dato an einem Standort unterrepräsentiert sind. Die Analyseergebnisse helfen damit zukünftig insbesondere auch

dabei, die Shoppingcenter noch stärker als serviceorientierte, kundenfreundliche Erlebniswelten zu positionieren und in Angebot, Mietermix und Ausstattung an den jeweiligen lokalen Kundenwünschen auszurichten. Dies ist gerade im Wettbewerb mit dem Onlinehandel ein zentrales Element. Die Erkenntnisse aus der Analyse sind Bestandteil der Strategie des Shoppingcenters und haben darüber indirekt auch Einfluss auf Bereiche wie die Vermietung, das Design oder die Architektur.

Die Ergebnisse der Shopper-Typen-Analyse bilden die Grundlage für diesen Ansatz: Insgesamt acht Shopper-Typen sind darin definiert, die anhand von Kriterien wie dem Einkaufsverhalten, persönlicher Intention und Vorlieben beim Shoppen sowie nach Alter, Haushaltsgröße, Geschlecht und Einkommen präzise typologisiert sind. Die acht definierten Shopper-Typen umfassen im Einzelnen: den markenorientierten **Status-Shopper** und den eher verhalten agierenden **Light-Shopper**, den erlebnisorientierten **Experience-Shopper** und den effizienten **Mobile-Shopper**, den beratungsinteressierten **Golden-Shopper** und den gruppen-dynamischen **Fun-Shopper** sowie den routinierten **Pragmatic-Shopper** und den entspannungssuchenden **Feel-Good-Shopper**.

Machen Sie den Shopper-Typen-Selbsttest! Er ist verfügbar unter: www.ece.de/shoppertypen-selbsttest



STATUS SHOPPER

DIE MARKEN-LIEBHABER

„ICH LIEBE
MARKEN UND
ICH WILL
IMMER DAS
NEUESTE VOM
NEUEN“

MARKENVERRÜCKT
KONSUMFREUDIG
EXTROVERTIERT

- Marken helfen der Selbstdarstellung
- Aktionen werden sehr geschätzt
- online und offline
- Gastronomie wird geschätzt
- allein, ohne Begleitung
- Fun-Faktor sehr hoch, gerne spontan

„Ich liebe Marken und ich will immer das Neueste vom Neuen – vor allem in Sachen Elektronik und Mode! Damit drücke ich einen Teil meiner Persönlichkeit aus und das poste ich auch gerne gleich in sozialen Netzwerken. Sehen-und-gesehen-werden ist mir beim Shoppen einfach wichtig.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE
20-39

EXPERI- ENCE SHOPPER

DIE ERLEBNIS-ORIENTIERTEN

„FÜR MICH
IST SHOPPEN
EIN GESAMT-
PAKET“

SHOPPEN ALS GESAMTPAKET
FAMILIENORIENTIERT
QUALITÄTBEWUSST

- begeisterte Rundumshopper
- Aktionen gerne angenommen
- eher offline
- Gastronomie ist ein wesentlicher Part
- mit Familie oder Partner
- Fun-Faktor sehr hoch

„Für mich ist Shoppen ein Gesamtpaket. Deshalb bin ich auch gern mit Familie und Freunden unterwegs. Wir genießen in Centern gern das komplette Erlebnisprogramm von Einkaufen, Essen, Trinken und Entertainment und freuen uns vor allem über eine große Auswahl, gerne auch bei Elektronik.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE
40-54



FEEL-GOOD SHOPPER

DIE AUSZEIT-NEHMER

„DAS IST MEINE PERSÖNLICHE AUSZEIT VOM STRESSIGEN ALLTAG.“

SHOPPEN ALS BELOHNUMG
GENUSSVOLL
ENTSPANNT

- modeinteressiert
- Aktionen sind untergeordnet
- eher offline
- Gastronomie ist eher uninteressant
- allein, ohne Begleitung
- Fun-Faktor sehr hoch

„Shopper ist für mich pure Belohnung! Ich genieße die schönen Momente beim Shoppen. Das ist meine persönliche Auszeit vom stressigen Alltag. Ich bummle einfach gern allein und entspannt durch die Modeläden. Marken sind mir dabei gar nicht so wichtig, die Qualität muss aber stimmen.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE

45-59

FUN SHOPPER

DIE GRUPPEN-DYNAMISCHEN

„MEINE FREUNDE NACHMITTAGS IM SHOPPING-CENTER ZU TREFFEN, IST EINFACH COOL.“

SPASSORIENTIERT
JUGENDLICH
PREISBEWUSST

- Lieblingshobby
- Aktionen sind eher nebensächlich
- eher offline
- Gastronomie ist interessant, gerne Fast Food
- gerne mit Freunden
- Fun-Faktor sehr hoch

„Meine Freunde nachmittags im Shopping-Center zu treffen, ist einfach cool. Man kann dort bei neuester Mode zuschlagen, jede Menge unternehmen und zusammen Spaß haben. Mit meinen Eltern bin ich dort auch – die können dann gern das Bezahlen übernehmen. Ansonsten achte ich bei Bekleidung schon bewusst auf den Preis.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE

16-24

LIGHT SHOPPER

DIE VERHALTEN-AGIERENDEN

„ICH MUSS
DIE SACHEN
IN DIE
HAND
NEHMEN.“

EIGENWILLIG
RISIKOAVERS
KRITISCH

- Convenience-Shopper
- Aktionen spielen keine zentrale Rolle
- eher offline
- weniger Interesse an Gastronomie
- wenn Shoppen, dann gerne mit Partner
- Fun-Faktor eher gering

„Beim Einkaufen bin ich der risikoaverse Typ, deshalb kommt online für mich eher nicht infrage. Die Gefahr eines Fehlkaufs ist mir einfach zu hoch. Ich muss die Sachen in die Hand nehmen. Wenn mir dann etwas gefällt, spielt der Preis eine untergeordnete Rolle.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE

25-44

MOBILE SHOPPER

DIE EFFIZIENZ-EXPERTEN

„FÜR MICH
STEHT NICHT
DAS SHOPPEN
IM VORDER-
GRUND,
SONDERN
DAS PRODUKT
UND DER
PREIS.“

ONLINE
PRODUKTFOKUSSIERT
EFFIZIENT

- einfach, schnell und günstig
- extrem geringes Interesse an Aktionen
- eher offline
- weniger Interesse an Gastronomie
- gern allein, ohne Begleitung
- Fun-Faktor extrem gering

„Für mich steht nicht das Shoppen im Vordergrund, sondern das Produkt und der Preis. Da denke ich ganz rational! Deshalb kaufe ich auch meist alleine ein. Hauptsache alles klappt schnell und unkompliziert, und das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt! Vor allem bei Elektronik ist mir eine große Auswahl wichtig. Ich bin einfach der Effizienztyp.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE

30-54

PRAG- MATIC SHOPPER

DIE ROUTINE-MEISTER

„EINKAUFEN IST FÜR MICH EHER EINE NÖTIGE ROUTINE, DIE ZUM LEBEN DAZUGEHÖRT.“

SHOPPEN ALS ALLTAG
BEQUEM
FUNKTIONAL

- Convenience-Shopping, einfach und schnell
- extrem geringes Interesse an Aktionen
- online und offline
- weniger Interesse an Gastronomie
- mit Familie oder Partner
- Fun-Faktor mittelmäßig ausgeprägt

„Einkaufen ist für mich eher eine nötige Routine, die zum Leben dazugehört. Meine Besorgungen erledige ich gerne bei mir in der Gegend. Marken sind mir dabei nicht so wichtig. Gleiches gilt für gastronomische Angebote. Online oder offline, was gerade bequemer ist und mir neben Beruf und Familie Zeit für die wirklich wichtigen Dinge lässt.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE

45-59

GOLDEN SHOPPER

DIE BERATUNGS-SUCHENDEN

„ICH MAG ROUTINEN UND LAUFE NICHT GLEICH JEDEM TREND HINTERHER.“

KONSERVATIV
OFFLINE
ROUTINIERT

- benötigen Beratung
- wenig Interesse an Aktionen
- fast ausschließlich offline
- weniger Interesse an Gastronomie
- mit dem Partner
- Fun-Faktor eher gering

„Beim Einkaufen bin ich eher der klassische Typ. Ich habe meine Stammgeschäfte, wo ich gut beraten werde und genau die Produkte finde, die meinen Ansprüchen genügen. Ich mag Routinen und laufe nicht gleich jedem Trend hinterher.“



Geschlecht



Einkommen



Bildung

JAHRE

55-69



BUCHTIPP

WORLD OF MALLS ARCHITEKTUREN DES KONSUMS



Das Buch "World of Malls. Architekturen des Konsums" ist zur gleichnamigen Ausstellung, die von Juli bis Oktober 2016 in der Pinakothek der Moderne in München gezeigt wurde, erschienen. Es widmet sich einem Bautyp, der vor knapp 60 Jahren in den Vereinigten Staaten erfunden wurde und sich schnell weltweit verbreitete. Durch die zunehmende Ausrichtung des Städtebaus auf den Autoverkehr wurde die Mall zu einem Ersatzraum für verlorene Urbanität.

Doch wohin geht die Entwicklung der Shopping Mall heute? Auf der einen Seite gibt es weiterhin spektakuläre Neueröffnungen in Amerika, Asien, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Europa.

Zugleich stehen aber auch viele Malls leer, und einige werden umgebaut und umgenutzt. Kaum ein anderer Bautyp wird so kontrovers diskutiert: Bringt die Shopping Mall nun den Tod der Stadt oder fördert sie eher deren Wiederbelebung? Stadtplaner, Ökonomen und Architekturhistoriker wie Anette Baldauf, Robert Bruegmann, Dietrich Erben, Richard Longstreth, Alain Thierstein, June Williamson und Sophie Wolfrum untersuchen in ihren Aufsätzen die Transformationsprozesse der Shopping Mall vom 20. zum 21. Jahrhundert.

Hatje Cantz Verlag, 2016, gebunden, 256 S., 200 Abb.,

Preis: 49,80 €, ISBN 978-3-7757-4138-5

(Englische Ausgabe ISBN 978-3-7757-4139-2)



DAS HABE ICH MIR 2016 GEKAUFT

Drei Fahrräder passen auf den neuen Träger, der an der Anhängerkupplung des Autos befestigt wird. Eine platzsparende und geniale Erfindung für den Familienurlaub!

Meine rationalen Käufe, die mir am besten in Erinnerung geblieben sind, sind die von Glühbirnen und LED-Lampen. Ohne diese Käufe wird es dunkel, und ich bin immer wieder erstaunt über die aktuelle Vielfalt von Leuchtmitteln. Seit kurzem machen diese Einkäufe bei Class Ohlsen richtig Spaß.



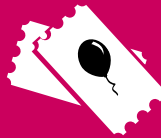
Um mehr Platz für Gäste zu haben, habe ich einen großen Esstisch gekauft – mit Stühlen und einer Sitzbank. Funktionell und schön zugleich. Für mehr Gemütlichkeit mit Freunden und Familie.

Die alte Spülmaschine war zwar erst sechs Jahre alt, aber schon defekt. Die Reparaturkosten wurden auf 250 Euro geschätzt. Die Entscheidung fiel auf eine neue Spülmaschine von Miele – mit deutlich niedrigerem Energieverbrauch und etwas teurer, aber im Idealfall auch langlebiger. Interessant dabei: Als Rundumsorglos-Paket wurde die Spülmaschine vom Shoppingcenter-Elektromarkt günstiger als von Online-Händlern angeboten.



WILHELM WELLNER
Sprecher des Vorstands,
Deutsche EuroShop

Eine geniale Musikbox mit Diskolicht, Bluetooth und Karaoke-Funktion. Als ich die entdeckt habe, stand das Weihnachtsgeschenk für meine Tochter sofort fest ...



OLAF BORKERS
Mitglied des Vorstands,
Deutsche EuroShop

Emotional war der Kauf von zwei Tickets für eine Fahrt im Heißluftballon in der Nähe von Hamburg bei Jochen Schweizer. Emotionen schon vor dem Flug.



BIRGIT SCHÄFER
Vorstandssekretärin,
Deutsche EuroShop

Da ich Lust auf eine neue Brille hatte, habe ich spontan beim Optiker reingeschaut und eine Brille gekauft, die mir auf Anhieb gefiel.



PATRICK KISS
Head of Investor &
Public Relations,
Deutsche EuroShop

Streng genommen war es nicht „mein“ Kauf des Jahres, sondern „unser“ Kauf des Jahres: ein Cello für meine Frau. Sie ist überglücklich, übt fleißig und hat auch schon an einem Konzert mitgewirkt.

- EMOTIONAL -



... AUS DEM BAUCH HERAUS ENTSCHIEDEN

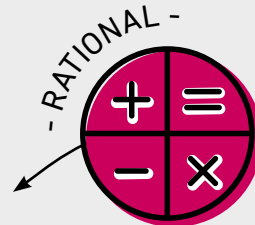
... ALLE FAKTEN GEPRÜFT

Mein Gas-Grill ließ sich „ab Werk“ nur mit weder nachhaltigen noch wirtschaftlichen camping-ähnlichen Gaskartuschen befeuern. Dank eines kleinen Umrüstungssets kann ich nun auch „echte“ Gasflaschen anschließen. Und damit noch entspannter auf die Grillsaison blicken.



Unsere alte Waschmaschine war fast 20 Jahre alt und hat nicht mehr wirklich gut gewaschen und zudem zu viel Energie verbraucht. Da musste eine neue her!

Mit den neongelben Windstopper-Überschuhen habe ich zwar manchen ein Schmunzeln ins Gesicht gezaubert. Jedoch haben sie dabei geholfen, dass ich den Winter durch mit dem Rad ohne kalte Füße zur Arbeit fahren konnte und jederzeit gut sichtbar war.



Der Abschluss einer Reiserücktrittsversicherung für meinen Urlaub – übrigens meine erste überhaupt. Die fand ich früher immer spießig.

Ich bin eine leidenschaftliche Skifahrerin und habe mich endlich dazu entschieden, einen Rückenprotektor zu kaufen. Dieser wertet mein Outfit nicht auf, aber ich bin jetzt sicherer unterwegs.



NICOLAS LISSNER
Manager Investor & Public Relations,
Deutsche EuroShop

Eine kleine Buddha-Statue von einem Devotionalienhändler in der Nähe des Bangkokker Rathauses. Die Ausfuhr religiöser Gegenstände ist in Thailand sehr streng gesetzlich geregelt. Letztendlich hat der neue Glücksbringer dann aber zum Glück einen recht unkomplizierten Weg in unser Hamburger Wohnzimmer gefunden.



BRITTA BEHRMANN
Senior Finance Manager,
Deutsche EuroShop

Wunderschöne Ohr-ringe, die ich mir in einer Silberschmiede in einem kleinen Ort in Spanien bei einer deutschen Aussteigerin gekauft habe. Eine tolle Erinnerung an den Urlaub!



RALPH BORGHHAUS
Head of Finance,
Deutsche EuroShop

Ein spontaner Kauf, als ich in Weihnachtsstimmung war: Die Dampf-lokomotive mit Schlepp-tender von Märklin wird sicherlich auch die nächsten Jahre fleißig zu Weihnachten ihre Runden drehen.



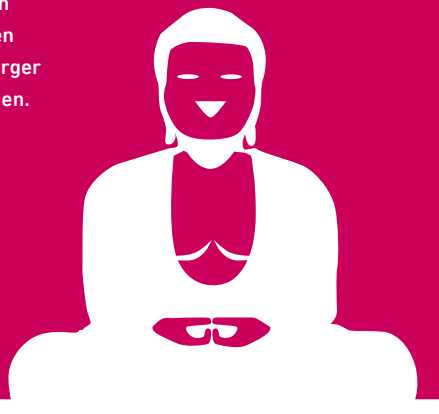
DR. PHILIPP SEPEHR
Director Marketing,
Research & Innovation
bei der ECE

Die Fotografie eines chinesischen Künstlers auf der „Affordable Art Fair“ in Hamburg, wobei ich festgestellt habe, dass „affordable“ ein sehr relativer Begriff ist.



DR. TANJA-MARIA LACHHAMMER
Beraterin und
Dozentin für Marketing,
Vertrieb und Customer
Management

Auf dem Weg in den Urlaub nach Südfrankreich habe ich mir spontan eine Handtasche gekauft und damit das Urlaubsbudget bereits vor Urlaubsbeginn ausgegeben. Ich habe den Kauf trotzdem nie bereut.





WAS VOR DEM SHOPPING IM KOPF PASSIERT...

OMNICHANNEL- MARKETING UND GEHIRNFORSCHUNG – EIN ERFOLG- VERSPRECHENDER ANSATZ FÜR KUNDENEROBERUNG UND -BINDUNG IM HANDEL

von Dr. Tanja-Maria Lachhammer,
Beraterin und Dozentin für Marketing,
Vertrieb und Customer Management

Seit der Einführung des Internets hat sich unsere Welt rasant verändert. Wir leben in einer Informations- und Wissensgesellschaft, nutzen verstärkt neue digitale Angebote. Dieser Trend zur Digitalisierung machte auch nicht vor dem Handel halt, der mit über 450 Milliarden Euro Jahresumsatz zu einem der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren in unserem Land zählt. „Die Kombination aus technologischem Fortschritt einerseits sowie der Nutzung der neuen Technologien andererseits führt zu veränderten Anforderungen der Kunden an den Handel. Die traditionelle Stellung des Handels, als Bindeglied zwischen Hersteller und Konsument, der seine Produkte und Dienstleistungen vor allem stationär anbietet, hat sich im Zeitalter der Digitalisierung grundsätzlich gewandelt. Rückläufige Besucherfrequenzen, leere Schaufenster oder verwaiste Geschäftsstraßen – vor allem in kleinen und mittleren Städten – zeigen, dass der Handel diese Herausforderungen nur bedingt angenommen hat.

Als Auslöser für diese Entwicklung werden von Experten vier Hauptfaktoren genannt, welche die derzeitige Dynamik der Situation im Handel vorantreiben: marktbezogene Faktoren, vertriebsbezogene Entwicklungen, nachfragebezogene Parameter und die neuen digitalen Technologien.

Aus der Anzahl verschiedenster Lösungsangebote zur Bewältigung der derzeitigen Probleme im Handel bieten sich zwei besonders an:

- 1. das Omnichannel-Vertriebskonzept als technologiebasierte Möglichkeit, um die neuen Formen der Digitalisierung in den Handel zu übernehmen und zu realisieren, und**
- 2. die neuesten Erkenntnisse der Gehirnforschung als Basis bei der Beantwortung der Frage: Welche Grundbedürfnisse hat der Kunde nicht nur heute, sondern vor allem in der Zukunft?**



Weniger ist manchmal mehr
Zuviel Auswahl verunsichert. Kunden, die in einem Experiment 24 Sorten Marmelade probieren durften, kauften weniger als die, die nur mit sechs Sorten testeten.

DAS OMNICHANNEL-MODELL ALS TECHNOLOGIE-BASIERTES KONZEPT FÜR DEN VERTRIEB IM HANDEL

Mit der Ausbreitung des Internets findet der ausschließliche Einkanal-Vertrieb (Single-Channeling) grundsätzlich sein Ende. Dies ist zugleich die Geburtsstunde des Multichannel-Handels. Stationärer Handel, Online-Shopping, Social Media oder Mobile Apps sind oft aber noch nicht miteinander vernetzt, sondern existieren parallel nebeneinander.

Erst mit der Omnichannel-Konzeption erfolgt die Verknüpfung der verschiedenen Vertriebskanäle. Mit diesem Ansatz hat der Kunde die Möglichkeit, jederzeit zwischen stationärem Einkauf, Online-Shopping und mobilem Einkauf zu wechseln. Dabei kann er nicht nur neue Produkte entdecken, sondern sich auch zusätzliche Informationen im Rahmen von Recherchen holen und den Kauf z. B. über den stationären Handel oder über Shopping-Apps abschließen. Es ist das ultimative Ziel des Omnichannel-Handels, ein nahtloses Erlebnis zu schaffen, bei dem sich der Konsument mit der Marke befasst und nicht mit dem Vertriebskanal. Ein Beispiel für die Umsetzung des Omnichannel-Modells ist die britische Supermarktkette Tesco. Dabei können Kunden ihre

langen Wartezeiten am Bahnhof, an Bushaltestellen und an öffentlichen Plätzen mittels QR-Code zum Einkaufen in virtuellen Stores nutzen. Bei Douglas können Kunden die Ware im Internet bestellen und haben dann die Wahl, ob sie die Produkte nach Hause liefern lassen oder sie in ihrer Wunsch-Filiale selber abholen möchten.

DIE KUNDENZENTRIERUNG – FOLGE DER DIGITALISIERUNG IM HANDEL

Eine fast zwingend zu erwartende Folge der Umsetzung der neuen digitalen Technologien in ein Omnichannel-Marketing des Handels ist die Kundenzentrierung (Customer-Centric Retailing). Denn im Zuge der Digitalisierung gewinnen Kunden einen Informationsstand, der oft umfangreicher und fundierter ist als der des Verkaufspersonals. Durch diese dann auftretende Informationsasymmetrie erhält der Kunde eine neue Stellung beim Einkauf. Gleichzeitig steigen damit seine →

Erwartungen und Ansprüche hinsichtlich des Preises, der Qualität oder der „Bedienung“ durch den Verkäufer. Geiz ist dann nicht nur geil, sondern wird zum Bumerang bei enttäuschten Erwartungen hinsichtlich der eigenen Anspruchs- und Bedürfniswelt.

Um einen Ausweg aus dieser Problemstruktur zu finden, versucht der Handel, z. B. die in den unterschiedlichen Kanälen erfassten Transaktionsdaten bzw. die Kaufhistorie auszuwerten. Zur Analyse dieser vergangenheitsbezogenen Informationen werden vor allem quantitative Verfahren eingesetzt. Damit aber sind die gewonnenen Erkenntnisse sehr stark situativ geprägt und bringen keine Antwort auf die Gretchenfrage: Welche Bedürfnisse haben Kunden in der Zukunft? Und daraus schlussfolgernd: Wie sind die im Omnichannel-Marketing einzusetzenden Instrumente und Informationen zu strukturieren und zu gestalten? Mit anderen Worten: Welche Grundbedürfnisse haben Kunden in der Zukunft, anhand derer sie ihre Entscheidungen treffen, und wie sind diese Grundbedürfnisse im Omnichannel-Marketing zu berücksichtigen? Um diese Frage zu beantworten, sollten die neuesten Erkenntnisse der Gehirnforschung sowie deren Umsetzung in einen qualitativen Meinungs- und Marktforschungsansatz mit einbezogen werden.

DIE NEUESTEN ERKENNTNISSE DER GEHIRNFORSCHUNG¹

Die Darstellung der Erkenntnisse der Gehirnforschung bezieht sich auf die Verarbeitung von externen Informationen im Gehirn und den damit verbundenen Entscheidungsprozess. Denn nur aufgrund der dem Kunden im Omnichannel-Marketing extern übermittelten Informationen trifft dieser letztlich seine Entscheidungen. Können die Handlungen des durch externe Informationen angestoßenen Entscheidungsprozesses im Gehirn des Menschen auf ihre Ursächlichkeit zurückgeführt werden, dann kann das Omnichannel-Marketing den Einsatz seiner Instrumente und die dort ausgewiesenen Informationen so verbinden und strukturieren, dass sich der Kunde positiv für ein Produkt und den Händler entscheidet. Die moderne Gehirnforschung zeigt, dass sich Entscheidungsprozesse weitgehend unbewusst abspielen. Dabei ist der Motor unserer Handlungen und Entscheidungen die Befriedigung von biologischen und soziobiologischen Grundbedürfnissen, denn der Organismus will überleben. Damit stellt sich die Frage: Wer beurteilt die Befriedigung unserer Grundbedürfnisse? Voraussetzung dafür, dass unser Gehirn einen Entscheidungsprozess initiiert, ist das Empfangen einer Information bzw. eines Reizes. Empfangen unsere Sinne einen Reiz, dann stellt sich die Frage, ob die damit verbundene Information zur Befriedigung unserer Grundbedürfnisse beiträgt. Zur Beantwortung dieser Frage werden in unserem Gehirn zunächst drei biologische Bewertungssysteme in der Reihenfolge Angstsystem, Belohnungssystem und Persönlichkeits- / Sozialsystem (Sozial-Ich) mobilisiert.



Herzessache oder Bauchentscheidung
Was umgangssprachlich aus dem Bauch oder dem Herzen kommt, entsteht in Wahrheit im limbischen System in unserem Gehirn, wo unsere Emotionen verankert sind.

Mit deren Initiierung nimmt der Entscheidungsprozess seinen Anfang. Die drei Bewertungssysteme im Gehirn sind aufgrund ihrer evolutionär biologischen Vorprogrammierung darauf spezialisiert, sowohl Möglichkeiten der Grundbedürfnisbefriedigung zu erkennen und zu bewerten, als auch den Fokus auf Aspekte zu richten, die das Leben des Menschen beeinträchtigen bzw. gefährden könnten.

Nachdem die drei Bewertungssysteme „entschieden“ haben, dass die eingegangenen Informationen keine Gefahr darstellen (Angstsystem), belohnend sind (Belohnungssystem) und keine Normen und / oder Werte verletzen (Sozial-Ich), vollzieht sich der Informationsverarbeitungsprozess auf zwei weiteren Ebenen. Ohne die Einbeziehung der rechten biografisch-bildverarbeitenden

Gehirnhälfte sowie der linken sprachverarbeitenden Gehirnhälfte wird im Entscheidungsprozess vor allem deshalb benötigt, weil dort die Vergangenheit des Menschen abgespeichert ist. In der Zusammenarbeit zwischen den drei Bewertungssystemen sowie der rechten und linken Gehirnhälfte werden zu den eingehenden Informationen Zukunftsvorstellungen entwickelt, die an den prämotorischen Kortex weitergegeben werden. Der prämotorische Kortex bildet gewissermaßen in einer Simulation die künftigen Handlungen als Handlungsentwurf ab. Damit ist aber noch keine Entscheidung getroffen. Das in der rechten Gehirnhälfte erzielte Simulationsergebnis muss erst noch bewusst in eine Handlung umgesetzt werden. Hierzu wird das Ergebnis der Zukunftssimulation über den Hypothalamus – gewissermaßen in einer Informationsschleife – an den Körper weitergeleitet. Es entsteht das sogenannte Bauchgefühl (Körperempfinden). Erst von dort erfolgt bei positiver „Lagebeurteilung“ über das Arbeitsgedächtnis / Bewusstsein die Handlungsinitiierung.

Wenn es gelingt, diesen Prozess der Informationsverarbeitung des Gehirns in einem qualitativen Marktforschungsmodell abzubilden und damit Aussagen über die Zukunftsvorstellungen der Kunden und die damit verbundenen Entscheidungen zu gewinnen, kann das Omnichannel-Marketing die zuvor dargestellte Problematik des Handels überwinden und die dort aufgeworfenen Fragen zielführend beantworten. →

¹ Die folgenden Ausführungen und Abbildungen sind – mit Genehmigung des Infos-Instituts für Organisationsforschung und Systementwicklung, München – verschiedenen Veröffentlichungen des Instituts entnommen. In Absprache mit dem Institut konnte die Autorin auf die übliche Kenntlichmachung jener Literaturstellen verzichten, die aus den Institutsveröffentlichungen übernommen wurden.

DER ENTSCHEIDUNGSPROZESS

Das Grundmodell der modernen Gehirnforschung

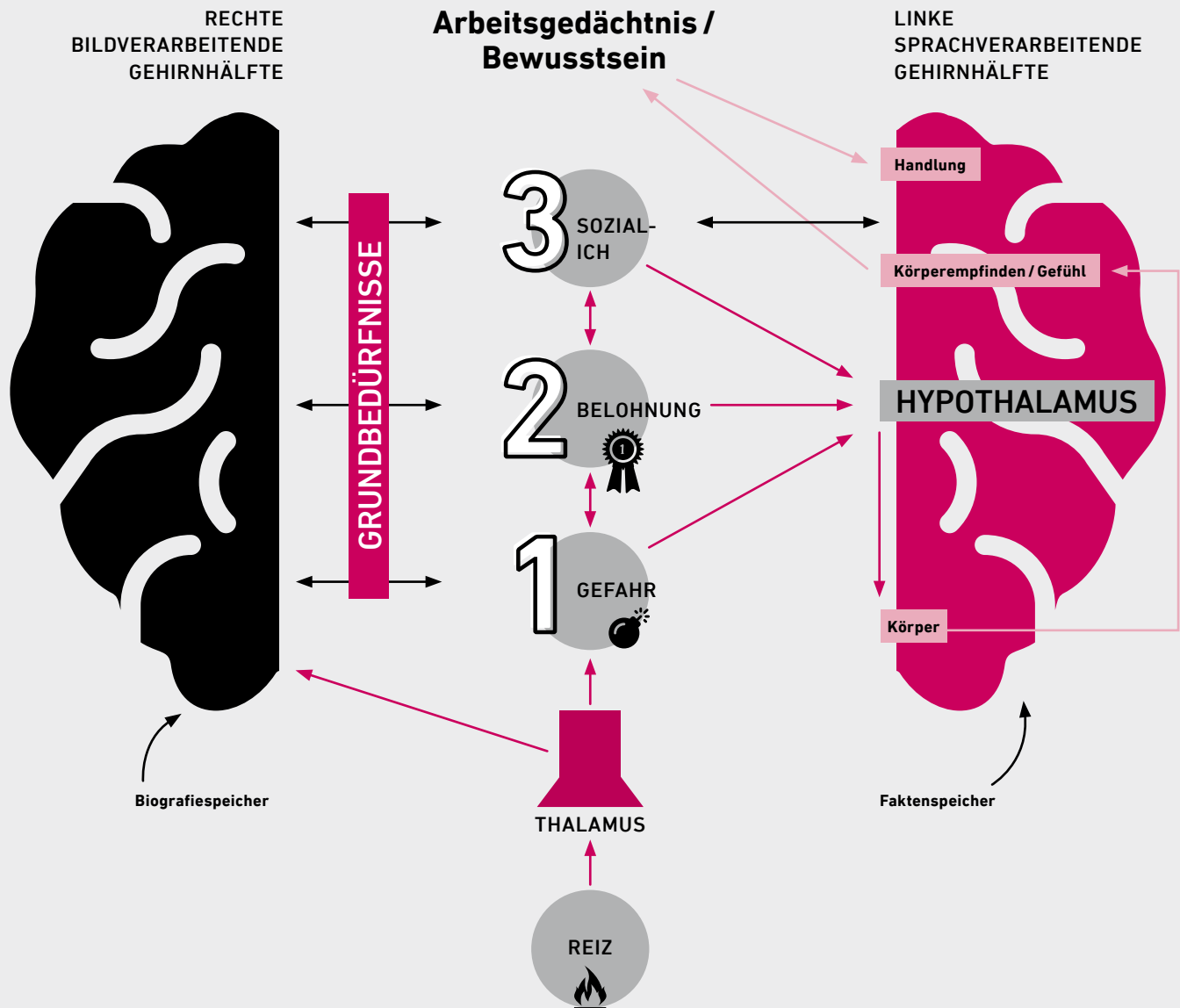


Abbildung ©Infos-Institut für Organisationsforschung und Systementwicklung, München



Den gesamten Entscheidungsprozess des menschlichen Gehirns kann man – vereinfacht – auf vier Grundpfeiler zurückführen: die Thematik einer Information (der Informationsanreiz), die Grundbedürfnisbefriedigung über die drei Bewertungssysteme, die bildhafte Darstellung im rechten Biografiespeicher sowie die Handlungsinitiierung, die auch über Sprache erfolgen kann.

Menschliche Grundbedürfnisse können in drei Kategorien / Ebenen unterteilt werden: in die biologisch evolutionären (z. B. Kommunikation, Nahrung, Handlungsspielraum), die kulturell geformten, die sich u. a. in Symbolen darstellen (z. B. Kreuz, Ferrari als Statussymbol) und in Grundbedürfnisse, die sich aus der eigenen, individuellen Biografie ergeben (z. B. Selbstwertgefühl).

Wenn es gelingt, mit einer Methode die individuellen Grundbedürfnisse aus dem Entscheidungsprozess herauszufiltern, dann bleiben als allgemeingültige die biologisch evolutionären und die kulturell geformten Grundbedürfnisse übrig. Diese wiederum sind dann daraufhin zu untersuchen, ob sie seitens der verarbeiteten Informationen des Omnichannel-Marketings befriedigt werden, oder ob Defizite bestehen. Und aus dieser Analyse sind wiederum Handlungsempfehlungen bzw. Strategien abzuleiten.

Im Laufe von ca. zehn Jahren wurde eine große Anzahl von Projekten mittels der Tiefensymbolischen Meinungs- und Marktforschung (TSMM) durchgeführt. Unter anderem wurde an einem deutschen Flughafen untersucht, welche Änderungen Kunden an den bestehenden Geschäften vornehmen würden, damit all ihre Bedürfnisse und Wünsche erfüllt sind. Das Interessante an diesem Projekt war der Vergleich der Ergebnisse zweier zeitlich auseinanderliegender Untersuchungen zwischen den Jahren 2005 und 2013 und die dabei zutage tretenden Änderungen in den Bedürfnissen der Kunden des Einkaufszentrums. Insbesondere zeigte die Analyse, welche Unterschiede hinsichtlich der Grundbedürfnisbefriedigung zwischen Männern und Frauen, zwischen Jüngeren und Älteren sowie zwischen introvertierten und extrovertierten Menschen bestehen. Ergebnisse, die nicht nur bei der Neugestaltung der Geschäfte zum Erlebnis-Shopping, sondern auch beim Aufbau des Omnichannel-Marketings berücksichtigt wurden. Es konnten Umsatzsteigerungen nicht nur durch Neukundengewinnung, sondern auch durch eine signifikante Loyalisierungsrate erzielt werden.



FAZIT

Nicht nur beim Handel besteht Nachholbedarf bei der Realisierung des Omnichannel-Marketings, sondern bei vielen Unternehmen – egal, aus welcher Branche. Dabei darf nicht nur die Kundeneroberung im Vordergrund stehen, sondern auch auf die Loyalisierung der bestehenden Kunden muss ein Augenmerk gelenkt werden. Eine wesentliche Herausforderung dabei wird – vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen – das erforderliche Investitionsvolumen in die neuen Technologien sein. Außerdem ist ein erhöhter bzw. anders qualifizierter Personaleinsatz zu erwarten, damit den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis geboten werden kann. Auf diesem Weg scheint die Verbindung von Gehirnforschung und Omnichannel-Marketing ein erfolgversprechender Weg. ←

TIPP

LET'S BUY IT! KUNST UND EINKAUF VON ALBRECHT DÜRER ÜBER ANDY WARHOL BIS GERHARD RICHTER

Kunst und Kaufen, zwei Dinge die eng zusammenhängen und doch weit auseinander zu liegen scheinen. An der Wende vom Mittelalter zur Neuzeit tritt Albrecht Dürer als einer der ersten Kunst-Unternehmer auf. Die Moden des Kunstmarktes zeigen sich über die Jahrhunderte in Übermalungen oder Umdeutungen von Themen. Die Frage nach Original, Kopie und Fälschung stellt sich immer wieder. Große Spekulationsblasen wie die Tulpomania des 17. Jahrhunderts verbinden Kunst- und Geldmarkt.

Das 20. Jahrhundert stellt dann alle Traditionen auf den Kopf. Marcel Duchamp erklärt Industrieware zur Kunst, Andy Warhol und die Vertreter der Pop Art nehmen Supermarktprodukte in ihre Bilder auf. Und auch das Verhalten von Menschen beim Einkauf wird nicht nur in Rudolf Holtappels Fotoserie "Menschen im Warenhaus" beobachtet. Wenn Gerhard Richter auf seinem Gemälde „Mutter und Tochter“ Brigitte Bardot mit ihrer Mutter beim Shoppen zu zeigen scheint, verbindet sich hier das Thema des Einkaufens mit dem teuersten Maler des aktuellen Kunstmarktes.

Die 1960er-Jahre versuchten mit neuen Formen wie Multiples und Auflagedrucken Barrieren abzubauen und mit der Forderung „Kunst für alle“ die Verbindung von Kunst und Leben herzustellen.

Doch wird die Schere immer größer, der Kunstmarkt explodiert seit Jahren und auch die Finanzkrise konnte diesem Phänomen nichts anhaben. Dass Kunst die „teuerste Luxusware unseres Kulturkreises“ (Piroschka Dossi) geworden ist, daran reiben sich auch die Künstler. Kritische Positionen gibt es außerdem zum allgemeinen Konsumverhalten und auch das Geld, das Zahlungsmittel für Kunst und Luxus, wird Teil der Werke oder Träger der Bilder. Die breit angelegte Ausstellung, die Arbeiten vom 15. Jahrhundert bis heute, vom Kupferstich bis zur Videoinstallation, vereint, beleuchtet nun erstmals in dieser Form das weite Feld, das Kunst und Einkauf verbindet. Ein umfangreicher Katalog begleitet die Ausstellung: Let's buy it!

Ludwigalerie Schloss Oberhausen
Konrad-Adenauer-Allee 46, 46049 Oberhausen
www.ludwigalerie.de
22. Januar bis 14. Mai 2017



Don Eddy, "Strumpfhosen, Handtaschen und Schuhe", 1974, Ludwig Forum für internationale Kunst © Don Eddy, Foto: Anne Gold, Aachen

KONSUM 2017

VERLÄSSLICHE STÜTZE
IN UNSICHEREN ZEITEN?

von Rolf Bürkl, GfK





Helles Licht!
Wussten Sie schon?
Helles Licht verstärkt
unsere Emotionen, während
wir im Dunkeln eher
rationalere
Entscheidungen
treffen.



Der private Konsum bleibt eine wichtige Stütze für die Konjunktur in Deutschland und Europa: Laut GfK-Prognose werden die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2017 real um 1,5% steigen. Für die Europäische Union erwartet GfK einen Anstieg zwischen 1,0 und 1,5%. Damit trägt der private Konsum weiterhin zu einer positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklung bei. Auch der Einzelhandel wird von den steigenden Konsumausgaben profitieren.

Für den Lebensmitteleinzelhandel erwartet die GfK einen Anstieg von 2%. Für den Nonfood-Bereich prognostiziert GfK ein Plus von 0,8%.

EUROPA: WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG ANHALTEND POSITIV

Mit Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung zeigte sich 2016 europaweit ein positives Bild: Mit Ausnahme von Griechenland wuchs das Bruttoinlandsprodukt in allen EU-Ländern und erzielte laut Schätzung der Europäischen Kommission vom November eine durchschnittliche Steigerung um 1,8% gegenüber 2015. Dabei konnten vor allem osteuropäische Länder wie Polen, Slowakei und Bulgarien ihre dynamische Entwicklung fortsetzen. Spitzenreiter war Rumänien mit einem BIP-Wachstum von 5,2%, gefolgt von Irland, das an sein

LISTIGE LANGFINGER

Ob Parfüms, Spirituosen oder Elektrogeräte – im Einzelhandel wird in der Regel geklaut, was einen gewissen Wert besitzt. Bei mehr als der Hälfte aller Diebstähle übersteigt dieser Wert das Maß eines sogenannten Bagatelldelikts von maximal 15 €. Nach Angaben des EHI Retail Institute liegt der Wert eines einfachen Ladendiebstahls im Durchschnitt bei ca. 86 €.

starkes Wachstum aus den Vorjahren anknüpfen konnte und 2016 ein Plus von 4,1% erzielte. Für 2017 rechnet die Europäische Kommission mit einem etwas moderateren Anstieg des BIP von 1,6% im EU-Durchschnitt.

ARBEITSLOSIGKEIT UM 7% GESUNKEN

Die Arbeitslosigkeit in der EU sank 2016 im Durchschnitt um 7%. Hohe Rückgänge konnten unter anderem Kroatien, Ungarn, Slowakei und die Niederlande verzeichnen. Nur in Estland, Norwegen, Dänemark und Italien stieg die Arbeitslosigkeit. →


WEITERHIN GROSSE UNTERSCHIEDE IN DER ANSCHAFFUNGSNEIGUNG

Die Anschaffungsneigung der europäischen Verbraucher entwickelte sich 2016 erneut sehr unterschiedlich und konnte nur teilweise von den insgesamt sinkenden Arbeitslosenzahlen profitieren. Während Griechenland unverändert auf dem niedrigsten Niveau aller EU-Länder verharrte, setzte in Portugal eine deutliche Erholung der Anschaffungsneigung um 21 Indikatorpunkte ein. In absoluten Zahlen zählt Portugal jedoch im Eurovergleich mit Griechenland und Ländern wie Litauen, Spanien und Estland zu den Schlusslichtern. Aufholen konnten im zurückliegenden Jahr korrespondierend mit der gesunkenen Arbeitslosigkeit insbesondere Bulgarien, Frankreich und Polen.

STEIGERUNG DES PRIVATEN KONSUMS UM 2,1 %

Wie bereits im Vorjahr verzeichnete der private Konsum in Europa ein solides Wachstum um real 2,1 % und trug wesentlich zum Wirtschaftswachstum in der EU bei. Einzige Ausnahme mit einem Rückgang um 0,5 % war erneut Griechenland, wo der private Konsum weiter

unter den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise leidet. Die stärksten Zuwächse gab es erneut in Osteuropa – insbesondere in Rumänien, das von einer erneuten Mehrwertsteuersenkung profitierte – sowie im Baltikum.



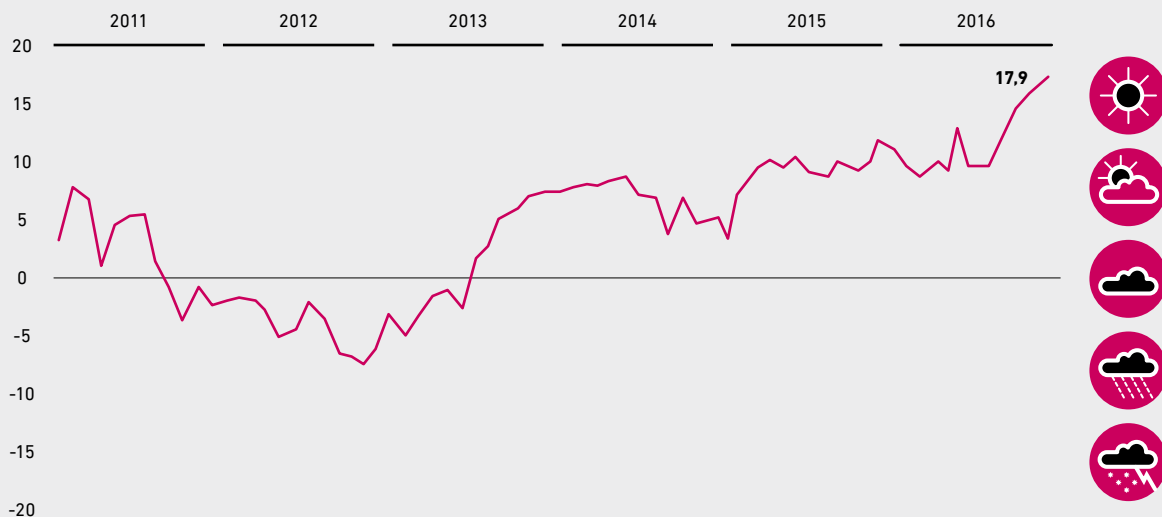
**70 %
unserer Kaufentscheidungen
treffen wir weitestgehend
unbewusst. Und selbst die
bewussten 30 % sind nicht
ganz frei von Einflüssen.**

DEUTSCHLAND: EINZELHANDEL LEGT WEITER ZU

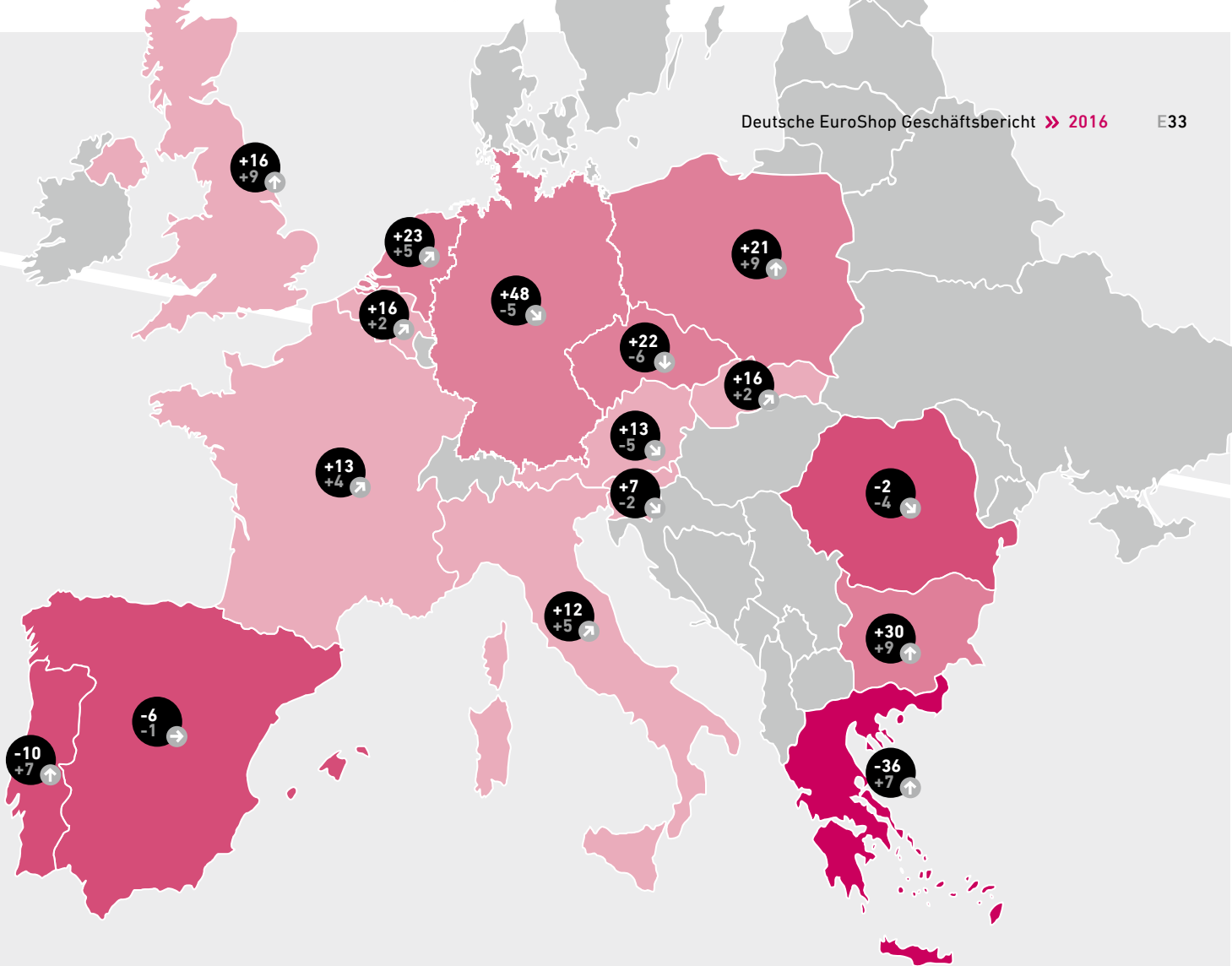
Positive wirtschaftliche Rahmenbedingungen und die anhaltend gute Konsumlaune in Deutschland werden sich auch 2017 in weiter steigenden Einzelhandelsumsätzen niederschlagen. Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) wird voraussichtlich um 2 % auf 179,5 Mrd. € wachsen. Die zunehmende Zahl an Haushalten in Deutschland, die aus dem anhaltenden Bevölkerungswachstum und dem positiven Wanderungssaldo resultiert, sowie die steigende Konsumstimmung sind die wesentlichen Treiber dieser positiven Entwicklung. Während SB-Warenhausketten 2016 nur sehr moderat zulegten, steigerten vor allem Drogeriemärkte und Vollsortimenter ihre Umsätze. Discounter konnten 2016 den rückläufigen Trend aus den Vorjahren stoppen und ihren Marktanteil verteidigen.

KONSUMKLIMA DEUTSCHLAND

in Punkten



Quelle: GfK-Verbraucherbefragung im Auftrag der EU-Kommission | 12 / 16



Im Nonfood-Handel erwartet GfK einen moderateren Anstieg um 0,8 % auf 170,6 Mrd.€, was unter anderem auf Sättigungstendenzen im Textil- und Elektronikhandel zurückzuführen ist. Vor diesem Hintergrund profitierte der Nonfood-Einzelhandel bereits 2016 weniger von der allgemein guten Konsumstimmung als der LEH.

Mit Blick auf 2016 konnte insbesondere der Onlinehandel mit einem Plus von 8 % weiter zulegen – ein Trend, der auch 2017 anhalten wird. Investive Ausgaben für den längerfristigen Nutzen stehen ebenfalls weiter im Fokus der Verbraucher, was sich im zurückliegenden Jahr unter anderem in einer starken Zunahme der Wohnungsbaufertigstellungen niederschlug.

RISIKEN FÜR DIE KONSUMPROGNOSE 2017

Die GfK-Prognosen zur Entwicklung des Konsums in Europa und Deutschland sind vor dem Hintergrund einer möglicherweise aufkommenden Verunsicherung der Konsumenten für das Jahr 2017 zurückhaltend formuliert. Zu den Unsicherheiten in diesem Zusammenhang zählen die derzeit wieder deutlich anziehende Inflation, die bevorstehenden Brexit-Verhandlungen, Wahlen in wichtigen europäischen Ländern wie Frankreich, den Niederlanden, Deutschland und wahrscheinlich Italien sowie die künftige Ausrichtung der neuen US-Regierung. ←

ANSCHAFFUNGS-NEIGUNG IN EUROPA

Dezember 2016

- Indikator > +20
- Indikator 0 bis +20
- Indikator 0 bis -20
- Indikator < -20

EU gesamt: +18,5

Veränderung des Indikators:

September bis Dezember

- ↑ > +5
- ↗ 1 bis 5
- -1 bis +1
- ↘ -5 bis -1
- ↓ < -5

Quelle: GfK | EU-Kommission

UNSER PORTFOLIO

In unseren Shoppingcentern liegt der Erfolg unserer Gesellschaft begründet. Es besteht nach dem Zukauf des Saarpark-Centers in Neunkirchen im Oktober 2016 sowie des Olympia Centers in Brünn (Tschechische Republik) im März 2017 aus 21 Shoppingcentern, jedes für sich ein Unikat. 17 davon befinden sich in Deutschland und je eines in Österreich, Polen, der Tschechischen Republik und Ungarn. Zusammen verfügen sie über 2.703 Geschäfte auf 1.086.600 m² Fläche.

Besonders hervorzuheben ist unser Vermietungsstand von durchschnittlich 99 %. Diese Kennzahl veranschaulicht kurz und knapp die Qualität unseres Portfolios. Besonders stolz sind wir darauf, dass wir diesen Wert bereits seit dem Bestehen der Gesellschaft konstant auf diesem hervorragenden Niveau halten können. Unser Investitionsschwerpunkt liegt mit einem Anteil von 83 % klar in Deutschland.

IMMER IN BESTER LAGE

Immobilien und Lage, diese beiden Begriffe waren schon immer untrennbar miteinander verbunden. Sobald dann noch Einzelhandel mit ins Spiel kommt, ist die Lage mehr als ein Attribut, sie ist schlicht Grundlage für den Erfolg. Denn natürlich möchten unsere Mieter da sein, wo ihre Kunden sie erwarten. Dabei können sich unsere Mieter und Besucher darauf verlassen, dass jedes unserer 21 Shoppingcenter für sich eine 1-a-Lage darstellt.

Die Mehrzahl unserer Objekte befindet sich mitten in den Innenstädten und damit an dem Ort, an dem sich die Menschen seit Jahrhunderten treffen, um zusammenzukommen und um Handel zu betreiben. In vielen Fällen sind die Center direkt an die lokale Fußgängerzone angeschlossen.



Stadt-Galerie Passau

Außerdem gehören zu unserem Portfolio Shoppingcenter an etablierten Standorten außerhalb der Stadtgrenzen. Diese Center mit ihrer exzellenten Verkehrsanbindung sind für unsere Besucher und Kunden seit vielen Jahren eine Abwechslung, in vielen Fällen aber auch ein Ersatz für den Einkaufsbummel in der Innenstadt und haben häufig eine sehr starke überregionale Bedeutung.



UNSERE CENTER

	Inland	Ausland	Gesamt
Anzahl Center	17	4	21
Mietfläche in m ²	880.600	206.000	1.086.600
Anzahl Geschäfte	2.060	643	2.703
Vermietungsstand *	99 %	99 %	99 %
Einwohner im Einzugsgebiet in Mio.	16,7	3,4	20,1

* inklusive Büroflächen

IMMER OPTIMAL ERREICHBAR

Egal ob in der Innenstadt oder vor den Stadttoren: Einen besonderen Augenmerk legen wir auf die Verkehrsanbindung jedes einzelner unserer Objekte. In der City sind wir dabei sehr gerne in der Nähe der Knotenpunkte des öffentlichen Personennahverkehrs. In Hameln und Passau sind unsere Center beispielsweise direkter Nachbar der zentralen Omnibusbahnhöfe. Unsere Objekte in Norderstedt und Hamburg-Billstedt befinden sich zusätzlich direkt über bzw. neben U-Bahn-Stationen.

Zusätzlich ist jedes unserer Einkaufszentren mit eigenen Parkplätzen ausgestattet, die unseren Besuchern und Kunden auch in der Innenstadt komfortables Parken zu günstigen Konditionen ermöglichen. Damit ist eine optimale Erreichbarkeit auch mit dem Auto gewährleistet. Unsere Objekte außerhalb der Innenstädte hingegen bieten in großer Anzahl kostenlose Parkplätze an. Diese Autofahrerstandorte liegen jeweils bequem erreichbar an Autobahnen, wie z. B. das A10 Center in Wildau an der A10 (Berliner Ring) oder das Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach an der A66. Behinderten- und Frauenparkplätze gehören bei allen unseren Shoppingcentern zum Serviceangebot. →



Feinste Signale, „Cues“

Es ist uns meist nicht bewusst, aber unendlich viele subtile Botschaften wie Körperhaltung, Geruch oder Sprachstil des Verkäufers erreichen unser Gehirn und beeinflussen unsere Entscheidungen.



ERFOLGREICHES ZUSAMMENSPIEL

Jedes unserer 21 Shoppingcenter hat eine einzigartige Mieterstruktur, die jeweils das Ergebnis eines langen, intensiven und stetig fortgesetzten Prozesses ist. Hierbei geht es darum, den Wünschen der Kunden entgegenzukommen und das Angebot der jeweiligen Innenstadt gezielt zu ergänzen. Dabei ist es immer unser Ziel, zusammen mit den Händlern in unserer Nachbarschaft den Standort attraktiver zu machen. Denn so können wir die Zugkraft der gesamten Innenstadt erhöhen und gemeinsam davon profitieren.

Unsere Center beteiligen sich oftmals aktiv am Stadt-Marketing und City-Management der jeweiligen Stadt – finanziell wie auch durch personellen und kreativen Input. Dabei legen wir stets Wert auf eine faire und partnerschaftliche Zusammenarbeit.

ARCHITEKTUR, DIE ES IN SICH HAT

Wenn wir einen Standort konzeptionieren, hat die Architektur immer einen besonderen Einfluss. Die vorgegebenen Grundstücksverhältnisse spielen dabei genauso eine Rolle wie die funktionalen Vorgaben unserer Mietpartner. Darüber hinaus möchten wir stets unserer Verantwortung der Stadt und ihren Einwohnern gegenüber gerecht werden. Dazu gehört eine bestmögliche städtebauliche Integration, verbunden mit den auch äußerlichen Ansprüchen an eine moderne Architektur. Hier arbeiten wir eng mit den Stadtverwaltungen zusammen.

Die Ergebnisse lassen sich sehen: Es entstehen oftmals architektonische Schmuckstücke, bei denen nach Möglichkeit auch historische Bauwerke liebevoll in das Center integriert werden, wie z. B. beim denkmalgeschützten ehemaligem Intecta-Kaufhaus, das heute baulicher Bestandteil der Altmarkt-Galerie Dresden ist.

Aber auch die inneren Werte zählen: Hier gilt es zu überzeugen und dabei unseren Besuchern und Kunden in erster Linie ein angenehmes Einkaufs- sowie ein besonderes Raumerlebnis zu vermitteln. Hierfür setzen wir auf eine schlichte und zeitlose Architektur, bei der edle Materialien zum Einsatz kommen, die oftmals ihren Ursprung in der Region haben. Ruhezeiten, liebevolle Bepflanzungen und Brunnenanlagen laden zum Verweilen an, ein innovatives Beleuchtungskonzept sorgt je nach Tageszeit für eine passende Stimmung in der Mall, modernste Klimatechnik garantiert über das ganze Jahr ein angenehmes „Einkaufsklima“.

Alles ist darauf ausgelegt, dass sich jeder Besucher gerne im Center aufhält und wiederkommt. Die Werterhaltung und Wettbewerbsfähigkeit wird dabei durch eine kontinuierliche Modernisierung und Optimierung garantiert.

Bei uns soll sich jeder Besucher wohl fühlen – ganz unabhängig vom Alter. Selbstverständlich sind unsere Center für eine generationsübergreifende Nutzung gestaltet. Breite Ladenstraßen, Rolltreppen und Aufzüge machen es ohne große Mühe möglich, jeden Winkel des Centers auch mit Kinderwagen oder Rollstühlen zu erkunden.



Altmarkt-Galerie in Dresden
von außen und innen

Für unsere kleinsten Gäste gibt es Spielecken. Und gegen ein geringes Entgelt stehen in der Mall Massagesitze zur Verfügung und sorgen für die notwendige Entspannung zwischendurch.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Bereits seit dem Jahr 2011 werden alle unsere deutschen Shoppingcenter mit zertifiziertem Ökostrom versorgt. Bei unseren ausländischen Objekten befinden wir uns im Prozess der Umstellung auf Energie aus regenerativen Quellen. Zudem möchten wir den Energieverbrauch unserer Objekte insgesamt und damit auch den CO₂-Ausstoß kontinuierlich weiter senken. Hierfür setzen wir hochmoderne Technologien wie Wärmetauscher und LED-Beleuchtungssysteme ein. Des Weiteren suchen wir fortlaufend das Gespräch mit unseren Mietpartnern, um gemeinsam mit ihnen den Energieverbrauch in den einzelnen Geschäften zu senken.

FLEXIBILITÄT ALS ERFOLGSGARANT FÜR DIE ZUKUNFT

Einzelhandel ist immer mit Veränderung verbunden. Eine besondere Herausforderung für uns als Vermieter ist hierbei, auf die sich häufig wandelnden Anforderungen und Wünsche der Mieter eingehen zu können. Einige Mieter erweitern dabei ihre Verkaufsflächen großzügig und schaffen aus einem vormals reinen Verkaufsraum einen wahren Erlebnisort. Der Kunde soll mehr und mehr die Möglichkeit haben, das gewünschte Produkt in Ruhe und ausgiebig vor Ort zu testen.

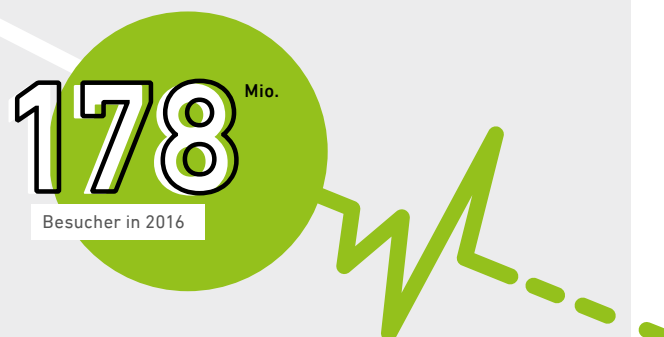
Hierzu gehören ebenfalls immer intensivere Beratungsgespräche. All dies sind Faktoren, die besonders in Zeiten des zunehmenden Onlinehandels eine immer wichtigere Rolle spielen.

Der Nachfrage nach unterschiedlichen Flächen entgegenen wir mit maßgeschneiderten Lösungen: In unseren Centern können wir jedem Mieter exakt den Grundriss bieten, den er zur Umsetzung seines Konzepts benötigt. Und dabei können wir auch reagieren, wenn es darum geht, eine Verkaufsfläche im Nachhinein anzupassen. Ohne großen Aufwand ist es durch eine Verschiebung der Innenwände möglich, nahezu jede Verkaufsfläche zu justieren, ob größer oder kleiner. Ein Verkleinerungswunsch eines Mietpartners kann so z. B. die Chance ergeben, an dieser Stelle ein neues Konzept im Center anzusiedeln.

Genau bei diesem Faktor unterscheiden sich unsere Einkaufszentren stark von einer traditionellen Geschäftsstraße, die auch heute größtenteils nur starre Grundrisse bietet, die so hingenommen werden müssen, wie sie sind. Teilweise kommt es sogar vor, dass bestimmte Einzelhändler den Markteintritt in eine Stadt erst wagen, wenn ihnen die passende Fläche in einem Shoppingcenter angeboten wurde, da sie zuvor erfolglos auf der Suche in der klassischen Fußgängerzone waren. Von der dadurch erreichten Ausweitung der Vielfalt profitiert letztendlich der gesamte innerstädtische Einzelhandel.

178 MILLIONEN BESUCHER IN EINEM JAHR

Über 20 Millionen Menschen leben in den Einzugsgebieten unserer Shoppingcenter, über 16 Millionen davon in Deutschland. Theoretisch erreichen wir damit mehr als 20 % der bundesdeutschen Bevölkerung. Das Einzugsgebiet eines Standortes ist für uns bei der Auswahl eines Investments von ganz besonderer Bedeutung: Es wird nach einheitlichen Regeln und in regelmäßigen Abständen für jedes Shoppingcenter ermittelt und umschreibt die Gesamtheit potenziell erreichbarer Einwohner um den jeweiligen Standort herum. 2015 konnten unsere 21 Objekte insgesamt ca. 178 Millionen Besucher begrüßen. →



23,2 %

Anteil der Top-10-Mieter

DIE ZEHN GRÖSSTEN MIETER

(Anteil in % der Mieterlöse) Stand: 31. Dezember 2016

4,7 %
Metro Group



3,6 %
H&M



2,4 %
New Yorker



2,2 %
Peek & Cloppenburg



2,0 %
Deichmann



2,0 %
Douglas



1,9 %
C&A



1,7 %
REWE



1,4 %
dm-drogerie markt



1,3 %
Thalia



76,8 % übrige Mieter



UNSERE TOP-10-MIETER

Mit einem Anteil von 4,7 % ist die Metro Group unser größter Mietpartner. Sie gehört zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen und ist mit ihren Vertriebsmarken Media Markt und Saturn Elektrofachmärkte sowie Real-SB-Warenhaus in einer Vielzahl unserer Shoppingcenter vertreten. An zweiter Stelle folgt der schwedische Textilkonzern H&M, einer der weltweit führenden Einzelhändler mit einem Anteil von 3,6 % an unserem gesamten Mietvolumen.

Dabei ist unser Mietvertragsportfolio sehr diversifiziert aufgestellt: Die Top-10 unserer Mieter sind lediglich für knapp ein Viertel unserer Mieteinnahmen verantwortlich. Damit bestehen keinerlei Abhängigkeiten zu einzelnen Mietern.

LANGFRISTIGE MIETVERTRÄGE

Die Mietverträge, die wir mit unseren Mietpartnern abschließen, haben überwiegend eine Laufzeit von zehn Jahren. Per Stand 31. Dezember 2016 betrug die gewichtete Restlaufzeit der Mietverträge in unserem Portfolio 5,7 Jahre. 72 % unserer Mietverträge sind bis mindestens 2022 gesichert.

UNSER PARTNER FÜR DAS CENTERMANAGEMENT

Das Management unserer 21 Shoppingcenter ist an unseren Partner ECE Projektmanagement ausgelagert. Die ECE entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt Einkaufszentren seit 1965. Mit aktuell



rund 200 Centern in 16 Ländern im Management und über 3.500 Mitarbeitern ist das Unternehmen europäischer Marktführer bei Shopping-Galerien.

Wir als Deutsche EuroShop profitieren von dieser über 50-jährigen Erfahrung im In- und Ausland. Mit unserer schlanken Struktur können wir uns damit auf unsere Kernaufgabe und -kompetenz konzentrieren, das Portfolio-Management. www.ece.com

MIETOPTIMIERUNG STATT MIETMAXIMIERUNG

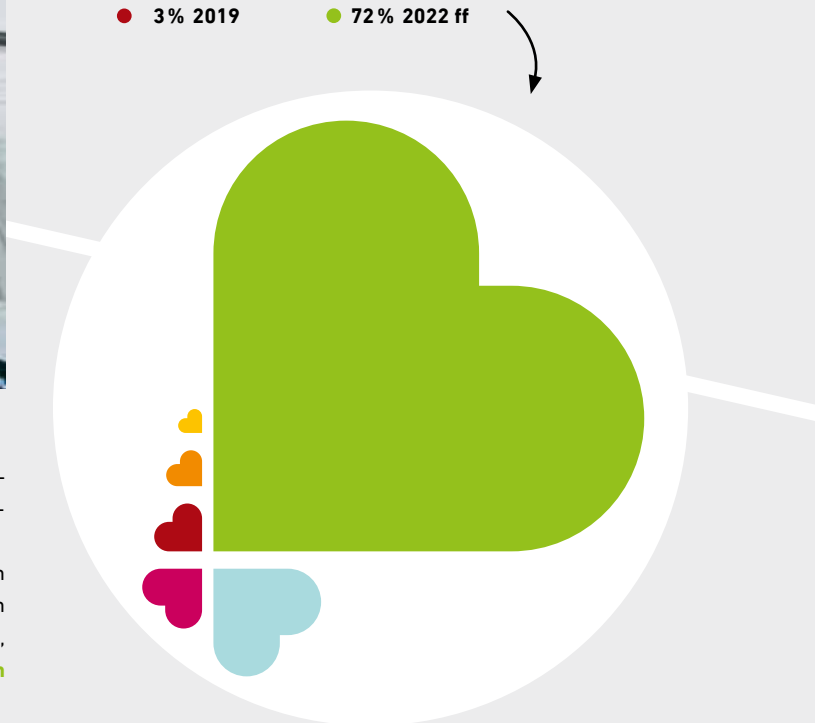
Eine der Hauptaufgaben des Centermanagements ist die Zusammensetzung einer speziell auf das Objekt und seine Umgebung abgestimmten Mischung von Geschäften. Dieser Mieter- und Branchenmix wird jeweils genau auf den Standort zugeschnitten und ständig verfeinert. Er ist das Ergebnis einer jeweils sorgfältigen Analyse des örtlichen Einzelhandels.

Dabei geht es auch darum, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zu erkennen. So siedeln wir in unseren Centern sehr gerne Einzelhändler aus Branchen an, die aufgrund des heutigen Mietniveaus in 1-a-Lagen nahezu nicht mehr in den Innenstädten zu finden sind, z.B. Spielwaren- und Porzellanfachgeschäfte.

Wir unterscheiden uns hier in einem wesentlichen Punkt von den meisten Hauseigentümern in der Fußgängerzone: Als langfristige Investoren ist unser Ziel eine dauerhafte Optimierung und nicht die kurzfristige Maximierung der Mieten. Unseren Kunden und Besuchern soll eine attraktive Mischung geboten werden. Dabei steht nicht jede

RESTLAUFZEIT DER ABGESCHLOSSENEN MIETVERTRÄGE

(Laufzeit der Verträge, Anteil in %) Stand: 31. Dezember 2016



einzelne Ladenfläche für sich, sondern die Immobilie als Ganzes im Vordergrund. Die Berechnung jeder einzelnen Miete beruht vor allem auf der Leistungsfähigkeit der Branche, der der Mieter angehört, sowie seiner Lage innerhalb des Shoppingcenters. Auch Existenzgründern und Nischenkonzepten können wir damit eine Chance geben.

Dieses System bietet allen Seiten Vorteile: Als Vermieter können wir so eine auf langfristige Zusammenarbeit und Vertrauen ausgegerichtete Beziehung mit unseren Mietpartnern aufbauen. Unsere Mieter profitieren von hohen Besucherfrequenzen, die durch den vielfältigen Mix erzielt werden. Und unsere Kunden freuen sich über eine sehr reichhaltige Auswahl. Diese reicht von verschiedenen Modekonzepten über Accessoires und Drogeriemärkten bis hin zu Dienstleistungen wie Bank- und Postfilialen. ←



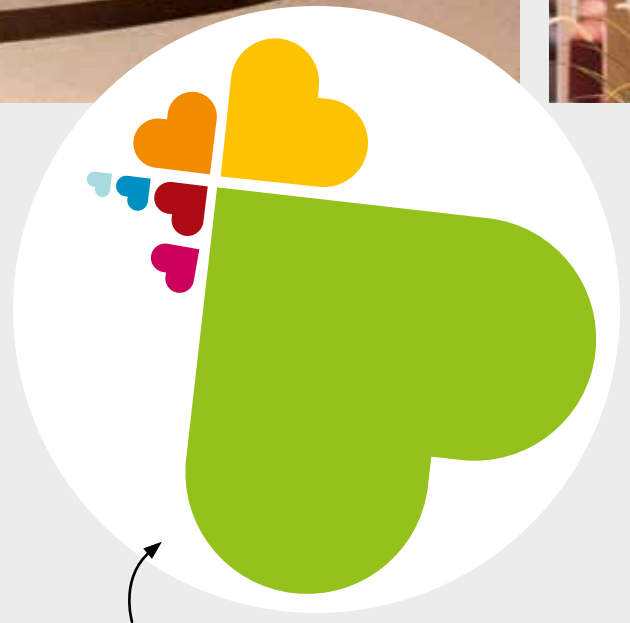
HIER IST FÜR JEDEN GAUMEN WAS DABEI

Umfragen zeigen, dass das gastronomische Angebot eine immer wichtigere Rolle bei der Entscheidung der Kunden über den Besuch eines Centers spielt. Und nicht nur deshalb wollen wir unseren Besuchern auch kulinarisch etwas Besonderes bieten: So sorgen z. B. Cafés, Schnellrestaurants und Eisdielen für eine Erfrischung oder Stärkung zwischendurch. Das Phoenix-Center in Hamburg-Harburg, der City-Point in Kassel sowie die Galeria Baltycka in Danzig besitzen eigene Food-Courts, bei denen sich eine große Anzahl an Gastronomen mit einer Auswahl verschiedener regionaler und internationaler Küchen einen Sitzbereich teilen, so dass sich Freunde oder Familien für unterschiedliche Anbieter entscheiden und gleichzeitig gemeinsam essen können.

SCHWERPUNKT MODE

Der Bereich Mode bildet mit über 50% den Schwerpunkt in unserem Branchenmix. Die hohe Modekompetenz unserer Center bestätigt sich immer wieder bei Kundenumfragen. Sie ist mit dafür verantwortlich, dass die Kunden teilweise weite Anfahrtswege aus dem Umland in Kauf nehmen, um in den Genuss der großen Auswahl sowie der Qualität der Beratung zu kommen.

Der individuelle Mietermix gibt jedem unserer Center eine ganz individuelle Note. In unseren Shoppingcentern achten wir immer auf eine gesunde Mischung aus regionalen und örtlichen Händlern sowie nationalen und internationalen Filialisten. Ganz im Gegensatz zu Haupteinkaufsstraßen, die Studien zufolge in Deutschland teilweise zu über



BRANCHENMIX

(in % der Fläche)
Stand: 31. Dezember 2016

- 51,8% Bekleidung
- 18,8% Hartwaren / Elektronik
- 10,5% Warenhäuser
- 6,8% Lebensmittel
- 6,1% Gesundheitssektor
- 4,4% Gastronomie
- 1,6% Dienstleistungen



Marken geben uns Sicherheit und erleichtern unsere Entscheidungen. „Wenn die nichts taugen sollten, hätte man davon sicherlich schon gehört“.

90 % von Filialisten dominiert werden. Die kleinteilige Struktur unserer Center bietet den Besuchern jedes Mal aufs Neue Abwechslung und die Möglichkeit, die verschiedenen Konsumbedürfnisse zu befriedigen.

OFFLINE VOM INTERNET PROFITIEREN

Einzelhandel bedeutet schon immer Wandel. Und der Einfluss des Internets hat diesen Prozess in den letzten Jahren zweifelsfrei beschleunigt. Wir möchten in unseren Centern das Beste aus beiden Welten, also offline und online, miteinander verknüpfen und dabei die Trümpfe unserer Mieter in den Vordergrund stellen: Atmosphäre, Beratung, Anprobe, sofortige Verfügbarkeit der Waren. Nicht umsonst lernen immer mehr reine Onlinehändler, dass reine Markenbildung größtenteils offline erfolgt und der direkte und persönliche Kontakt zum Kunden oftmals die Voraussetzung selbst für einen späteren Kauf im Internet ist.

Auch das Multichannel-Marketing hat hierbei seinen Einfluss: Dabei kombinieren unsere Mieter die unterschiedlichen Kommunikations- und Vertriebswege: So werden beispielsweise Produkte, die im Laden nicht in der gewünschten Größe oder Farbe vorrätig sind, dem Kunden direkt nach Hause geliefert. Oder aber der Kunde bestellt seine Waren zu Hause via Internet und holt sie in der Filiale unseres Mieters im Center ab.

Durch die Integration diverser digitaler Services in unsere Center möchten wir auf die Herausforderungen des Onlinehandels reagieren. Dazu gehören z.B. Apps und Social-Media-Angebote von jedem einzelnen Center.

ERFOLGREICHE MIETPARTNER

Einer unserer maßgeblichen Erfolgsfaktoren sind unsere Mieter. Hierzu zählen zum Beispiel Aldi, Apple, Bijou Brigitte, Birkenstock, Breuninger, C&A, Christ, Deichmann, Deutsche Post, Deutsche Telekom, dm-drogerie markt, Douglas, Fielmann, H&M, Hollister, Jack&Jones, Kiehl's, Marc O'Polo, Media Markt, New Yorker, Nordsee, Peek & Cloppenburg, Reserved, REWE, Rituals, Saturn, s.Oliver, Stadium, Subway, Superdry, Thalia, Timberland, TK Maxx, Tommy Hilfiger, Vero Moda, Villeroy&Boch, Vodafone und Zara.

EINHEITLICHE ÖFFNUNGSZEITEN

Bei einem Besuch unserer Center können sich die Besucher immer auf einheitliche Öffnungszeiten verlassen, ganz im Gegensatz zur klassischen Innenstadt, bei der jeder Einzelhändler für sich selber entscheidet, wie lange er geöffnet hat. Egal ob Friseur, Optiker oder Reisebüro - jeder Mieter steht den Besuchern über die volle Öffnungszeit zur Verfügung. Auch dies ist ein strategischer Vorteil, der besonders von Kunden mit längeren Anfahrtswegen geschätzt wird.

DAS SHOPPINGCENTER ALS GEMEINSCHAFT

Im Center selber steht der Service stets im Vordergrund. Service-Points mit freundlichen Mitarbeitern stehen bei Fragen rund um das Angebot zur Verfügung. Hier können z.B. Geschenkgutscheine erworben werden. Oftmals besteht auch die Möglichkeit, Kinderwagen auszuleihen. Durch den Einsatz von diskret agierendem Wachpersonal können sich die Kunden immer sicher fühlen. Kinder-Wickelräume, Kunden-WCs und EC-Bankautomaten runden das Angebot ab. Ständige Sauberkeit ist eine Selbstverständlichkeit.

Jeder unserer Mietpartner ist automatisch auch Mitglied in der Werbegemeinschaft des jeweiligen Centers. Dies bedeutet, dass er an den Marketingkosten des Centers beteiligt wird und aktiv in einem Ausschuss an der Marketing-Strategie mitarbeiten kann. Die Werbegemeinschaft plant gemeinsam mit dem Centermanagement Veranstaltungen. Dabei wird das Shoppingcenter zu einem lebendigen Marktplatz: Modenschauen, Bilder- und Kunstausstellungen, Länderwochen und Informationsveranstaltungen zu den unterschiedlichsten Themen sorgen bei den Besuchern immer wieder für neue Eindrücke und Erlebnisse. Auch lokale Vereine und die Verwaltungen der Städte werden mit in die Planungen eingebunden und erhalten die Möglichkeit, sich im Center darzustellen. Die aufwändigen Centerdekorationen zur Oster- und Weihnachtszeit gehören ebenfalls zu den Projekten der Werbegemeinschaften.

Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit liegt in der Koordination eines einheitlichen Werbeauftritts für das ganze Center sowie der Redaktion einer Center-Zeitung, die als Beilage regionaler Tageszeitungen im Einzugsgebiet verteilt wird und die Leser professionell und regelmäßig über alle Veranstaltungen und Neuigkeiten rund um das Center informiert. Radio-Spots, Werbung auf und im öffentlichen Personennahverkehr und City-Light-Werbeplakate sorgen zusätzlich für eine hohe Reichweite der Werbemaßnahmen. ←

AKTIONEN IN DEN CENTERN



DANZIG: „LET THE DOGS IN“

Die Galeria Baltycka hat im Sommer 2016 eine ganz besondere Kampagne gestartet: Da es bisher einem Großteil der Center-Besucher nicht bewusst war, dass sie ihre Hunde mit in die Mall nehmen dürfen und diese nicht im Auto auf dem Parkdeck alleine zurücklassen müssen – was nicht nur an heißen Tagen eine Qual für die Tiere sein kann. Für die Kampagne wurde eigens ein Video gedreht, das sich schlagartig viral über die sozialen Medien verbreitet hat und nach kurzer Zeit schon von über einer Million Personen

angeschaut wurde. Das Feedback hierfür war durchweg positiv, nicht nur bei Tierschützern. Star des Films ist ein Schäferhund, der sichtlich Spaß am Filmset hatte.

Video: youtu.be/joHP5g5E044

www.galeriabaltycka.pl



AUF DEN HUND GEKOMMEN



Blick hinter die Kulissen:
die Dreharbeiten des Videos



POS – Point of Sale
Der Ort der Entscheidung
Licht, Musik, Geruch und die
Präsentation der Waren wirken
unmittelbar auf unser
Kaufverhalten.

DEN WALD HAUTNAH IN PASSAU ERLEBEN

Wildnis, Geheimnis, Abenteuer: Wälder ziehen uns magisch an, beflügeln unsere Fantasie und lehren uns Ehrfurcht. Innerhalb der Mitmachausstellung „Faszination Wald – Die Natur entdecken“ konnten Besucher der Stadt-Galerie Passau vom 2. bis 14. Mai 2016 den Wald in verschiedenen Szenarien kennenlernen. Die Ausstellungsflächen waren dazu nach Themenschwerpunkten unterteilt: Neben der Waldschonung, der Waldlichtung, den Raubtieren und den Stimmen des Waldes wurden auch die Baumzeitalter und die Waldwirtschaft dargestellt. Eine weitere Ausstellungs-

fläche befasste sich mit dem Ökosystem des Waldes. Eine Waldschule lud zum Erforschen, Erlernen und Erleben ein. Sämtliche Aktionsflächen waren mit original Waldboden und echten Pflanzen und Bäumen bestückt. Tierpräparate, Schautafeln und Touchscreens luden zum Betrachten und Lernen ein. Professionell begleitete Führungen fanden besonders bei Schulklassen und Kindergartengruppen großen Anklang.

www.stadtgalerie-passau.de



Links Eine Waldschule lud zum Erforschen und Lernen ein
Rechts Zur Eröffnung erklangen in der Mall Jagdhörner



WELTTREFFEN DER MASKOTTCHEN IN HAMBURG-BILLSTEDT

Am 3. Juli 2017 stand im Billstedt-Center in Hamburg alles im Zeichen der Maskottchen. Hier fand nämlich das jährliche „Welttreffen“ statt. Von Benjamin Blümchen über Biene Maja bis Heidi und vielen mehr waren nicht nur die jüngsten Besucher begeistert. Auch Dino Herrmann vom heimischen HSV war beispielsweise unter den plüschigen Gästen. Die Maskottchen präsentierten lustige Kurzprogramme auf der Bühne und standen auch für einen wahrhaftigen Selfie-Marathon zur Verfügung. Das Highlight der Aktion bildete ein großes Wettrennen, bei dem die großen und kleinen Besucher gegen ihr Lieblings-Maskottchen antreten durften und diverse Preise gewinnen konnten.

www.billstedt-center.de



Die Maskottchen gaben sich ein Stelldichein im Billstedt-Center.

Das Winterdorf auf dem Stadtplatz am Rhein-Neckar-Zentrum



TÄGLICH WECHSELNDE FILME, BANDS, DJs, STREET-FOOD, DRINKS

SOMMER- UND WINTER-OPEN-AIR IN VIERNHEIM

Ende Juli lud das das Rhein-Neckar-Zentrum zu einem großen Kinospktakel: Täglich wechselnde Filme, Bands, DJs, Street-Food, Drinks und ein waschechter Beachclub mit Sandboden sorgten auf dem center-eigenen Stadtplatz für beste sommerliche Unterhaltung. Das Wetter spielte zum Glück zu großen Teilen mit und Blockbuster wie „Fack ju Göhte“ oder „Star Wars 7“ kamen bei den Besuchern hervorragend an. Und auch von Dezember bis Anfang Januar war auf dem Stadtplatz wieder allerhand los: Täglich begrüßte das Winterdorf die Centerbesucher mit tollen Schmankerln wie einer Feuershow, einem Höhenfeuerwerk und einem eigenen Kindernachmittag mit Kinderschminken und Kasperletheater. Die absolute Lieblingsattraktion bei den Kindern war aber das Kinderkarussell, das unermüdlich seine Runden drehte und für viele strahlende Kinderaugen gesorgt hat.

www.rhein-neckar-zentrum-viernheim.de

Open-Air-Kino im Rhein-Neckar-Zentrum



UND ES HAT ZING GEMACHT

Im März 2016 startete die weltweit größte Einzelhandelskette für PC- und Konsolenspiele GameStop ein Pilotprojekt und eröffnete im Hamburger Phoenix-Center den ersten eigenständigen ZING Pop Culture-Store. Auf über 100 m² können Kunden nach Fanartikeln ihrer Lieblingshelden aus dem Kino, bekannten Serien oder natürlich auch Games stöbern.

Längst schon sind Superhelden, Film- oder Seriencharaktere wie Batman, Darth Vader aus Star Wars oder auch Jon Snow aus dem Serienhit Game of Thrones für Fans weit mehr als bloße Leinwandstars. Sie haben Kultstatus und gehören mittlerweile zum Alltag vieler Menschen dazu. Ob auf der Kaffeetasse am Morgen, als Schlüsselanhänger oder direkt auf dem T-Shirt für die Freizeit – das Fan-Merchandising hat die Mitte der Gesellschaft erreicht und steht vor allem für Menschen, die einfach Spaß am Leben haben. Mit der Eröffnung der ZING Pop Culture-Stores reagierte GameStop auf die steigende Beliebtheit von Fanartikeln unter seinen Kunden und präsentiert diesen nun auf großer Fläche ein wahres Paradies an unterschiedlichen Merchandising-Produkten.



ZiNG Pop Culture-Store,
Phoenix-Center

Heute gibt es in Deutschland neben dem Standort in Hamburg bereits drei weitere eigenständige ZING Pop Culture-Stores in Köln, Essen und Dortmund. Aber nicht nur in den genannten Stand-Alone-Stores sind die Produkte von ZING Pop Culture erhältlich. Die Fanartikel sind inzwischen in den GameStop-Stores in Deutschland, Österreich und der Schweiz nachhaltig etabliert und haben ihre eigene Regalfläche. Mit diesem Shop-in-Shop-Konzept wird den Kunden neben der bekannten Auswahl an Videospielen, Konsolen und Zubehör auch in allen GameStop-Stores eine Vielzahl an Fanartikeln geboten.

Wer es nicht in einen der Stores schafft, hat auch online die Gelegenheit, in die großartige Fanartikel-Welt von ZING Pop Culture einzutauchen.

www.zingpopculture.de

www.facebook.com/ZINGPopCultureDACH

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. 2016 hatten alle unsere deutschen Shoppingcenter Lieferverträge mit Versorgern, die regenerative Energiequellen wie z. B. Wasserkraft zur Stromerzeugung nutzen. Der Verein „EnergieVision“ hat 2016 den Ökostrom für unsere Center in Deutschland mit dem anerkannten Gütesiegel „ok-power“ zertifiziert. In den kommenden Jahren sollen nach Möglichkeit auch die Center im Ausland auf Ökostrom umgestellt werden.

Die deutschen Center bezogen 2016 insgesamt rund 62,5 Mio. kWh Ökostrom. Das entsprach 100% des Strombedarfs in diesen Einkaufszentren. Der Kohlendioxid-Ausstoß hat sich damit nach vorsichtigen Berechnungen um rund 22.445 Tonnen reduziert – das entspricht dem CO₂-Jahresausstoß von über 1.000 Zweipersonenhaushalten. Zusätzlich wird der Energieverbrauch unserer Shoppingcenter mit Wärmetauschern und Energiesparlampen reduziert.

Darüber hinaus unterstützt die Deutsche EuroShop vielfältige Aktivitäten auf lokaler und regionaler Ebene in den Bereichen Ökologie, Soziales/ Gesellschaftliches und Ökonomie, die in unseren Shoppingcentern stattfinden.

62,5

Mio. kWh Ökostrom bezogen
unsere deutschen Einkaufs-
zentren 2016 insgesamt.



ÖKOSTROM

Der Verein „EnergieVision“ hat 2016 den Ökostrom für unsere Center



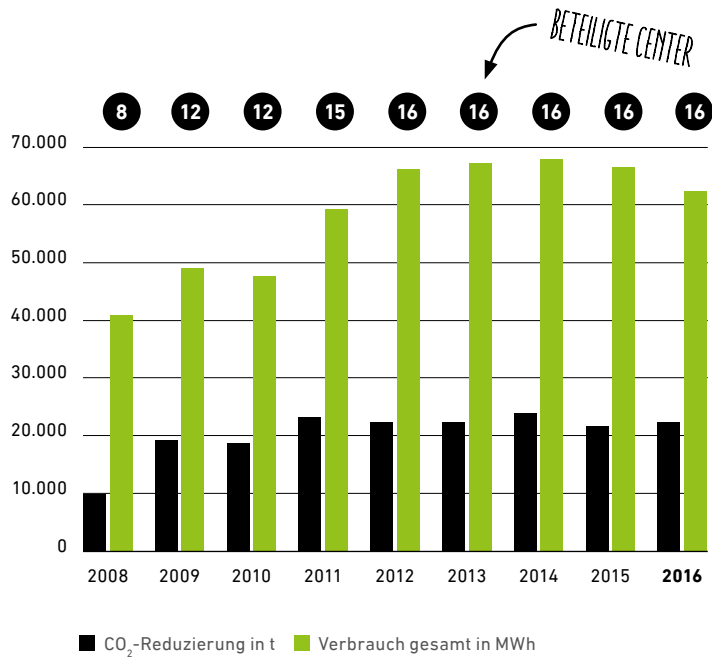
in Deutschland mit dem anerkannten Gütesiegel „ok-power“ zertifiziert.



Aufgestanden

Schon gewusst? Wer öfter aufsteht und im Stehen arbeitet, hat 24 Prozent mehr Ideen und trifft in 25 Prozent bessere Entscheidungen als die „Sitzenbleiber“.

REDUZIERUNG DES CO₂-AUSSTOSSES UND STROMVERBRAUCHS



BERICHTERSTATTUNG ÜBER UNSERE

UMWELTBILANZ

EINFÜHRUNG

In Übereinstimmung mit den Sustainability Best Practice Recommendations (sBPR) der EPRA berichten wir über die Umweltbelastungen unseres Unternehmens in Bezug auf Energie, Treibhausgasemissionen, Wasser und Abfall. Unsere Berichterstattung ist in zwei Teile unterteilt:

1. **Übergeordnete Empfehlungen**
2. **Leistungsmessgrößen Nachhaltigkeit**

1. ÜBERGEORDNETE EMPFEHLUNGEN

1.1 Organisatorische Grenzen

Nach dem Ansatz der operativen Kontrolle umfasst unser Datenstand 14 Center¹, die wir vollkonsolidieren.

1.2 Abdeckung

Bezüglich der individuellen Abdeckung jeder Leistungsmessgröße beachten Sie bitte unsere EPRA-Leistungstabelle.

1.3 Schätzung des vom Vermieter mitgeteilten Verbrauchs

Keine unserer Daten sind geschätzt.

1.4 Prüfung durch Dritte

Eine Prüfung der Daten durch Dritte erfolgt nicht.

1.5 Grenzen der Berichterstattung über den Verbrauch von Vermieter und Mieter

Der gemeldete Verbrauch umfasst ausschließlich Energie, die wir als Vermieter beziehen und betrifft allgemein genutzte Bereiche. Für Wasser, Fernwärme und Kühlung erhalten wir Rechnungen für allgemein genutzte sowie Mieterbereiche, wobei eine Trennung dieser beiden nicht möglich ist. Vom Mieter erhobene Daten sind nicht berücksichtigt.

1.6 Analyse – Normierung

Indikatoren für Energie- und Treibhausintensität werden anhand der Grundfläche (m²) für das gesamte Gebäude berechnet. Der Wasserverbrauch für unsere Center und unsere Büros wird jeweils anhand der Besucherzahl bzw. Vollzeitmitarbeiter berechnet. Wir sind uns eines Ungleichgewichts zwischen Zähler und Nenner bewusst, da sich unser Verbrauch bei Elektrizität und Brennstoffen nur auf gemeinsam genutzte Bereiche bezieht. Für Fernwärme und Kühlung erhalten wir jedoch Rechnungen für das gesamte Gebäude und können den Verbrauch allgemein genutzter Bereiche nicht von den Mietbereichen trennen. In Bezug auf unsere eigenen Büros melden wir Leistungsmessgrößen zu Energie- und Treibhausgasintensität anhand der Grundfläche, die wir innerhalb des Gebäudes nutzen.

1.7 Analyse – Segmentanalyse (je Immobilientyp, Lage)

Wir haben keine Segmentanalyse durchgeführt, da wir eine solche nicht für sonderlich informativ für unseren Bestand erachten: Bei unseren Anlagegütern handelt es sich ausschließlich um Einkaufszentren, die fast alle in Deutschland angesiedelt sind und zum Großteil ähnliche Energieausweise haben.

1.8 Auskunft über unsere eigene Büroräume

Über die von uns selbst genutzten Büroräume berichten wir getrennt von unserem Portfolio. Siehe hierfür Tabelle 2.2 auf Seite E50.

1.9 Erläuterung der Leistung

Strom-absolut und Strom-vergleichbar sind 2016 um 5 % gesunken. Ursächlich hierfür waren Maßnahmen zur Steigerung der Belüftungs- und Beleuchtungseffizienz (mehr natürliche statt elektrische Belüftung, Wechsel auf neuartige LED-Leuchtmittel), die den Energiebedarf reduziert haben. Darüber hinaus wurden die Haustechniker in den Centern geschult, wie teure Lastspitzen vermieden werden können. Bei der Nutzung von Fernwärme, Kühlung und Brennstoffen wurde eine Erhöhung von 8 % bzw. 9 % über das betrachtete Portfolio festgestellt. Dies entsprach einem Anstieg von 8 % bei den direkten Treibhausgasemissionen. Obwohl der Winter 2016 / 17 im Vergleich zum Vorjahr mild ausfiel, war er im Durchschnitt heizintensiver.

Der Anstieg des Gesamtverbrauchs von Gas / Fernwärme war in etwa gleich. Die prozentuale Zunahme bei Treibhausgasemissionen lässt sich durch die Treibhausgasintensität von Gas im Vergleich zu Fernwärme erklären.

Der Wasserverbrauch in den Shoppingcentern blieb mit einem Anstieg von nur 1 % relativ konstant. Der Verbrauch der Mieter ist im Gesamtverbrauch enthalten. Von 2015 bis 2016 ist die Besucherzahl in den meisten der betrachteten Centern leicht zurückgegangen. Dies führte zwar zu einer unterschiedlichen Intensität, wirkte sich aber nur mit 1 % auf den Gesamtverbrauch aus.

Die Sensibilisierung zum Thema Müll, Neuausschreibungen für Müllentsorgungsunternehmen und eine geplante Methode zur individuellen Messung des von jedem einzelnen Mieter verursachten Mülls führten zu einer Verringerung des Abfallvolumens. Wir planen die Einführung von Ausweiskarten für den Zugang zu den automatischen Abfallwiegeanlagen, sodass der Abfall nicht nur nach Gewicht, sondern auch nach Art und Verursacher getrennt werden kann.

Der starke Anstieg beim Recycling wurde unter anderem durch die erstmalige Trennung von Papier und Restmüll in Polen verursacht. Zusätzlich wurden 2016 in zwei Centern Elektroklein- sowie -großgeräte ausgetauscht, was zu einer Erhöhung zu recycelnder Elektrogeräte führte.

1.10 Darstellung der EPRA-Leistungsmessgrößen in Unternehmensberichten

Die EPRA-Leistungsmessgrößen des betrachteten Portfolios und unserer eigenen Büroräume werden in den Tabellen 2.1 und 2.2 im Folgenden dargestellt.

2. LEISTUNGSMESSGRÖSSEN (EPRA-TABELLEN)

2.1 EPRA-Tabelle Bestand

Indikator	EPRA	Maßeinheit	2015	Abdeckung	2016	Abdeckung	Veränderung
Gesamter Stromverbrauch	Strom-Ges	kWh	62.477.549	100 %	59.372.937	100 %	-5 %
Vergleichbarer Stromverbrauch	Strom-LFL	kWh	62.477.549	100 %	59.372.937	100 %	-5 %
Gesamter Energieverbrauch aus Fernwärme und -kälte	FW&K-Ges	kWh	22.445.055	100 %	24.473.264	100 %	8 %
Vergleichbarer Verbrauch aus Fernwärme und -kälte	FW&K-LFL	kWh	22.445.055	100 %	24.473.264	100 %	8 %
Gesamtenergieverbrauch aus Brennstoff	Brennst-Ges	kWh	18.759.883	100 %	20.631.903	100 %	9 %
Vergleichbarer Verbrauch aus Brennstoff	Brennst-LFL	kWh	18.759.883	100 %	20.631.903	100 %	9 %
Energieintensität Gebäude	Energie-Int	kWh / m ²	98	100 %	98	100 %	1 %
Direkte THG-Emission (gesamt) Scope 1	THG-Dir-Ges	tCO ₂	3.789	100 %	4.117	100 %	8 %
Direkte THG-Emission (vergleichbar) Scope 1	THG-Dir-LFL	tCO ₂	3.789	100 %	4.117	100 %	8 %
Indirekte THG-Emission (gesamt) Scope 2	THG-Indir-Ges	tCO ₂	11.378	100 %	11.982	100 %	5 %
Indirekte THG-Emission (vergleichbar) Scope 2	THG-Indir-LFL	tCO ₂	11.378	100 %	11.982	100 %	5 %
Intensität THG-Emissionen Gebäude	THG-Int	tCO ₂ / m ²	0,014	100 %	0,015	100 %	6 %
Totaler Wasserverbrauch	Wasser-Ges	m ³	364.791	100 %	367.205	100 %	1 %
Vergleichbarer Wasserverbrauch	Wasser-LFL	m ³	364.791	100 %	367.205	100 %	1 %
Intensität Wasserverbrauch Gebäude	Wasser-Int	m ³ / Besucher	0,003	100 %	0,003	100 %	10 %
Abfallgewicht pro Entsorgungsweg (gesamt)	Abfall-Ges	Tonnen	6.711	100 %	6.187	100 %	-8 %
		% recycelt	44	100 %	52	100 %	16 %
		% kompostiert	4	100 %	4	100 %	0 %
		% für Abfallverbrennung	53	100 %	44	100 %	-19 %
Abfallgewicht pro Entsorgungsweg (vergleichbar)	Abfall-LFL	Tonnen	6.711	100 %	6.187	100 %	-8 %
		% recycelt	44	100 %	52	100 %	16 %
		% kompostiert	4	100 %	4	100 %	0 %
		% für Abfallverbrennung	53	100 %	44	100 %	-19 %
Art und Anzahl der zertifizierten Gebäude	Zert-Ges	% des zertifizierten Bestands ODER Anzahl der zertifizierten Gebäude	13	100 %	13	100 %	0 %

Treibhausgasemissionen: Wir berechnen unsere Emissionen anhand der Methode des "Greenhouse Gas Protocol".

¹ A10 Center, Allee-Center Hamm, Altmarkt-Galerie Dresden, Billstedt-Center Hamburg, City-Arkaden Wuppertal, City-Galerie Wolfsburg, City-Point Kassel, Forum Wetzlar, Galeria Baltycka Danzig, Herold-Center Norderstedt, Main-Taunus-Zentrum, Rathaus-Center Dessau, Rhein-Neckar-Zentrum und Stadt-Galerie Hameln

2.2 EPRA-Tabelle eigene Büroräume

Indikator	EPRA	Maßeinheit	2015	Abdeckung	2016	Abdeckung	Veränderung
Gesamter Stromverbrauch	Strom-Ges	kWh	8.398	100 %	8.988	100 %	7 %
Vergleichbarer Stromverbrauch	Strom-LFL	kWh	8.398	100 %	8.988	100 %	7 %
Gesamter Energieverbrauch aus Fernwärme und -kälte	FW&K-Ges	kWh	53.952	100 %	54.565	100 %	1 %
Vergleichbarer Verbrauch aus Fernwärme und -kälte	FW&K-LFL	kWh	188	100 %	190	100 %	1 %
Gesamtenergieverbrauch aus Brennstoff	Brennst-Ges	kWh	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Vergleichbarer Verbrauch aus Brennstoff	Brennst-LFL	kWh	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Energieintensität Gebäude	Energie-Int	kWh/m ²	196	100 %	198	100 %	1 %
Direkte THG-Emission (gesamt) Scope 1	THG-Dir-Ges	tCO ₂	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Direkte THG-Emission (vergleichbar) Scope 1	THG-Dir-LFL	tCO ₂	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Indirekte THG-Emission (gesamt) Scope 2	THG-Indir-Ges	tCO ₂	11	100 %	11	100 %	-1 %
Indirekte THG-Emission (vergleichbar) Scope 2	THG-Indir-LFL	tCO ₂	11	100 %	11	100 %	-1 %
Intensität THG-Emissionen Gebäude	THG-Int	tCO ₂ /m ²	0	100 %	0	100 %	-1 %
Wasserverbrauch gesamt	Wasser-Ges	m ³	640	100 %	564	100 %	-13 %
Vergleichbarer Wasserverbrauch	Wasser-LFL	m ³	640	100 %	564	100 %	-13 %
Intensität Wasserverbrauch Gebäude	Wasser-Int	m ³ /Mitarbeiter	107	100 %	81	100 %	-32 %
Abfallgewicht pro Entsorgungsweg (gesamt)	Abfall-Ges	Tonnen	3	100 %	2	100 %	-47 %
		% recycelt	11		12		8 %
		% für Abfallverbrennung	89		88		-1 %
Abfallgewicht pro Entsorgungsweg (vergleichbar)	Abfall-LFL	Tonnen	3	100 %	2	100 %	-47 %
		% recycelt	11	100 %	12	100 %	8 %
		% für Abfallverbrennung	89	100 %	88	100 %	-1 %
Art und Anzahl der zertifizierten Gebäude	Zert-Ges	% des zertifizierten Bestands ODER Anzahl der zertifizierten Gebäude	-	100 %	-	100 %	0 %

Brennstoff: In unserem Bürogebäude werden keine Brennstoffe verwendet

Wasser, Heizung und Abfall werden anhand des tatsächlichen Verbrauchs des gesamten Gebäudes berechnet und anhand des m²-Anteils, den die DES-Räumlichkeiten einnehmen (DES verfügt über ein 275 m² großes Büro in einem 6088 m² großen Gebäude)

Der Stromverbrauch wird für zwei Geschäftsjahre angegeben, da wir noch keine Rechnung über den Verbrauch für April 2016 bis April 2017 erhalten haben THG-Emissionen: Wir berechnen unsere Emissionen anhand der Methode des Greenhouse Gas Protocol

Saarpark-Center
im saarländischen
Neunkirchen



PORTFOLIO- ZUWACHS

IM SAARLAND

Zum 1. Oktober 2016 haben wir einen 50%-Anteil am Saarpark-Center im saarländischen Neunkirchen von einem Pensionsfonds erworben und sind damit zum ersten Mal in Deutschlands kleinstem Flächenbundesland vertreten.

Das Investitionsvolumen belief sich inklusive der übernommenen Verbindlichkeiten auf ca. 113 Mio. €. Die Finanzierung des Nettokaufpreises von rund 79 Mio. € erfolgte über Fremdkapital.

Ursprünglich wurde das Saarpark-Center 1989 eröffnet. Nach einer Erweiterung 1999 und einer Umstrukturierung 2009 bietet das größte Einkaufszentrum des Saarlandes inzwischen über 130 Fachgeschäfte auf 33.500 m² auf zwei Etagen. Die Magnetmieter des Centers sind C&A, H&M, Müller Drogerie, Peek & Cloppenburg, REWE und TK Maxx. Darüber hinaus verfügt das Center über 600 m² Bürofläche sowie über 1.600 Pkw-Stellplätze.

Neunkirchen ist die zweitgrößte Stadt des Saarlands und liegt ca. 20 km nordöstlich von Saarbrücken. Sie gilt heute als Musterbeispiel für den Strukturwandel hin zu einem Einkaufs- und Dienstleistungsstandort in einer Montanregion. Das Eisenwerk, ehemals Herz der Stadt, wurde Anfang der 80er-Jahre teilweise abgerissen und

die Innenstadt u.a. durch den Bau des Saarpark-Centers erweitert. Es verbindet nun das Alte-Hütten-Areal mit dem Marktplatz. Besonders attraktiv ist das Areal bei Nacht, wenn es eindrucksvoll beleuchtet wird. Kernstück ist die Gebläsehalle, die viel Platz und moderne Technik für Großveranstaltungen für Jung und Alt bietet.

Das Saarpark-Center ist sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln über den angrenzenden Busbahnhof als auch mit dem Pkw über den naheliegenden Autobahnanschluss sehr gut zu erreichen. Im Einzugsgebiet leben ca. 595.000 Menschen. Das Center wird täglich von ca. 24.000 bzw. jährlich von über sieben Millionen Kunden besucht.

www.saarpark-center.de



Das Saarpark-Center bei Nacht





Eingangsbereich des
Olympia Centers in Brunn

IN TSCHECHIEN

Das Olympia Center in Brunn, das wir zum 31. März 2017 übernommen haben, ist unser erstes Center in der Tschechischen Republik. Das Portfolio der Deutsche EuroShop hat sich damit auf 21 Shoppingcenter mit einem Marktwert von rund 5,1 Mrd. € (100-%-Sicht) vergrößert.

Das Investitionsvolumen belief sich inklusive der übernommenen Verbindlichkeiten auf ca. 382 Mio. €. Die Finanzierung des Nettokaufpreises von rund 207 Mio. € erfolgte über eine langfristige Kreditfinanzierung sowie den Erlösen aus einer Kapitalerhöhung.

Das Olympia Center ist eines der größten Shoppingcenter des Landes und wurde ursprünglich 1999 eröffnet. Nach einer Umstrukturierung zwischen 2014 und 2016 bietet das Center nun Platz für über 200 Fachgeschäfte auf 85.000 m² verteilt auf zwei Etagen. Zu den Magnetmietern des Centers gehören neben dem Hypermarkt Albert u. a. H&M, Intersport und Peek & Cloppenburg.

Darüber hinaus verfügt das Center über ein Kino und einen Entertainment Park sowie über 4.000 Pkw-Stellplätze und ist hervorragend an das Straßenverkehrsnetz sowie über den öffentlichen Nahverkehr angebunden. Im Einzugsgebiet des Shoppingcenters leben ca. 1,2 Mio. Menschen. Das Olympia Center wird täglich von über 23.000 bzw. jährlich von über acht Millionen Kunden besucht.

Brunn ist nach Prag die zweitgrößte Stadt der Tschechischen Republik und seit dem 17. Jahrhundert das historische Zentrum Mährens und heute Universitäts- und Industriestadt sowie ein wichtiger Messestandort. Tourismusattraktionen sind u. a. das historische Zentrum mit Denkmälern aus dem 11. Jahrhundert sowie einer großen Vielfalt an Barock- und Renaissancebauten. Die Villa Tugendhat, 1930 nach Plänen von Ludwig Mies van der Rohe erbaut, gilt in Europa als Meilenstein der Architektur und ist seit 2001 UNESCO-Weltkulturerbe.

www.olympia-centrum.cz

DEUTSCHLAND

- 1 Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach / Frankfurt
- 2 A10 Center, Wildau / Berlin
- 3 Altmarkt-Galerie, Dresden
- 4 Rhein-Neckar-Zentrum, Viernheim / Mannheim
- 5 Herold-Center, Norderstedt
- 6 Rathaus-Center, Dessau
- 7 Allee-Center, Magdeburg
- 8 Phoenix-Center, Hamburg
- 9 Billstedt-Center, Hamburg
- 10 Saarpark-Center, Neunkirchen
- 11 Forum, Wetzlar
- 12 Allee-Center, Hamm
- 13 City-Galerie, Wolfsburg
- 14 City-Arkaden, Wuppertal
- 15 City-Point, Kassel
- 16 Stadt-Galerie, Passau
- 17 Stadt-Galerie, Hameln



UNSERE CENTER IN DEUTSCHLAND

ÖSTERREICH
5,8 Mio. Besucher 2016, 1 Center
21 City Arkaden, Klagenfurt

POLEN

9,8 Mio. Besucher 2016, 1 Center
 19 Galeria Baltycka, Danzig

19



Besucherzahlen 2016 in Deutschland in Mio.

141,7

Ø Besucherzahl 2016 pro Center in Deutschland in Mio.

8,3

Mietfläche aller deutschen Center in m²

880.600

Anzahl der Geschäfte in den deutschen Shoppingcentern

2.060

18

20

TSCHECHIEN

8,4 Mio. Besucher 2016, 1 Center
 18 Olympia, Brünn

UNGARN

12,5 Mio. Besucher 2016, 1 Center
 20 Árkád, Pécs

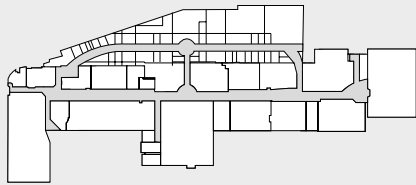
BEUCHER 2016

8,1

Mio.

Sulzbach / Frankfurt

MAIN-TAUNUS-ZENTRUM



BETEILIGUNG: 52 %
MIETFLÄCHE: 124.000 m²
DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 91.000 m² (zzgl. C&A)
STELLPLÄTZE: 4.500
ANZAHL DER GESCHÄFTE: 170
VERMIETUNGSSTAND: 100 %
EINZUGSGEBIET: 3,1 Mio. Einw.
ANKAUF: September 2000
ERÖFFNUNG: 1964
UMSTRUKTURIERUNG / MODERNISIERUNG: 2004
ERWEITERUNG: 2011
ANKERMIETER: Anson's, Apple, Appelrath Cüpper, Breuninger, Galeria Kaufhof, H&M, Hollister, Intersport, Karstadt, Media Markt, REWE, Zara,

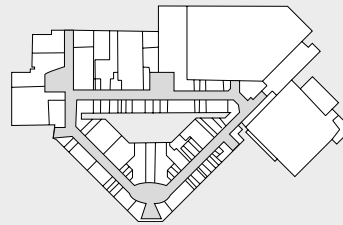
BEUCHER 2016

6,9

Mio.

Wildau / Berlin

A10 CENTER



BETEILIGUNG: 100 %
MIETFLÄCHE: 121.000 m²
DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 66.000 m²
STELLPLÄTZE: 4.000
ANZAHL DER GESCHÄFTE: 200
VERMIETUNGSSTAND: 100 %
EINZUGSGEBIET: 1,1 Mio. Einw.
ANKAUF: Januar 2010
ERÖFFNUNG: 1996
UMSTRUKTURIERUNG / MODERNISIERUNG: 2010–2011
ANKERMIETER: Bauhaus, Bambooland, C&A, H&M, Hammer, Karstadt Sports, MediMax, Peek & Cloppenburg, real

100 %
VERMIETUNGS-
STAND



Adresse
 Am Main-Taunus-Zentrum
 65843 Sulzbach (Taunus)
www.main-taunus-zentrum.de



Adresse
 Chausseestraße 1
 15754 Wildau
www.a10center.de

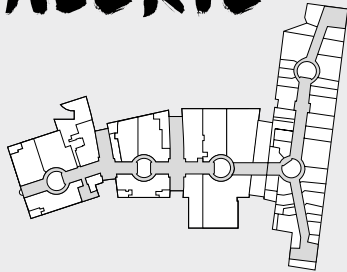
BEUCHER 2016

14,4

Mio.

Dresden

ALTMARKT-GALERIE



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 77.000 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 44.000 m²
 STELLPLÄTZE: 500
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 200
 VERMIETUNGSSTAND: 100 %
 EINZUGSGEBIET: 2,1 Mio. Einw.
 ANKAUF: September 2000
 ERÖFFNUNG: 2002
 ERWEITERUNG: 2011
 ANKERMIETER: Apple, Hollister, H&M, New Yorker,
 REWE, Saturn, SinnLeffers, SportScheck



Adresse
 Webergasse 1
 01067 Dresden
www.altmarkt-galerie.de

SUPER BELIEBT



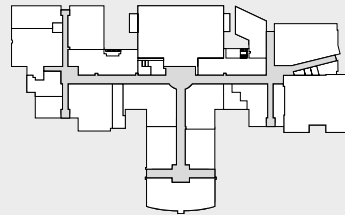
BEUCHER 2016

7,8

Mio.

Viernheim / Mannheim

RHEIN-NECKAR-ZENTRUM



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 69.500 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 60.000 m²
 (zzgl. Karstadt und C&A)
 STELLPLÄTZE: 3.800
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 110
 VERMIETUNGSSTAND: 100 %
 EINZUGSGEBIET: 1,5 Mio. Einw.
 ANKAUF: September 2000
 ERÖFFNUNG: 1972
 UMSTRUKTURIERUNG / ERWEITERUNG: 2002
 ANKERMIETER: Aldi, Bauhaus, Engelhorn
 Active Town, H&M, Hugendubel, Müller Drogerie,
 Peek & Cloppenburg, TK Maxx, Zara



Adresse
 Robert-Schumann-Straße 8a
 68519 Viernheim
www.rhein-neckar-zentrum-viernheim.de

TOLLE CAFÉS ZUM FREUNDE TREFFEN!



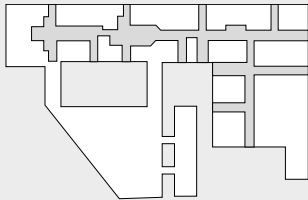
BESUCHER 2016

10,7

Mio.

Norderstedt

HEROLD-CENTER



U-BAHNSTATION
DIREKT UNTER
DEM CENTER

BETEILIGUNG: 100 %
MIETFLÄCHE: 54.300 m²
DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 26.000 m²
 (zzgl. Karstadt und Saturn)
STELLPLÄTZE: 850
ANZAHL DER GESCHÄFTE: 140
VERMIETUNGSSTAND: 96 %
EINZUGSGEBIET: 0,5 Mio. Einw.
ANKAUF: Januar 2013
ERÖFFNUNG: 1971
UMSTRUKTURIERUNG / ERWEITERUNG:
 1995 und 2003
ANKERMIETER: C&A, H&M,
 Peek & Cloppenburg, REWE

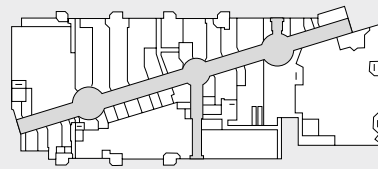
BESUCHER 2016

5,5

Mio.

Dessau

RATHAUS-CENTER



BETEILIGUNG: 100 %
MIETFLÄCHE: 52.500 m²
DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 32.900 m²
 (inkl. Karstadt)
STELLPLÄTZE: 850
ANZAHL DER GESCHÄFTE: 90
VERMIETUNGSSTAND: 100 %
EINZUGSGEBIET: 0,5 Mio. Einw.
ANKAUF: November 2005
ERÖFFNUNG: 1995
ANKERMIETER: H&M, Modehaus Fischer,
 Thalia, TK Maxx



Adresse
 Berliner Allee 38-44
 22850 Norderstedt
www.heroldcenter.de

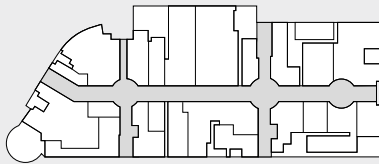
Adresse
 Kavaliertstraße 49
 06844 Dessau-Roßlau
www.rathauscenter-dessau.de

RECORDER 2016

9,5

Mio.

Magdeburg

ALLEE-
CENTER

BETEILIGUNG: 50 %
 MIETFLÄCHE: 51.300 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 35.000 m²
 STELLPLÄTZE: 1.300
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 150
 VERMIETUNGSSTAND: 98 %
 EINZUGSGEBIET: 0,8 Mio. Einw.
 ANKAUF: Oktober 2011
 ERÖFFNUNG: 1998
 ERWEITERUNG: 2006
 ANKERMIETER: H&M, REWE, Saturn,
 SinnLeffers, SportScheck



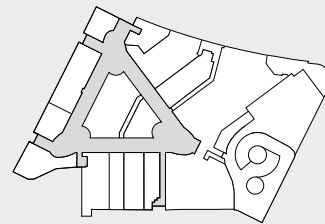
Adresse
 Ernst-Reuter-Allee 11
 39104 Magdeburg
www.allee-center-magdeburg.de

RECORDER 2016

9,4

Mio.

Hamburg

PHOENIX-
CENTER

BETEILIGUNG: 50 %
 MIETFLÄCHE: 43.400 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 29.000 m²
 STELLPLÄTZE: 1.400
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 130
 VERMIETUNGSSTAND: 97 %
 EINZUGSGEBIET: 0,6 Mio. Einw.
 ANKAUF: August 2003
 ERÖFFNUNG: 2004
 ERWEITERUNG / UMSTRUKTURIERUNG: 2016
 ANKERMIETER: C&A, H&M, Karstadt Sports,
 Media Markt, New Yorker, REWE, SinnLeffers,
 Stadium



Adresse
 Hannoversche Straße 86
 21079 Hamburg
www.phoenix-center-harburg.de

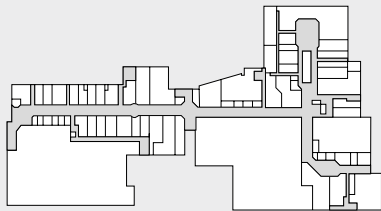
BESUCHER 2016

10,1

Mio.

Hamburg

BILLSTEDT-CENTER



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 42.500 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 29.500 m²
 (zzgl. Primark)
 STELLPLÄTZE: 1.500
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 110
 VERMIETUNGSSTAND: 95 %
 EINZUGSGEBIET: 1,0 Mio. Einw.
 ANKAUF: Januar 2011
 ERÖFFNUNG: 1969 / 1977
 UMSTRUKTURIERUNG: 1996
 ANKERMIETER: C&A, H&M, Media Markt, REWE, TK Maxx

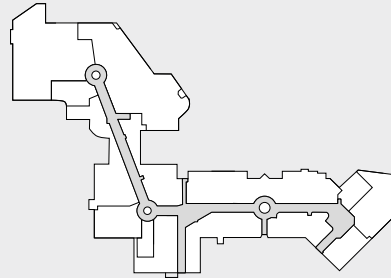
BESUCHER 2016

6,9

Mio.

Neunkirchen

SAARPARK-CENTER



BETEILIGUNG: 50 %
 MIETFLÄCHE: 35.600 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 33.500 m²
 STELLPLÄTZE: 1.600
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 130
 VERMIETUNGSSTAND: 96 %
 EINZUGSGEBIET: 0,6 Mio. Einw.
 ANKAUF: Oktober 2016
 ERÖFFNUNG: 1989
 UMSTRUKTURIERUNG: 1999 und 2009
 ANKERMIETER: C&A, Müller Drogerie, H&M, Peek & Cloppenburg, REWE, TK Maxx

DER BESUCHER-
MAGNET
IN HAMBURGS
OSTEN



Adresse
 Möllner Landstraße 3
 22111 Hamburg
www.billstedt-center.de



Adresse
 Stummplatz 1
 66538 Neunkirchen
www.saarpark-center-neunkirchen.de

BEUCHER 2016

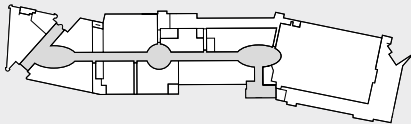
7,6

Mio.

Wetzlar

FORUM

23.500 m²
VERKAUFSFLÄCHE



BETEILIGUNG: 65 %
MIETFLÄCHE: 34.500 m²
DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 23.500 m²
STELLPLÄTZE: 1.700
ANZAHL DER GESCHÄFTE: 110
VERMIETUNGSSTAND: 98 %
EINZUGSGEBIET: 0,5 Mio. Einw.
ANKAUF: Oktober 2003
ERÖFFNUNG: 2005
ANKERMIETER: Kaufland, Media Markt, Sporthaus Kaps, Thalia



Adresse
Am Forum 1
35576 Wetzlar

www.forum-wetzlar.de

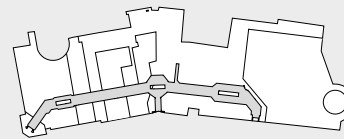
BEUCHER 2016

6,5

Mio.

Hamm

ALLEE-CENTER



IM HERZEN
VON
HAMM

BETEILIGUNG: 100 %
MIETFLÄCHE: 34.000 m²
DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 21.000 m²
STELLPLÄTZE: 1.300
ANZAHL DER GESCHÄFTE: 90
VERMIETUNGSSTAND: 99 %
EINZUGSGEBIET: 0,7 Mio. Einw.
ANKAUF: April 2002
ERÖFFNUNG: 1992
UMBAU / UMSTRUKTURIERUNG: 2003, 2009
ANKERMIETER: C&A, H&M, Peek & Cloppenburg, REWE, Saturn



Adresse
Richard-Matthaei-Platz 1
59065 Hamm

www.allee-center-hamm.de

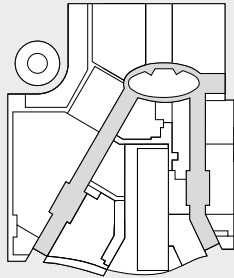
BEZUCHER 2016

7,5

Mio.

Wolfsburg

CITY-GALERIE



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 30.800 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 20.000 m²
 STELLPLÄTZE: 800
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 100
 VERMIETUNGSSTAND: 98 %
 EINZUGSGEBIET: 0,5 Mio. Einw.
 ANKAUF: September 2000
 ERÖFFNUNG: 2001
 UMSTRUKTURIERUNG: 2011
 ANKERMIETER: Hempel, New Yorker,
 REWE, Saturn

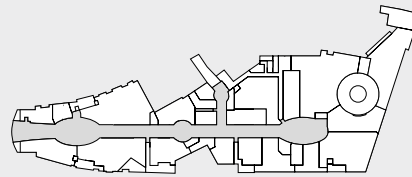
BEZUCHER 2016

8,4

Mio.

Wuppertal

CITY-ARKADEN



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 28.700 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 20.000 m²
 STELLPLÄTZE: 650
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 80
 VERMIETUNGSSTAND: 99 %
 EINZUGSGEBIET: 0,8 Mio. Einw.
 ANKAUF: September 2000
 ERÖFFNUNG: 2001
 UMSTRUKTURIERUNG: 2011
 ANKERMIETER: Akzenta, H&M,
 Reserved, Thalia

RARITÄT:
ANREISE MIT DER
SCHWEBEBAHN
MÖGLICH



Adresse
 Porschestraße 45
 38440 Wolfsburg
www.city-galerie-wolfsburg.de



Adresse
 Alte Freiheit 9
 42103 Wuppertal
www.city-arkaden-wuppertal.de

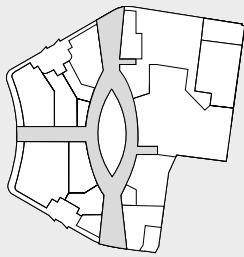
BEUCHER 2016

8,6

Mio.

Kassel

CITY-POINT



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 27.800 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 20.000 m²
 STELLPLÄTZE: 220
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 60
 VERMIETUNGSSTAND: 100 %
 EINZUGSGEBIET: 0,8 Mio. Einw.
 ANKAUF: September 2000
 ERÖFFNUNG: 2002
 UMSTRUKTURIERUNG: 2009, 2015
 ANKERMIETER: H&M, New Yorker,
 Saturn, tegut



Adresse
 Königsplatz 61
 34117 Kassel
www.city-point-kassel.de

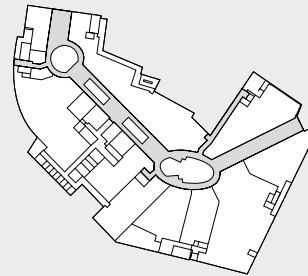
BEUCHER 2016

8,0

Mio.

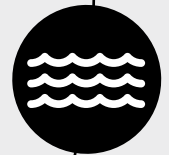
Passau

STADT-GALERIE



BETEILIGUNG: 75 %
 MIETFLÄCHE: 27.700 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 21.000 m²
 STELLPLÄTZE: 500
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 90
 VERMIETUNGSSTAND: 100 %
 EINZUGSGEBIET: 1,2 Mio. Einw.
 ANKAUF: Dezember 2006
 ERÖFFNUNG: 2008
 ANKERMIETER: C&A, Esprit, Saturn,
 Thalia

UNSER
 CENTER IN DER
 NIEDERBAYERISCHEN
 DREIFLÜSSESTADT



Adresse
 Bahnhofstraße 1
 94032 Passau
www.stadtgalerie-passau.de

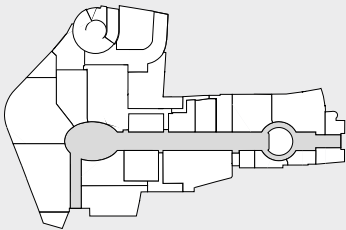
BESUCHER 2016

5,8

Mio.

Hameln

STADT- GALERIE



BETEILIGUNG: 100 %

MIETFLÄCHE: 26.000 m²

DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 19.000 m²

STELLPLÄTZE: 500

ANZAHL DER GESCHÄFTE: 100

VERMIETUNGSSTAND: 97 %

EINZUGSGEBIET: 0,4 Mio. Einw.

ANKAUF: November 2005

ERÖFFNUNG: 2008

ANKERMIETER: Müller Drogerie,
New Yorker, real, Thalia



Adresse

Pferdemarkt 1
31785 Hameln

www.stadt-galerie-hameln.de

UNSERE CENTER IM AUSLAND



Besucherkzahlen 2016 im Ausland in Mio.

36,5

Ø Besucherzahl 2016 im Ausland pro Center in Mio.

9,1

Mietfläche aller Center im Ausland in m²

206.000

Anzahl der Geschäfte in den
ausländischen Shoppingcentern

643

POLEN

9,8 Mio. Besucher 2016, 1 Center

19 Galeria Baltycka, Danzig

TSCHECHIEN

8,4 Mio. Besucher 2016, 1 Center

18 Olympia, Brünn

ÖSTERREICH

5,8 Mio. Besucher 2016, 1 Center

21 City Arkaden, Klagenfurt

UNGARN

12,5 Mio. Besucher 2016, 1 Center

20 Árkád, Pécs



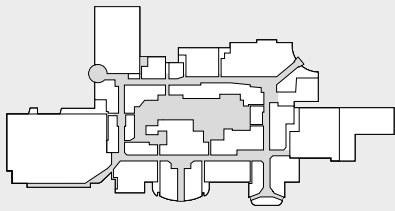
BESUCHER 2016

8,4

Mio.

Brünn, Tschechien

OLYMPIA



BETEILIGUNG: 100 %
 MIETFLÄCHE: 85.000 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 71.000 m²
 STELLPLÄTZE: 4.000
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 200
 VERMIETUNGSSTAND: 99 %
 EINZUGSGEBIET: 1,2 Mio. Einw.
 ANKAUF: März 2017
 ERÖFFNUNG: 1999
 UMSTRUKTURIERUNG: 2014–2016
 ANKERMIETER: Albert, H&M, Intersport,
 Peek & Cloppenburg

SEIT 31. MÄRZ
2017 TEIL
UNSERES
PORTFOLIOS

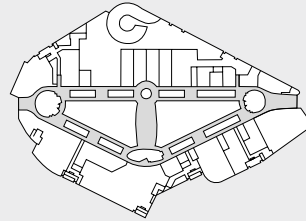
BESUCHER 2016

9,8

Mio.

Danzig, Polen

GALERIA BALTYCKA



BETEILIGUNG: 74 %
 MIETFLÄCHE: 48.700 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 39.500 m²
 STELLPLÄTZE: 1.050
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 193
 VERMIETUNGSSTAND: 100 %
 EINZUGSGEBIET: 1,1 Mio. Einw.
 ANKAUF: August 2006
 ERÖFFNUNG: 2007
 ANKERMIETER: Carrefour, H&M,
 Peek & Cloppenburg, Reserved, Saturn, Zara



Adresse
 U Dálnice 777
 664 42 Brünn, Tschechien
www.olympia-centrum.cz/en



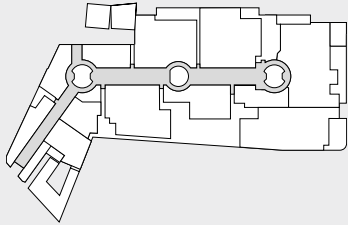
Adresse
 al. Grunwaldzka 141
 80-264 Danzig, Polen
www.galeriabaltycka.pl

BESUCHER 2016

5,8

Mio.

Klagenfurt, Österreich

**CITY
ARKADEN**

BETEILIGUNG: 50 %
 MIETFLÄCHE: 36.900 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 30.000 m²
 STELLPLÄTZE: 880
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 120
 VERMIETUNGSSTAND: 98 %
 EINZUGSGEBIET: 0,4 Mio. Einw.
 ANKAUF: August 2004
 ERÖFFNUNG: 2006
 ANKERMIETER: C&A, Peek & Cloppenburg,
 Saturn, Zara, H&M, Billa,
 Müller Drogeriemarkt

DIE KÄRNTNER
 LANDESHAUPTSTADT
 AUCH DAS
 „RENAISSANCE-
 JUWEL AM
 WÖRTHERSEE“
 BEZEICHNET



BESUCHER 2016

12,5

Mio.

Pécs, Ungarn

ÁRKÁD

BETEILIGUNG: 50 %
 MIETFLÄCHE: 35.400 m²
 DAVON VERKAUFSFLÄCHE: 33.500 m²
 STELLPLÄTZE: 850
 ANZAHL DER GESCHÄFTE: 130
 VERMIETUNGSSTAND: 99 %
 EINZUGSGEBIET: 0,7 Mio. Einw.
 ANKAUF: November 2002
 ERÖFFNUNG: 2004
 ANKERMIETER: C&A, H&M,
 Interspar, Media Markt



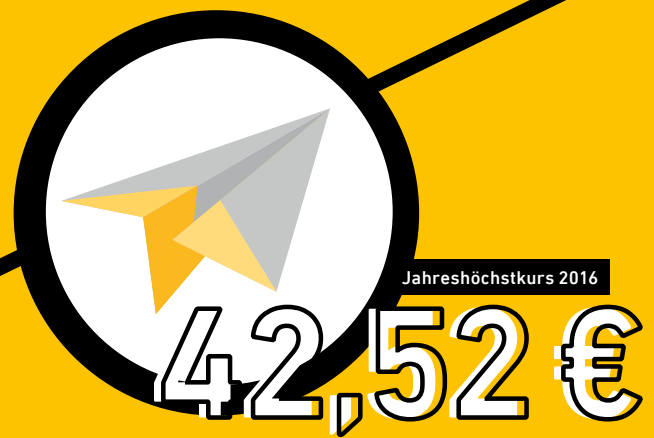
Adresse
 Heuplatz 5
 9020 Klagenfurt, Österreich
www.city-arkaden-klagenfurt.at



Adresse
 Bajcsy Zs. U. 11 / 1
 7622 Pécs, Ungarn
www.arkadpecs.hu

INVESTOR RELATIONS





DIE SHOPPINGCENTER-AKTIE

AKTIENKURS: JAHRESHÖCHSTKURS KURZ VOR DER HAUPTVERSAMMLUNG

Die Aktie der Deutsche EuroShop ist mit einer Vorgabe von 40,46 € ins Börsenjahr 2016 gestartet. In den ersten Handelswochen war eine rückläufige Kursentwicklung zu verzeichnen. Am 11. Februar 2016 wurde der tiefste Kurs des Jahres bei 35,86 € ermittelt. Im Anschluss konnte sich die Aktie in einem freundlichen Marktumfeld Mitte März wieder über die 40-Euro-Marke bewegen und pendelte bis Ende September in einem Korridor zwischen 39,46 € und 42,52 €. Dieser Kurs entsprach auch dem Jahreshöchstkurs und wurde am 9. Juni 2016 erreicht. Ab Oktober belasteten steigende Zinsen die Kursentwicklung von Immobilienaktien weltweit und auch die DES-Aktie konnte sich dem nicht entziehen. Der Kurs kam dem Februar-Tief wieder sehr nahe, ging dann aber ab Anfang Dezember in einen Aufwärtstrend über. Zum Ende des Jahres lag der Kurs dann bei 38,67 € und schloss das Jahr mit einer Performance von -1,2 % (inkl. Dividende) ab. Die Marktkapitalisierung der Deutsche EuroShop fiel 2016 um knapp 97 Mio. € auf 2,09 Mrd. €.

ÜBERDURCHSCHNITTLICH IN EUROPA

Der Kurs der Deutsche EuroShop-Aktie fiel um 4,4 %. Unter Einbeziehung der ausgeschütteten Dividende in Höhe von 1,35 € je Aktie ergibt sich im Jahresvergleich eine Performance von -1,2 % (2015: 15,3 %).

Unsere Aktie lag damit 2016 dennoch über der europäischen Benchmark für börsennotierte Immobilienunternehmen, dem EPRA-Index (-5,0 %) und im oberen Drittel der europäischen Peer-Group-Unternehmen¹. Der Benchmark-Index für mittelgroße Unternehmen, der MDAX, legte im Berichtsjahr 6,8 % zu.

Börsenentwicklung in %

	2016	2015
DES-Aktie	-1,2	15,3
DAX	6,9	9,6
MDAX	6,8	22,7
TecDAX	-1,0	33,5
EURO STOXX 50 (Europa)	0,4	4,8
Dow Jones (USA)	13,7	-0,6
Nikkei (Japan)	0,4	9,1

Offene Immobilienfonds aus Deutschland haben im vergangenen Jahr eine durchschnittliche Performance von +2,8 % (2015: +3,3 %) erzielt und hatten Mittelzuflüsse in Höhe von rund 4,2 Mrd. € (2015: 3,3 Mrd. €).

¹ Atrium European Real Estate, Citycon, Eurocommercial Properties, IGD, Intu Properties, Klepierre, Mercalys, Unibail-Rodamco, Vastned Retail und Wereldhave

Detail des Fußbodens auf
der Galerie des Besucher-
zentrums der Deutsche
Börse AG

INDEX
DEUTSCHE EUROSHOP AG

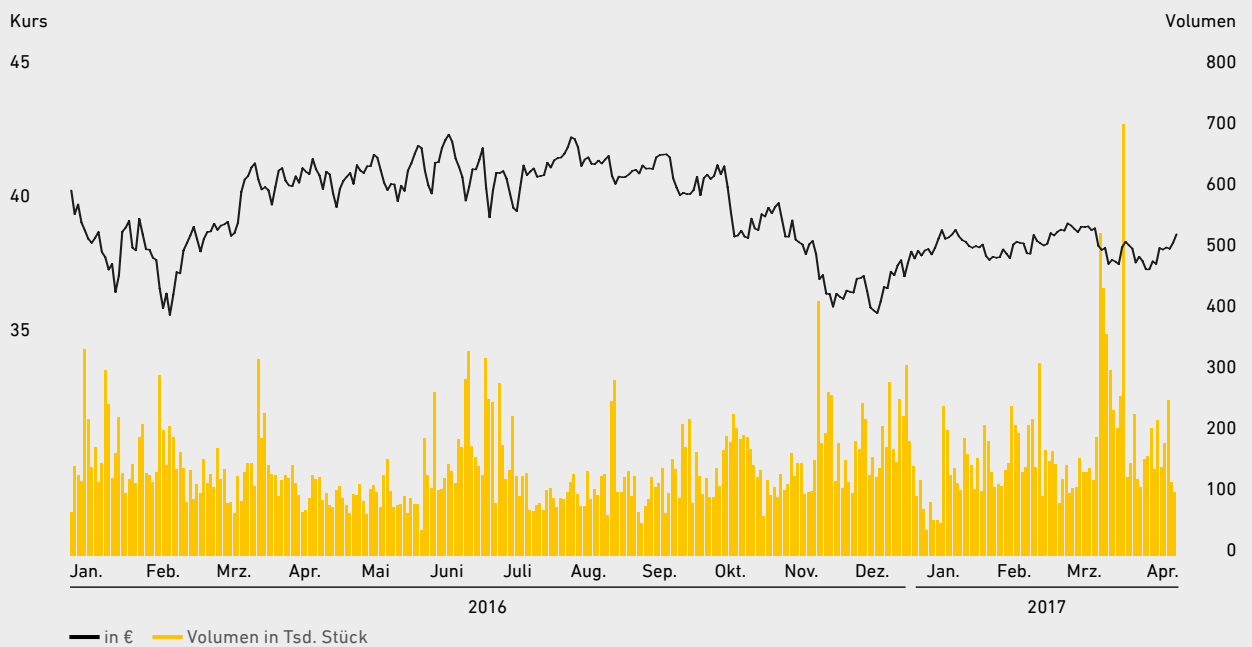


KENNZAHLEN ZUR DEUTSCHE EUROSHOP-AKTIE

WKN/ISIN	748 020 / DE 000 748 020 4
Ticker-Symbol	DEQ
Grundkapital in €	58.404.996,00
Anzahl der Aktien (nennwertlose Namensstückaktien)	58.404.996
Indizes	MDAX, EPRA, GPR 250, MSCI Small Cap, EPIX 30, HASPAX, F.A.Z.-Index, DivMSDAX, EURO STOXX, STOXX Europe 600
Amtlicher Handel	Prime Standard Frankfurter Wertpapierbörse und Xetra
Freiverkehr	Berlin-Bremen, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, München und Stuttgart

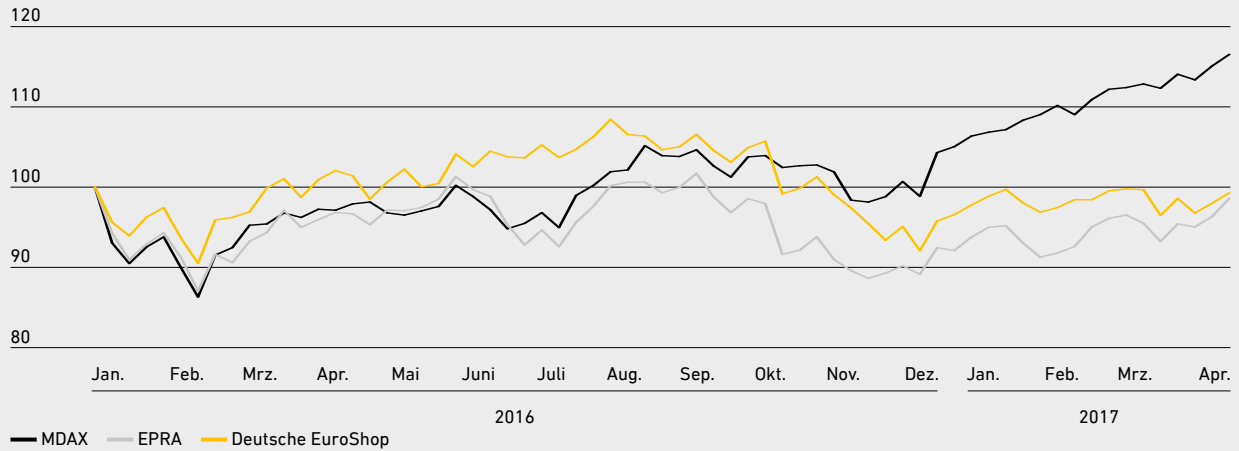
* Stand 31. März 2017

KURSVERLAUF



KURSVERLAUF

indiziert – seit Januar 2016

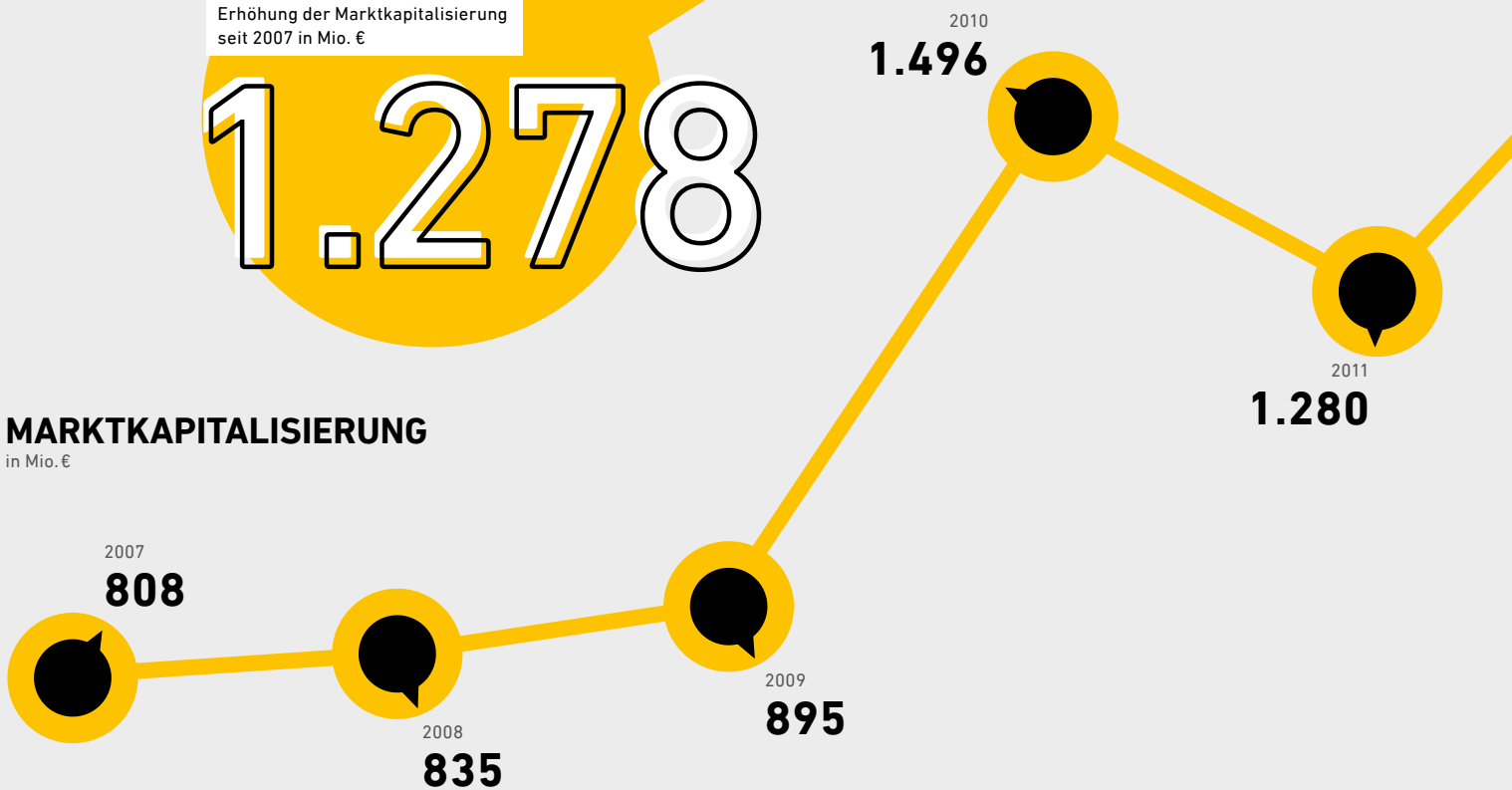


Erhöhung der Marktkapitalisierung
seit 2007 in Mio. €

1.278

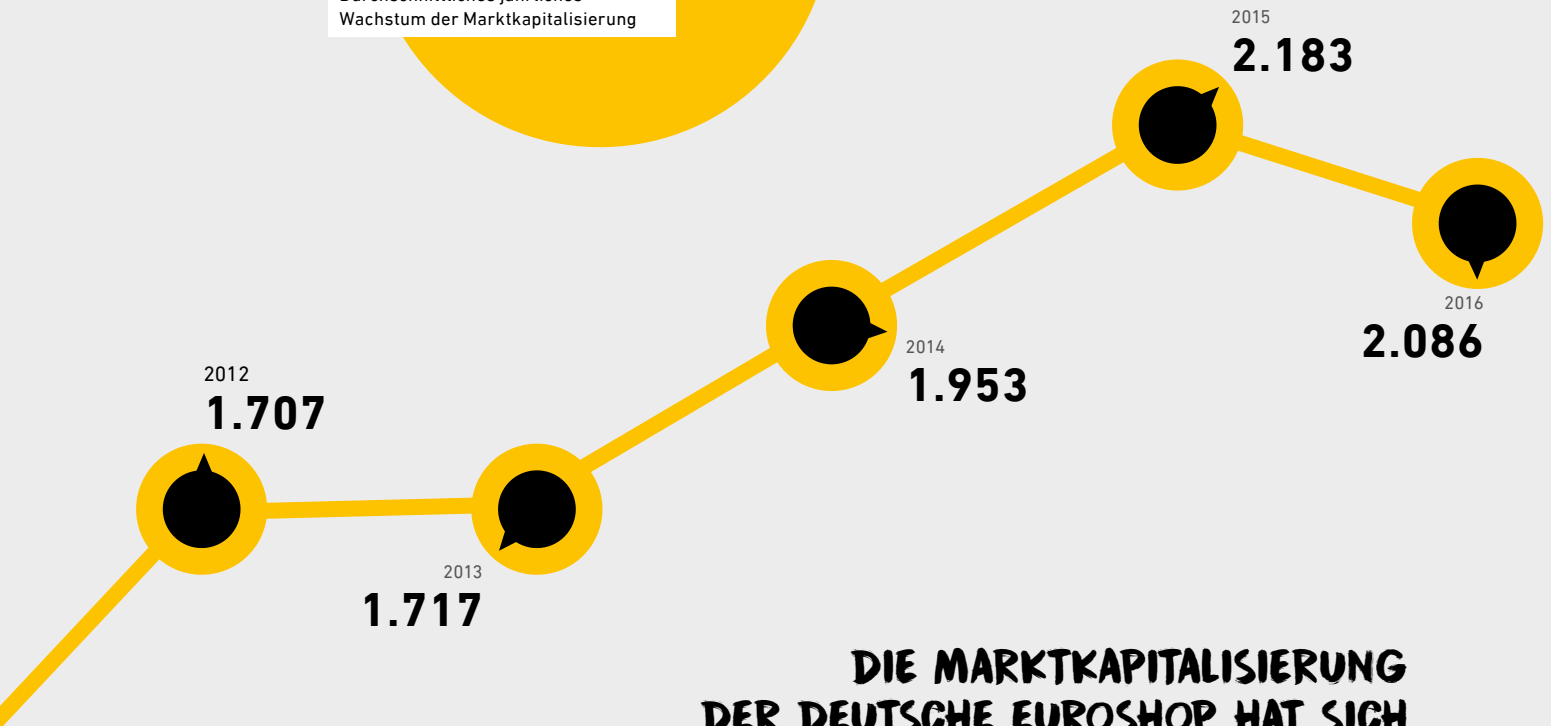
MARKTKAPITALISIERUNG

in Mio. €



11,1%

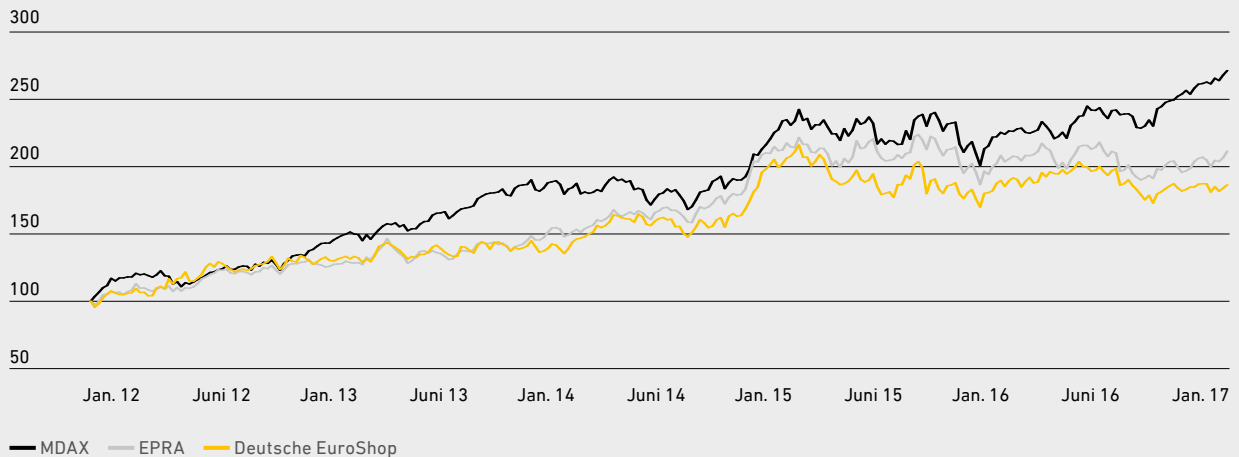
Durchschnittliches jährliches Wachstum der Marktkapitalisierung



DIE MARKTKAPITALISIERUNG DER DEUTSCHE EUROSHOP HAT SICH IN DEN LETZTEN ZEHN JAHREN MEHR ALS VERDOPPELT.

KURSVERLAUF

indiziert – Fünfjahresübersicht



AUSZEICHNUNGEN

FÜR DIE
IR-ARBEIT
DER
DEUTSCHE
EUROSHOP
2016



IR MAGAZINE AWARD →

IF DESIGN AWARD
„IR-BENCHMARK 2016“
„BEST EUROPEAN INVESTOR
RELATIONS“
„IR MAGAZINE AWARD“

HAUPTVERSAMMLUNGSPRÄSENZ GESTIEGEN

Die ordentliche Hauptversammlung fand am 15. Juni 2016 in Hamburg statt. Die rund 220 in der Handwerkskammer anwesenden Aktionärinnen und Aktionäre vertraten 68,0% (Vorjahr: 61,2%) des Kapitals und gaben allen Tagesordnungspunkten ihre Zustimmung.

BREITE COVERAGE DER AKTIE

22 Analysten (Stand: 12. April 2017) renommierter deutscher und internationaler Institute beobachten derzeit regelmäßig unsere Aktie und erschließen mit ihren Empfehlungen neue Investorenkreise. Damit gehört die Deutsche EuroShop zu den bestbetreuten Immobilien-Gesellschaften in Europa. Informationen zu den Empfehlungen erhalten Sie unter:

www.deutsche-euroshop.de/analysen

Die Analysten sehen die weitere Entwicklung der DES-Aktie überwiegend positiv (Stand: 12. April 2017).

AUSZEICHNUNGEN FÜR DIE IR-ARBEIT

Unser „Feel Estate“-Geschäftsbericht wurde 2016 mit dem internationalen sehr angesehenen iF Design Award ausgezeichnet.

Das internationale Fachmagazin Institutional Investor hat die DES-IR-Manager mit dem dritten Preis für „Best European Investor Relations“ ausgezeichnet. Die Website der Deutsche EuroShop schnitt bei der „IR-Benchmark 2016“ von NetFederation wie in den Vorjahren sehr gut ab (erster Platz im Sektor „Immobilien“, zweiter Platz im MDAX).

Nach mehreren Shortlist-Nominierungen ist es dem IR-Team 2016 erstmals gelungen, eine Auszeichnung bei den europaweiten „IR Magazine Awards“ zu gewinnen, und zwar in der Kategorie „Best use of multimedia for IR“.

Weitere Auszeichnungen für unsere Kapitalmarktkommunikation finden Sie auf unserer Website unter:

www.deutsche-euroshop.de/irkommunikation

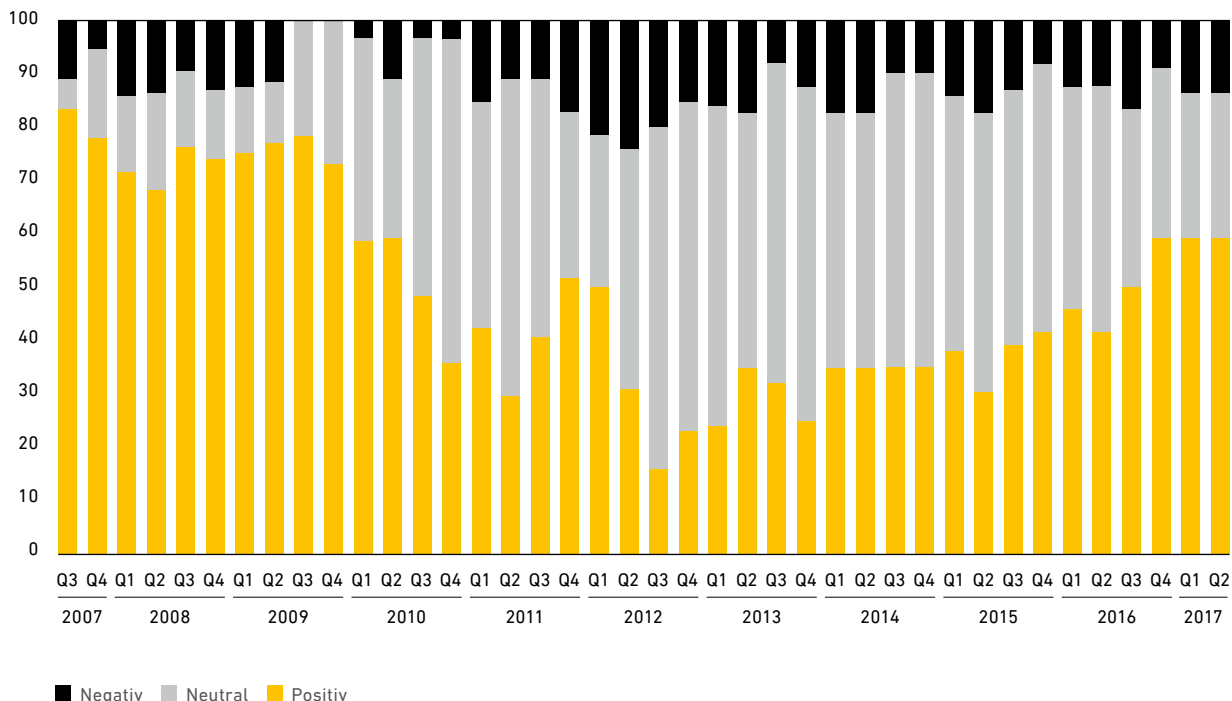
30 % MEHR AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Die Zahl der Investoren ist 2016 weiter angestiegen: Die Deutsche EuroShop hat nun rund 14.500 Aktionäre (Stand: 12. April 2017, Vorjahr: 11.175, +30%). Alexander Otto hält einen Anteil von 17,6% an der Deutsche EuroShop AG, Johannes Schorr 3,5% und BlackRock 5,9%. Mit State Street haben wir einen weiteren Investor mit einem Anteil von über drei Prozent gewinnen können. Darüber hinaus halten weitere institutionelle Investoren etwa 50,7% (Vorjahr: 55,5%) und private Investoren 19,3% der Aktien (Vorjahr: 19,5%).

Mit einer sogenannten Shareholder-Identification analysieren wir regelmäßig die internationale Streuung unserer Aktien. Während Investoren aus dem Inland mit etwa 68% (Vorjahr: 59%) weiterhin klar die Mehrheit an der Deutsche EuroShop halten, ist die Aktionärsstruktur auch insgesamt mit rund 90% europäisch dominiert, angeführt von britischen, französischen und niederländischen Investoren. US-amerikanische Investoren besitzen rund 9% der DES-Aktien.

ANALYSTENEMPFEHLUNGEN DER LETZTEN ZEHN JAHRE

in %



² ABN Amro, Baader Bank, Bankhaus Lampe, Berenberg Bank, BHF Bank, Bank of America Merrill Lynch, Commerzbank, Deutsche Bank, DZ Bank, equinet, Green Street Advisors, GSC Research, HSBC, Independent Research, J.P. Morgan Cazenove, Kempen & Co., Kepler Cheuvreux, Metzler, M.M. Warburg & Co, Natixis, NORD/LB, Oddo BHF and Societe Generale.

AKTIONÄRS- STRUKTUR

in %

- 50,7 Institutionelle Investoren
- 19,3 Private Investoren
- 17,6 Alexander Otto
- 5,9 BlackRock
- 3,5 Johannes Schorr
- 3,0 State Street



AKTIONÄRS- STRUKTUR

regional in %

- 67,7 Deutschland
- 9,2 USA
- 9,1 Großbritannien
- 2,9 restliches Europa
- 2,7 Frankreich
- 2,5 Niederlande
- 2,5 Schweiz
- 2,3 Norwegen
- 1,1 restliche Welt



1,40 €

Dividendenvorschlag für
das Geschäftsjahr 2016

DIVIDENDE STEIGT JÄHRLICH

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 28. Juni 2017 in Hamburg für das Geschäftsjahr 2016 die Zahlung einer erneut um 0,05 € erhöhten Dividende (1,40 € je Aktie) vorschlagen.

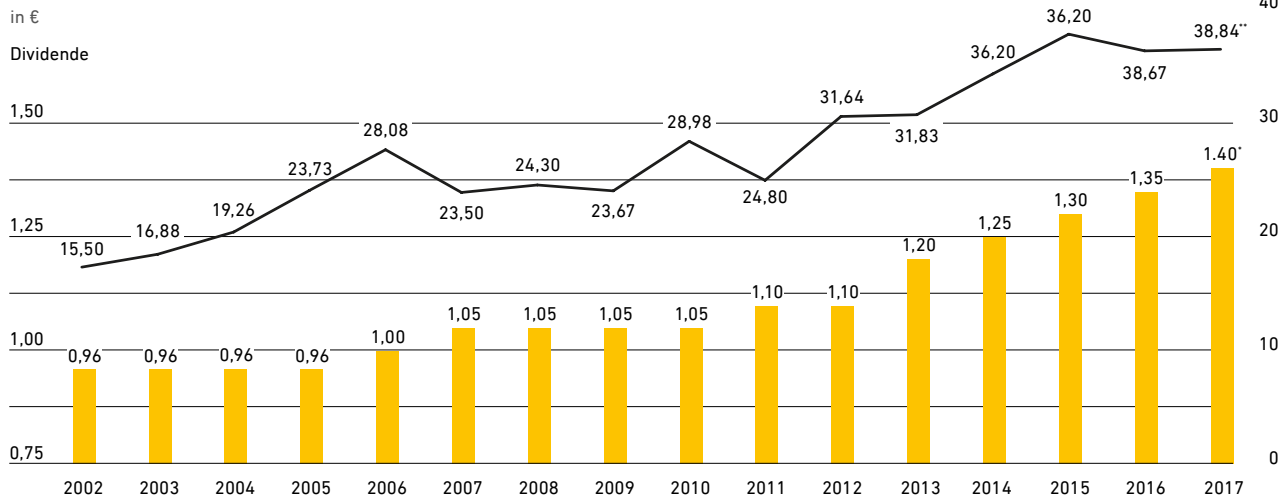
Mit unserer langfristigen Strategie einer auf Kontinuität basierenden Dividendenpolitik und einer Rendite von 3,6 % (bezogen auf den Jahresschlusskurs 2016 von 38,67 €) möchten wir das Vertrauen unserer Aktionäre festigen und neue hinzugewinnen. Dazu beitragen soll auch unsere Absicht, die Dividende weiter zu erhöhen – um jährlich 0,05 € je Aktie. So sollen 2018 je Aktie 1,45 € für das Geschäftsjahr 2017 zur Ausschüttung kommen.

STEUERLICHE BEHANDLUNG DER DIVIDENDE

Dividenden, die an in Deutschland ansässige Aktionäre gezahlt werden, unterliegen bei diesen der Einkommen- oder Körperschaftsteuer. Bei Privatanlegern beträgt der einheitliche Abgeltungssteuersatz seit 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 teilweise. Die Dividendenzahlung stellt bei den Aktionären gemäß § 20 Abs. 1 Nr. 1 Satz 3 Einkommensteuergesetz teilweise nicht steuerbare (d. h. nicht zu versteuernde) Einkünfte dar.

Allerdings sind Ausschüttungen nach der geänderten 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.

AKTIENKURS UND DIVIDENDE SEIT IPO



* Dividendenvorschlag ** Kurs vom 7. April 2017

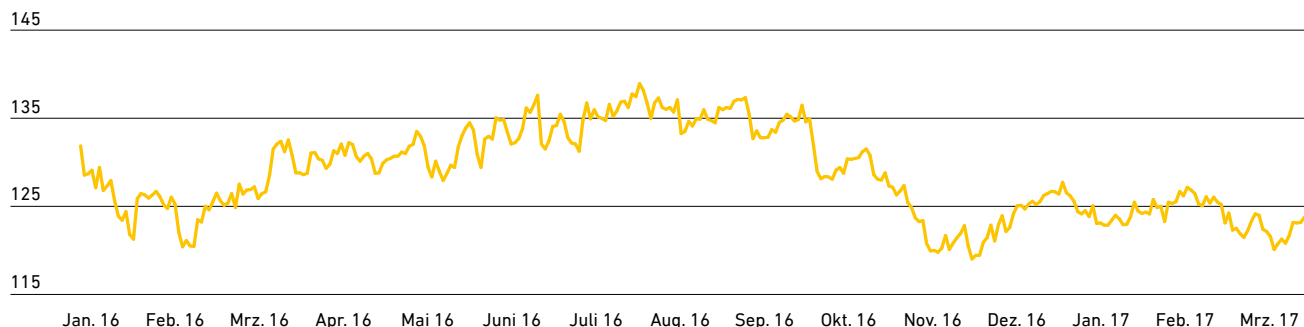
	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Markt-kapitalisierung in Mio. € (Basis: Jahres-schlusskurs)	2.086	2.183	1.953	1.717	1.707	1.280	1.496	895	835	808
Aktienzahl am Jahresende	53.945.536	53.945.536	53.945.536	53.945.536	53.945.536	51.631.400	51.631.400	37.812.496	34.374.998	34.374.998
Gewichtete durchschnittliche Aktienzahl	53.945.536	53.945.536	53.945.536	53.945.536	53.945.536	51.631.400	45.544.976	36.799.402	34.374.998	34.374.998
Höchstkurs in €	42,52 (09.06.16)	48,00 (10.04.15)	37,84 (12.06.14)	34,48 (20.05.13)	32,03 (01.11.12)	29,06 (01.06.11)	28,98 (30.12.10)	26,00 (06.01.09)	28,40 (13.05.08)	30,09 (23.04.07)
Tiefstkurs in €	35,86 (11.02.16)	36,32 (06.01.15)	30,72 (04.02.14)	29,45 (24.06.13)	23,72 (06.01.12)	22,94 (23.11.11)	21,72 (01.07.10)	18,66 (06.03.09)	18,50 (20.11.08)	23,22 (20.08.07)
Jahresschluss-kurs (30.12.) in €	38,67	40,46	36,20	31,83	31,64	24,80	28,98	23,67	24,30	23,50
Dividende pro Aktie in €	1,40*	1,35	1,30	1,25	1,20	1,10	1,10	1,05	1,05	1,05
Dividenden-rendite (30.12.) in %	3,6	3,3	3,6	3,9	3,8	4,4	3,8	4,4	4,3	4,5
Jahres-entwicklung exkl./inkl. Div.	-4,4 % / -1,2 %	11,8 % / 15,3 %	13,7 % / 17,7 %	0,6 % / 4,5 %	27,6 % / 32,7 %	-14,4 % / -11,1 %	22,4 % / 28,1 %	-2,6 % / 2,1 %	3,4 % / 7,9 %	-16,3 % / -13,1 %
Durchschnittliches Handels-volumen pro Tag in Stück	142.133 (inkl. Multi-lateral Trading Facilities >412.750)	152.355 (inkl. Multi-lateral Trading Facilities >449.500)	113.000 (inkl. Multi-lateral Trading Facilities >250.400)	112.400 (inkl. Multi-lateral Trading Facilities >204.000)	129.400 (inkl. Multi-lateral Trading Facilities >174.000)	125.400 (inkl. Multi-lateral Trading Facilities >210.000)	116.084	113.008	143.297	144.361
EPS in € (unverwässert)	4,11	5,73	3,29	3,17	2,36	1,92	-0,17	0,93	2,00	2,74

* Vorschlag

WANDELANLEIHE

KURSVERLAUF DER WANDELANLEIHE

in %



FAKTEN & KENNZAHLEN ZUR WANDELANLEIHE 1,75 %

2012–2017

Gesamtemission	100 Mio. €
Nennbetrag	100.000,00 €
Ausgabetermin	20. November 2012
Fälligkeit	20. November 2017
Verzinsung	1,75 %
Kurs (30. Dezember 2016)	127,25 %
Zinszahlungstage	21. Mai und 21. November eines Jahres, erstmals 21. Mai 2013
Wandlungspreis	30,62 €*
Dividendenberechtigung	beginnt mit dem Jahr der Ausgabe der gewandelten Aktien
ISIN	DE000A1R0W05
Notierung	Frankfurt, Freiverkehr

* ursprünglich 35,10 €, angepasst am 21. Juni 2013, 19. Juni 2014, 19. Juni 2015 und 16. Juni 2016

SIE WÜNSCHEN WEITERE INFORMATIONEN?

Besuchen Sie uns im Internet oder rufen Sie uns an:

Patrick Kiss und Nicolas Lissner

Tel.: +49 (0)40 - 41 35 79 20 / -22

Fax: +49 (0)40 - 41 35 79 29

E-Mail: ir@deutsche-euroshop.de

www.deutsche-euroshop.de/ir



Patrick Kiss



Nicolas Lissner

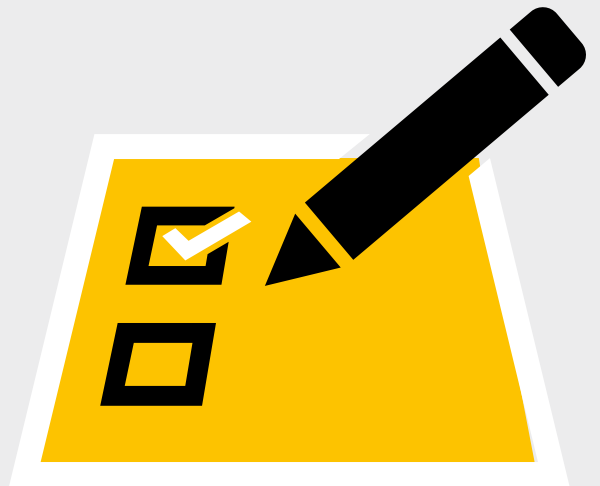
HAUPT- VERSAMMLUNG

Die ordentliche Hauptversammlung der Deutsche EuroShop fand am 15. Juni 2016 wieder in den Räumen der Handwerkskammer Hamburg statt.

Die rund 220 anwesenden Aktionäre wurden von Wilhelm Wellner, Sprecher des Vorstands, über die Ereignisse und Ergebnisse des abgelaufenen Geschäftsjahres informiert. In seiner Rede erläuterte Herr Wellner zudem die aktuellen konjunkturellen Rahmenbedingungen, die aktuelle Lage am Shoppingcenter-Transaktionsmarkt sowie die Geschäftsprognose. Die Aktionäre erhielten auch detaillierte Informationen zum Portfolio sowie zu aktuellen Entwicklungen im Einzelhandel.



↑
DIE HANDWERKSKAMMER HAMBURG AM
HOLSTENWALL, ERBAUT VON 1912 BIS 1915



Die Rede sowie die dazugehörige Präsentation waren wie gewohnt kurz nach der Veranstaltung unter der unten genannten Internetadresse online verfügbar. Zudem finden Aktionäre und Interessenten dort ein Archiv mit den Tagesordnungen und weiteren Informationen rund um unsere Hauptversammlungen.

Die Tagesordnung 2016 sah unter anderem eine Satzungsänderung über die Stimmenmehrheit für Beschlüsse der Hauptversammlung vor. Die Präsenz zum Zeitpunkt der Abstimmung lag bei 68,0%. Alle Tagesordnungspunkte wurden mit großen Mehrheiten für die Vorschläge der Verwaltung beschlossen.

Vor der Hauptversammlung sowie beim anschließenden Mittagessen nutzten die Besucher die Möglichkeit für Gespräche mit den Aufsichtsratsmitgliedern, den Vorständen und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2016 wird am 28. Juni 2017 in der Hamburger Handwerkskammer stattfinden. Unsere Aktionäre erhalten die Einladung sowie alle notwendigen Unterlagen zur Bestellung von Eintrittskarten sowie zur Abstimmungsteilnahme via Internet rechtzeitig per Post zugeschickt.

www.deutsche-euroshop.de/hv

KONFERENZEN UND ROADSHOWS 2016

Um sich mit bestehenden Aktionären über die Strategie der Deutsche EuroShop auszutauschen, sowie die Gesellschaft potenziellen neuen Investoren vorzustellen, haben Vorstand und das Investor-Relations-Team im Jahr 2016 erneut diverse Konferenzen besucht sowie zahlreiche Roadshows durchgeführt.

Der direkte Kontakt zu unseren Aktionären ist uns sehr wichtig: Durch eine offene Diskussion mit Analysten sowie Fonds- und Portfoliomanagern möchten wir die Anforderungen des Kapitalmarkts verstehen und in Erfahrung bringen, welche Fragen im Vordergrund stehen. Umgekehrt ist es bei vielen Fondsgesellschaften Voraussetzung für die Investition, den Vorstand des Unternehmens regelmäßig zu treffen.

Im Jahr 2016 haben wir 16 Roadshows in Frankfurt, Düsseldorf, Köln, München, Stuttgart, Amsterdam, Brüssel, Chicago, Genf, Helsinki, London, Madrid, Paris, New York, Warschau und Zürich durchgeführt. Hinzu kamen 15 Konferenzteilnahmen in Berlin, Frankfurt, München, Amsterdam, Kapstadt, London, Lyon, New York und Paris.

Bei all diesen Aktivitäten haben wir über 250 Einzelgespräche geführt. Darüber hinaus haben wir erneut Telefonkonferenzen mit Live-Webcasts abgehalten, wie beispielsweise zur Veröffentlichung der Jahres- und Quartalsergebnisse.

Zusätzlich haben uns Investoren in der Zentrale der Deutsche EuroShop in Hamburg-Poppenbüttel besucht.



Nicolas Lissner und Patrick Kiss

Oftmals wurde dies mit Besichtigungen unserer Center in und um Hamburg kombiniert.

Auch 2017 planen wir wieder vielfältige Investor Relations-Aktivitäten, um den Kontakt zu unseren bestehenden Investoren zu pflegen und neue Anlegergruppen zu erschließen. Eine Übersicht finden Sie auf unserem Finanzkalender in der Umschlagklappe des Finanzberichts. Eine fortlaufend aktualisierte Version steht Ihnen zudem auf unserer Website unter www.deutsche-euroshop.de/ir zur Verfügung.

ROADSHOW



Auf einer Roadshow reist ein Team, das meist aus einem Vorstand und einem Investor-Relations-Manager der Deutsche EuroShop besteht, gemeinsam mit Vertretern der organisierenden Bank (wie z. B. Analysten und Kundenbetreuern) an einen Finanzplatz, um vor Ort bestehende oder aber interessierte, potenzielle Investoren zu besuchen und sie über die aktuelle Entwicklung bzw. Strategie der Gesellschaft zu informieren. Dabei haben die Investoren die Möglichkeit, das Management persönlich zu treffen und ihm Fragen zu stellen. An einem einzigen Tag können so bis zu 10 Termine in einer Stadt wahrgenommen werden.

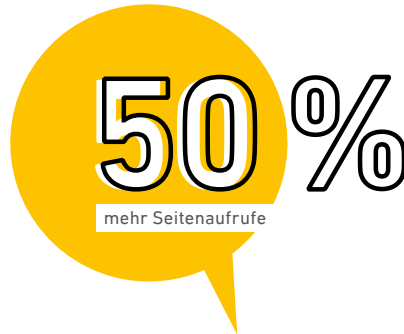
KAPITALMARKT-KONFERENZ



Hauptsächlich von Banken organisierte Tagung, bei der sowohl Investoren wie auch Unternehmen die Möglichkeit gegeben wird, an einem Tag möglichst viele Termine absolvieren zu können. Bei Einzel- und Gruppengesprächen kann dabei detailliert auf Fragen eingegangen werden. Unternehmenspräsentationen geben die Möglichkeit, die Gesellschaft einem größeren Fachpublikum vorzustellen.

MARKETING

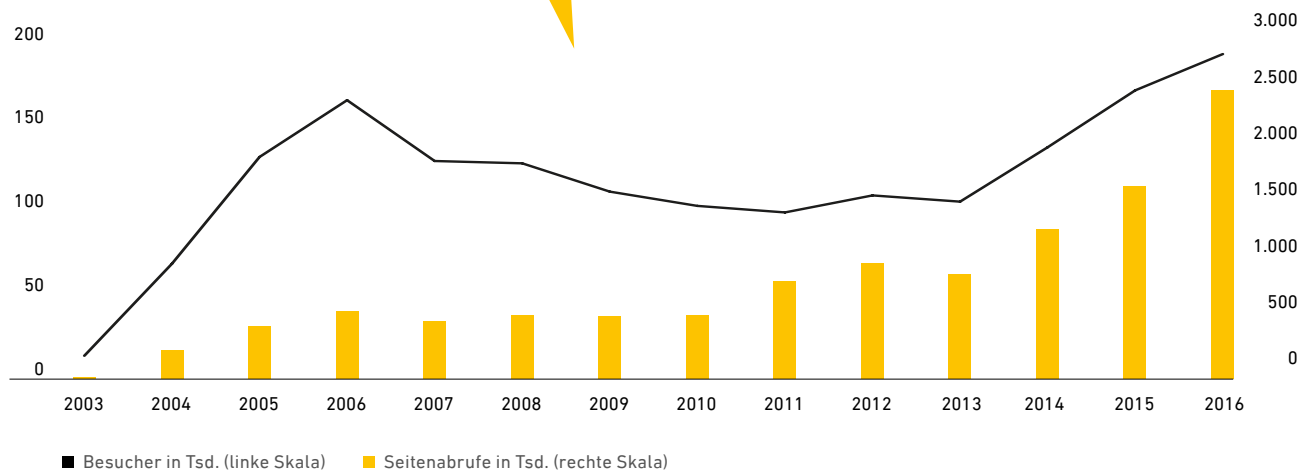
BESUCHER UND SEITENABRUFE



WEBSITE MIT 50 % MEHR SEITENAUFUFEN

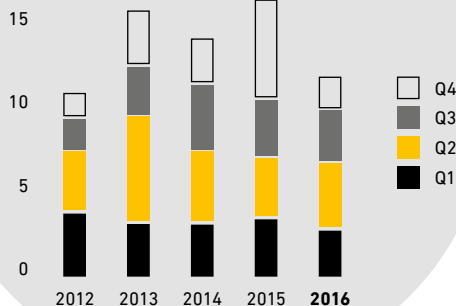
Das Internet ist bei der Informationsbeschaffung nicht mehr wegzudenken. Oft ist die Unternehmenswebsite für Investoren die erste Anlaufstelle. Unsere Website erfreut sich seit Jahren einer hohen Beliebtheit und gehört in Rankings aufgrund ihres Informationsangebots und ihrer Benutzerfreundlichkeit stets zu den Besten im MDAX und im europäischen Immobiliensektor. 2016 stieg die Zahl der aufgerufenen Seiten um 50 % an. Zu erreichen ist der Internet-Auftritt unter der Adresse

www.deutsche-euroshop.de



VERBREITETE AUFLAGE

in Mio.



MEDIENRESONANZ ERHÖHT

Die Deutsche EuroShop erfreute sich weiter einer guten 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 fiel zwar von 15,7 Mio. im Vorjahr auf 11,3 Mio. um rund 28 %, der Anzeigenäquivalenzwert der Berichterstattung in Zeitungen und Magazinen aber stieg von rund 1,69 Mio. € auf knapp 2,78 Mio. € (+64 %).

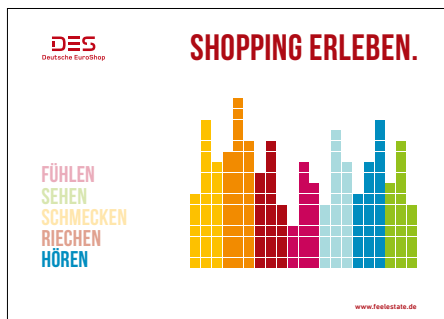
SOCIAL MEDIA IM AUFWIND

Soziale Medien haben sich als Kommunikationskanal etabliert – auch bei Kapitalmarktteilnehmern. 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.

FOLGEN SIE UNS AUF FOLGENDEN PLATTFORMEN

www.twitter.com/DES_AG
www.facebook.com/euroshop
www.google.com/+deutscheeuroshop
www.flickr.com/desag
www.ir-mall.com
www.slideshare.net/desag
www.youtube.com/DeutscheEuroShop





Anzeigen für die Deutsche EuroShop-Aktie

„SHOPPING ERLEBEN“

In Fachpublikationen haben wir 2016 sehr zielgruppen-genau und zeitlich auf die Veröffentlichung unserer aktuellen Geschäftszahlen abgestimmt Anzeigen geschaltet, in denen wir die Erlebniswelt des stationären Einzelhandels anhand der fünf Sinne vorgestellt haben. Fühlen, sehen, schmecken, riechen und hören – so erleben und genießen wir die Welt.



MARKE

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

10 GRÜNDE FÜR EIN INVESTMENT IN DIE AKTIE DER DEUTSCHE EUROSHOP

1 Deutschlands einzige
Aktiengesellschaft,
die ausschließlich in
Shoppingcenter
investiert

2 Erstklassige
Standorte

**BEWÄHRTE,
KONSERVATIVE
STRATEGIE**

3

5 Aktionärs-
freundliche
Dividenden-
politik

4 Stabiler,
langfristig
planbarer
Cashflow

7 Exzellente
Leistungsbilanz

6

**ERFAHRENES
MANAGEMENT**

8 Nahezu 100 %ige
Vollvermietung

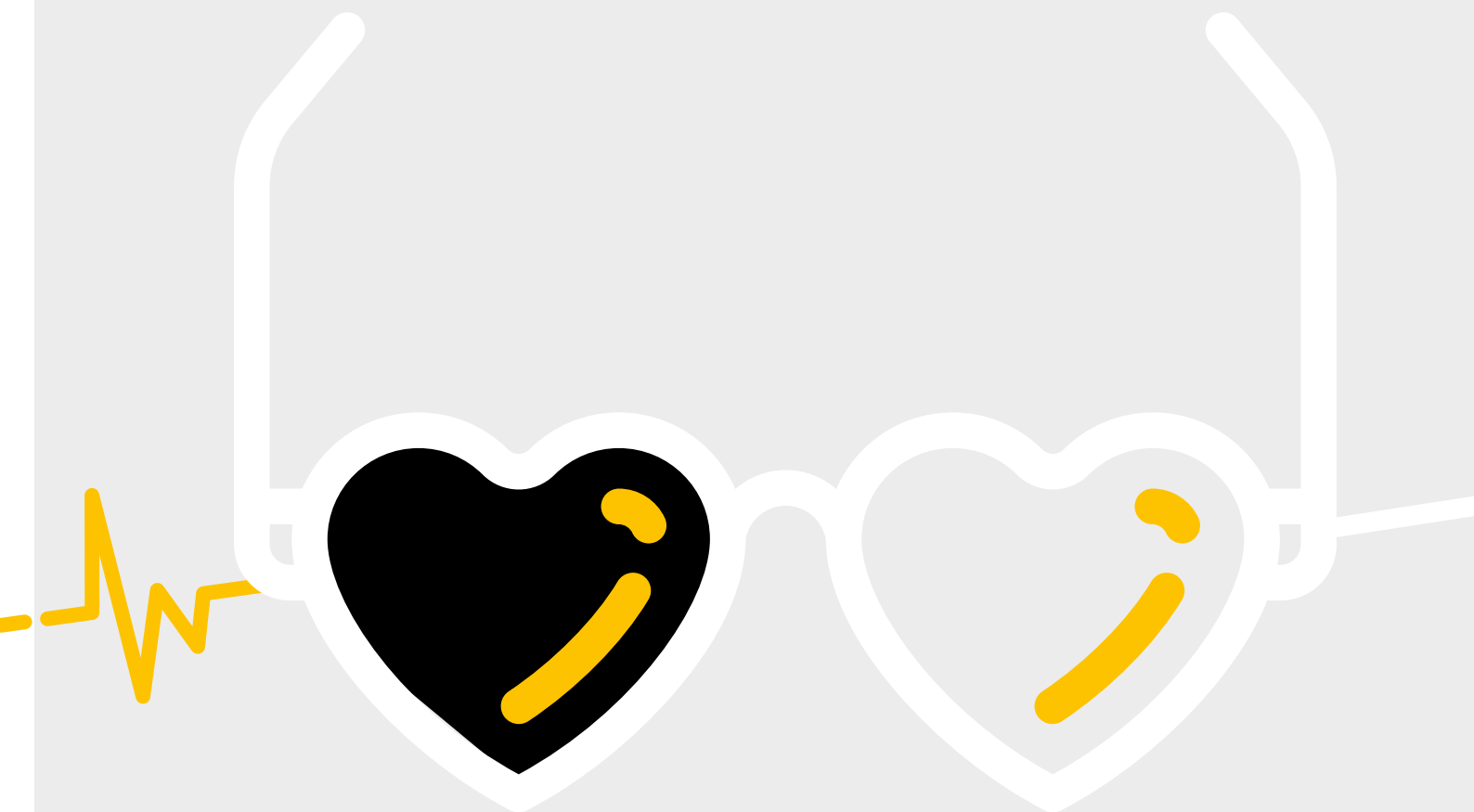
9

**INFLATIONS-
GESICHERTE
MIETVERTRÄGE**

10 Substanz mit
Wachstums-
potenzial

IM JAHR 2016 HABEN
WIR 16 ROADSHOWS
DURCHFÜHRT





CORPORATE GOVERNANCE 2016

UND ERKLÄRUNG ZUR
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

DIE DEUTSCHE EUROSHOP
IST EIN TRANSPARENTES
UNTERNEHMEN



Die Deutsche EuroShop ist ein transparentes Unternehmen, dessen Handeln auf einen langfristigen Erfolg ausgerichtet ist. Diese Orientierung zur Beständigkeit ist wesentlicher Teil unserer Unternehmenskultur. Auf Basis der rechtlichen und unternehmensspezifischen Rahmenbedingungen für die Führung eines börsennotierten Unternehmens wollen wir das Vertrauen von Investoren, Kreditgebern, Mitarbeitern, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit in die Leitung und Kontrolle unserer Gesellschaft fördern. Dieses Ziel deckt sich mit den Anforderungen einer anspruchsvollen Corporate Governance. Der Vorstand berichtet in dieser Erklärung – zugleich auch für den Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex sowie gemäß § 289a Abs. 1 HGB über Unternehmensführung.

ZIELE UND STRATEGIE

Die Unternehmensführung konzentriert sich auf Investments in qualitativ hochwertige Shoppingcenter in Innenstadtlagen und an etablierten Standorten, die das Potenzial für eine dauerhaft stabile Wertentwicklung haben. Daneben gilt die Erwirtschaftung eines hohen Liquiditätsüberschusses aus der langfristigen Vermietung der Shoppingcenter, der als jährliche Dividenden an die Aktionäre ausgeschüttet werden kann, als wichtiges Anlageziel. Zur Erreichung dieser Ziele wird das Kapital der Gesellschaft nach dem Grundsatz der Risikostreuung in Shoppingcenter in verschiedenen europäischen Regionen investiert; den Schwerpunkt bildet Deutschland. Indexierte und umsatzgebundene Gewerbemieten gewährleisten die gewünschte hohe Rentabilität.

Mit bis zu zehn Prozent des Eigenkapitals kann sich die Gesellschaft im Rahmen von Joint Ventures an Shoppingcenter-Projektentwicklungen im Frühstadium beteiligen.

Die Finanzierung neuer Investments soll in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen und der Fremdfinanzierungsanteil im Konzern 55 % dauerhaft nicht übersteigen. Grundsätzlich werden Zinssätze bei der Aufnahme oder Prolongation von Darlehen langfristig gesichert. Ziel ist es, die Duration (durchschnittliche Zinsbindungsdauer) bei über fünf Jahren zu halten.

ERTRAGSSTARKES UND WERTBESTÄNDIGES PORTFOLIO

Die Deutsche EuroShop AG verfügt über ein ausgewogen diversifiziertes Portfolio aus deutschen und europäischen Shoppingcentern. Bei Investitionen konzentrieren wir uns auf 1-a-Lagen von Städten mit einem Einzugsgebiet von mindestens 300.000 Einwohnern, um weiterhin einen hohen Grad an Investitionssicherheit zu gewährleisten.

GELEGENHEITEN NUTZEN, WERTE MAXIMIEREN

Im Rahmen unserer „Buy & Hold“-Strategie legen wir stets mehr Wert auf die Qualität und Rendite der Shoppingcenter als auf die Wachstumsgeschwindigkeit unseres Portfolios. Wir beobachten den Markt kontinuierlich und agieren als Käufer, wenn sich eine Gelegenheit ergibt. Durch kurze Entscheidungswege und hohe Flexibilität in Bezug auf mögliche Beteiligungs- und Finanzierungsstrukturen kann sich die Deutsche EuroShop auf unterschiedlichste Wettbewerbssituationen einstellen. Parallel dazu fokussiert sich die Konzernleitung auf die Wertoptimierung der vorhandenen Objekte im Portfolio.



**DIE DEUTSCHE
EUROSHOP AG VERFÜGT
ÜBER EIN AUSGEWOGEN
DIVERSIFIZIERTES
PORTFOLIO.**

DIFFERENZIIERTES MIETENSYSTEM

Ein wichtiger Bestandteil unseres Vermietungskonzepts ist ein differenziertes Mietensystem. Während Einzeleigentümer in Innenstädten oftmals darauf bedacht sind, die höchstmögliche Miete für ihre Immobilien zu erzielen (und dabei ein monostrukturiertes Einzelhandelsangebot entsteht), sorgen wir mit einer Mischkalkulation für einen attraktiven Branchenmix und langfristig optimierte Mieterträge. Die Mietpartner zahlen eine branchen- und umsatzabhängige Miete. In Schwächephase sind die Erträge der Deutsche EuroShop durch Mindestmieten abgesichert, die an den Verbraucherpreisindex gekoppelt sind.

KONZEPT DES ERLEBNIS-SHOPPINGS

Das Centermanagement haben wir an einen erfahrenen externen Partner, die Hamburger ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG (ECE), ausgelagert. Die ECE entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt seit 1965 Einkaufszentren. Mit fast 200 Einkaufszentren im Management ist das Unternehmen europäischer Marktführer. Wir sehen in einem professionellen Centermanagement den Schlüssel zum Erfolg eines Shoppingcenters. Es sorgt nicht nur für einheitliche Öffnungszeiten und eine stets freundliche, helle, sichere und saubere Einkaufsatmosphäre, sondern macht mit teils außergewöhnlichen Wareninszenierungen, Aktionen und Ausstellungen Shopping zum Erlebnis. Die durchschnittlich 500.000 bis 600.000 Menschen, die täglich unsere 21 Center besuchen, lassen sich von der Branchenvielfalt, aber auch von Aktionen wie Themenwelten, Castingshows, Modeschauen und Kinderattraktionen verschiedenster Art begeistern. Die Einkaufszentren werden so zu lebendigen Marktplätzen, auf denen stets Neues und Spektakuläres geboten wird.

ARBEITSWEISEN VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wird zwischen Vorstand und Aufsichtsrat abgestimmt und der Stand der Strategieumsetzung in regelmäßigen Abständen erörtert. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und ausführlich über die Entwicklung der Geschäfte zu unterrichten. Vorstand und Aufsichtsrat befassen sich in regelmäßigen Abständen und detailliert mit der Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sowie mit dem Risikomanagement der Gesellschaft. In diesem Zusammenhang werden das Vorliegen der formalen Voraussetzungen für die Umsetzung einer effizienten Steuerung und Überwachung der Gesellschaft sowie die Wirksamkeit der Kontrollmöglichkeiten überprüft. Die wesentlichen Einflussgrößen für das Geschäft werden vom Vorstand ermittelt und der Aufsichtsrat wird darüber informiert. Die Gremien beraten die Entwicklung der Bestandsobjekte, deren Umsatzentwicklung, Außen- und Vermietungsstände, bauliche Maßnahmen und die Liquiditätslage sowie die Investitionskostenentwicklung der Neubauprojekte. Die Umsatzentwicklung und das Zahlungsverhalten der Mieter werden im Detail beobachtet, um daraus gegebenenfalls frühzeitig Konsequenzen abzuleiten.

Neue Investitionsmöglichkeiten werden vom Vorstand geprüft und gegebenenfalls dem Aufsichtsrat im Rahmen der turnusmäßigen Aufsichtsratssitzungen vorgestellt. Die Investitionsentscheidungen werden vom Vorstand getroffen und danach dem Aufsichtsrat im Rahmen einer Entscheidungsvorlage zur Zustimmung vorgelegt.

Zudem wird zwischen Vorstand und Aufsichtsrat über die Entwicklung an den Kapital- und Kreditmärkten und die Auswirkungen auf die Strategie der Gesellschaft sowie die Eigen- und Fremdkapitalbeschaffung diskutiert.

Der Aufsichtsrat und die Ausschüsse erörtern mit dem Vorstand bei Bedarf weitere aktuelle Themen. Geschäfte, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen, werden regelmäßig in den planmäßigen Sitzungen besprochen und entschieden.

Für zustimmungspflichtige Geschäfte werden auch Telefonkonferenzen mit dem Aufsichtsrat oder den Ausschüssen durchgeführt und schriftliche Umlaufbeschlüsse gefasst.



**DIE STRATEGISCHE
AUSRICHTUNG DES
UNTERNEHMENS WIRD
ZWISCHEN VORSTAND
UND AUFSICHTSRAT
ABGESTIMMT.**

CORPORATE GOVERNANCE 2016

Die Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex hat am 26. Februar 2002 den Deutschen Corporate Governance Kodex veröffentlicht und zuletzt am 5. Mai 2015 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.

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Aufsichtsrat und Vorstand haben die ihnen nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben im Geschäftsjahr 2016 wahrgenommen. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde zwischen Vorstand und Aufsichtsrat abgestimmt und der Stand der Strategieumsetzung in regelmäßigen Abständen erörtert. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und ausführlich über die Entwicklung der Geschäfte und die Risikosituation informiert. Über die Schwerpunkte seiner Tätigkeit im Geschäftsjahr 2016 informiert der Aufsichtsrat ausführlich im Geschäftsbericht 2016 der Deutsche EuroShop AG.

Im Geschäftsjahr 2016 existierten keine Berater- oder sonstigen Dienstleistungs- bzw. Werkverträge zwischen Mitgliedern des Aufsichtsrats und der Gesellschaft.

ZUSAMMENSETZUNG UND VIELFALT

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat hat für seine Zusammensetzung konkrete Ziele formuliert und sich an den Bedürfnissen einer börsennotierten Gesellschaft orientiert, die mit kleinem Personalstamm langfristige Investitionen mit hohem Kapitaleinsatz tätigt. Vor diesem Hintergrund soll sich der Aufsichtsrat zusammensetzen aus mehrheitlich unabhängigen Mitgliedern beiderlei Geschlechts, die über besondere Kenntnisse und Erfahrungen aus dem Einzelhandel, der Vermietung von Einzelhandelsflächen sowie im Management von Shoppingcentern, der Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung börsennotierter Immobiliengesellschaften sowie der Rechnungslegung und internen Kontrollverfahren nach deutschen und / oder internationalen Vorschriften, der Corporate Governance und der Unternehmensführung verfügen. Der Anteil der Frauen im Aufsichtsrat soll 30 % betragen. Die Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats beträgt 70 Jahre.

Der Aufsichtsrat ist daneben der Auffassung, dass für Aufsichtsratsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten sollen. Eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat ist daher nicht festgelegt.

Der Aufsichtsrat ist nach eigener Einschätzung mit einer angemessenen Zahl unabhängiger Mitglieder besetzt. Fünf der insgesamt neun Mitglieder des Aufsichtsrats sind unabhängig. Dabei handelt es sich um Reiner Strecker, Karin Dohm, Beate Bell, Manuela Better und Roland Werner.

Vorstand

Der Vorstand der Deutsche EuroShop AG 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 Führung des Konzerns, die Festlegung der strategischen Ausrichtung, die Planung sowie die Einrichtung, Durchführung und Überwachung eines Risikomanagements.

Der Vorstand der Deutsche EuroShop AG bestand zum 31. Dezember 2016 aus zwei Mitgliedern.

Wilhelm Wellner

geb. am 8. März 1967

Erste Bestellung: 1. Februar 2015

Bestellt bis: 30. Juni 2018

Wilhelm Wellner wurde mit seinem Eintritt am 1. Februar 2015 in die Deutsche EuroShop zunächst Mitglied des Vorstands und übernahm am 1. Juli 2015 seine jetzige Funktion als Sprecher des Vorstands. Er fungiert gleichzeitig als Geschäftsführer und Verwaltungsrat verschiedener Gesellschaften im Deutsche EuroShop-Konzern.

Olaf Borkers

geb. am 10. Dezember 1964

Erste Bestellung: 2005

Bestellt bis: 30. September 2019

Olaf Borkers wurde mit seinem Eintritt in die Deutsche EuroShop AG 2005 Mitglied des Vorstands. Er fungiert ebenfalls gleichzeitig als Geschäftsführer und Verwaltungsrat verschiedener Gesellschaften im Deutsche EuroShop-Konzern.



Aufsichtsrat

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

Der Aufsichtsrat hat die Informations- und Berichtspflichten des Vorstands festgelegt. Neben einem aus drei Mitgliedern bestehenden **Aufsichtsratspräsidium** (gleichzeitig Nominierungsausschuss) wurde ein aus ebenfalls jeweils drei Mitgliedern bestehender **Prüfungsausschuss** sowie ein **Kapitalmarktausschuss** gebildet.

Dem Aufsichtsrat gehören an:

- Reiner Strecker, Vorsitzender
- Karin Dohm, stellvertretende Vorsitzende
- Thomas Armbrust
- Beate Bell
- Manuela Better
- Dr. Henning Kreke
- Alexander Otto
- Klaus Striebich
- Roland Werner

Dem **Aufsichtsratspräsidium** gehören Herr Strecker, Frau Dohm 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 Vorbereitung von Personalangelegenheiten des Vorstands und die Prüfung der Corporate-Governance-Grundsätze des Unternehmens. Das Aufsichtsratspräsidium nimmt gleichzeitig die Aufgaben eines Nominierungsausschusses wahr.

Dem **Prüfungsausschuss** gehören Frau Dohm als Financial Expert und Vorsitzende sowie die Herren Armbrust und Strecker an. Der Prüfungsausschuss ist für Fragen zur Rechnungslegung, Prüfung und Aufstellung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses zuständig. Zudem überwacht dieser Ausschuss die Abschlussprüfung sowie die Wirksamkeit der internen Kontroll- und Risikomanagementsysteme. Ehemalige Vorstandsmitglieder der Gesellschaft und der Aufsichtsratsvorsitzende übernehmen generell nicht den Vorsitz des Prüfungsausschusses, damit Interessenkonflikte vermieden werden.

Dem **Kapitalmarktausschuss** gehörten die Herren Armbrust, Dr. Kreke und Strecker an. Vorsitzender des Kapitalmarktausschusses im vergangenen Jahr war Herr Armbrust. Stellvertreter des Vorsitzenden war Herr Strecker. Die dem Aufsichtsrat im Zusammenhang mit der Ausnutzung eines genehmigten und eines bedingten Kapitals zustehenden Befugnisse wurden dem Ausschuss zur Entscheidung und Erledigung übertragen.

FRAUENQUOTE

Der Aufsichtsrat und der Vorstand haben sich mit dem 2015 in Kraft getretenen Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst befasst und am 24. April 2015 entsprechende Quoten festgelegt. Für den Aufsichtsrat wie auch für den Vorstand wurde eine Frauenquote von mindestens 30 % festgelegt, die bis zum 30. Juni 2017 erreicht werden sollen. Der Vorstand hat ebenfalls 2015 die gleiche Zielgröße mit gleicher Fristsetzung für die Führungsebenen unterhalb des Vorstands festgelegt. Aufgrund der Mitarbeiterzahl von fünf gibt es nur eine erste Führungsebene.

Für den neunköpfigen Aufsichtsrat wird die Quote seit Festlegung 2015 und per 31. Dezember 2016 mit drei weiblichen Mitgliedern erfüllt.

Im zweiköpfigen Vorstand lag die Frauenquote zum Stichtag bei 0 %. Die Vorstandsverträge der beiden derzeitigen Vorstandsmitglieder enden am 30. Juni 2018 bzw. 30. September 2019. Die Ausweitung des Vorstands auf drei Mitglieder ist aufgrund der geringen Mitarbeiterzahl und der Spezifika einer Holdinggesellschaft nicht angemessen und sinnvoll. Die angestrebte Frauenquote des Vorstands wird daher bis zum 30. Juni 2017 voraussichtlich nicht erreicht werden.

Die Frauenquote in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands lag zum 31. Dezember 2016 ebenfalls bei 0 %. Die erste Führungsebene besteht ebenfalls aus zwei Personen. Bei Festlegung der Frauenquote 2015 wurde die Quote erfüllt bis zum Ausscheiden der leitenden Mitarbeiterin auf eigenen Wunsch zum 31. März 2016. Die Aufgaben wurden durch die Neueinstellung eines Mitarbeiters übernommen, der sich aufgrund seiner Berufsausbildung und -erfahrung als beste Wahl durchgesetzt hat.

AKTIENBESITZ**Vorstand**

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2016 keine Aktien und damit weniger als 1 % am Grundkapital der Deutsche EuroShop AG.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2016 insgesamt 9.683.163 Stück Aktien und damit mehr als 1 % am Grundkapital der Deutsche EuroShop AG.

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 AG sind im Geschäftsjahr 2016 folgende Wertpapiertransaktionen von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats bzw. von bestimmten den Organmitgliedern nahestehenden Personen gemäß § 15a WpHG gemeldet worden:

**10-10-10**

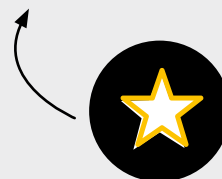
Entscheidungshilfe: Wer sich nicht entscheiden kann, dem hilft vielleicht die Frage, welche Auswirkungen seine Entscheidung in 10 Minuten, in 10 Monaten und in 10 Jahren haben wird.

DIRECTORS' DEALINGS

Name / Firma	Bezeichnung des Finanzinstruments	Geschäftsart	Datum	Preis (€)	Stückzahl	Gesamtvolumen (€)	Ort
Klaus Striebich	Aktie*	Kauf	18.01.2016	37,65	1.000	37.650,00	Stuttgart
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	13.04.2016	41,62	51.332	2.136.181,18	außerbörslich
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	24.06.2016	39,06	46.127	1.801.849,78	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	16.08.2016	40,72	18.500	753.242,30	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	17.08.2016	40,69	89041	3.623.398,84	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Derivat**	Verkauf	01.09.2016	3,08	616	189.728,00	Eurex
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Derivat**	Verkauf	09.09.2016	3,03	884	267.852,00	Eurex
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Derivat**	Verkauf	14.09.2016	3,19	1.000	319.000,00	Eurex
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	06.10.2016	38,70	15.198	588.193,00	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	07.10.2016	38,72	6.346	245.747,58	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	10.10.2016	38,75	170	6.587,50	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	11.10.2016	38,75	2.322	98.977,50	Xetra
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H.	Aktie*	Kauf	12.10.2016	38,73	25.964	1.005.653,23	Xetra

* ISIN: DE0007480204

** Put-Option auf Deutsche EuroShop AG (DE0007480204), Multiplier: 100 Aktien



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 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 AG 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 § 315a 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 die Vorsitzende des Prüfungsausschusses, wobei der Jahresabschlussprüfer zuvor von der Hauptversammlung gewählt wurde. Die erhöhten Anforderungen an die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers werden dabei erfüllt.

Auf der Hauptversammlung am 15. Juni 2016 wurde die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für das Geschäftsjahr 2016 zum Abschluss- und Konzernabschlussprüfer gewählt. Die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat die Jahres- und Konzernabschlüsse für die Geschäftsjahre 2005 bis 2016 der Deutsche EuroShop AG ohne Unterbrechung geprüft. Die jeweils verantwortlichen Wirtschaftsprüfer / -innen innerhalb der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft haben in dem oben genannten Zeitraum verschiedentlich gewechselt. Die aktuell verantwortliche Wirtschaftsprüferin hat mit dem Jahresabschluss 2016 erstmalig und der daneben verantwortliche Wirtschaftsprüfer seinen zweiten Jahresabschluss in dieser Funktion geprüft. Andere Bestätigungsleistungen hat die BDO im Umfang von 4 T€ für unsere Gesellschaft im Geschäftsjahr 2016 erbracht.

AUSBLICK

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats hat sich in den letzten drei Jahren im Hinblick auf einen Generationswechsel und neue Anforderungen an die Zusammensetzung deutlich verändert. Die adäquate Zusammensetzung des Gremiums ist sichergestellt und den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex wird damit in ausgewogener Form entsprochen.



←
DIE ADÄQUATE
ZUSAMMENSETZUNG
DES GREMIUMS IST
SICHERGESTELLT.



ENTSPRECHENS- ERKLÄRUNG

Im November 2016 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft gemeinsam ihre aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex für das Geschäftsjahr 2016 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 letzten Fassung vom 5. Mai 2015 mit wenigen nachfolgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird.

- **Die D&O-Versicherung beinhaltet keinen Selbstbehalt des Aufsichtsrats (Kodex Ziff. 3.8).**
Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen des § 93 Abs. 2 Satz 3 AktG wurde für den Vorstand ein Selbstbehalt vereinbart. Für den Aufsichtsrat ist auch zukünftig kein Selbstbehalt vorgesehen. Ein Selbstbehalt hat nach Auffassung von Vorstand und Aufsichtsrat keine Auswirkungen auf das Verantwortungsbewusstsein und die Loyalität, mit denen die Gremienmitglieder die ihnen übertragenen Aufgaben und Funktionen wahrnehmen.
- **Der Aufsichtsrat hat keinen oberen Führungskreis zum Vergütungsvergleich abgegrenzt (Kodex Ziff. 4.2.2).**
Die Belegschaft der Deutsche EuroShop AG besteht nur aus fünf Personen. Daher ist eine Abgrenzung zwischen ihr und einem oberen Führungskreis nicht sinnvoll. Insofern kann nur das Verhältnis zwischen der Vorstandsvergütung und der Vergütung der Gesamtbelegschaft vom Aufsichtsrat berücksichtigt werden.
- **Für Aufsichtsratsmitglieder ist keine Regelgrenze für die Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat festgelegt (Kodex Ziff. 5.4.1).**
Der Aufsichtsrat ist der Auffassung, dass für Aufsichtsratsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten. Eine Begrenzung der Zugehörigkeitsdauer könnte eine qualifizierte und erfolgreiche Aufsichtsratsarbeit beenden.
- **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. Untestierte, aber für den Kapitalmarkt wesentliche Kennzahlen werden vorab veröffentlicht.

Hamburg, 27. November 2016

Vorstand und Aufsichtsrat
Deutsche EuroShop AG

EPRA-BERICHTERSTATTUNG



Die European Public Real Estate Association (EPRA) mit Sitz in Brüssel hat sich als Ziel gesetzt, die Transparenz und Vergleichbarkeit der veröffentlichten Reportings der europäischen börsennotierten Gesellschaften zu verbessern. Zu diesem Zweck hat die EPRA in ihren „Best Practice Recommendations“ Kennzahlen definiert. Die Deutsche EuroShop unterstützt als Mitglied der EPRA dieses Ziel.

Bereits in den Vorjahren waren EPRA-Kennzahlen Teil unseres regelmäßigen Reportings. Im Geschäftsjahr 2016 haben wir weitere wesentliche EPRA-Kennzahlen ergänzt und präsentieren diese, um ihrer zunehmenden Bedeutung gerecht zu werden, in einem separaten Teil unseres Geschäftsberichtes. In diesem Zusammenhang haben wir die Ermittlung einzelner im Konzernlagebericht

veröffentlichten EPRA-Kennzahlen überarbeitet und die Vorjahreswerte entsprechend angepasst. Die Anpassungen der Vorjahreswerte werden erläutert. Bei der Ermittlung der Kennzahlen wurden die „Best Practice Recommendations“ der EPRA in ihrer aktuellen Fassung¹ verwendet.

EPRA-Kennzahlen im Überblick	31.12.2016 in T€	31.12.2016 je Aktie in €	31.12.2015 in T€	31.12.2015 je Aktie in €	Veränderung +/- in T€	Veränderung in %
EPRA Earnings	123.675	2,29	117.738	2,18	5.937	5,0
EPRA Earnings (verwässert)	125.827	2,20	119.890	2,10	5.937	5,0
EPRA NAV	2.332.574	43,24	2.135.219	39,58	197.355	9,2
EPRA NAV (verwässert)	2.431.254	42,53	2.232.191	39,12	199.063	8,9
EPRA NNAV	1.833.905	34,00	1.693.720	31,40	140.185	8,3
EPRA NNAV (verwässert)	1.932.585	33,81	1.790.692	31,38	141.893	7,9

	31.12.2016 in %	31.12.2015 in %	Veränderung in %-Punkten
EPRA Nettoanfangsrendite (EPRA NIY)	5,0	5,2	-0,2
EPRA „Topped-up“ Nettoanfangsrendite	5,0	5,2	-0,2
EPRA Kostenquote (inkl. direkter Leerstandskosten)	13,1	12,8	0,3
EPRA Kostenquote (exkl. direkter Leerstandskosten)	12,9	12,6	0,3
EPRA Leerstandsquote	1,2	1,1	0,1

¹ Die aktuelle gültige Fassung der „Best Practice Recommendations“ der EPRA findet sich unter: <http://www.epra.com/regulation-and-reporting/bpr/>

EPRA ÜBERSCHUSS

Der EPRA-Überschuss (EPRA Earnings) stellt das nachhaltige operative Ergebnis und damit die Basis für die Ausschüttungsfähigkeit einer Immobiliengesellschaft dar. Das Jahresergebnis wird hierzu um Ertragskomponenten korrigiert, die keinen nachhaltigen und

wiederkehrenden Einfluss auf die operative Leistungsfähigkeit haben. Die EPRA Earnings sind damit grundsätzlich vergleichbar mit der von uns genutzten Steuerungsgröße Funds from Operations (FFO, siehe S. F9). Abweichend zu den EPRA Earnings werden bei den

FFO sämtliche nicht zahlungswirksamen latenten Steuern sowie der nicht zahlungswirksame Aufwand aus dem Wandlungsrecht der Wandelanleihe korrigiert.²

EPRA Earnings	31.12.2016 in T€	31.12.2016 je Aktie in €	31.12.2015 in T€	31.12.2015 je Aktie in €	Veränderung je Aktie in €	Veränderung in %
Konzernergebnis	221.757	4,11	309.282	5,73	-1,62	-28,3
<i>Bewertungsergebnis Investment Properties</i>	-117.460		-220.556			
<i>Bewertungsergebnis Investment Properties (at-equity)</i>	-28.711		-47.180			
Bewertungsergebnis Investment Properties*	-146.171	-2,71	-267.736	-4,96	2,25	-45,4
<i>Bewertungsergebnis derivative Finanzinstrumente</i>	-2.629		-2.231			
<i>Bewertungsergebnis derivative Finanzinstrumente (at-equity)</i>	-281		0			
Bewertungsergebnis derivative Finanzinstrumente*	-2.910	-0,05	-2.231	-0,04	-0,01	30,4
Sonstiges Bewertungsergebnis	686	0,01	0	0,00	0,01	-
Akquisitionskosten	1.093	0,02	0	0,00	0,02	-
Latente Steuern in Bezug auf EPRA-Anpassungen***	49.220	0,91	78.423	1,45	-0,54	-37,2
EPRA EARNINGS	123.675	2,29	117.738	2,18	0,11	5,0
Aufwand für die Wandelanleihe	2.152		2.152			
EPRA EARNINGS (verwässert)	125.827	2,20	119.890	2,10	0,10	5,0
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien		53.945.536		53.945.536		
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien (verwässert)		57.163.039		57.059.853		

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

** betreffen latente Steuern auf Investment Properties und derivative Finanzinstrumente

² Im Vorjahreslagebericht wurde die EPRA Earnings mit 1,89 € je Aktie angegeben. Abweichend zum Vorjahr wurden 2016 die latenten Steuern, welche auf die Veränderung des Steuerbilanzwertes entfallen, hinzugerechnet. Weiterhin wurde das Bewertungsergebnis derivativer Finanzinstrumente mit berücksichtigt. Die Ermittlung der Vorjahreskennzahl wurde entsprechend angepasst.

EPRA NET ASSET VALUE

Der EPRA NAV stellt den Nettovermögenswert auf Basis eines langfristig orientierten Geschäftsmodells dar. Das Konzerneigenkapital wird hierzu um Vermögenswerte und

Verbindlichkeiten korrigiert, die sich bei einer langfristigen Bestandshaltung voraussichtlich nicht realisieren werden.³

EPRA-NAV	31.12.2016 in T€	31.12.2016 je Aktie in €	31.12.2015 in T€	31.12.2015 je Aktie in €	Veränderung je Aktie in €	Veränderung in %
Eigenkapital	1.916.148	35,52	1.767.859	32,77	2,75	8,4
Zeitwert derivativer Finanzinstrumente	48.659		50.452			
Zeitwert derivativer Finanzinstrumente (at-equity)	1.840		0			
Zeitwert derivativer Finanzinstrumente*	50.499	0,94	50.452	0,94	0,00	0,1
EIGENKAPITAL OHNE DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE	1.966.647	36,46	1.818.311	33,71	2,75	8,2
Latente Steuern auf Investment Properties und derivative Finanzinstrumente*	365.927	6,78	316.908	5,87	0,91	15,5
EPRA NAV	2.332.574	43,24	2.135.219	39,58	3,66	9,2
Potenzieller Effekt aus Wandlung Anleihe	98.680		96.972			
EPRA NAV (verwässert)	2.431.254	42,53	2.232.191	39,12	3,41	8,9
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien		53.945.536		53.945.536		
Gewichtete Anzahl der- ausgegebenen Stückaktien (verwässert)		57.163.039		57.059.853		

* inklusive des Anteils der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt



³ Im Vorjahreslagebericht wurde der EPRA NAV mit 39,12 € je Aktie angegeben. Im Vergleich zum Vorjahr wurden auch die ergebniswirksam erfassten Finanzinstrumente bei der Ermittlung des EPRA NAV berücksichtigt. Des Weiteren wurden die latenten Steuern auf die körperschaftsteuerlichen Verlustvorträge bei der Herleitung des EPRA NAV berücksichtigt. Die Ermittlung der Vorjahreskennzahl wurde entsprechend angepasst. Erstmals wurde auch der verwässerte EPRA NAV ermittelt.

EPRA TRIPLE NET ASSET VALUE

Während der EPRA NAV auf eine langfristige Betrachtung unter Annahme der Unternehmensfortführung abzielt, bezieht der EPRA NNNAV auch Vermögenswerte und

Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag mit ihrem Zeitwert ein, die sich bei einer langfristigen Betrachtung voraussichtlich nicht realisieren werden. Ausgehend vom EPRA

NAV werden die Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente und Finanzverbindlichkeiten sowie die damit verbundenen latenten Steuern einbezogen.

EPRA NNNAV	31.12.2016 in T€	31.12.2016 je Aktie in €	31.12.2015 in T€	31.12.2015 je Aktie in €	Veränderung je Aktie in €	Veränderung in %
EPRA NAV	2.332.574	43,24	2.135.219	39,58	3,66	9,2
Zeitwert derivativer Finanzinstrumente*	-50.499	-0,94	-50.452	-0,94	0,00	0,1
<i>Unterschied nicht bilanzierter Zeitwert Finanzverbindlich- keiten zu ihrem Buchwert</i>	-103.671		-95.231			
<i>davon auf Fremdgesellschaf- ter von Personengesell- schaften entfallender Anteil</i>	11.799		10.582			
<i>Unterschied nicht bilanzierter Zeitwert Finanzverbindlich- keiten zu ihrem Buchwert (at-equity)</i>	-8.421		-7.604			
Unterschied nicht bilanzierter Zeitwert Finanzverbindlich- keiten zu ihrem Buchwert*	-100.293	-1,86	-92.253	-1,71	-0,15	8,7
Latente Steuer auf Unterschied nicht bilanzierter Zeitwert Finanzverbindlichkeiten zu ihrem Buchwert*	18.050	0,33	18.114	0,34	0,00	-0,4
Latente Steuern auf Investment Properties und derivative Finanzinstrumente*	-365.927	-6,78	-316.908	-5,87	-0,91	15,5
EPRA NNNAV	1.833.905	34,00	1.693.720	31,40	2,60	8,3
Potenzieller Effekt aus Wandlung Anleihe	98.680		96.972			
EPRA NNNAV (verwässert)	1.932.585	33,81	1.790.692	31,38		
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien		53.945.536		53.945.536		
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien (verwässert)		57.163.039		57.059.853		

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

EPRA NETTOANFANGSRENDITE UND EPRA „TOPPED-UP“ NETTOANFANGSRENDITE

Die EPRA Nettoanfangsrendite ermittelt sich auf Basis der annualisierten Mieterträge zum Bilanzstichtag abzüglich der nicht auf Mieter umlegbaren Kosten, die ins Verhältnis zum Verkehrswert der Immobilien inklusive der Erwerbsnebenkosten gesetzt werden. Bei der EPRA „topped-up“ Nettoanfangsrendite werden bei der Ermittlung der annualisierten Mieterträge gewährte Vermietungsanreize einbezogen.

EPRA Nettoanfangsrendite (EPRA NIY) und EPRA „Topped-up“ Nettoanfangsrendite	31.12.2016 in T€	31.12.2015 in T€
<i>Verkehrswert Investment Properties</i>	3.520.824	3.356.655
<i>Verkehrswert Investment Properties (at-equity)</i>	669.960	524.870
Verkehrswert Investment Properties	4.190.784	3.881.525
Abzüglich Erweiterungsflächen*	-11.284	-11.098
Hierbei in Abzug gebrachte Erwerbsnebenkosten*	245.605	225.602
VERKEHRSWERT INVESTMENT PROPERTIES (Brutto)	4.425.105	4.096.029
Annualisierte Mieteinnahmen*	239.517	234.370
Nicht umlagefähige Immobilienaufwendungen*	-20.290	-20.878
ANNUALISIERTE NETTOMIETERTRÄGE	219.227	213.492
Mietanreize und sonstige Mietanpassungen*	871	792
Annualisierte „topped-up“ Nettomietertäge	220.098	214.284
EPRA NETTOANFANGSRENDITE (EPRA NIY)	5,0 %	5,2 %
EPRA „TOPPED-UP“ NETTOANFANGSRENDITE	5,0 %	5,2 %

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

EPRA LEERSTANDSQUOTE

Die EPRA Leerstandsquote errechnet sich aus der Marktmiete für die Leerstandsflächen im Verhältnis zur Marktmiete des Gesamtportfolios zum Bilanzstichtag.

	31.12.2016 in T€	31.12.2015 in T€
EPRA Leerstandsquote		
Marktmiete für Leerstand*	2.899	2.636
Marktmiete gesamt*	237.133	231.433
EPRA LEERSTANDSQUOTE	1,2%	1,1%

* inklusive des Anteils der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

EPRA KOSTENQUOTE

Die EPRA Kostenquote setzt die Summe aus operativen Kosten und Verwaltungskosten ins Verhältnis zu den Mieteinnahmen und ermöglicht somit eine Einschätzung

hinsichtlich der Kosteneffizienz zwischen vergleichbaren Immobilienunternehmen. Die operativen Kosten und Verwaltungskosten umfassen alle nicht umlegbaren oder

weiterbelastbaren Aufwendungen aus der Bewirtschaftung des Immobilienbestandes (ohne Abschreibungen, Zinsen und Steuern) sowie die Konzernverwaltungskosten.

	31.12.2016 in T€	31.12.2015 in T€
EPRA Kostenquote		
Grundstücksbetriebs- und verwaltungskosten*	24.074	22.632
Sonstige betriebliche Aufwendungen* ohne Finanzierungskosten	7.086	7.268
Sonstige Erlöse aus Weiterberechnungen und Erstattungen*	0	0
EPRA KOSTEN (inkl. direkter Leerstandskosten)	31.160	29.900
Direkte Leerstandskosten*	-297	-280
EPRA KOSTEN (exkl. direkter Leerstandskosten)	30.863	29.620
Umsatzerlöse aus Vermietung*	238.740	234.379
EPRA KOSTENQUOTE (inkl. direkter Leerstandskosten)	13,1%	12,8%
EPRA KOSTENQUOTE (exkl. direkter Leerstandskosten)	12,9%	12,6%

* inklusive des Anteils der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt



RATIONAL



Sie sind fasziniert
von Zahlen?



NEIN JA

Ihr Motto lautet
„Fakten, Fakten, Fakten“?

NEIN JA

Bitte steigen Sie
bei Seite E1 ein!

Bitte hier
aufblättern!

FINANZKALENDER 2017

Januar

- 05.–06.01. Oddo Forum, Lyon
17.01. Kepler Cheuvreux German Corporate Conference, Frankfurt

Februar

- 15.02. Oddo Seydler German Conference, Frankfurt

März

- 23.03. HSBC Real Estate Conference, Frankfurt
25.03. Börsentag, München
28.03. Roadshow London, Metzler
30.03. Roadshow Amsterdam, Commerzbank

April

- 03.04. Roadshow München, Baader Bank
03.04. Roadshow Zürich, Berenberg
12.04. Prüfungsausschusssitzung, Hamburg
26.04. Aufsichtsratssitzung, Hamburg
28.04. **Veröffentlichung Geschäftsbericht 2016**

May

- 11.05. **Quartalsmitteilung 3M 2017**
19.05. equinet ESN Conference, Frankfurt
19.05. Warburg Highlights, Hamburg

June

- 01.06. Kepler Cheuvreux German Property Day, Paris
07.06. Kempen & Co European Property Seminar, Amsterdam
15.06. Roadshow London, Green Street Advisors
16.06. Roadshow Edinburgh, JP Morgan Cazenove
19.06. Roadshow Warschau, Berenberg
22.06. Deutsche Bank dbAccess Conference, Berlin
28.06. **Hauptversammlung, Hamburg**
28.06. Aufsichtsratssitzung, Hamburg

August

- 15.08. **Halbjahresfinanzbericht 2017**

September

- 04.–05.09. DES Real Estate Summer, Brunn
12.–13.09. BoA Merrill Lynch Global RE Conference, New York
18.09. Goldman Sachs & Berenberg German Conference., München
19.09. Baader Investment Conference, München
28.09. Aufsichtsratssitzung, Hamburg
29.09. Société Générale Pan European Real Estate Conference, London

Oktober

- 04.–06.10. Expo Real, München

November

- 15.11. **Quartalsmitteilung 9M 2017**
16.11. Natixis European Mid Caps Conference, Paris
17.11. Roadshow Amsterdam, Societe Generale
17.11. Roadshow Brüssel, Kempen & Co
21.11. DZ Bank Equity Conference, Frankfurt
29.11. Aufsichtsratssitzung, Hamburg

Dezember

- 05.12. Berenberg European Conference, Pennyhill
11.–12.12. HSBC Global Real Estate Conference, Kapstadt

Unser Finanzkalender wird ständig erweitert. Die neuesten Termine erfahren Sie auf unserer Internetseite unter www.deutsche-euroshop.de/ir



KONZERNLAGEBERICHT

GRUNDLAGEN DES KONZERNS	R1
WIRTSCHAFTSBERICHT	R2
NACHTRAGSBERICHT	R14
PROGNOSEBERICHT	R14
RISIKOBERICHT	R16
CHANCENBERICHT	R21
VERGÜTUNGSBERICHT	R21
ÜBERNAHMERELEVANTE ANGABEN	R24
ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG (§ 289A HGB)	R25

KONZERNABSCHLUSS

KONZERNBILANZ	R26
KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	R28
KONZERN-GESAMT-ERGEBNISRECHNUNG	R29
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG	R30
KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	R31
KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016	R32
BESTÄTIGUNGSVERMERK	R58

SERVICE

GLOSSAR	R60
IMPRESSUM	R63

MEHRJAHRESÜBERSICHT

in Mio. €	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ⁵	2013 ⁵	2014 ⁵	2015 ⁵	2016⁵
Umsatzerlöse	95,8	115,3	127,6	144,2	190,0	178,2	188,0	200,8	202,9	205,1
EBIT	78,5	98,1	110,7	124,0	165,7	151,6	165,8	177,5	176,3	178,6
Finanzergebnis	-39,6	-49,4	-55,9	-60,2	-79,1	-62,1	-34,1	-39,8	-2,1	-13,9
Bewertungsergebnis	39,0	38,3	-14,8	33,1	50,1	13,9	56,0	77,0	220,6	116,8
EBT	77,8	87,0	40,1	97,0	136,7	103,4	187,6	214,7	394,7	281,5
Konzernergebnis	94,2	68,9	34,4	-7,8	99,0	122,5	171,0	177,4	309,3	221,8
FFO je Aktie in €	1,12	1,38	1,40	1,35	1,61	1,68	2,08	2,23	2,29	2,41
Ergebnis je Aktie in € ¹	2,74	1,96	0,88	-0,17	1,92	2,36	3,17	3,29	5,73	4,11
Eigenkapital ²	974,0	977,8	1.044,4	1.441,5	1.473,1	1.606,1	1.642,4	1.751,2	2.061,0	2.240,7
Verbindlichkeiten	1.002,3	1.029,1	1.067,8	1.522,1	1.752,0	1.741,5	1.752,5	1.741,0	1.790,6	1.873,8
Bilanzsumme	1.976,3	2.006,8	2.112,1	2.963,6	3.225,1	3.347,6	3.394,9	3.492,2	3.851,6	4.114,5
Eigenkapitalquote in % ²	49,3	48,7	49,5	48,6	45,7	48,0	48,4	50,1	53,5	54,5
Liquide Mittel	109,0	41,7	81,9	65,8	64,4	161,0	40,8	58,3	70,7	64,0
Net Asset Value ³	925,1	942,8	1.006,9	1.361,1	1.427,3	1538,9	1.650,4	1.789,4	2.110,6	2.332,6
Net Asset Value je Aktie in € ³	26,91	27,43	26,63	26,36	27,64	28,53	30,59	33,17	39,12	43,24
Dividende je Aktie in €	1,05	1,05	1,05	1,10	1,10	1,20	1,25	1,30	1,35	1,40⁴

¹ unverwässert

² inkl. Fremdanteile am Eigenkapital

³ seit 2010: EPRA

⁴ Vorschlag

⁵ At-equity-Konsolidierung

Quartalszahlen 2016

in Mio. €	Q1.16	Q2.16	Q3.16	Q4.16
Umsatzerlöse	50,7	51,1	50,4	52,9
EBIT	44,6	44,2	42,6	47,2
Finanzergebnis	-12,2	-13,3	-11,1	22,7
Bewertungsergebnis	-1,4	-1,9	-1,6	121,7
EBT	31,0	29,1	30,0	191,4
Konzernergebnis	24,9	23,8	23,5	149,6
Ergebnis je Aktie in € ¹	0,46	0,44	0,44	2,77

¹ unverwässert

KONZERNLAGEBERICHT

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

GESCHÄFTSMODELL DES KONZERNS, ZIELE UND STRATEGIE

Die Deutsche EuroShop ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Der Sitz der Gesellschaft ist in Hamburg. Die Deutsche EuroShop ist Deutschlands einzige Aktiengesellschaft, die ausschließlich in Shoppingcenter an erstklassigen Standorten investiert. Zum Immobilienportfolio gehören 20 Einkaufszentren in Deutschland, Österreich, Polen und Ungarn. Die ausgewiesenen Umsätze erzielt der Konzern aus den Mieterlösen der vermieteten Flächen in den Einkaufszentren.

Die Einkaufszentren werden von eigenständigen Gesellschaften gehalten, über die die Deutsche EuroShop an elf Shoppingcentern zu 100 % und an neun Shoppingcentern mit 50 % bis 75 % beteiligt ist. Weitere Informationen zur Einbeziehung dieser Gesellschaften in den Konzernabschluss sind im Konzernanhang aufgeführt.

Konzernführende Gesellschaft ist die Deutsche EuroShop AG. Sie ist verantwortlich für Unternehmensstrategie, Portfolio- und Risikomanagement, Finanzierung und Kommunikation. Der Deutsche EuroShop-Konzern ist zentral und in einer personell schlanken Struktur organisiert.

Ziele und Strategie

Die Unternehmensführung konzentriert sich auf Investments in qualitativ hochwertige Shoppingcenter in Innenstadtlagen und an etablierten Standorten, die das Potenzial für eine dauerhaft stabile Wertentwicklung haben. Daneben gilt die Erwirtschaftung eines hohen Liquiditätsüberschusses aus der langfristigen Vermietung der Shoppingcenter, der als jährliche Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet werden kann, als wichtiges Anlageziel. Dazu investiert die Gesellschaft ihr Kapital nach dem Grundsatz der Risikostreuung in Shoppingcenter in verschiedenen europäischen Regionen; den Schwerpunkt bildet Deutschland. Indexierte und umsatzgebundene Gewerbemieten gewährleisten die gewünschte hohe Rentabilität.

Mit bis zu zehn Prozent des Eigenkapitals kann sich die Gesellschaft im Rahmen von Joint Ventures an Shoppingcenter-Projektentwicklungen im Frühstadium beteiligen.

Die Finanzierung neuer Investments soll in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen und der Fremdfinanzierungsanteil im Konzern 55 % dauerhaft nicht übersteigen. Grundsätzlich werden Zinssätze bei der Aufnahme oder Prolongation von Darlehen langfristig gesichert. Ziel ist es, die Duration (durchschnittliche Zinsbindungsdauer) bei über fünf Jahren zu halten.

Ertragsstarkes und wertbeständiges Portfolio

Die Deutsche EuroShop verfügt über ein ausgewogen diversifiziertes Portfolio aus deutschen und europäischen Shoppingcentern. Bei Investitionen konzentriert sich die Unternehmensführung auf 1-a-Lagen in Städten mit einem Einzugsgebiet von mindestens 300.000 Einwohnern, die einen hohen Grad an Investitionssicherheit bieten.

Gelegenheiten nutzen, Werte maximieren

Im Rahmen einer „Buy & Hold“-Strategie legt das Management stets mehr Wert auf die Qualität und Rendite der Shoppingcenter als auf die Wachstumsgeschwindigkeit der Portfolios. Es beobachtet den Markt kontinuierlich und agiert als Käufer, wenn sich eine Gelegenheit ergibt.

Durch kurze Entscheidungswege und hohe Flexibilität in Bezug auf mögliche Beteiligungs- und Finanzierungsstrukturen kann sich die Deutsche EuroShop auf unterschiedlichste Wettbewerbssituationen einstellen. Parallel dazu fokussiert sich die Konzernleitung auf die Wertoptimierung der vorhandenen Objekte im Portfolio.

Differenziertes Mietensystem

Ein wichtiger Bestandteil des Vermietungskonzepts ist ein differenziertes Mietensystem. Während Einzeleigentümer in Innenstädten oftmals darauf bedacht sind, die höchstmögliche Miete für ihre Immobilien zu erzielen (und dabei ein monostrukturiertes Einzelhandelsangebot entsteht), sorgt das Management der Deutsche EuroShop mit einer Mischkalkulation für einen attraktiven Branchenmix und langfristig optimierte Mieterträge. Die Mietpartner zahlen eine branchen- und umsatzabhängige Miete. In Schwächephasen sind die Erträge der Deutsche EuroShop durch Mindestmieten abgesichert, die an den Verbraucherpreisindex gekoppelt sind.

Konzept des Erlebnis-Shoppings

Das Centermanagement hat die Deutsche EuroShop an einen erfahrenen externen Partner, die Hamburger ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG (ECE), ausgelagert. Die ECE entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt seit 1965 Einkaufszentren. Mit derzeit rund 200 Einkaufszentren im Management ist das Unternehmen europäischer Marktführer. Die Deutsche EuroShop sieht in einem professionellen Centermanagement den Schlüssel zum Erfolg eines Shoppingcenters. Es sorgt nicht nur für einheitliche Öffnungszeiten und eine stets freundliche, helle, sichere und saubere Einkaufsatmosphäre, sondern macht mit teils außergewöhnlichen Wareninszenierungen, Aktionen und Ausstellungen Shopping zum Erlebnis. Die durchschnittlich 500.000 bis 600.000 Menschen, die täglich die 20 DES-Center besuchen, lassen sich von der Branchenvielfalt, aber auch von Aktionen wie Autoausstellungen, Castingshows, Modeschauen und Kinderattraktionen verschiedenster Art begeistern. Die Einkaufszentren werden so zu Marktplätzen, auf denen stets Neues und Spektakuläres geboten wird.

STEUERUNGSSYSTEM

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.

Aus den Zielen, eine dauerhaft stabile Wertentwicklung der Shoppingcenter zu erreichen und einen hohen Liquiditätsüberschuss aus deren langfristiger Vermietung zu erwirtschaften, leiten sich die Steuerungsgrößen ab. Dies sind Umsatz, EBIT (Earnings before Interest and Taxes), EBT (Earnings before Taxes) ohne Bewertungsergebnis und FFO (Funds from Operations).

Auf Basis einer dreijährigen Mittelfristplanung je Shoppingcenter wird einmal jährlich eine aggregierte Konzernplanung erstellt und die Zielvorgaben für die Steuerungsgrößen festgelegt. Unterjährig (Quartalsweise) erfolgt auf Konzernebene ein regelmäßiger Abgleich der aktuellen Geschäftsentwicklung mit den Zielvorgaben und der aktuellen Hochrechnung. Des Weiteren werden mit Hilfe von monatlichen Controllingberichten die Werttreiber der Steuerungsgrößen, wie beispielsweise Mieterlöse, Frequenzen und Nachvermietungsstand, überwacht und ermöglichen die rechtzeitige Ergreifung erforderlicher Sofortmaßnahmen.

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 besteht aus neun Mitgliedern, 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.

WIRTSCHAFTSBERICHT

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHEN-BEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN

Das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist 2016 nach Berechnungen des Statistischen Bundesamts um 1,9 % gestiegen. Positive Impulse kamen vor allem aus dem Inland – durch gestiegene Konsumausgaben sowie durch höhere Bauinvestitionen. Vor allem die staatlichen Konsumausgaben stiegen deutlich um 4,0 %. Dies ist unter anderem auf die hohe Zuwanderung von Schutzsuchenden und die daraus resultierenden Kosten zurückzuführen. Die Bauinvestitionen stiegen im Jahr 2016 preisbereinigt um 3,1 %, was vor allem an höheren Investitionen für Wohnbauten lag. Der Außenbeitrag, also die Differenz zwischen Exporten und Importen, hatte per Saldo einen leicht senkenden Effekt auf das BIP-Wachstum (-0,2 Prozentpunkte). Die preisbereinigten Exporte von Waren und Dienstleistungen stiegen zwar erneut (+2,6 %), die Importe legten aber im gleichen Zeitraum stärker zu (+3,7 %).

Auch auf dem Arbeitsmarkt hat sich der positive Trend der letzten Jahre fortgesetzt. Die Zahl der Arbeitslosen lag im Jahresdurchschnitt bei 2,7 Mio., was einer Arbeitslosenquote von 6,1 % (2015: 6,4 %) entsprach. Die Verbraucherpreise in Deutschland stiegen gegenüber 2015 nur um 0,5 %, was wesentlich durch die Preisrückgänge bei Energie (-5,4 %) bedingt war; ohne Berücksichtigung der Energiepreise lag die Jahresteuersatzrate 2016 bei +1,2 %.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sind die Reallöhne und -gehälter der Arbeitnehmer 2016 um 1,8 % gestiegen. In einem Umfeld mit weiterhin hoher Beschäftigung und sehr niedrigen Zinsen stieg die Konsumneigung der Verbraucher erneut an. Die Sparquote stabilisierte sich 2016 bei 9,7 % auf dem Niveau des Vorjahres. Die privaten Konsumausgaben, die 53,6 % des BIP ausmachten, erhöhten sich 2016 preisbereinigt um 2,0 %.

Basierend auf vorläufigen Berechnungen des Statistischen Bundesamtes erzielte der deutsche Einzelhandel (inklusive Onlinehandel) im Berichtsjahr nominal 2,2 % und real 1,6 % mehr Umsatz als 2015.

Zur positiven Umsatzentwicklung des Einzelhandels trug vor allem der wachsende Onlinehandel bei. Nach Berechnungen des Handelsverband Deutschland (HDE) stieg der Umsatz im Onlinegeschäft im Vergleich zum Vorjahr um rund 10,6 % auf nunmehr ca. 44,0 Mrd. € an. Das entsprach einem Anteil von etwa 9,1 % am gesamten Einzelhandelsumsatz 2016, der sich nach HDE-Angaben auf 482,2 Mrd. € belief. Der stationäre Einzelhandel in Deutschland erzielte 2016 ein Umsatzwachstum von 1,5 %, wobei der für Shoppingcenter wichtige Textileinzelhandel (nach Berechnungen des Marktforschungsinstituts GfK) um 1,1 % niedrigere Umsätze verzeichnete.

Die Konkurrenzsituationen der Center im Portfolio der Deutsche EuroShop werden zum einen durch die Geschäfte der jeweiligen Innenstädte sowie der Einkaufszentren im Einzugsgebiet bestimmt. Zum anderen befinden sich die Center aber auch im Wettbewerb zu den Innenstädten benachbarter Oberzentren. So stellen z.B. die Innenstädte von Dortmund für das Allee-Center Hamm, Mannheim für das Rhein-Neckar-Zentrum in Viernheim sowie Braunschweig für die City-Galerie Wolfsburg wichtige Wettbewerber dar.

Weiterer Wettbewerb für den innerstädtischen Einzelhandel entsteht durch die Ansiedlung von Factory-/Designer-Outlet-Centern außerhalb der Stadtgrenzen auf der grünen Wiese, aber auch teilweise in Stadtlage. In der Region unseres Centers in Dessau wurde im April 2016 ein Factory-Outlet-Center in Brehna eröffnet, weitere Projektentwicklungen werden unverändert in Hamm und Wuppertal verfolgt. Insgesamt stiegen die Verkaufsflächen im Einzelhandel in Deutschland nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes 2016 weiter um 0,6 % (2015: +0,4 %) an.

Darüber hinaus verstärkt der kontinuierlich und schnell wachsende Onlinehandel die Wettbewerbssituation im stationären Einzelhandel und in unseren Shoppingcentern und absorbiert aktuell einen großen Teil des Umsatzwachstums des Einzelhandels.

Einzelhandel

Nach Berechnungen von Jones Lang LaSalle, einem Beratungsunternehmen im Immobilienbereich, ist im Jahr 2016 der Vermietungsumsatz von Einzelhandelsflächen in Deutschland – bedingt durch eine wachsende Nachfrage nach kleinen bis mittelgroßen Flächen – um 7 % auf 487.000 m² zurückgegangen. Die hohe Nachfrage nach kleineren Flächen führte zu einem Rückgang der durchschnittlich angemieteten Flächengröße auf 456 m² (2015: 490 m²). 57 % der Vertragsabschlüsse bezogen sich auf Flächen mit weniger als 250 m².

Der Textilhandel war mit einem Flächenanteil von rund 33 % die größte, aber erneut nachlassende Nachfragegruppe. Nach dem Textilhandel folgen auf Rang 2 Gastronomie / Lebensmittel mit stabilen 21 %. Auf dem dritten Platz etablierte sich die Branche Gesundheit / Beauty mit knapp 15 %, dies entspricht einem Plus von fünf Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Neben den großen Drogerieketten mieteten vor allem bundesweit vertretene Fitnessstudios große Flächen an.

Immobilienmarkt

Mit einem leichten Rückgang des Transaktionsvolumens um 4 % auf 52,9 Mrd. € (2015: 55,1 Mrd. €) konsolidierte der Investmentmarkt für Gewerbeimmobilien in Deutschland nach Angaben von Jones Lang LaSalle nach sechs expansiven Jahren in Folge auf hohem Niveau. Auf Einzelhandelsimmobilien entfiel ein Anteil von 23 % (2015: 31 %).

Investitionen in deutsche Shoppingcenter summierten sich im Gesamtjahr 2016 auf 3,6 Mrd. € (2015: 5,6 Mrd. €), was einem Rückgang von einem guten Drittel gegenüber dem Vorjahr entspricht. Generell waren die Transaktionen kleiner, das durchschnittliche Volumen ging von 73 Mio. € auf 61 Mio. € zurück. Dies deutet darauf hin, dass insbesondere kleinere Center den Besitzer wechselten. Konstant blieb indes der Anteil der Portfoliotransaktionen mit 30 %.

Gegenüber den Vorjahren waren es 2016 vor allem deutsche Investoren, die 56 % des Umsatzes des Einzelhandelsimmobilienmarkts auf sich vereinten. Vor dem Hintergrund einer ungebrochenen Nachfrage nach Shoppingcentern sanken die Renditen für diese Investments in Deutschland weiter. Nach Angaben von Jones Lang LaSalle lagen sie für Shoppingcenter zum Jahresende auf einem neuen Rekordtief, bei durchschnittlich ca. 4,0 % (2015: 4,25 %).

Entwicklung des Aktienkurses

Nach einem Jahresschlusskurs von 40,46 € im Jahr 2015 ist die Aktie der Deutsche EuroShop mit rückläufigen Kursen in das neue Jahr gestartet. Der Tiefstkurs des Jahres wurde am 11. Februar 2016 mit 35,86 € festgestellt. Im Anschluss konnte sich die Aktie in einem freundlichen Marktumfeld Mitte März wieder über die 40-Euro-Marke bewegen und pendelte bis Ende September in einem Korridor zwischen 39,46 € und 42,52 €. Dieser Kurs entsprach auch dem Jahreshöchstkurs und wurde am 9. Juni 2016 erreicht. Ab Oktober belasteten steigende Zinsen die Kursentwicklung von Immobilienaktien weltweit und auch die DES-Aktie konnte sich dem nicht entziehen. Der Kurs kam dem Februar-Tief wieder sehr nahe, ging dann aber ab Anfang Dezember in einen Aufwärtstrend über. Die Aktie beendete das Jahr mit einem Schlusskurs von 38,67 €. Unter Berücksichtigung der am 16. Juni 2016 ausgeschütteten Dividende von 1,35 € je Aktie entspricht dies einer Performance von -1,2 % (2015: +15,3 %). Die Marktkapitalisierung der Deutsche EuroShop belief sich am 31. Dezember 2016 auf knapp 2,1 Mrd. €.

GESCHÄFTSVERLAUF

Gesamtaussage des Vorstands zur wirtschaftlichen Lage

Wesentliche Konzernkennzahlen in Mio. €	Prognose 2016	01.01.–31.12.2016	01.01.–31.12.2015	+ / -
Umsatzerlöse	200 – 204	205,1	202,9	1,1 %
EBIT	175 – 179	178,6	176,3	1,3 %
EBT (ohne Bewertungsergebnis*)	127 – 130	134,5	127,0	5,9 %
EPRA** Earnings je Aktie in €		2,29	2,18	5,0 %
FFO je Aktie in €	2,26 – 2,30	2,41	2,29	5,3 %
Eigenkapitalquote in %***		54,5	53,5	
LTV-Verhältnis in %****		34,2	35,5	
EPRA** NAV je Aktie in €		43,24	39,58	9,2 %

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

** European Public Real Estate Association

*** inklusive Fremdanteile am Eigenkapital

**** Loan to Value (LTV): Verhältnis Nettofinanzverbindlichkeiten (Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquide Mittel) zu langfristigen Vermögenswerten (Investment Properties und nach at-equity bilanzierte Finanzlagen)

Der Vorstand blickt zufrieden auf das abgelaufene Geschäftsjahr zurück. Die Umsatzerlöse betragen insgesamt 205,1 Mio. € (Prognose: 200 bis 204 Mio. €) und sind um 1,1 % gegenüber dem Vorjahr (2015: 202,9 Mio. €) gestiegen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich auf 178,6 Mio. € und liegt damit innerhalb der Prognose (175 bis 179 Mio. €) und um 2,3 Mio. € bzw. 1,3 % über den Vorjahresniveau (2015: 176,3 Mio. €). Beim Ergebnis vor Steuern (EBT) ohne Bewertungsergebnis war mit 127 bis 130 Mio. € geplant worden. Mit 134,5 Mio. € lag es am Stichtag oberhalb der Erwartung und 5,9 % über dem Vorjahr (2015: 127,0 Mio. €). Beim FFO konnten wir die Prognose von 2,26 € bis 2,30 € je Aktie ebenfalls übertreffen und erreichten schließlich 2,41 € je Aktie (+ 5,3 %).

Diese Ergebnisse belegen, dass die Deutsche EuroShop mit ihrem erstklassigen Shoppingcenter-Portfolio auch in einem weiter kompetitiver werdenden Wettbewerbsumfeld gut aufgestellt ist.

Ertragslage

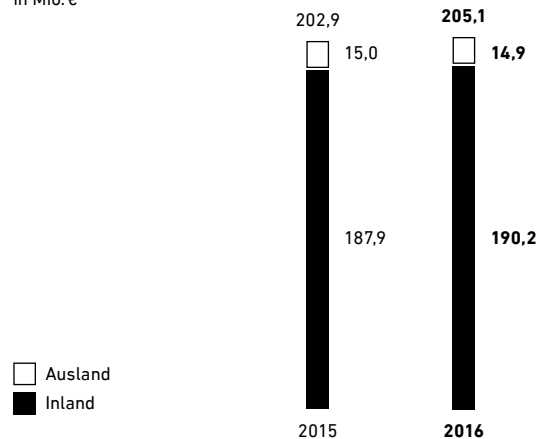
Ertragslage in T€	01.01. – 31.12.2016	01.01. – 31.12.2015	Veränderung +/-	Veränderung in %
Umsatzerlöse	205.136	202.854	2.282	1,1 %
Grundstücksbetriebs- und -verwaltungskosten	-20.398	-19.383	-1.015	5,2 %
NOI	184.738	183.471	1.267	0,7 %
Sonstige betriebliche Erträge	1.410	800	610	76,3 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7.522	-7.975	453	-5,7 %
EBIT	178.626	176.296	2.330	1,3 %
<i>At-equity Ergebnis</i>	54.283	68.355		
<i>Bewertungsergebnis (at-equity)</i>	-28.711	-47.180		
<i>Latente Steuern (at-equity)</i>	-1.507	0		
At-equity Ergebnis (operativ)	24.065	21.175	2.890	13,6 %
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	-17.894	-17.020	-874	5,1 %
Zinsaufwendungen	-52.918	-55.980	3.062	-5,5 %
Übriges Finanzergebnis	2.648	2.503	145	5,8 %
Finanzergebnis (ohne Bewertungsergebnis)	-44.099	-49.322	5.223	-10,6 %
EBT (ohne Bewertungsergebnis)	134.527	126.974	7.553	5,9 %
<i>Bewertungsergebnis</i>	116.774	220.556		
<i>Bewertungsergebnis (at-equity)</i>	28.711	47.180		
Bewertungsergebnis (mit at-equity)	145.485	267.736	-122.251	-45,7 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5.605	-4.577	-1.028	22,5 %
<i>Latente Steuern</i>	-54.157	-80.851		
<i>Latente Steuer (at-equity)</i>	1.507	0		
Latente Steuern (mit at-equity)	-52.650	-80.851	28.201	-34,9 %
KONZERNERGEBNIS	221.757	309.282	-87.525	-28,3 %

Umsatzerlöse des Konzerns steigen um 1,1 %

Die Umsatzerlöse im Konzern erhöhten sich im Geschäftsjahr um 1,1 % von 202,9 Mio. € auf 205,1 Mio. €. Der Anstieg der Umsatzerlöse resultiert aus indexbedingten Mietanpassungen, Neuabschlüssen von Mietverträgen sowie höheren Umsatz- und Mallmieteinnahmen. Zudem wurden im Vorjahr Umstrukturierungs- und Erweiterungsmaßnahmen abgeschlossen, wie beispielsweise im Forum Wetzlar und die Eröffnung des Food Court im City-Point Kassel im November 2015, die sich erstmalig für ein ganzes Jahr im Umsatz auswirkten. Dazu kamen auch im Vergleich zum Vorjahr höhere Abstandszahlungen von Mietern, die vorzeitig ihre Mietverträge beendet haben.

UMSATZERLÖSE

in Mio. €



Umsatzerlöse in T€	01.01.–31.12.2016	01.01.–31.12.2015	Veränderung + / -	Veränderung in %
Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach	35.031	34.744	287	0,8%
Altmarkt-Galerie, Dresden	25.469	25.320	149	0,6%
A10 Center, Wildau	21.245	20.755	490	2,4%
Rhein-Neckar-Zentrum, Viernheim	18.606	18.961	-355	-1,9%
Herold-Center, Norderstedt	12.992	13.055	-63	-0,5%
Billstedt-Center, Hamburg	11.446	11.287	159	1,4%
Allee-Center, Hamm	10.431	10.401	30	0,3%
City-Galerie, Wolfsburg	9.992	9.796	196	2,0%
Forum, Wetzlar	9.807	9.304	503	5,4%
City-Arkaden, Wuppertal	9.702	9.376	326	3,5%
City-Point, Kassel	8.740	8.234	506	6,1%
Rathaus-Center, Dessau	8.034	8.308	-274	-3,3%
Stadt-Galerie, Hameln	7.012	7.043	-31	-0,4%
DES Verwaltung GmbH	1.704	1.291	413	32,0%
Summe Inland	190.211	187.875	2.336	1,2%
Galeria Battycka, Danzig	14.863	14.843	20	0,1%
Caspia, Danzig	62	136	-74	-54,4%
Summe Ausland	14.925	14.979	-54	-0,4%
SUMME GESAMT	205.136	202.854	2.282	1,1%

Grundstücksbetriebs- und -verwaltungskostenanteil bei 9,9%

Die operativen Centeraufwendungen des Berichtszeitraumes von 20,4 Mio. € sind gegenüber der Vorjahresperiode (19,4 Mio. €) insbesondere aufgrund von um 0,8 Mio. € höheren Instandhaltungsaufwendungen leicht gestiegen. Mit einer Quote von 9,9% (2015: 9,6%) des Umsatzes lagen die Kosten im Bereich der Planungen.

Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

Höhere Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und die im Zuge der Endabrechnung der Umbaumaßnahme City-Point Kassel erfolgte teilweise Rückerstattung des Generalplanungshonorars waren maßgeblich für die höheren sonstigen betrieblichen Erträge von 1,4 Mio. € (2015: 0,8 Mio. €). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 7,5 Mio. € um 0,5 Mio. € unter denen des Vorjahreszeitraums (8,0 Mio. €). Maßgeblich waren zwei gegenläufige Entwicklungen: Während die Personalkosten, insbesondere aufgrund des 2015 ausgelaufenen Long-Term-Incentive-Plans, um 1,0 Mio. € niedriger ausfielen, stiegen die Beratungsaufwendungen aufgrund der Prüfung von Ankaufsprojekten im Berichtszeitraum um 0,7 Mio. €.

Finanzergebnis ohne Bewertungseffekte deutlich verbessert

Das Finanzergebnis (ohne Bewertungsergebnis) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,2 Mio. € von -49,3 Mio. € auf -44,1 Mio. €. Kredittilgungen und insbesondere die für ein Darlehen kurzfristig niedrige Zinsvereinbarung bis zum Abschluss der Anschlussfinanzierung führten zu einem um 3,1 Mio. € niedrigeren Zinsaufwand.

Das übrige Finanzergebnis, welches im Wesentlichen einen Bewertungsgewinn aus einem Zinsswap für die Finanzierung der Altmarkt-Galerie Dresden in Höhe von 2,6 Mio. € (2015: 2,2 Mio. €) beinhaltet, bewegte sich mit 2,6 Mio. € nahezu auf Vorjahresniveau (2015: 2,5 Mio. €).

Das at-equity Ergebnis (operativ) erhöhte sich um 2,9 Mio. €. Hierfür waren insbesondere der Erwerb des Saarpark-Center Neunkirchen zum 1. Oktober 2016, das 1,5 Mio. € zum at-equity Ergebnis (ohne Bewertungsergebnis) beisteuerte, sowie mit 0,9 Mio. € niedrigere Zinsaufwendungen aus günstigeren Anschlussfinanzierungen maßgebend.

Gewinn- und Verlustrechnung der Gemeinschaftsunternehmen in T€	01.01. – 31.12.2016	01.01. – 31.12.2015	Veränderung +/-	Veränderung in %
Allee-Center, Magdeburg	7.945	8.037	-92	-1,1 %
Phoenix-Center, Harburg	6.928	6.187	741	12,0 %
Stadt-Galerie, Passau	7.261	7.220	41	0,6 %
Saarpark-Center, Neunkirchen	1.607	0	1.607	–
City-Arkaden, Klagenfurt	6.041	6.054	-13	-0,2 %
Árkád, Pécs	3.779	3.674	105	2,9 %
Sonstige	43	353	-310	-87,8 %
Umsatzerlöse	33.604	31.525	2.079	6,6 %
Grundstücksbetriebs- und -verwaltungskosten	-3.676	-3.249	-427	13,1 %
NOI	29.928	28.276	1.652	5,8 %
Sonstige betriebliche Erträge	640	271	369	136,2 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.178	-907	-271	29,9 %
EBIT	29.390	27.640	1.750	6,3 %
Zinserträge	2	1	1	100,0 %
Zinsaufwendungen	-5.383	-6.331	948	-15,0 %
Übriges Finanzergebnis	281	0	281	–
Finanzergebnis	-5.100	-6.330	1.230	-19,4 %
Tatsächlicher Steueraufwand	-225	-135	-90	66,7 %
At-equity Ergebnis (ohne Bewertungsergebnis)	24.065	21.175	2.890	13,6 %
Bewertungsergebnis	28.711	47.180	-18.469	-39,1 %
Latente Steuern	1.507	0	1.507	–
GEWINN- ODER VERLUSTANTEIL	54.283	68.355	-14.072	-20,6 %

Bewertungsergebnis

Das Bewertungsergebnis von 145,5 Mio. € entfällt mit 146,2 Mio. € (2015: 267,7 Mio. €) auf die Bewertung des Immobilienvermögens des Konzerns nach IAS 40 und mit -0,7 Mio. € auf die Anschaffungsnebenkosten aus dem Erwerb der Beteiligung am Saarpark-Center Neunkirchen. Von dem Bewertungsgewinn auf das Immobilienvermögen resultieren, nach Berücksichtigung des Anteils der Fremdgegesellschafter, 117,5 Mio. € (2015: 220,6 Mio. €) aus der Bewertung des im Konzern ausgewiesenen Immobilienvermögens und 28,7 Mio. € (2015: 47,2 Mio. €) aus der Bewertung des Immobilienvermögens der nach at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen.

Im Durchschnitt wurden die Konzernimmobilien nach Berücksichtigung der laufenden Investitionen um 4,6 % aufgewertet, wobei die Bandbreite der Bewertungsänderungen zwischen +0,2 % und +8,5 % lag. Die Wertentwicklung basiert auf aktuellen Mietmarktprognosen, die mittelfristig von leicht steigenden Mieten ausgehen, einer stabilen Kostenquote und zum Großteil aus den am Transaktionsmarkt weiter stark gesunkenen Vergleichsrenditen im In- und Ausland.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag, inklusive des im at-equity Ergebnis enthaltenen Anteils, lagen bei 58,3 Mio. € gegenüber 85,4 Mio. € im Vorjahr. Den latenten Steuerrückstellungen wurden im Berichtsjahr, insbesondere infolge der hohen Zuschreibungsgewinne 52,7 Mio. € (2015: 80,8 Mio. €) zugeführt. Die Ertragsteueraufwendungen beliefen sich auf 5,6 Mio. € (2015: 4,6 Mio. €).

Höheres Bewertungsergebnis des Vorjahres bedingt ein rückläufiges Konzernergebnis

Während das operative Ergebnis ohne Bewertungseffekte um 7,6 Mio. € auf 134,5 Mio. € gesteigert werden konnte, lag das Konzernergebnis aufgrund des im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Bewertungsergebnisses mit 221,8 Mio. € um 87,5 Mio. € unter dem Niveau des Vorjahres (2015: 309,3 Mio. €).

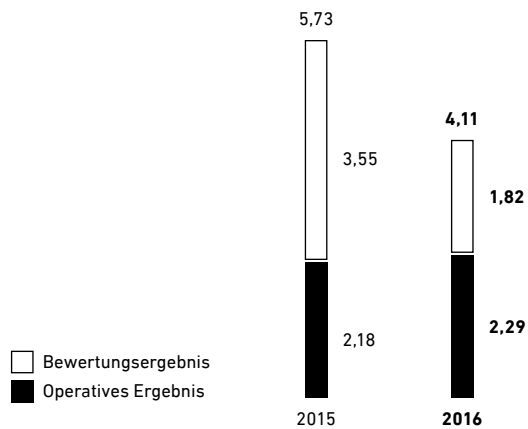
Ergebnis je Aktie und EPRA Earnings

Der Gewinn je Aktie (Konzernjahresüberschuss je Aktie) erreichte im Berichtsjahr 4,11 € gegenüber 5,73 € im Vorjahr. Davon entfielen 2,29 € (2015: 2,18 €) auf das operative Geschäft (EPRA Earnings)¹.

¹ Im Vorjahreslagebericht wurden die EPRA Earnings mit 1,89 € je Aktie angegeben. Abweichend zum Vorjahr wurden die latenten Steuern 2016, welche auf die Veränderung des Steuerbilanzwertes entfallen, hinzugerechnet. Weiterhin wurde das Bewertungsergebnis derivativer Finanzinstrumente mit berücksichtigt. Die Ermittlung der Vorjahreskennzahl wurde entsprechend angepasst. Weitere Ausführungen zu den EPRA-Kennzahlen sind im Abschnitt „EPRA-Berichterstattung“ des Geschäftsberichts 2016 zu finden.

ERGEBNIS JE AKTIE

in €, unverwässert



EPRA EARNINGS	01.01.–31.12.2016 in T€	01.01.–31.12.2016 je Aktie in €	01.01.–31.12.2015 in T€	01.01.–31.12.2015 je Aktie in €
Konzernergebnis	221.757	4,11	309.282	5,73
Bewertungsergebnis Investment Properties *	-146.171	-2,71	-267.736	-4,96
Bewertungsergebnis derivative Finanzinstrumente *	-2.910	-0,05	-2.231	-0,04
Sonstiges Bewertungsergebnis	686	0,01	0	0,00
Akquisitionskosten	1.093	0,02	0	0,00
Latente Steuern in Bezug auf EPRA-Anpassungen ***	49.220	0,91	78.423	1,45
EPRA EARNINGS	123.675	2,29	117.738	2,18
Aufwand für die Wandelanleihe	2.152		2.152	
EPRA EARNINGS (VERWÄSSERT)	125.827	2,20	119.890	2,10
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien		53.945.536		53.945.536
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien (verwässert)		57.163.039		57.059.853

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

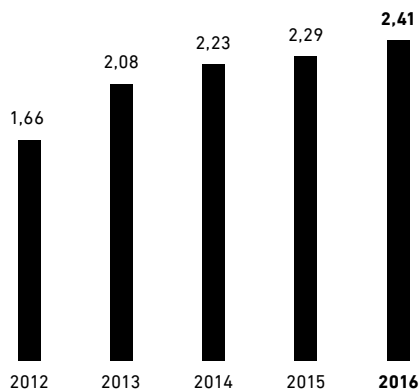
** betreffen latente Steuern auf Investment Properties und derivative Finanzinstrumente

Funds From Operations (FFO) um 5,3% gesteigert

Die Funds From Operations (FFO) dienen der Finanzierung unserer laufenden Investitionen in Bestandsobjekte, der planmäßigen Tilgung unserer langfristigen Bankdarlehen sowie der Dividendenausschüttungen. Im Berichtsjahr wurden um 5,3% gestiegene FFO von 129,9 Mio. € gegenüber 123,4 Mio. € im Vorjahr erwirtschaftet. Der FFO je Aktie stieg von 2,29 € auf 2,41 €.

FUNDS FROM OPERATIONS (FFO)

je Aktie in €

**FINANZLAGE****Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements**

Die Deutsche EuroShop nutzt für die Finanzierung ihrer Investitionen grundsätzlich die Börse zur Beschaffung von Eigenkapital sowie die Kredit- und Kapitalmärkte zur Beschaffung von Fremdkapital. Dabei fungieren innerhalb des Konzerns sowohl die einzelnen Objektgesellschaften als auch die Deutsche EuroShop AG als Darlehensnehmer der Banken oder Anleiheschuldner.

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

Die Finanzierung unserer Immobilienprojekte erfolgt grundsätzlich langfristig. Dabei setzen wir auch derivative Finanzinstrumente ein, um uns gegen steigende Kapitalmarktzinsen abzusichern. Die Sicherungsgeschäfte dienen der Absicherung einzelner Kredite. Über eine verfügbare Kreditlinie 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.

Funds from Operations	01.01. – 31.12.2016 in T€	01.01. – 31.12.2016 je Aktie in €	01.01. – 31.12.2015 in T€	01.01. – 31.12.2015 je Aktie in €
Konzernergebnis	221.757	4,11	309.282	5,73
Aufwand Wandlungsrecht	967	0,02	967	0,02
Bewertungsergebnis Investment Properties*	-146.171	-2,71	-267.736	-4,96
Sonstiges Bewertungsergebnis	686	0,01	0	0,00
Latente Steuern*	52.650	0,98	80.851	1,50
FFO JE AKTIE	129.889	2,41	123.364	2,29

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

Dividendenvorschlag: 1,40 € je Aktie

Das erfolgreiche Geschäftsjahr bildet die Basis für eine Fortsetzung der auf Kontinuität ausgerichteten Dividendenpolitik. Daher werden Vorstand und Aufsichtsrat den Aktionären auf der Hauptversammlung, die am 28. Juni 2017 in Hamburg stattfindet, für das Geschäftsjahr 2016 eine gegenüber dem Vorjahr um 3,7% oder 0,05 € höhere Dividende von 1,40 € je Aktie vorschlagen. Aus der Dividende wird ein Anteil von voraussichtlich 0,60 € je Aktie dem Kapitalertragsteuerabzug unterliegen.

Finanzierungsanalyse

Zum 31. Dezember 2016 wies der Deutsche EuroShop-Konzern folgende Finanzkennzahlen aus:

Finanzierungsanalyse in Mio. €	31.12.2016	31.12.2015	Veränderung
Bilanzsumme	4.114,5	3.851,6	262,8
Eigenkapital (inkl. Fremdgesellschafter)	2.240,7	2.061,0	179,7
Eigenkapitalquote in %	54,5	53,5	1,0
Nettofinanzverbindlichkeiten	1.381,5	1.336,9	44,6
Loan to value in %	34,2	35,5	-1,3

Das wirtschaftliche Eigenkapital des Konzerns in Höhe von 2.240,7 Mio. €, das sich aus dem Eigenkapital der Konzernaktionäre (1.916,1 Mio. €) und dem Eigenkapital der Fremdgesellschafter (324,6 Mio. €) zusammensetzt, stieg gegenüber dem Vorjahr um 179,7 Mio. €. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um einen Prozentpunkt auf 54,5 %.

Finanzverbindlichkeiten in T€	31.12.2016	31.12.2015	Veränderung
Wandelanleihe	98.680	96.972	1.708
Langfristige Bankverbindlichkeiten	1.242.754	1.262.924	-20.170
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	104.147	47.711	56.436
SUMME	1.445.581	1.407.607	37.974
Liquide Mittel	-64.046	-70.699	6.653
Nettofinanzverbindlichkeiten	1.381.535	1.336.908	44.627

Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten erhöhten sich, bedingt durch den fremdfinanzierten Erwerb des Saarpark-Center Neunkirchen, im Berichtsjahr von 1.407,6 Mio. € um 38,0 Mio. € auf 1.445,6 Mio. €. Die liquiden Mittel reduzierten sich um 6,6 Mio. €, sodass sich die Nettofinanzverbindlichkeiten per Saldo um 44,6 Mio. € von 1.336,9 Mio. € auf 1.381,5 Mio. € erhöhten.

Die zum Jahresende bestehenden Nettofinanzverbindlichkeiten dienen ausschließlich der Finanzierung der langfristigen Vermögenswerte. Damit waren im Berichtsjahr 34,2 % (2015: 35,5 %) des langfristigen Vermögens fremdfinanziert.

Die Konditionen der konsolidierten Darlehen (einschließlich Wandelanleihe) zum 31. Dezember 2016 waren für durchschnittlich 5,1 Jahre (2015: 5,9 Jahre) zu 3,67 % p.a. (2015: 3,69 % p.a.) gesichert. Die Deutsche EuroShop unterhält für die konsolidierten Darlehen Kreditverbindungen zu 21 Banken. Dabei handelt es sich ausschließlich um deutsche Kreditinstitute.

DARLEHENSSTRUKTUR

per 31. Dezember 2016

Zinsbindung	in % der Darlehen	in Mio €	Duration in Jahren	Durchschnittszinssatz in %
bis 1 Jahr	19,0	274,1		1,26
1 Jahr bis 5 Jahre	40,2	578,5	3,8	4,34
5 bis 10 Jahre	36,4	524,8	6,9	3,14
über 10 Jahre	4,4	63,0	11,0	5,25
GESAMT	100	1.440,4	5,1	3,67

Von 19 Darlehen im Konzern sind bei zwölf Darlehen Kreditauflagen mit den finanzierenden Banken vereinbart. Dabei handelt es sich um insgesamt 17 einzelne Auflagen zur Kapitaldienstfähigkeit (DSCR), zur Zinszahlungsfähigkeit (ICR), zur Höhe von Mieteinnahmen, zur Verschuldungsquote und zum Verhältnis zwischen Darlehen zu Marktwert (LTV). Alle Auflagen wurden eingehalten. Auf Basis der Planzahlen ist auch im laufenden Geschäftsjahr von einer Einhaltung der Auflagen auszugehen.

Im Geschäftsjahr 2017 erfolgen planmäßige Tilgungen aus dem laufenden Cashflow in Höhe von 16,5 Mio. €. In den Jahren 2017 bis 2020 wird die durchschnittliche Tilgungsleistung bei 14,8 Mio. € p. a. liegen.

Im Geschäftsjahr 2017 sind im Konzern bei drei Darlehen über insgesamt 157 Mio. € Anschlussfinanzierungen vorgesehen. Im Jahr 2017 ist zudem die Wandelanleihe über 100 Mio. € zurückzuzahlen, sofern die Wandelanleihegläubiger bis dahin nicht von ihrem Wandlungsrecht Gebrauch gemacht haben. 2018 stehen keine Prolongationen zur Verhandlung an. 2019 sind dann weitere Darlehen in Höhe von 123,1 Mio. € und 2020 in Höhe von 129,2 Mio. € zu prolongieren.

In der Bilanz waren zum Stichtag kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 1.445,6 Mio. € ausgewiesen. Bei der Differenz in Höhe von 5,2 Mio. € der Gesamtsumme zu den hier angegebenen Beträgen handelt es sich um abgegrenzte Zins- und Tilgungsleistungen, die Anfang 2017 beglichen wurden.

Investitionsanalyse

Im Geschäftsjahr 2016 lagen die Investitionen in unsere Center bei 16,8 Mio. € nach 11,1 Mio. € im Vorjahr. Sie betrafen mit rund 8,0 Mio. € den Erwerb einer an das Rathaus-Center in Dessau angrenzenden Karstadt-Immobilie zum 1. April 2016 sowie mit rund 8,8 Mio. € laufende Investitionen in die Bestandsobjekte. Des Weiteren wurde das Portfolio unserer Shoppingcenter durch den Erwerb des 50%-Anteils am Saarpark-Center Neunkirchen mit einem Investitionsvolumen von 79,6 Mio. € von 19 auf 20 erweitert.

Liquiditätsanalyse

Liquiditätsanalyse in T€	01.01.–31.12.2016	01.01.–31.12.2015
Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	140.963	133.750
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-93.718	-11.943
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-53.898	-109.392
Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-6.653	12.415
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	70.699	58.284
FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE	64.046	70.699

Der Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit des Konzerns in Höhe von 141,0 Mio. € (2015: 133,8 Mio. €) stellt den Betrag dar, den das Unternehmen nach Abzug aller Kosten aus der Vermietung der Shoppingcenterflächen für die Anteilseigner erwirtschaftet hat. Er dient vornehmlich dazu, die Dividende der Deutsche EuroShop AG, die Auszahlungen an Fremugesellschafter sowie die laufenden Tilgungen zu finanzieren. Neben der verbesserten Ertragslage unserer Shoppingcenter waren für den Anstieg die um 3,0 Mio. € niedrigeren Zinszahlungen als Folge günstiger Anschlussfinanzierungen ursächlich für den Anstieg.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit umfasst im Wesentlichen die Auszahlungen für die Karstadt-Immobilie in Dessau, die weiteren Investitionen in die Bestandsobjekte (zusammen 16,8 Mio. €), den Erwerb der Beteiligung am Saarpark-Center Neunkirchen zum 1. Oktober 2016 mit 79,6 Mio. € sowie mit 2,8 Mio. € die Einzahlung aus dem Verkauf eines assoziierten Unternehmens.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit von -53,9 Mio. € beinhaltet den Mittelzufluss aus Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 36,3 Mio. €, welcher aus der kurzfristigen Inanspruchnahme der Kreditlinie in Höhe von 80,0 Mio. € und den laufenden Tilgungen von Kreditverbindlichkeiten (43,7 Mio. €) resultiert, sowie die Dividendenzahlung an die Aktionäre von 72,8 Mio. € und Ausschüttung an die Fremdgesellschafter von 17,4 Mio. €.

Der Finanzmittelbestand reduzierte sich im Berichtsjahr um 6,7 Mio. € auf 64,0 Mio. € (2015: 70,7 Mio. €).

VERMÖGENSLAGE

Bilanzanalyse

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um 262,9 Mio. € von 3.851,6 Mio. € auf 4.114,5 Mio. € gestiegen.

Bilanzanalyse in T€	31.12.2016	31.12.2015	Veränderung
Kurzfristige Vermögenswerte	77.924	83.496	-5.572
Langfristige Vermögenswerte	4.036.533	3.768.118	268.415
Kurzfristige Verpflichtungen	222.548	68.904	153.644
Langfristige Verpflichtungen	1.975.761	2.014.851	-39.090
Eigenkapital	1.916.148	1.767.859	148.289
BILANZSUMME	4.114.457	3.851.614	262.843

Kurzfristige Vermögenswerte etwas niedriger

Die kurzfristigen Vermögenswerte beliefen sich zum Jahresende auf 77,9 Mio. €. Das entsprach einer Reduzierung von 5,6 Mio. € gegenüber dem Vorjahr (83,5 Mio. €) und resultierte im Wesentlichen aus den um 6,7 Mio. € niedrigeren liquiden Mitteln zum Bilanzstichtag (64,0 Mio. €; 2015: 70,7 Mio. €). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen lagen mit 6,6 Mio. € um 1,0 Mio. € über dem Vorjahr (5,6 Mio. €). Die sonstigen Vermögenswerte blieben mit 7,3 Mio. € (2015: 7,2 Mio. €) nahezu unverändert.

Langfristige Vermögenswerte steigen durch

Immobilienaufwertungen

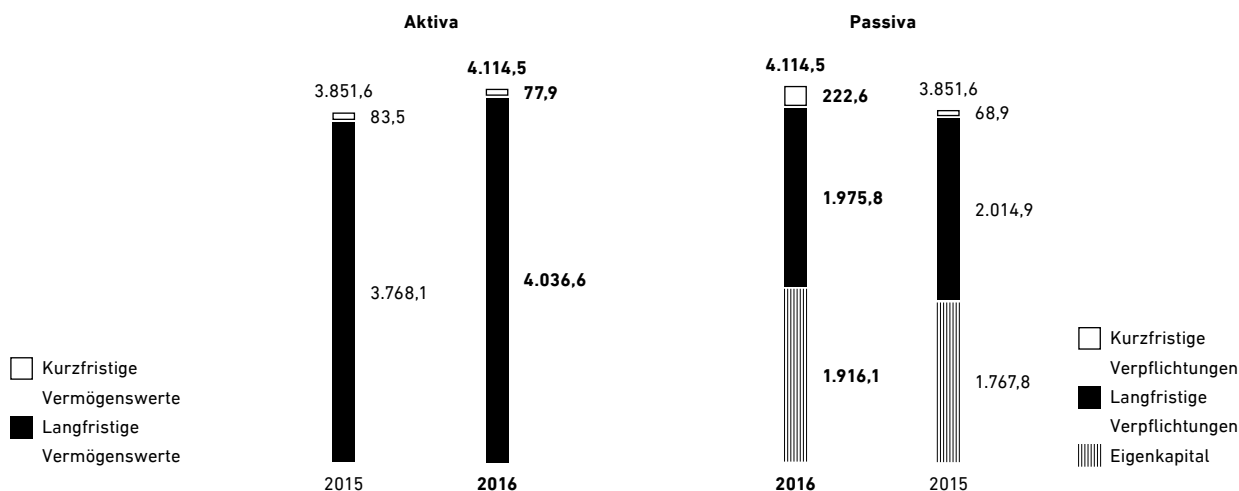
Im Berichtsjahr haben sich die langfristigen Vermögenswerte von 3.768,1 Mio. € auf 4.036,6 Mio. € und somit um 268,5 Mio. € erhöht.

Die Investment Properties erhöhten sich dabei um 164,2 Mio. €. Während die Zugänge und Investitionskosten der Bestandsobjekte bei 15,8 Mio. € lagen, ergaben sich aus der Bewertung des Immobilienbestandes Aufwertungen in Höhe von 148,4 Mio. €.

Die at-equity bilanzierten Finanzanlagen erhöhten sich von 411,0 Mio. € um 104,4 Mio. € auf 515,4 Mio. €. Neben dem Ankauf der 50%-Beteiligung am Saarpark-Center Neunkirchen (79,6 Mio. €), ist die Erhöhung insbesondere auf die Differenz zwischen den anteiligen Ergebnissen und den Entnahmen des Geschäftsjahres zurückzuführen.

BILANZSTRUKTUR

in Mio. €



Kurzfristige Verpflichtungen angestiegen

Die kurzfristigen Verpflichtungen sind um 153,7 Mio. € von 68,9 Mio. € auf 222,6 Mio. € angestiegen. Dies ist im Wesentlichen auf die im November 2017 auslaufende Wandelanleihe (98,7 Mio. €), die im Vorjahr noch unter den langfristigen Verpflichtungen ausgewiesen wurde, sowie auf die kurzfristige Inanspruchnahme der Kreditlinie in Höhe von 80 Mio. € zurückzuführen.

Langfristige Verpflichtungen gesunken

Die langfristigen Verpflichtungen reduzierten sich von 2.014,9 Mio. € um 39,1 Mio. € auf 1.975,8 Mio. € im Wesentlichen aus dem im Vergleich zum Vorjahr abweichenden Ausweis der Wandelanleihe unter den kurzfristigen Verpflichtungen und den planmäßigen Tilgungen der langfristigen Darlehen (insgesamt -117,1 Mio. €). Gegenläufig erhöhten sich die passiven latenten Steuern (+49,8 Mio. €), insbesondere als Folge der Aufwertung der Investment Properties. Darüber hinaus stiegen die Abfindungsansprüche der Fremdgegesellschafter um 31,4 Mio. € an.

Eigenkapital

Das Eigenkapital des Konzerns lag zum Ende des Berichtsjahres mit 1.916,1 Mio. € um 148,3 Mio. € über dem Eigenkapital des Vorjahres (1.767,8 Mio. €).

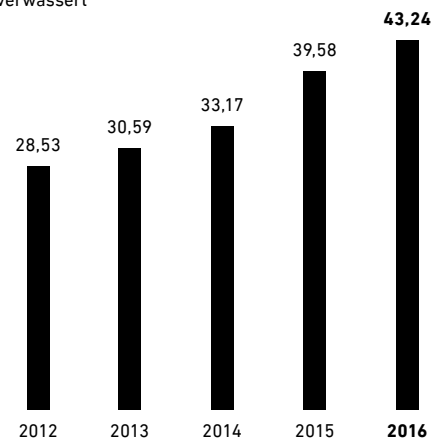
Die Erhöhung im Berichtsjahr ergab sich im Wesentlichen aus der Differenz zwischen dem Konzernergebnis von 221,8 Mio. € und der im Juni 2016 gezahlten Dividende von 72,8 Mio. €. Die Entwicklung der Marktwerte der Swaps wirkten sich mit 0,6 Mio. € eigenkapitalmindernd aus.

Net Asset Value nach EPRA gesteigert

Der Net Asset Value (NAV) zum 31. Dezember 2016 lag bei 2.332,6 Mio. € oder 43,24 € je Aktie gegenüber 2.135,2 Mio. € oder 39,58 € je Aktie² im Vorjahr. Damit ist der Net Asset Value um 9,2 % je Aktie bzw. 3,66 € je Aktie gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

EPRA NET ASSET VALUE

je Aktie in €, unverwässert



² Im Vorjahreslagebericht wurden der EPRA NAV mit 39,12 € je Aktie angegeben. Im Vergleich zum Vorjahr wurden auch die ergebniswirksam erfassten Finanzinstrumente bei der Ermittlung des EPRA NAV berücksichtigt. Des Weiteren wurden die latenten Steuern auf die Körperschaftsteuerlichen Verlustvorträge bei der Herleitung des EPRA NAV berücksichtigt. Die Ermittlung der Vorjahreskennzahl wurde entsprechend angepasst. Wir verweisen auch auf unsere Ausführung zu den EPRA-Kennzahlen im Abschnitt „EPRA-Berichterstattung“ in unserem Geschäftsbericht 2016.

	31.12.2016 in T€	31.12.2016 je Aktie in €	31.12.2015 in T€	31.12.2015 je Aktie in €
EPRA NAV				
Eigenkapital	1.916.148	35,52	1.767.859	32,77
Zeitwert derivativer Finanzinstrumente*	50.499	0,94	50.452	0,94
Eigenkapital ohne derivative Finanzinstrumente	1.966.647	36,46	1.818.311	33,71
Latente Steuern auf Investment Properties und derivative Finanzinstrumente*	365.927	6,78	316.908	5,87
EPRA NAV	2.332.574	43,24	2.135.219	39,58
Potenzieller Effekt aus Wandlung Anleihe	98.680		96.972	
EPRA NAV (verwässert)	2.431.254	42,53	2.232.191	39,12
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien		53.945.536		53.945.536
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien (verwässert)		57.163.039		57.059.853

* inklusive des Anteils, der auf die at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen entfällt

NACHTRAGSBERICHT

Am 7. März 2017 hat der Deutsche EuroShop-Konzern den Kaufvertrag zum Erwerb der Olympia Brno s.r.o., Prag (Tschechische Republik) unterzeichnet. Die Olympia Brno ist Eigentümerin des in Brünn (Tschechische Republik) gelegenen Shoppingcenters „Olympia“. Der Übergang von Nutzen und Lasten fand am 31. März 2017 mit Auszahlung des vorläufigen Kaufpreises an die Verkäufer statt. Das Investment wird durch Eigenmittel aus einer Barkapitalerhöhung (siehe Abschnitt „Übernahmerelevante Angaben“) und langfristige Darlehen finanziert. Der Erwerb wirkt sich sofort positiv auf die Steuerungsgrößen des Deutsche EuroShop-Konzerns aus, und es werden unter Berücksichtigung von Transaktionskosten folgende Beiträge für 2017 erwartet:

• Umsatz	+ 15,0 Mio. €
• EBIT	+ 13,7 Mio. €
• EBT (ohne Bewertungsergebnis)	+ 10,4 Mio. €
• FFO je Aktie	+ 0,02 €

Zwischen dem Bilanzstichtag und dem Tag der Konzernabschluss-erstellung sind darüber hinaus keine Ereignisse von wesentlicher Bedeutung eingetreten.

PROGNOSEBERICHT

Der kontinuierliche Beschäftigungsaufbau als bedeutender Faktor für die Binnenkonjunktur wird sich auch 2017 fortsetzen. Die damit einhergehenden realen Einkommenszuwächse bei den Arbeitnehmern, das gute Konsumklima und das aktuell weiterhin gute Exportgeschäft sollten auch 2017 für positive Impulse beim Wirtschaftswachstum in Deutschland sorgen. Die Bundesregierung geht in ihrem Wirtschaftsbericht für das Jahr 2017 von einem positiven Szenario aus und erwartet ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,4 %. Dabei soll sich die Arbeitslosenquote von ihrem aktuell niedrigen Niveau von 6,1 % auf 6,0 % weiter reduzieren. Der Handelsverband HDE erwartet ein Plus von 2,0 % bei den Einzelhandelsumsätzen, wobei der Onlinehandel erneut der größte Wachstumstreiber sein wird.

Dieser positiven und robusten Wirtschaftsverfassung in unserem Kernmarkt Deutschland stehen Risiken im außenwirtschaftlichen Umfeld gegenüber. Die Unsicherheiten über den weiteren wirtschaftspolitischen Kurs der neuen Regierung in den USA, den Auswirkungen des Brexit sowie den anhaltenden geopolitischen Krisen (Syrien, Türkei, Ukraine) bedingen, dass wir das Risiko für die Gesamtwirtschaft als unverändert hoch einschätzen.

Vor dem Hintergrund der finanzwirtschaftlichen Herausforderungen besteht weltweit und mit weiter verstärkter Intensität der Bedarf an wertgesicherten Kapitalanlagen, insbesondere in finanziell solide aufgestellten Ländern wie der Bundesrepublik Deutschland. Auch das seit längerem niedrige Zinsniveau führt dazu, dass beispielsweise Lebensversicherungsgesellschaften und vergleichbare Altersvorsorgeeinrichtungen aus dem In- und Ausland weiter nach Anlagemöglichkeiten auch im Immobilienbereich suchen, um die Renditeansprüche der Versicherten langfristig erfüllen zu können. Die Nachfrage nach Immobilien, der nur ein begrenztes Angebot gegenüber steht, wird dadurch weiter auf einem Rekordniveau gehalten. Auch Einzelhandelsimmobilien stehen bei vielen institutionellen Investoren unverändert im Fokus des Interesses. Dies führt bei so genannten Core-Immobilien zu nochmals gestiegenen hohen Transaktionspreisen und entsprechend niedrigen Renditeerwartungen.

Wir beobachten die Entwicklung des Immobilienmarktes intensiv. Neue Investments werden wir nur dann tätigen, wenn die langfristig erzielbare Rendite in einem vernünftigen Verhältnis zu den Risiken der Investition steht.

STABILE PERSPEKTIVEN FÜR UNSERE SHOPPING-CENTER IN KOMPETITIVER WERDENDEM UMFELD

Wir gehen auch vor dem Hintergrund eines stark wachsenden Onlinehandels und eines steigenden Flächenangebots im Einzelhandel von einer stabilen Entwicklung unserer Shoppingcenter aus. Die Mietaußenstände und die erforderlichen Wertberichtigungen befinden sich weiter auf einem niedrigen Niveau. Wir haben derzeit keine Indikationen für eine signifikante Änderung dieser zufriedenstellenden Situation.

Vereinbarte Geschäfte sind Grundlage der Umsatz- und Ertragsplanung

Die Umsatz- und Ertragsplanung des Deutsche EuroShop-Konzerns für die Jahre 2017 und 2018 berücksichtigt den im 1. Quartal 2017 erfolgten Erwerb des Olympia Centers in Brünn, beinhaltet darüber hinaus aber keine zukünftigen Objektkäufe oder -verkäufe. Ergebniseinflüsse aus der jährlichen Bewertung unserer Einkaufszentren und Währungseinflüsse sind nicht Teil unserer Planung, da diese nicht vorhersehbar sind.

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

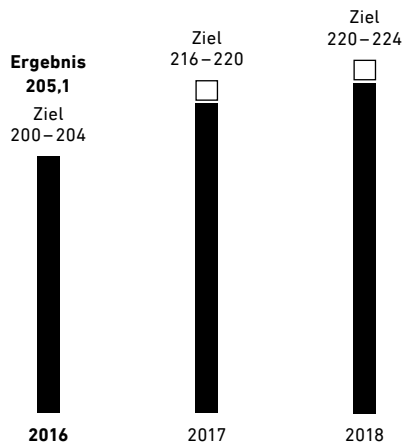
- der Umsatz- und Ergebnissituation der bestehenden Einkaufszentren und
- der Annahme, dass es im Einzelhandel zu keinem erheblichen Umsatzrückgang kommt, in dessen Folge eine Vielzahl von Einzelhändlern die bestehenden Mietverträge nicht mehr erfüllen können.

Bestätigung Umsatzprognose 2017 und**Zuwachs durch Erwerb Olympia**

Die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres 2016 von 205,1 Mio. € übertrafen die Erwartungen von 200 bis 204 Mio. €. Ursächlich dafür waren insbesondere höhere Umsatz- und Mallmieten sowie Abstandszahlungen von Mietern. Wir gehen in unserer Planung für 2017 nicht davon aus, dass sich diese Effekte in gleichem Umfang wiederholen werden und bestätigen daher für das bestehende Portfolio die zuletzt im November 2016 veröffentlichte Umsatzprognose für 2017 in einer Bandbreite von 201 bis 205 Mio. €. Der Erwerb des Olympia Centers wird sich ab 1. April 2017 auf die Umsatzerlöse des Konzerns auswirken und zu einer Verschiebung der Bandbreite um ca. 15 Mio. € auf 216 bis 220 Mio. € führen.

UMSATZ

in Mio. €



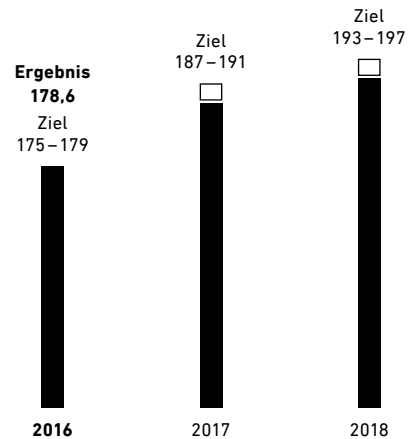
Für 2018 wird sich der Erwerb des Olympia Centers erstmalig für ein volles Jahr in den Umsatzerlösen des Konzerns auswirken. Unter Annahme gleichbleibender Umsatzerlöse für das bestehende Portfolio sollte der Umsatz dann in einer Bandbreite von 220 bis 224 Mio. € liegen.

Steigende Ergebnisse für 2017 und 2018

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag 2016 bei 178,6 Mio. €. Unter Berücksichtigung des Erwerbs des Olympia Centers wird das EBIT im laufenden Jahr innerhalb einer Bandbreite von 187 bis 191 Mio. € liegen. Für 2018 erwarten wir eine Bandbreite von 193 bis 197 Mio. €.

EBIT

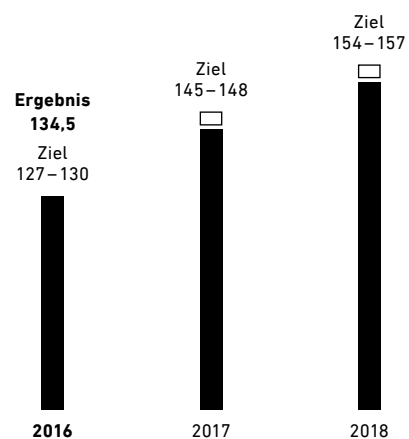
in Mio. €



Im Berichtsjahr lag das operative Ergebnis vor Steuern (EBT ohne Bewertungsergebnis) bei 134,5 Mio. €. Im November 2016 haben wir aufgrund des Erwerb des at-equity bilanzierten Saarpark-Centers die Prognose für das Geschäftsjahr 2017 auf 133 bis 136 Mio. € erhöht. Unter Berücksichtigung des Olympia Centers und den sich aus den aktuellen Kreditverhandlungen abzeichnenden günstigeren Anschlussfinanzierungen erwarten wir für 2017 nun eine Bandbreite von 145 bis 148 Mio. €. Für 2018 kalkulieren wir mit 154 bis 157 Mio. € (+5,4 %).

EBT*

in Mio. €



* ohne
Bewertungsergebnis

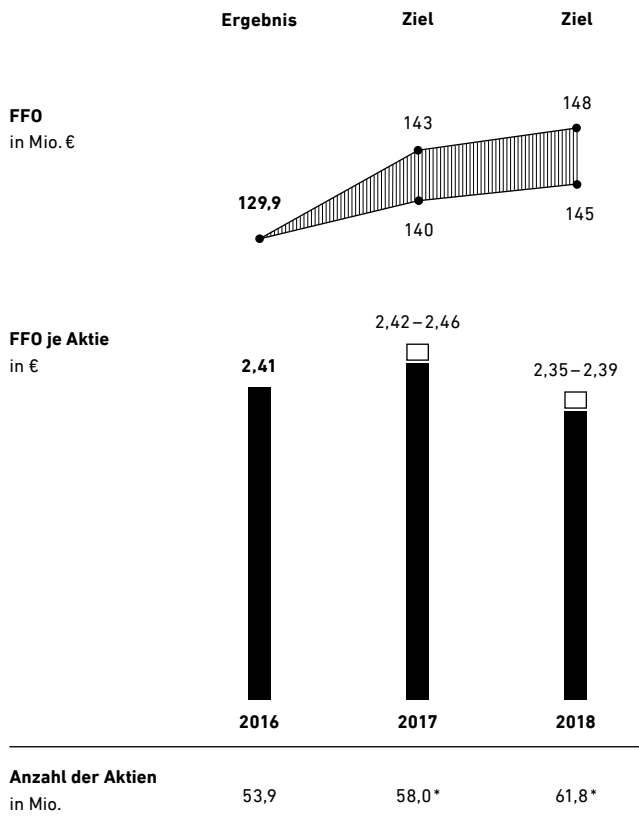
Steigerung des FFO bis 2018

Die Funds From Operations (FFO) beliefen sich im Berichtsjahr auf 129,9 Mio. € bzw. 2,41 € je Aktie. Für 2017 erwarten wir, dass sich die FFO auf 140 bis 143 Mio. € bzw. 2,44 € bis 2,48 € je Aktie erhöhen. Die Berechnung des FFO je Aktie 2017 basiert dabei auf einer durchschnittlich

zeitgewichteten Aktienanzahl von 57,6 Mio. und berücksichtigt die im März 2017 durchgeführte Barkapitalerhöhung. Unter der Annahme, dass die Wandelanleihe am Ende ihrer Laufzeit im November 2017 vollständig gewandelt wird, erhöht sich die durchschnittlich zeitgewichtete Aktienanzahl auf 58,0 Mio. und resultiert in einem erwarteten FFO je Aktie von 2,42 € bis 2,46 €.

Für das Geschäftsjahr 2018 wird sich die durchschnittlich zeitgewichtete Aktienanzahl unter Annahme der vollständigen Wandlung auf 61,8 Mio. erhöhen und wir erwarten einen FFO von 2,35 € bis 2,39 € je Aktie. Absolut betrachtet sollte der FFO um 3,5 % auf 145 bis 148 Mio. € steigen.

FFO



* nach Wandlung der Wandelschuldverschreibung, zeitgewichtet zum Bilanzstichtag

DIVIDENDENPOLITIK

Wir beabsichtigen, unsere nachhaltig planbare Dividendenpolitik fortzuführen und gehen davon aus, für das Geschäftsjahr 2017 eine Dividende von 1,45 € je Aktie und für das Geschäftsjahr 2018 von 1,50 € je Aktie an unsere Aktionäre ausschütten zu können.

RISIKOBERICHT

GRUNDSÄTZE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS UND DES INTERNEN KONTROLLSYSTEMS

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 laufend verändern. Die daraus resultierenden Kontrollaktivitäten sind in Prozesse einzubetten, die für die Erreichung der Geschäftsziele wesentlich sind.

WESENTLICHE MERKMALE

Risikoanalyse

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
- Entwicklung der 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.

Risikoinventar

Die im Rahmen der Risikoanalyse identifizierten Risiken werden in einem Risikoinventar zusammengefasst und hinsichtlich möglicher Schadenshöhen und Eintrittswahrscheinlichkeiten unter Berücksichtigung von kompensierenden Maßnahmen (Nettobetrachtung) bewertet.

Das Risikoinventar wird regelmäßig überprüft und bei Bedarf aktualisiert. Des Weiteren berichtet der Vorstand in den Aufsichtsratssitzungen über bedeutende neue Risiken und im Falle von bestandsgefährdenden Risiken erfolgt eine unverzügliche Berichterstattung.

RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENES INTERNES KONTROLLSYSTEM

Die Abschlusserstellung ist ein weiterer wichtiger Bestandteil des internen Kontrollsystems, deren Überwachungs- und Kontrollfunktion auf Ebene der Konzernholding erfolgt. Dabei stellen interne Regelungen und Leitlinien die Konformität des Jahresabschlusses und Konzernabschlusses sicher.

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 der Konsolidierungssoftware Conmezzo. Des Weiteren erfolgen hier manuelle Prozesskontrollen wie das „Vier-Augen-Prinzip“ seitens der für die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung beauftragten Mitarbeiter sowie des Vorstands. Der Konzernabschlussprüfer führt zudem im Rahmen seiner Prüfungstätigkeit externe, prozessunabhängige Prüfungstätigkeiten durch, auch in Bezug auf die Rechnungslegung.

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.

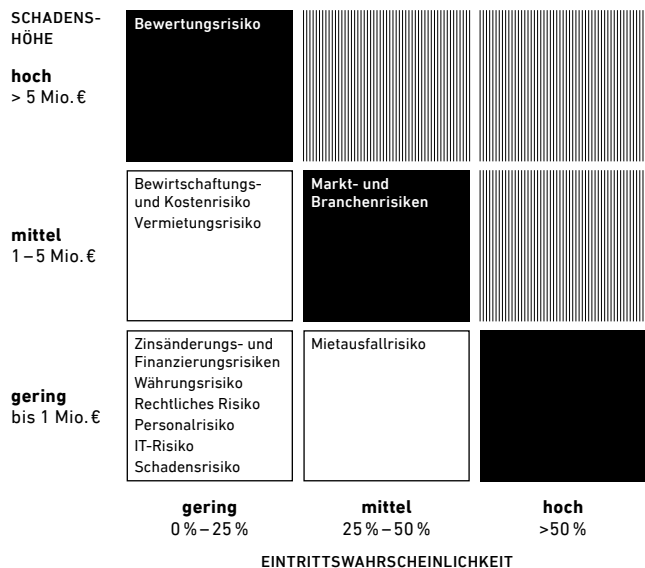
Es kann allerdings nicht vollständig ausgeschlossen werden, dass durch persönliche Ermessensentscheidungen, fehlerhafte Kontrollen, kriminelle Handlungen oder sonstige Umstände die Wirksamkeit und Verlässlichkeit des eingesetzten internen Kontroll- und Risikomanagementsystems eingeschränkt wird. Daher kann die Anwendung der eingesetzten Systeme keine absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der Konzernrechnungslegung gewährleisten.

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.

EINSCHÄTZUNG DER GESAMTRISIKOPOSITION

Die Gesamtrisikosituation, die in der nachfolgenden Matrix dargestellt ist, stellt sich im Wesentlichen unverändert im Vergleich zum Vorjahr dar. Das mögliche Schadensausmaß wird auf Basis der Auswirkungen für das dem Berichtsjahr folgende Geschäftsjahr bemessen.

RISIKO-MATRIX



Die Deutsche EuroShop AG 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.

DARSTELLUNG WESENTLICHER EINZELRISIKEN UND CHANCEN

Bewertungsrisiko

Der Wert einer Immobilie bestimmt sich im Wesentlichen nach dem Ertragswert, der seinerseits insbesondere von Faktoren wie der Höhe der jährlichen Mieteinnahmen und Bewirtschaftungskosten, dem zugrunde gelegten Standortrisiko, dem allgemeinen Zustand der Immobilie, der Entwicklung der Kapitalmarktzinsen sowie insbesondere von der Nachfrage nach Shoppingcenter-Immobilien abhängt. Darüber hinaus wird die Wertentwicklung von Immobilien auch von verschiedenen gesamtwirtschaftlichen, regionalen Faktoren sowie objektspezifischen Entwicklungen beeinflusst. Diese Faktoren sind zu einem größeren Anteil nicht vorhersehbar oder von der Gesellschaft beeinflussbar. 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 zu einer sehr hohen Volatilität des Konzernergebnisses führen. So betrug das Bewertungsergebnis der Konzerngesellschaften und nach at-equity bilanzierten Gesellschaften im Berichtsjahr 52 % des EBT (2015: 68 %). Zudem kann die Verkehrsbewertung der Bestandsimmobilien auch Einfluss auf die Einhaltung von Kreditaufgaben bestehender Finanzierungen (bspw. Einhaltung von Verschuldungskennzahlen) sowie die Konditionen von Neu- und Anschlussfinanzierungen haben.

Durch die Beauftragung von externen, unabhängigen und branchenerfahrenen Gutachtern sowie unserer eigenen kritischen Würdigung der Gutachten wird das Risiko einer fehlerhaften Bewertung minimiert. Im Rahmen der Beeinflussbarkeit der werttreibenden Faktoren hat die Gesellschaft weitere Maßnahmen getroffen, um das Bewertungsrisiko zu minimieren. Im Zentrum steht dabei ein professionelles Center-, Kosten- und Vermietungs-Management der Einkaufszentren. Dieses wird durch die Auswahl geeigneter Asset Manager sichergestellt. Derzeit werden alle Shoppingcenter durch die ECE als europäischem Marktführer im Bereich des Managements von Shoppingcentern betreut. Ein aktives Instandhaltungsmanagement stellt dabei sicher, dass die Immobilien laufend in einem guten Allgemeinzustand gehalten werden.

Markt- und Branchenrisiken

Ein sich laufend änderndes Nachfrageverhalten der Konsumenten, der demographische Wandel und immer neue Angebotsformen werden den Einzelhandel auch in den nächsten Jahren weiter strukturell verändern. Neben dem weiterhin dynamisch wachsenden Onlinehandel sind derzeit vor allem großflächige Einzelhandelseinrichtungen erfolgreich, die dem Kunden ein breites Sortimentsangebot bieten können. Die Deutsche EuroShop AG profitiert mit ihrem Geschäftsmodell weiterhin von dieser Entwicklung, zumal die in qualitativ hochwertigen Shoppingcentern vorhandene Erlebniskomponente beim Einkauf weiter an Bedeutung gewinnt und ein fortgesetzter Trend zum Vergnügungs- oder Lifestyleshopping zu beobachten ist.

Am Vermietungsmarkt angebotene zusätzliche Einzelhandelsmietflächen, die beispielsweise durch die Errichtung, Erweiterung oder Modernisierung inner- oder außerstädtischer Shopping- oder Factory-Outlet-Center, aber auch durch die Revitalisierung von Einzelhandelslagen in den Innenstädten entstehen, können dazu führen, dass sich die realisierbaren stationären Einzelhandelsumsätze auf insgesamt mehr Mietflächen verteilen und die Einzelhandelsproduktivitäten sinken.

Auch 2016 ist der Anteil des Onlinehandels am Gesamteinzelhandelsumsatz gestiegen. Dabei ist das Verhalten je nach Branche weiter sehr unterschiedlich. Bei Büchern, Unterhaltungselektronik und Telekommunikation favorisieren viele Kunden den Einkauf über das Internet und in der Modebranche ist ein zunehmendes Wachstum des Onlinehandels zu beobachten. Medikamente, Schmuck, Uhren und Lebensmittel werden aber weiterhin vorwiegend im stationären Einzelhandel erworben.

Dem steigenden Anteil des Online-Umsatzes sowie dem möglichen Druck auf die stationären Einzelhandelsproduktivitäten begegnet der stationäre Einzelhandel neben Flächenbereinigungen und Fokussierung auf gute Einzelhandelslagen mit einer zunehmenden Verknüpfung von Offline- und Online-Welt, Sortimentsoptimierungen sowie der Verbesserung der Servicequalität und Betonung des persönlichen Kontakts beim Einkauf. Die Handelsunternehmen sind mit der Umsetzung dieser Maßnahmen unterschiedlich weit fortgeschritten und erfolgreich. Auch die Größe und Branche hat einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg der Maßnahmen. So haben die letzten Jahre gezeigt, dass der zunehmende Onlinehandel insbesondere die kleinen und mittelständischen Handelsunternehmen vor Herausforderungen stellen kann, was im Ergebnis zu einem höheren Wettbewerbs- und Kostendruck führen kann.

Ein erhöhtes bzw. verbessertes Mietflächenangebot im Wettbewerbsumfeld unserer Shoppingcenter und eine mögliche nachhaltige Umverteilung von Einzelhandelsumsätzen in den Onlinehandel und damit einhergehenden nachhaltig sinkende Produktivitäten im stationären Einzelhandel beinhalten das Risiko, das Anschluss- und Nachvermietungen zu niedrigeren Mieten bzw. zu weniger vorteilhaften Mietvertragskonditionen abgeschlossen werden.

Die Deutsche EuroShop AG begleitet diese Entwicklung aktiv durch vielfältige Maßnahmen. Auf Grundlage von intensiven Marktbeobachtungen wird der Mieter- und Branchenmixes unserer Center laufend und individuell optimiert, um die Attraktivität unserer Center für die Kunden weiter zu erhöhen. Die Verbindung der Offline- und Online-Welt wird u. a. durch Center-Apps unterstützt. Darüber hinaus wird der Freizeit-, Erlebnis- und Treffpunktcharakter unserer Center durch verschiedene Maßnahmen gestärkt. Hierzu gehören u. a. die Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch die Schaffung attraktiver und neuer Gastronomieflächen sowie eine vereinfachte Inhouse-Navigation bei der Shop- oder Parkplatzsuche mittels Touch-Screens oder Smart-Phone Lösungen. Der Abschluss langfristiger Verträge mit bonitätsstarken Mietern aller Einzelhandelssegmente minimiert darüber hinaus die Markt- und Branchenrisiken.

Vermietungsrisiko

Der langfristige Erfolg des Geschäftsmodells der Deutsche EuroShop AG hängt im Besonderen von der Nachvermietung der Einzelhandelsflächen und der Erzielung stabiler, bzw. wachsender Mieterträge sowie einer geringen Leerstandsquote ab. Aufgrund der langfristigen Vermietung von Einzelhandelsflächen ist die Deutsche EuroShop AG im Vergleich zu Unternehmen anderer Branchen nicht in dem Maße direkt von der kurzfristigen Wirtschaftsentwicklung abhängig. Dennoch ist, insbesondere vor dem Hintergrund der stärkeren Konjunkturabhängigkeit des Einzelhandels, nicht auszuschließen, dass eine Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen Einfluss auf das Geschäft der Deutsche EuroShop AG haben könnte.

Die Unsicherheit über die künftige wirtschaftliche Entwicklung hat durch den Brexit, den mit einem abzusehenden Wirtschaftsprotektionismus verbundenen Regierungswechsel in den USA und den anhaltenden geopolitischen Krisen (Syrien, Türkei, Ukraine) deutlich zugenommen. Verstärkt wird die Unsicherheit durch die mangelnde Einigkeit in der EU über angemessene wirtschaftspolitische Maßnahmen, um die Wachstumsschwäche und Staatsverschuldung einzelner Mitgliedstaaten zu beheben. Auch können insbesondere die anstehenden Wahlen in den EU-Kernländern Deutschland, Frankreich und Italien 2017 dazu führen, dass notwendige volkswirtschaftliche Konsolidierungsmaßnahmen bzw. auch Investitionsentscheidungen auf einen Zeitpunkt nach dem Wahlausgang verschoben werden. In einigen Bereichen der Wirtschaft werden zudem Vermögenspreisüberreibungen angenommen. Eine abrupte Korrektur von Vermögenspreisen im Zusammenhang mit einem merklichen wirtschaftlichen Abschwung könnte eine neue Finanzkrise auslösen. Vor dem Hintergrund dieser Verunsicherung sind negative Auswirkungen auf Wirtschaftswachstum und Kaufverhalten der Konsumenten nicht auszuschließen.

Konjunkturelle Schwankungen haben neben den strukturellen Veränderungen im Einzelhandelsmarkt einen Einfluss auf Flächennachfrage, Miethöhe und Vertragskonditionen. Das Risiko besteht somit darin, dass Flächen nicht oder nicht zu einer angemessenen Miethöhe oder zu weniger vorteilhaften Konditionen, beispielsweise hinsichtlich Mietvertragslaufzeiten und Nebenkostenumlagen, vermietet werden können. Zudem kann es zu niedrigen Umsatzmietbeteiligungen bzw. zu einer Erhöhung der Leerstandsquote kommen.

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.

Wir begegnen diesem Risiko durch Übertragung des Vermietungsmanagements an professionelle und marktstarke Asset Manager sowie eine intensive Marktbeobachtung mit einem laufenden und frühzeitigen Reporting über anstehende reguläre oder zu erwartenden außerplanmäßige Vermietungen. Darüber hinaus schließen wir vorzugsweise langfristige Mietverträge mit hohen Mindestmietenvereinbarungen ab.

Mietausfallrisiko

Aufgrund sich verschlechternder Bonität von Mietern kann es zu Mietausfällen und weiteren finanziellen Belastungen kommen. Das Risiko des Mietausfalls beinhaltet die vollständige Miete, die umlagefähigen Nebenkosten sowie etwaige Rechtsverfolgungs- und Rückbaukosten. Des Weiteren kann es bei Insolvenzen von Mietern, insbesondere bei Ankermietern oder Filialisten, zu einer temporären Erhöhung der Leerstandsquote kommen.

Mit der sorgfältigen Auswahl der Mieter, der regelmäßigen Analyse der Umsatzentwicklung und Außenstände der Mieter sowie dem frühzeitigen Ergreifen von Nachvermietungsmaßnahmen bei auftretenden Negativentwicklungen wird das Risiko minimiert. Zudem stellen die Mieter in der Regel entsprechende Mietsicherheiten, welche einen Teil der finanziellen Belastungen beim Ausfall kompensieren können.

Notwendige Wertberichtigungen werden im Einzelfall bei der Bilanzierung berücksichtigt. Diese betragen im Geschäftsjahr 2016 1,1 Mio. € (2015: 0,9 Mio. €). Eine Zunahme der Wertberichtigungen im laufenden Geschäftsjahr ist in Abhängigkeit von der konjunkturellen Entwicklung nicht auszuschließen.

Kostenrisiko

Aufgrund der Komplexität und Änderungen in der Rechtsprechung kann es zu Korrekturen und Einsprüchen bei den Nebenkostenabrechnungen kommen, die zu einer Begrenzung der Weiterbelastungen an Mieter, bzw. zu nachträglichen Rückerstattungen an die Mieter führen können. Neben dem finanziellen Schaden kann dies auch die Zufriedenheit der Mieter beeinflussen. Durch eine laufende Überprüfung der Nebenkostenabrechnung auf Basis aktueller Rechtsprechung wird dieses Risiko minimiert.

Ausgaben für Instandhaltungsmaßnahmen oder Investitionsprojekte können höher ausfallen als aufgrund von Erfahrungswerten geplant. Zudem können sich Abweichungen durch externe Schäden, einer unzutreffenden Einschätzung des Instandhaltungsbedarfes oder nicht bzw. zu spät entdeckte Mängel ergeben.

Risiken aus Kostenüberschreitungen bei laufenden Investitionsprojekten und Instandhaltungsmaßnahmen werden dadurch minimiert, dass schon in der Planungsphase für alle erkennbaren Risiken vorsorglich Kostenansätze in der Kalkulation berücksichtigt werden. Darüber hinaus werden größere Bauaufträge in der Regel an bonitätsstarke Generalunternehmen zum Festpreis vergeben. Baubegleitend wird durch die von uns beauftragten Unternehmen ein professionelles Projektmanagement gewährleistet. Kostenüberschreitungen können im Einzelfall aber grundsätzlich nicht gänzlich vermieden werden.

Finanzierungs- und Zinsänderungsrisiken

Die Zinsentwicklung wird maßgeblich von den volkswirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen bestimmt und ist daher für die Gesellschaft nicht vorhersehbar. Es ist nicht auszuschließen, dass eine Anschlussfinanzierung nur zu höheren Zinssätzen als bisher realisiert werden kann. Dies hätte einen negativen Effekt auf EBT und FFO.

Zum Bilanzstichtag bestehen für einen Großteil der Konzernfinanzierungen langfristige Zinssicherungen. Aus den derzeit anstehenden Neu- und Anschlussfinanzierungen ist aus heutiger Sicht im Konzern kein Zinsänderungsrisiko erkennbar. Auf Basis des aktuellen Zinsniveaus und den vorliegenden Kreditangeboten wird erwartet, dass die Anschlussfinanzierungen zu niedrigeren Zinssätzen als die Ursprungsfinanzierungen abgeschlossen werden können und die geplanten Zinssätze mit hinreichender Sicherheit erreichbar sind. Das Zinsumfeld wird laufend überwacht, um auf Zinsänderungen angemessen reagieren zu können. Das Zinsänderungsrisiko wird bei neuen Immobilienfinanzierungen weitestgehend durch Abschluss langfristiger Darlehen mit Zinsbindungsfristen von bis zu 15 Jahren reduziert.

Die Deutsche EuroShop AG setzt derivative Finanzinstrumente im Sinne des Hedge Accounting von Zinsänderungsrisiken ein. Durch diese eingesetzten Zinsswappes werden aus variablen Zinsen feste Zinsen. 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. Dem Ausfallrisiko begegnet die Gesellschaft mit einer strengen Prüfung ihrer Vertragspartner. Die Zinsswaps stellen mit dem Grundgeschäft i. d. R. eine Bewertungseinheit im Jahresabschluss dar. Liquiditätsrisiken sowie andere Risiken bestehen aus den Finanzinstrumenten nicht. Ein Effektivitätstest für die beschriebenen Sicherungsgeschäfte wird regelmäßig durchgeführt.

Eine Wirtschafts- und Finanzkrise sowie eine weiter verschärfte Regulierung des Finanzsektors könnte dazu führen, dass sich die Kreditvergabepaxis der Banken in Bezug auf Kreditmargen, Finanzierungslaufzeiten und -ausläufen sowie Kreditaufgaben deutlich verschlechtert. Dies hätte eine negative Auswirkung auf die Ertrags- und Finanzlage der Gesellschaft. In Extremsituationen könnte es zu einer Austrocknung des Finanzierungsmarktes kommen. Auch ist nicht völlig auszuschließen, dass etwa im Zuge einer Verschlechterung der Ertragslage einzelner Objektgesellschaften Kreditinstitute nicht zur Gewährung einer Anschlussfinanzierung oder Verlängerung von Kreditlinien bereit sind. Die Deutsche EuroShop AG begegnet diesem Finanzierungsrisiko durch den Abschluss langfristiger Kreditverträge, der Vermeidung einer zeitlichen Kumulierung von Kreditfälligkeiten sowie der Einhaltung konservativer Verschuldungsquoten. Darüber hinaus unterhält die Gesellschaft in ihren Zielmärkten zu einer Vielzahl von Banken langfristige Geschäftsbeziehungen, die einen bestmöglichen Kapitalmarktzugang ermöglichen.

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 nachhaltigen Kursverfall des ungarischen Forint oder des polnischen Zloty nicht mehr in der Lage wären, die dann deutlich höheren Fremdwährungsmieten zu zahlen.

Schadensrisiko

Die Immobilien unterliegen dem Risiko der ganzen oder teilweisen Zerstörung durch externe Einflussfaktoren (z. B. Brand- oder Wasserschäden, Vandalismus, Terror). Es können Kosten für die Instandsetzung und Mietausfälle entstehen. Diese Schäden sind durch bonitätsstarke Versicherungen weitestgehend abgesichert. Es ist jedoch denkbar, dass nicht für alle theoretisch möglichen Schäden hinreichender Versicherungsschutz besteht oder dieser Versicherungsschutz bei sich verändernden Bedingungen am Versicherungsmarkt zu adäquaten Konditionen aufrechterhalten werden kann. Darüber hinaus können Versicherer ihre Leistungen verweigern oder eine Verschlechterung der Bonität des Versicherers zu möglichen Zahlungsausfällen bei der Geltendmachung von Versicherungsschäden führen.

Zur Vermeidung von Schäden werden die Objekte durch Maßnahmen im Bereich Brand- und Einbruchschutz sowie der Vermeidung von Vandalismus aktiv gesichert. Dem Zahlungsausfallrisiko begegnet die Gesellschaft durch die Auswahl von bonitätsstarken Versicherungspartnern.

Rechtliches Risiko

Die Konzeption unseres Geschäftsmodells erfolgt auf der Basis der derzeitigen Gesetzeslage, Verwaltungsauffassung und Rechtsprechung, die sich jedoch jederzeit ändern können. Der Gesellschaft sind derzeit keine Rechtsrisiken bekannt, die wesentlichen Einfluss auf die Vermögens- und Ertragslage haben könnten.

Personalrisiko

Mit Blick auf die geringe Mitarbeiteranzahl der Deutsche EuroShop AG ist das Unternehmen abhängig von einzelnen Personen in Schlüsselpositionen. Der Abgang von Leistungsträgern würde zu einem Verlust von Know-how führen und die Ersatzrekrutierung und Einarbeitung neuer Mitarbeiter könnte das Tagesgeschäft temporär beeinträchtigen. Durch Vertretungsregelungen und der Dokumentation von wesentlichen Arbeitsprozessen werden diese Beeinträchtigungen minimal gehalten.

IT-Risiko

Das Informationssystem der Deutsche EuroShop AG basiert auf einer zentral gesteuerten Netzwerklösung. Die Wartung und Pflege des Systems erfolgt durch ein externes Dienstleistungsunternehmen. Mitarbeiter und das externe Dienstleistungsunternehmen erhalten über detaillierte Zugriffsregelungen ausschließlich Zugriff auf die für ihre Arbeit notwendigen Systeme. 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 auf mehreren Speichermedien. Im Falle eines Ausfalls der Hard- oder Software auf unserem System sind alle Daten kurzfristig reproduzierbar.

CHANCENBERICHT

Die Deutsche EuroShop AG ist Teil eines sich dynamisch und strukturell wandelnden Einzelhandelmarktes. Mit der Ansiedlung unserer Shoppingcenter in erstklassigen Lagen, einer breiten Branchendiversifikation innerhalb der Center sowie konzeptionelle Anpassungen zur Betonung des Freizeit-, Erlebnis- und Treffpunktcharakters sehen wir trotz dieser Strukturänderungen Chancen, auch in stagnierenden Phasen Geschäftserfolge erzielen zu können.

Im Rahmen der Finanzierung ergeben sich aufgrund des weiter niedrigen Zinsniveaus gute Chancen, Anschluss- und Neufinanzierung zu günstigeren Konditionen abzuschließen. Dies hätte einen positiven Effekt auf EBT und FFO.

Die Deutsche EuroShop AG hat darüber hinaus Chancen im Rahmen der klar definierten und selektiven Investitionsstrategie durch den Ankauf von oder der Beteiligung an weiteren Shoppingcentern zu wachsen. Dies hätte einen positiven Effekt auf die Ertragslage. Darüber hinaus kann ein weiteres externes Wachstum den Diversifikationseffekt im Beteiligungsportfolio erhöhen. Aufgrund der hohen Flexibilität bei der Umsetzung von Akquisitions- und Beteiligungsstrukturen, der guten Reputation bei Banken und als verlässlicher Partner am Immobilienmarkt ist die Gesellschaft gut positioniert auch in Zukunft opportunistisch am Transaktionsmarkt agieren zu können.

VERGÜTUNGSBERICHT

Das Vergütungsmodell der Deutsche EuroShop AG wurde an das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütungen (VorstAG) und an die Anforderungen des Corporate Governance Kodex angepasst und der Hauptversammlung im Juni 2010 zur Genehmigung vorgelegt. Bei neuen oder verlängerten Vorstandsmandaten wurden die Anforderungen vom Aufsichtsrat überprüft und angepasst.

SYSTEM DER VORSTANDSVERGÜTUNG

Die Vorstandsbezüge werden vom Aufsichtsrat festgelegt. Das Vergütungssystem sieht neben einer erfolgsunabhängigen Jahresgrundvergütung, die sich an den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert, eine erfolgsbezogene Vergütungskomponente sowie Sachleistungen in Form eines Firmenfahrzeuges sowie Beiträge für eine Altersvorsorgeversicherung vor.

Die Tantieme als erfolgsbezogene Vergütungskomponente orientiert sich an der nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Die Tantieme basiert auf dem gewichteten Durchschnitt des Geschäftsjahres und der vorhergehenden zwei Geschäftsjahre. Dabei wird das Konzern-EBT (ohne Bewertungsergebnis) des Geschäftsjahres mit 60 %, das des letzten Geschäftsjahres mit 30 % und das des vorletzten Geschäftsjahres mit 10 % in die Bemessungsgrundlage einbezogen. Von der Bemessungsgrundlage erhalten Herr Wellner 0,25 % und Herr Borkers 0,2 % als Tantieme. Die Tantieme ist der Höhe nach begrenzt auf 150 % der jährlichen Grundvergütung.

Die erfolgsunabhängige Jahresgrundvergütung beträgt für Herrn Wellner 252 T€ und für Herrn Borkers 173 T€. Darüber hinaus ergibt sich für 2016 für Herrn Wellner eine Tantieme von voraussichtlich 328 T€ und bei Herrn Borkers beträgt die Tantieme voraussichtlich 259 T€. Die endgültige Höhe der Tantiemen liegt erst mit Billigung des Konzernabschlusses durch den Aufsichtsrat vor und gelangt dann zur Auszahlung.

Sollte sich die Ertrags- und Vermögenslage der Gesellschaft während der Laufzeit des jeweiligen Anstellungsvertrages so erheblich verschlechtern, dass die Weiterzahlung der Bezüge unbillig wäre, gelten die Regelungen des § 87 Abs. 2 AktG. Über den Umfang der Herabsetzung der Bezüge entscheidet der Aufsichtsrat nach freiem Ermessen.

Im Falle einer vorzeitigen Beendigung des Anstellungsvertrages durch die Gesellschaft, ohne dass hierfür ein wichtiger Grund vorliegt, haben die Vorstände Anspruch auf eine Abfindung in Höhe der bis zum Ende der vereinbarten Vertragslaufzeit ausstehenden Jahresvergütungen, begrenzt jedoch auf maximal zwei Jahresvergütungen (Jahresgrundvergütung zzgl. Tantieme). Für die Bemessung der Höhe der Jahresvergütungen ist der Durchschnitt der Jahresvergütung des letzten Geschäftsjahres und der voraussichtlichen Jahresvergütung des laufenden Geschäftsjahres maßgebend.

Im Geschäftsjahr 2015 wurde ein neuer Long Term Incentive (LTI 2015) als Vergütungskomponente vereinbart. Die Höhe des LTI 2015 basiert auf der Veränderung der Marktkapitalisierung der Deutsche EuroShop AG im Zeitraum vom 1. Januar 2015 (bei Herrn Wellner) bzw. vom 1. Juli 2015 (bei Herrn Borkers) jeweils bis zum 30. Juni 2018. Die Marktkapitalisierung ergibt sich aus der Multiplikation des Aktienkurses mit der Anzahl der ausgegebenen Aktien der Gesellschaft. Entsprechend den Angaben der Deutsche Börse betrug die volumengewichtete Marktkapitalisierung 1.932,3 Mio. € zum 1. Januar 2015 sowie 2.195,0 Mio. € zum 1. Juli 2015.

Von einer positiven Veränderung der Marktkapitalisierung in dem vorbenannten Zeitraum von bis zu 500 Mio. € erhält Herr Wellner 0,10 % und Herr Borkers 0,05 %. Für eine darüber hinausgehende Veränderung werden 0,05 % bei Herrn Wellner und 0,025 % bei Herrn Borkers vergütet. Die Auszahlung des LTI 2015 erfolgt in drei gleichen Jahresraten, erstmals am 1. Januar 2019.

Im Falle einer vorzeitigen Beendigung des Anstellungsvertrages durch die Gesellschaft werden bis dahin entstandene etwaige Ansprüche aus dem LTI 2015 vorzeitig ausgezahlt.

Am 31. Dezember 2016 lag die Marktkapitalisierung der Gesellschaft bei 2.024,7 Mio. € und damit um 170,3 Mio. € unter dem Stand zum 1. Juli 2015 und 92,4 Mio. € über dem Stand zum 1. Januar 2015. Der Barwert des sich daraus ergebenden potenziellen Anspruchs aus dem LTI 2015 belief sich damit zum Jahresende auf insgesamt 49 T€. Im Geschäftsjahr wurde daher die im Vorjahr gebildete Rückstellung von 58 T€ teilweise wieder aufgelöst.

VERGÜTUNG DES VORSTANDS IN 2016

Die gewährten Zuwendungen des Vorstands betragen 1.099 T€ und verteilen sich wie folgt:

in T€	Wilhelm Wellner				Olaf Borkers				Claus-Matthias Böge				Gesamt
	Vorstandssprecher Eintritt: 01.02.2015				Vorstandsmitglied Eintritt: 01.10.2005				Vorstandssprecher (bis 30.06.2015) Austritt: 30.06.2015				
	2015	2016	2016 (min)	2016 (max)	2015	2016	2016 (min)	2016 (min)	2015	2016	2016 (min)	2016 (min)	
Gewährte Zuwendungen													
Festvergütung	231	252			168	173			150	-			
Nebenleistungen	17	18			13	15			8	-			
Summe	248	270			181	188			158	-			458
Einjährige variable Vergütung	289	328	0	378	252	259	0	259	225	-	-	-	
Mehrjährige variable Vergütung													
LTI 2010					238				1.712				
LTI 2015	0	0	0	(*)	0	0	0	(*)					
Summe	289	328			490	259			1.937	-			587
Versorgungsaufwand	0	0			0	0			54	54			54
GESAMTVERGÜTUNG	537	598			671	447			2.149	54			1.099

(*) kein Maximalwert

Im Jahr 2016 sind dem Vorstand Zuwendungen in Höhe von 1.396 T€ zugeflossen:

in T€	Wilhelm Wellner				Olaf Borkers				Claus-Matthias Böge				Gesamt
	Vorstandssprecher Eintritt: 01.02.2015				Vorstandsmitglied Eintritt: 01.10.2005				Vorstandssprecher (bis 30.06.2015) Austritt: 30.06.2015				
	2015	2016	2016 (min)	2016 (max)	2015	2016	2016 (min)	2016 (min)	2015	2016	2016 (min)	2016 (min)	2016
Zufluss													
Festvergütung	231	252			168	173			150	–			
Nebenleistungen	17	18			13	15			8	–			
Summe	248	270			181	188			158	0			458
Einjährige variable Vergütung (**)	0	290	0	347	246	252	0	252	675	–			
Mehrfürige variable Vergütung													
LTI 2010					238				0	342			
LTI 2015	0	0	0	(*)	0	0	0	(*)					
Summe	0	290			484	252			675	342			884
Versorgungsaufwand	0	0			0	0			54	54			54
GESAMTVERGÜTUNG	248	560			665	440			887	396			1.396

(*) kein Maximalwert

(**) Aufgrund der vorläufigen Berechnung zum Abschlussstellungszeitpunkt können die geflossenen Werte im Vergleich zur Angabe zu den gewährten Werten im Vergütungsbericht des Vorjahres geringfügig abweichen.

Die Nebenleistungen umfassten die Überlassung eines Pkw zur dienstlichen und privaten Nutzung. Beiträge in eine Altersvorsorgeversicherung waren im Vorsorgeaufwand enthalten.

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

Der ausgeschiedene Vorstandssprecher, Claus-Matthias Böge, erhält aus dem Long-Term-Incentive 2010, der am 30. Juni 2015 auslief, insgesamt einen Betrag in Höhe von 1.712 T€.

Dieser Betrag wird seit dem Jahr 2016 in fünf gleichen Raten immer zum Anfang eines Jahres bis zum Jahr 2020 ausgezahlt. Des Weiteren wurde seitens der Gesellschaft für Herrn Böge zusätzlich ein Beitrag von 54 T€ für eine Altersvorsorgeversicherung geleistet. Dieser Beitrag wird bis 2020 geleistet.

Für den Fall, dass Herr Wellner bei Ablauf des bestehenden Anstellungsvertrages zum 30. Juni 2018 nicht erneut zum Vorstand bestellt wird, erhält er für den Zeitraum von sechs Monaten ein monatliches Übergangsgeld von 40 T€. Dieses Übergangsgeld entfällt, wenn Herr Wellner für eine erneute Bestellung zum Vorstand nicht zur Verfügung steht.

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 Auslagen erstattet.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS 2016

Die Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats beliefen sich im Geschäftsjahr auf 312 T€ (inkl. 19 % Umsatzsteuer) und verteilen sich wie folgt:

in T€	2016	2015
Reiner Strecker	59,50	52,61
Thomas Armbrust	29,75	29,75
Beate Bell	29,75	29,75
Manuela Better	29,75	29,75
Karin Dohm	44,62	37,74
Dr. Henning Kreke	29,75	29,75
Alexander Otto	29,75	29,75
Klaus Striebich	29,75	29,75
Roland Werner	29,75	15,98
Manfred Zaß	0,00	27,55
	312,37	312,37

Vorschüsse und Kredite wurden diesem Personenkreis nicht gewährt.

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

ÜBERNAHMERELEVANTE ANGABEN

Die Aktien der Deutsche EuroShop werden unter anderem an der Börse in Frankfurt gehandelt. Sie befanden sich am 31. Dezember 2016 zu 17,8 % im Besitz von Alexander Otto (2015: 17,33 %).

Das Grundkapital beträgt 53.945.536 € und ist in 53.945.536 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 19. Juni 2018 einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu 26.972.768 € durch Ausgabe von neuen auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien gegen Bar- und / oder Sacheinlage (Genehmigtes Kapital 2013) erhöhen. Mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat der Vorstand am 7. März 2017 beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft durch eine teilweise Ausnutzung des genehmigten Kapitals um bis zu 4.700.000,00 € durch Ausgabe von bis zu 4.700.000 neuen auf den Namen lautenden Aktien (Stückaktien) mit Gewinnanteilberechtigung ab dem 1. Januar 2016 (die „Neuen Aktien“) gegen Bareinlage zu erhöhen. Insgesamt wurden 4.459.460 neue Aktien zu einem Bezugspreis von 37,00 € je Aktie ausgegeben. Dadurch sind der Gesellschaft rund 165 Mio. € zugeflossen. Die Kapitalerhöhung wurde am 8. März 2017 in das Handelsregister eingetragen.

Der Vorstand war ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 15. Juni 2016 Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 200.000.000 € mit einer Laufzeit von längstens zehn Jahren zu begeben und den Inhabern der jeweiligen, unter sich gleichberechtigten Teilschuldverschreibungen Wandlungsrechte auf neue Stückaktien der Gesellschaft in einer Gesamtzahl von bis zu 10.000.000 Stück (10,0 Mio. €) nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Wandelschuldverschreibungen (Anleihebedingungen) zu gewähren (Bedingtes Kapital 2011). Die Wandelschuldverschreibungen können auch mit einer variablen Verzinsung ausgestattet werden, wobei die Verzinsung auch wie bei einer Gewinnschuldverschreibung vollständig oder teilweise von der Höhe der Dividende der Gesellschaft abhängig sein kann. Im Rahmen dieser Ermächtigung hat die Deutsche EuroShop im November 2012 eine Wandelschuldverschreibung mit fünf Jahren Laufzeit emittiert, die einen Nennbetrag von 100.000.000 € hat und für die aktuell rund 3,27 Mio. Stückaktien aus dem bedingten Kapital reserviert 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.

Die wesentlichen Vereinbarungen der Deutsche EuroShop AG, die eine Klausel für den Fall einer Übernahme (Change of Control) der Deutsche EuroShop AG enthalten, betreffen hauptsächlich bilaterale Kreditfazilitäten sowie mehrere Darlehensverträge. Im Übernahmefall haben die jeweiligen Kreditgeber das Recht, die Fazilität zu kündigen und gegebenenfalls fällig zu stellen bzw. die Rückzahlung der Darlehen zu verlangen. Dabei wird eine Übernahme angenommen, wenn ein Dritter die Kontrolle über die Deutsche EuroShop AG erlangt; dies kann auch eine gemeinschaftlich handelnde Gruppe sein.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG (§ 289A HGB)

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

Hamburg, 12. April 2017

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.

Rundungen und Veränderungsraten

Bei Prozentangaben und Zahlen in diesem Bericht können Rundungsdifferenzen auftreten. Die Vorzeichenangabe der Veränderungsraten richtet sich nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten: Verbesserungen werden mit Plus (+) bezeichnet, Verschlechterungen mit Minus (-).

KONZERNABSCHLUSS 2016

KONZERNBILANZ

AKTIVA

in T€	Anhang	31.12.2016	31.12.2015
VERMÖGENSWERTE			
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		29	8
Sachanlagen	1.	267	365
Investment Properties	2.	3.520.824	3.356.655
Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen	3.	515.361	411.031
Übrige Finanzanlagen		52	59
Langfristige Vermögenswerte		4.036.533	3.768.118
Kurzfristige Vermögenswerte			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.	6.601	5.605
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	5.	7.277	7.192
Liquide Mittel	6.	64.046	70.699
Kurzfristige Vermögenswerte		77.924	83.496
SUMME AKTIVA		4.114.457	3.851.614

PASSIVA

in T€	Anhang	31.12.2016	31.12.2015
EIGENKAPITAL UND SCHULDPOSTEN			
Eigenkapital und Rücklagen			
Gezeichnetes Kapital		53.945	53.945
Kapitalrücklage		961.970	961.970
Gewinnrücklagen		900.233	751.944
Summe Eigenkapital	7.	1.916.148	1.767.859
Langfristige Verpflichtungen			
Finanzverbindlichkeiten	8.	1.242.754	1.359.896
Passive latente Steuern	10.	359.365	309.528
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	11.	324.559	293.113
Sonstige Verbindlichkeiten	9.	49.083	52.314
Langfristige Verpflichtungen		1.975.761	2.014.851
Kurzfristige Verpflichtungen			
Finanzverbindlichkeiten	8.	202.827	47.711
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1.394	621
Steuerverbindlichkeiten		649	489
Sonstige Rückstellungen	12.	6.644	7.056
Sonstige Verbindlichkeiten	9.	11.034	13.027
Kurzfristige Verpflichtungen		222.548	68.904
SUMME PASSIVA		4.114.457	3.851.614

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in T€	Anhang	01.01. – 31.12.2016	01.01. – 31.12.2015
Umsatzerlöse	13.	205.136	202.854
Grundstücksbetriebskosten	14.	-10.200	-9.407
Grundstücksverwaltungskosten	15.	-10.198	-9.976
Nettobetriebsergebnis (NOI)		184.738	183.471
Sonstige betriebliche Erträge	16.	1.410	800
Sonstige betriebliche Aufwendungen	17.	-7.522	-7.975
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		178.626	176.296
Gewinn- oder Verlustanteile von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen, die nach at-equity bilanziert werden	18.	54.283	68.355
Zinsaufwendungen		-52.918	-55.980
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	11.	-17.894	-17.020
Übrige Finanzerträge und -aufwendungen		2.529	2.273
Zinserträge		118	229
Erträge aus Beteiligungen		1	1
Finanzergebnis		-13.881	-2.142
Bewertungsergebnis	19.	116.774	220.556
Ergebnis vor Steuern (EBT)		281.519	394.710
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	20.	-59.762	-85.428
KONZERNERGEBNIS		221.757	309.282
Ergebnis je Aktie (€), unverwässert	24.	4,11	5,73
Ergebnis je Aktie (€), verwässert	24.	3,92	5,46

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

in T€	Anhang	01.01.–31.12.2016	01.01.–31.12.2015
Konzernergebnis		221.757	309.282
Posten, die unter bestimmten Bedingungen zukünftig in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden:			
Effektiver Teil der Gewinne und Verluste aus Sicherungsinstrumenten bei einer Absicherung von Zahlungsströmen	7.	-836	5.594
Veränderung IAS 39 Bewertung von Beteiligungen Available-for-Sale	7.	-7	-8
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	7.	201	-1.222
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses		-642	4.364
GESAMTERGEBNIS		221.115	313.646
Anteil Konzernaktionäre		221.115	313.646

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

in T€	Anhang	01.01. – 31.12.2016	01.01. – 31.12.2015*
Konzernergebnis		221.757	309.282
Ertragsteuern	20.	59.762	85.428
Finanzergebnis		13.881	2.142
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	17.	72	86
Unrealisierte Marktwertveränderungen der Investment Properties	19.	-116.774	-220.556
Erhaltene Ausschüttungen und Kapitalrückzahlungen	3.	21.952	17.724
Veränderungen der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögenswerte	4., 5.	-1.081	657
Veränderungen kurzfristiger Rückstellungen	2., 12.	748	-3.111
Veränderungen der Verbindlichkeiten	9.	-2.817	386
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		197.500	192.038
Gezahlte Zinsen		-51.210	-54.272
Erhaltene Zinsen		118	229
Gezahlte Ertragsteuern	20.	-5.445	-4.245
Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		140.963	133.750
Auszahlungen für Investitionen in Investment Properties	2.	-16.819	-11.068
Einzahlung aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen		57	0
Auszahlung für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen		-52	-75
Einzahlung aus dem Abgang von Finanzanlagevermögen	3.	2.819	0
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	3.	-79.723	-800
Cashflow aus Investitionstätigkeit		-93.718	-11.943
Einzahlung aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	8., 23.	80.000	39.018
Auszahlung aus der Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	8.	-43.734	-63.204
Auszahlungen an Kommanditisten	11.	-17.338	-15.077
Auszahlungen an Konzernaktionäre	7.	-72.826	-70.129
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-53.898	-109.392
Veränderungen des Finanzmittelbestandes		-6.653	12.415
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	6.	70.699	58.284
FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE	6.	64.046	70.699

* Zur Verbesserung der Darstellung der Finanzlage wurde die Kapitalflussrechnung überarbeitet und die Vorjahresdarstellung entsprechend dem neuen Ausweis angepasst. Dabei ergaben sich keine Verschiebungen zwischen den Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit, Investitions- und Finanzierungstätigkeit des Vorjahres. Die Anpassungen betreffen im Wesentlichen die Übernahme der bisher im Anhang gemachten Angaben zu Zins- und Steuerzahlungen in die Kapitalflussrechnung, der separate Ausweis der erhaltenen Dividenden und Barausschüttungen und der unsaldierte Ausweis der Ein- und Auszahlungen aus Finanzverbindlichkeiten.

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

in T€	Anhang	Anzahl Aktien im Umlauf	Grundkapital	Kapitalrücklage	Andere Gewinnrücklagen	Gesetzliche Gewinnrücklage	Gewinnrücklage Available-for-Sale	Gewinnrücklage Cashflow-Hedges	Summe
01.01.2015		53.945.536	53.945	961.970	544.025	2.000	-7	-37.591	1.524.342
Gesamtergebnis			0	0	309.282	0	-8	4.372	313.646
Dividendenauszahlungen	7.		0	0	-70.129	0	0	0	-70.129
31.12.2015		53.945.536	53.945	961.970	783.178	2.000	-15	-33.219	1.767.859
01.01.2016		53.945.536	53.945	961.970	783.178	2.000	-15	-33.219	1.767.859
Gesamtergebnis			0	0	221.757	0	-7	-635	221.115
Dividendenauszahlungen	7.		0	0	-72.826	0	0	0	-72.826
31.12.2016		53.945.536	53.945	961.970	932.109	2.000	-22	-33.854	1.916.148

KONZERNANHANG

FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

ALLGEMEINE ANGABEN

Die Muttergesellschaft des Konzerns ist die Deutsche EuroShop AG, Hamburg, Deutschland. Der Firmensitz der Gesellschaft befindet sich im Heegbarg 36, 22391 Hamburg und ist im Handelsregister Hamburg (HRB 91799) eingetragen.

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

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 erstellt. Es wurden alle IFRS und IFRIC beachtet, die zum 31. Dezember 2016 von der EU-Kommission übernommen wurden und verpflichtend anzuwenden sind. Der Vorstand hat den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 am 12. April 2017 aufgestellt und anschließend zur Prüfung und Billigung an den Aufsichtsrat weitergeleitet.

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

Die Darstellung der Beträge erfolgt grundsätzlich in T€.

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 (näheres siehe Erläuterungen zu Abschnitt „2. Investment Properties“).

Eine detaillierte Aufstellung der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen ist Bestandteil des Anhangs.

Die Jahresabschlüsse der einbezogenen Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses, den 31. Dezember 2016, erstellt.

KONSOLIDIERUNGSKREIS UND KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Vollkonsolidierte Tochterunternehmen	Inland*	Ausland*	Gesamt
Stand 01.01.2016	9	3	12
Zugänge	0	0	0
Abgänge	0	0	0
Stand 31.12.2016	9	3	12

Nach der at-equity Methode einbezogene Gemeinschaftsunternehmen	Inland*	Ausland*	Gesamt
Stand 01.01.2016	3	3	6
Zugänge	1	0	1
Abgänge	0	0	0
Stand 31.12.2016	4	3	7

Nach der at-equity Methode einbezogene assoziierte Unternehmen	Inland*	Ausland*	Gesamt
Stand 01.01.2016	4	1	5
Zugänge	0	0	0
Abgänge	-1	0	-1
Stand 31.12.2016	3	1	4

* Die Zuordnung der Gesellschaften erfolgt gemäß der Segmentzuordnung anhand des Standortes des jeweiligen Shoppingcenters, welcher vom gesellschaftsrechtlichen Sitz der Gesellschaft abweichen kann.

Tochterunternehmen

Der Konzernabschluss umfasst den Abschluss des Mutterunternehmens und der von ihr beherrschten Unternehmen. Die Deutsche EuroShop AG erlangt die Beherrschung, wenn sie:

- Verfügungsmacht über ein anderes Unternehmen ausüben kann,
- schwankenden Renditen / Rückflüssen aus dieser Beteiligung ausgesetzt ist, und
- diese Renditen aufgrund der Verfügungsmacht der Höhe nach beeinflussen kann.

Zu jedem Stichtag wird eine Neubeurteilung vorgenommen, ob ein Beteiligungsunternehmen beherrscht wird oder nicht, je nachdem, ob Umstände darauf hinweisen, dass sich eines oder mehrere der Kriterien verändert haben.

Finanzinformationen zu Tochterunternehmen mit wesentlichen nicht beherrschenden Anteilen

Die Deutsche EuroShop AG ist mit 52,01 % an der Main-Taunus-Zentrum KG, Hamburg, beteiligt und übt einen beherrschenden Einfluss auf die Gesellschaft aus. Die übrigen Anteile von 47,99 % befinden sich in Streubesitz. Die Gesellschaft wies am Bilanzstichtag langfristige Vermögenswerte in Höhe von 714.000 T€ (i. Vj. 657.000 T€) und kurzfristige Vermögenswerte in Höhe von 13.035 T€ (i. Vj. 13.699 T€) aus. Die langfristigen Schuldposten betragen 220.000 T€ (i. Vj. 220.000 T€), die kurzfristigen Schuldposten beliefen sich auf 3.021 T€ (i. Vj. 3.696 T€). Die Gesellschaft erzielte einen Umsatz in Höhe von 35.031 T€ (i. Vj. 34.744 T€) und einen Jahresüberschuss (nach den Kommanditisten zustehenden Ergebnisanteilen) in Höhe von 42.539 T€ (i. Vj. 69.928 T€). An die Kommanditisten wurde im Berichtsjahr eine Ausschüttung in Höhe von 12.107 T€ (i. Vj. 12.125 T€) geleistet.

Gemeinschaftsunternehmen

Gemeinschaftsunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG zusammen mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt, werden als Joint Venture klassifiziert und at-equity bilanziert. Durch den Erwerb der Saarpark Center Neunkirchen KG, Hamburg, Anfang Oktober 2016 hat sich die Anzahl der Gemeinschaftsunternehmen im Berichtsjahr von sechs auf sieben erhöht. Die Deutsche EuroShop AG ist mit 75 % an der Stadt-Galerie Passau KG, Hamburg, beteiligt. Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Vereinbarungen verfügt die Deutsche EuroShop AG nicht über die Mehrheit der Stimmrechte und übt bei dieser Gesellschaft nicht die alleinige Kontrolle aus.

Assoziierte Unternehmen

Soweit die Deutsche EuroShop AG entsprechend IAS 28 auf Unternehmen einen maßgeblichen, aber keinen beherrschenden Einfluss ausüben kann, werden diese Beteiligungen at-equity bilanziert. Durch den Verkauf der Kommanditgesellschaft PANTA Dreiunddreißigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg, im Berichtsjahr hat sich die Anzahl der assoziierten Unternehmen von fünf auf vier reduziert.

Beteiligungsunternehmen

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. Es handelt sich um die Beteiligung an der Ilwro Holding B.V., Amsterdam.

Anteilsbesitz

Die nach § 313 Abs. 2 HGB erforderliche Aufstellung des Anteilsbesitzes ist Bestandteil des Konzernanhangs. Die Aufstellung des Anteilsbesitzes enthält auch eine abschließende Aufzählung aller Tochterunternehmen, die die Bedingungen des § 264 b HGB erfüllen und die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts in Anspruch genommen haben.

UNTERNEHMENSERWERB NACH DEM BILANZSTICHTAG

Am 7. März 2017 hat der Deutsche EuroShop Konzern einen Kaufvertrag zum Erwerb sämtlicher Anteile an der Olympia Brno s.r.o. Prag (Tschechische Republik), unterzeichnet. Die Olympia Brno ist Eigentümerin des in Brünn (Tschechische Republik) gelegenen Shoppingcenters „Olympia“. Der Übergang von Nutzen und Lasten fand am 31. März 2017 mit Auszahlung des vorläufigen Kaufpreises (207 Mio. €) an die Verkäufer statt. Der endgültige Kaufpreis wird auf Basis des Zwischenabschlusses der Olympia Brno zum 31. März 2017 ermittelt. Das Investment wird durch Eigenmittel aus einer Barkapitalerhöhung (siehe Abschnitt „7. Eigenkapital und Rücklagen“) und langfristige Darlehen finanziert.

Aufgrund der zeitlichen Nähe zwischen Übergang von Nutzen und Lasten am 31. März 2017 und der Aufstellung des Konzernabschlusses ist die Erstellung, der für die vorläufige Kaufpreisallokation relevanten Informationen, noch nicht abgeschlossen. Daher können die Anpassungen zum beizulegenden Zeitwert noch nicht quantifiziert werden.

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 aktivischer Unterschiedsbetrag wird bei Werthaltigkeit als Geschäfts- oder Firmenwert unter den Immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Negative Unterschiedsbeträge werden nach einer erneuten Prüfung (Reassessment) ergebniswirksam vereinnahmt.

Gemeinschafts- und assoziierte Unternehmen werden at-equity bilanziert. Dabei werden die Anschaffungskosten der Beteiligung um die dem Kapitalanteil der Deutsche EuroShop AG entsprechenden Eigenkapitalveränderungen erfolgswirksam erhöht oder vermindert.

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

NEUE RECHNUNGS- LEGUNGSSTANDARDS

Folgende für die Geschäftstätigkeit des Konzerns relevanten neuen bzw. geänderten Standards und Interpretationen sind erstmalig verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am 31. Dezember 2016 enden:

Änderungen / Standard	Anwendungszeitpunkt (EU)	Änderungen	Auswirkungen auf Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bzw. Cashflows der Deutsche EuroShop AG
Angabeinitiative (Änderung an IAS 1)	01.01.2016	Die Änderungen sollen eine Reduzierung auf wesentliche und vereinfachte Angaben im Abschluss ermöglichen.	Keine wesentlichen Auswirkungen.
Klarstellung zulässiger Abschreibungsmethoden (Änderungen an IAS 16 und IAS 38)	01.01.2016	Danach wird eine erlösbasierte Abschreibungsmethode für Sachanlagen als nicht zulässig angesehen, während für immaterielle Vermögenswerte lediglich eine widerlegbare Annahme besteht, dass eine solche Methode nicht sachgerecht ist.	Keine Auswirkungen.
Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an gemeinschaftlichen Tätigkeiten (Änderungen an IFRS 11)	01.01.2016	Der Erwerber von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit, die einen Geschäftsbetrieb gemäß IFRS 3 darstellt, hat alle Prinzipien in Bezug auf die Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen aus IFRS 3 und anderen IFRS anzuwenden, solange diese nicht in Widerspruch zu den Leitlinien in IFRS 11 stehen.	Keine wesentlichen Auswirkungen.
Jährliche Verbesserungen der IFRS - Zyklus 2010 – 2012	01.01.2016	Klarstellungen zahlreicher bereits veröffentlichter Standards.	Keine wesentlichen Auswirkungen.
Jährliche Verbesserungen der IFRS - Zyklus 2012 – 2014	01.01.2016	Klarstellungen zahlreicher bereits veröffentlichter Standards.	Keine wesentlichen Auswirkungen.

Folgende für die Geschäftstätigkeit des Konzerns relevanten neuen bzw. geänderten Standards und Interpretationen sind noch nicht verpflichtend anzuwenden und wurden nicht frühzeitig angewandt:

Änderungen / Standard	Erwarteter Anwendungszeitpunkt (EU)	Voraussichtliche Änderungen	Auswirkungen auf Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bzw. Cashflows der Deutsche EuroShop AG
IFRS 9 Finanzinstrumente	01.01.2018	<p>Der neue IFRS 9 vereinheitlicht die Vorgaben zur Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten. Als Grundlage bezieht sich der Standard dabei auf die Zahlungsstromeigenschaften und das Geschäftsmodell, nach dem sie gesteuert werden.</p> <p>Ferner sieht er ein neues Wertminderungsmodell vor, das auf den erwarteten Kreditausfällen basiert. IFRS 9 enthält zudem neue Regelungen zur Anwendung von Hedge Accounting, um die Risikomanagementaktivitäten eines Unternehmens besser darzustellen. Die bisherigen Vorschriften des IAS 39 werden durch den IFRS 9 ersetzt.</p>	Keine wesentlichen Auswirkungen
IFRS 15 Erlöse aus Verträgen mit Kunden	01.01.2018	Der Standard sieht ein fünfstufiges Modell für die Erlösermittlung und -erfassung vor, das auf alle Verträge mit Kunden anzuwenden ist. Hieraus ergibt sich zu welchem Zeitpunkt (bzw. über welchen Zeitraum) und in welcher Höhe Umsatzerlöse zu erfassen sind.	Aufgrund des Geschäftsmodells des Konzerns, der Erzielung von Mieterlösen durch die Vermietung von Flächen in den Shoppingcentern, werden keine wesentlichen Auswirkungen auf die Bilanzierung der Umsatzerlöse erwartet.
IFRS 16 Leasingverhältnisse	01.01.2019	Kernanforderung des IFRS 16 ist es, beim Leasing-Nehmer generell alle Leasing-Verhältnisse und die damit verbundenen vertraglichen Rechte und Verpflichtungen in der Bilanz zu erfassen. Für alle Leasing-Verhältnisse erfasst der Leasing-Nehmer in seiner Bilanz eine Leasing-Verbindlichkeit für die Verpflichtung, künftig Leasing-Zahlungen vorzunehmen. Gleichzeitig aktiviert der Leasing-Nehmer ein Nutzungsrecht am zugrunde liegenden Vermögenswert, welches grundsätzlich dem Barwert der künftigen Leasing-Zahlungen zuzüglich direkt zurechenbarer Kosten entspricht. Während der Laufzeit des Leasing-Vertrags wird die Leasing-Verbindlichkeit ähnlich den Regelungen nach IAS 17 für Finanzierungs-Leasing-Verhältnisse finanzmathematisch fortgeschrieben, während das Nutzungsrecht planmäßig amortisiert wird, was grundsätzlich zu höheren Aufwendungen zu Beginn der Laufzeit eines Leasing-Vertrags führt. Beim Leasing-Geber sind die Regelungen des neuen Standards dagegen ähnlich den bisherigen Vorschriften des IAS 17.	Da der Konzern als Leasingnehmer nur in geringem Umfang Verpflichtungen aus Leasing-Verhältnissen besitzt, werden keine wesentlichen Auswirkungen erwartet.
Angabeinitiative (Änderung an IAS 7)	01.01.2017	Durch diese Verlautbarung werden Angaben vorgeschrieben, die die Abschlussadressaten in die Lage versetzen sollen, Veränderungen von Verbindlichkeiten aus der Finanzierungstätigkeit zu beurteilen.	Der Konzern prüft die Verlautbarung derzeit, erwartet jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung des Cashflows des Konzerns.
Ansatz von aktiven latenten Steuern für nicht realisierte Verluste (Änderung an IAS 12)	01.01.2017	Klarstellung der Bilanzierung aktiver latenter Steuern auf unrealisierte Verluste zur Veräußerung verfügbarer finanzieller Vermögenswerte.	Keine wesentlichen Auswirkungen.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Konzernwährung ist der Euro (€).

Die außerhalb des Gebiets der Europäischen Währungsunion gelegenen, in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften, werden als rechtlich selbstständige, aber wirtschaftlich unselbstständige, integrierte Unternehmen angesehen. Daher weicht die Berichtswährung dieser Einheiten von der funktionalen Währung (€) 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.

Die monetären Werte werden daher zum Stichtagskurs und die nicht-monetären Posten zum Kurs des Erstverbuchungszeitpunktes umgerechnet. Nichtmonetäre Posten, die zum beizulegenden Zeitwert anzuwerten 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.

Für die Umrechnung der ungarischen Abschlussbestandteile der Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg von Forint (HUF) in Euro wurde ein Stichtagskurs von 311,02 HUF (i. Vj. 313,12 HUF) und ein Durchschnittskurs von 311,46 HUF (i. Vj. 309,90 HUF) angewandt. Bei der Umrechnung der Einzelabschlüsse der polnischen Gesellschaften wurde ein Stichtagskurs von 4,42 PLN (i. Vj. 4,26 PLN) und ein Durchschnittskurs von 4,36 PLN (i. Vj. 4,18 PLN) zugrunde gelegt.

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 gebucht. Zinserträge und Zinsaufwendungen werden periodengerecht erfasst.

BESTIMMUNG BEIZULEGENDER ZEITWERT

Die Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte für finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wird regelmäßig durch den Konzern überprüft. Ebenso führt der Konzern eine regelmäßige Überprüfung der wesentlichen nicht beobachtbaren Inputfaktoren sowie Bewertungsanpassungen durch. Bei der Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts eines Vermögenswerts oder einer Schuld verwendet der Konzern soweit möglich am Markt beobachtbare Daten. Basierend auf den in den Bewertungstechniken verwendeten Inputfaktoren werden die beizulegenden Zeitwerte gemäß IFRS 13 in unterschiedlichen Stufen der Fair-Value-Hierarchie eingeordnet:

Level 1: beizulegende Zeitwerte, die mit Hilfe von in aktiven Märkten notierten Preisen bestimmt werden.

Level 2: beizulegende Zeitwerte, die mit Hilfe von Bewertungsmethoden bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren, die für den beizulegenden Zeitwert bedeutend sind, auf direkt oder indirekt beobachtbaren Marktdaten basieren.

Level 3: beizulegende Zeitwerte, die mit Hilfe von Bewertungsmethoden bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren, die für den beizulegenden Zeitwert bedeutend sind, nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Bei Vermögenswerten oder Verbindlichkeiten, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert erfasst werden, wird anhand einer Neubeurteilung zum Ende des Geschäftsjahres festgestellt, ob es zu einer Umgruppierung zwischen den Hierarchiestufen gekommen ist. Im Geschäftsjahr 2016 gab es, wie im Vorjahr, keine Umgruppierungen zwischen den Hierarchiestufen.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Unter den immateriellen Vermögenswerten wird ausschließlich erworbene Software der Deutsche EuroShop AG ausgewiesen. Die Zugangsbewertung erfolgt zu Anschaffungskosten. Diese werden auf die wirtschaftliche Nutzungsdauer von drei Jahren verteilt und entsprechend linear mit 33 % abgeschrieben. Die Abschreibungsmethode und die Abschreibungsdauer werden jährlich zum Ende des Geschäftsjahres überprüft.

SACHANLAGEN

Das Sachanlagevermögen ist mit den Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen und, soweit zutreffend, außerplanmäßige Abschreibungen (Wertminderungen) bilanziert.

Die Betriebs- und Geschäftsausstattung beinhaltet die betrieblich genutzten PKW, die Büroausstattung, Mietereinbauten, 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. Im Bau befindliche Immobilien, die nach ihrer Fertigstellung als Finanzinvestition genutzt werden sollen, fallen auch in den Anwendungsbereich des IAS 40. Als Finanzinvestition gehaltene 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 (wiederkehrende Fair-Value-Bewertung). 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.

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 Operatingleasing-Verhältnisse klassifiziert. Die Operatingleasing-Vereinbarungen beziehen sich auf im Eigentum des Konzerns stehende, als Finanzinvestition gehaltene Immobilien mit langfristigen Mietzeiträumen. Mieteinnahmen aus Operatingleasing-Verhältnissen 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.

Finanzinstrumente werden mit ihrem beizulegenden Zeitwert angesetzt. Der beizulegende Zeitwert ist der Preis, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern am Bemessungsstichtag für den Verkauf eines Vermögenswerts eingenommen bzw. für die

Übertragung einer Schuld gezahlt würde. Bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts wird davon ausgegangen, dass der dem Preis zugrunde liegende Geschäftsvorfall auf einem Hauptmarkt, zu dem der Konzern Zugang hat, stattfindet. Der Preis bemisst sich anhand der Annahmen, die Marktteilnehmer bei der Preisbildung zugrunde legen würden.

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 2027 reicht. Diese Zinssicherungsgeschäfte werden mit dem beizulegenden Zeitwert angesetzt (wiederkehrende Fair-Value-Bewertung) 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. Sofern die Effektivität zwischen dem Grund- und dem Sicherungsgeschäft nicht gegeben ist, wird das Sicherungsgeschäft als Derivat erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Der ermittelte Barwert resultiert aus diskontierten Cashflows, die auf Basis aktueller Marktzinsen ermittelt wurden. Die Zinssicherungsgeschäfte und Darlehensverträge haben gleichlautende Endfälligkeiten.

Finanzanlagen

Die Finanzanlagen sind der Bewertungskategorie „Available-for-Sale“ zugeordnet und umfassen die Beteiligung an einer niederländischen 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 auf diese Gesellschaft hat, wird die Beteiligung gemäß den Vorschriften des IAS 39 mit ihrem beizulegenden Zeitwert (wiederkehrende Fair-Value-Bewertung) bilanziert.

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 ausgebucht, sofern die Forderung uneinbringlich wird.

Abfindungsansprüche von Kommanditisten

Die Abgrenzung von Eigen- und Fremdkapital nach den internationalen Rechnungslegungsstandards ist im Standard IAS 32 Financial Instruments „Presentation“ geregelt. Danach werden die Eigenkapitalanteile der Fremdgegesellschafter von Personenhandelsgesellschaften 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 langfristig 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.

Finanzverbindlichkeiten

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.

Die Bewertung der Fremdkapitalkomponente von Wandelanleihen wird unter Anwendung des Marktzinssatzes für eine gleichartige nicht wandelbare Schuldverschreibung bestimmt.

Diese Fremdkapitalkomponente wird als Verbindlichkeit zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet, bis die Wandlung erfolgt oder die Rückzahlung fällig wird. Der verbleibende Teil des Emissionserlöses verkörpert den Wert des Wandlungsrechts. Dieser wird im Eigenkapital innerhalb der Kapitalrücklage erfasst. Die finanzielle Verbindlichkeit erhöht sich erfolgswirksam im Zeitablauf um die Differenz zwischen dem effektiven Zinsaufwand und dem Nominalzins.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

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

Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel beinhalten Bargeld und Bankguthaben (Laufzeit bis zu drei Monaten) mit ihren jeweiligen Nennbeträgen.

AT-EQUITY BILANZIERTE FINANZANLAGEN

Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen werden mit ihren Anschaffungskosten in die Bilanz aufgenommen, die um Veränderungen des Anteils des Konzerns am Eigenkapital des assoziierten Unternehmens / Gemeinschaftsunternehmens nach dem Erwerbszeitpunkt angepasst werden. Der Konzern überprüft zu jedem Bilanzstichtag, ob Anzeichen vorliegen, dass in Bezug auf die fortgeführten Buchwerte der Anteile Wertminderungsbedarf besteht.

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 wurde für inländische Gesellschaften ein einheitlicher Steuersatz von 15 % Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,5 % sowie teilweise 16,45 % für die Gewerbesteuer angesetzt. Für ungarische Steuern wurde ein Steuersatz von 9 % (i. Vj. 19 %), für polnische Steuern ein Steuersatz von 19 % und für österreichische Steuern ein Steuersatz von 25 % zugrunde gelegt. Gemäß IAS 12.74 werden die aktiven latenten Steuern auf die vorhandenen Verlustvorträge mit den passiven latenten Steuern verrechnet.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Sonstige 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 KONZERN-BILANZ – AKTIVA

1. SACHANLAGEN

Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

in T€	2016	2015
Anschaffungskosten Stand 01.01.	568	571
Zugänge	19	76
Abgänge	-132	-79
Stand 31.12.	455	568
Abschreibungen Stand 01.01.	-203	-178
Zugänge	-60	-76
Abgänge	75	51
Stand 31.12.	-188	-203
Buchwert zum 01.01.	365	393
BUCHWERT ZUM 31.12.	267	365

Hierunter fallen Büroausstattung der Deutsche EuroShop AG, ein Firmenfahrzeug sowie Mietereinbauten.

2. INVESTMENT PROPERTIES

in T€	2016	2015
Buchwert zum 01.01.	3.356.655	3.060.179
Zugänge	7.217	128
Aktivierete bauliche Maßnahmen	8.602	10.940
Unrealisierte Marktwertveränderungen	148.350	285.408
BUCHWERT ZUM 31.12.	3.520.824	3.356.655

Die Zugänge beinhalten im Wesentlichen den Ankauf einer an das Shoppingcenter in Dessau angrenzenden Immobilie, die von Karstadt angemietet ist, zum 1. April 2016. Dabei wurde die für den Ankauf im Vorjahr gebildete Rückstellung von 1.000 T€ gegen die Zugänge verrechnet.

Die unrealisierten Marktwertveränderungen betreffen die nach IAS 40 vorgenommenen Auf- und Abwertungen.

Die periodischen Marktwerte der Immobilien wurden zum 31. Dezember 2016 durch den Gutachter Jones Lang LaSalle GmbH (JLL) gemäß den Richtlinien der Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) ermittelt. Dabei kam wie in den Vorjahren die Discounted-Cashflow-Methode (DCF) zur Anwendung.

Bei der DCF-Methode wird der Barwert künftiger Zahlungsmittelüberschüsse für das jeweilige Objekt zum Bewertungsstichtag berechnet. Dazu werden in einer Detailplanungsphase von (üblicherweise) zehn Jahren die Einzahlungsüberschüsse aus dem jeweiligen Objekt ermittelt und mit einem Diskontierungssatz abgezinst. Für das Ende der zehnjährigen Detailplanungsphase wird ein Restwert prognostiziert. Hierzu werden die stabilisierten Einzahlungsüberschüsse des letzten Planungsjahres mit einem Zinssatz kapitalisiert (Kapitalisierungszinssatz). Der Restwert wird in einem zweiten Schritt ebenfalls mit dem Diskontierungszinssatz auf den Bewertungsstichtag abgezinst.

Zur Ableitung der Diskontierungs- und Kapitalisierungszinssätze wurde von JLL das Equated Yield-Modell angewandt. Der Kapitalisierungszinssatz wurde individuell für jede Immobilie aus Nettoanfangsrenditen vergleichbarer Transaktionen abgeleitet. Dabei wurden wertbildende Determinanten wie Inflation, Miet- und Kostenentwicklung implizit im Kapitalisierungszinssatz berücksichtigt. Zudem wurde jeweils das objektspezifische Risikoprofil hinsichtlich der relevanten Einzelindikatoren adjustiert. Zu diesen Indikatoren gehören zum Beispiel die Lage- und Standortqualität, die Marktentwicklung sowie die Entwicklung des Wettbewerbsumfeldes. Die Diskontierungszinssätze hat JLL ebenfalls aus Vergleichstransaktionen abgeleitet, allerdings um die Wachstumsprognosen für Mieten und Kosten bereinigt, da diese explizit im jeweiligen Cashflow dargestellt worden sind. Eine methodische Differenzierung bei der Bewertung von in- und ausländischen Immobilien wurde von JLL nicht vorgenommen.

In der nachfolgenden Übersicht sind wesentliche Annahmen, welche bei der Ermittlung der Marktwerte durch JLL verwendet wurden, dargestellt:

Bewertungsparameter in %	31.12.2016	31.12.2015
Mietsteigerungsrate	1,39	1,14
Kostenquote	10,17	10,70
Diskontierungsrate	5,97	6,11
Kapitalisierungszinssatz	5,21	5,33

Eine Veränderung wesentlicher Parameter (Sensitivitätsanalyse) der Immobilienbewertung um 25 Basispunkte hätte folgende Auswirkungen auf das Bewertungsergebnis vor Steuern (inklusive des auf die at-equity konsolidierten Unternehmen entfallenden Anteils):

Sensitivitätsanalyse – Bewertungsparameter	Basis	Änderung Parameter	in Mio. €	in %
Mietsteigerungsrate	1,39	+ 0,25 %-Punkte	148,0	4,0
		- 0,25 %-Punkte	-101,1	-3,0
Kostenquote	10,17	+ 0,25 %-Punkte	-9,0	-0,2
		- 0,25 %-Punkte	10,4	0,3
Diskontierungsrate	5,97	+ 0,25 %-Punkte	-69,2	-1,9
		- 0,25 %-Punkte	69,0	1,9
Kapitalisierungszinssatz	5,21	+ 0,25 %-Punkte	-106,6	-2,9
		- 0,25 %-Punkte	114,2	3,1

Im Prognosezeitraum wurde im langfristigen Durchschnitt eine Mietsteigerungsrate von 1,39 % angenommen (2015: 1,14 %). Von den prognostizierten Mieten wurden im Durchschnitt Bewirtschaftungs- und Verwaltungskosten in Höhe von 10,2 % (2015: 10,7 %) abgezogen. Damit ergaben sich Einzahlungsüberschüsse von durchschnittlich 89,8 % (2015: 89,3 %). Im Geschäftsjahr lagen die tatsächlichen Bewirtschaftungs- und Verwaltungskosten bei 9,9 % (2015: 9,6 %) der Mieterträge. Auf Basis der Gutachten ergibt sich für das Geschäftsjahr 2016 für das Immobilienportfolio eine Nettoanfangsrendite vor Transaktionskosten von 5,24 % gegenüber 5,46 % im Vorjahr bzw. eine Nettoanfangsrendite nach Transaktionskosten (Net Initial Yield) von 4,94 % gegenüber 5,13 % im Vorjahr.

Nachfolgend sind gemäß IFRS 13 Einzelheiten und Angaben zu den Hierarchiestufen der beizulegenden Zeitwerte der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien des Konzerns zum 31. Dezember 2016 dargestellt:

in T€	Level 1	Level 2	Level 3
Investment Properties	0	0	3.520.824

Die Objekte sind grundpfandrechtlich belastet. Es bestehen Grundschulden in Höhe von 1.346.901 T€ (i. Vj. 1.310.635 T€). Die Mieteinnahmen der nach IAS 40 bewerteten Objekte betragen 205.136 T€ (i. Vj. 202.854 T€). Die direkt zurechenbaren betrieblichen Aufwendungen betragen 20.398 T€ (i. Vj. 19.383 T€).

3. NACH AT-EQUITY BILANZIERTE FINANZANLAGEN

in T€	2016	2015
Buchwert zum 01.01.	411.031	359.357
Zugänge at-equity	79.623	0
Kapitaleinzahlungen	100	1.000
Erhaltene Ausschüttungen und Kapitalrückzahlungen	-21.952	-17.723
Anteiliges Ergebnis	54.283	68.355
Ab- / Aufwertungen	-786	42
Abgänge	-2.819	0
Sonstige Veränderungen	-4.119	0
BUCHWERT ZUM 31.12.	515.361	411.031

Die Zugänge bei den nach at-equity bilanzierten Finanzanlagen resultieren aus dem Erwerb des 50 % Anteils am Saarpark-Center Neunkirchen zum 1. Oktober 2016.

Die sonstigen Veränderungen betreffen die latenten Steuern des Gemeinschaftsunternehmens Einkaufs-Center Arkaden Pécs, die abweichend zum Vorjahr auf Ebene des Gemeinschaftsunternehmens erfasst wurden.

Bei den Abgängen handelt es sich um den Verkauf des assoziierten Unternehmens, Kommanditgesellschaft PANTA Dreiunddreißigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., im Berichtsjahr.

Gemeinschaftsunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG zusammen mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt, werden gemäß der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Sie sind für den Gesamtkonzern wesentlich und betreiben Shoppingcenter.

Im Berichtsjahr weisen die für den Gesamtkonzern wesentlichen Gemeinschaftsunternehmen folgende Vermögens- und Schuldposten sowie Ergebnispositionen aus. Die Werte beziehen sich dabei nicht auf den Konzern entfallenden Anteil, sondern werden zu 100 % dargestellt:

in T€	Allee-Center Magdeburg KG, Hamburg		Immobilienkommandit- gesellschaft FEZ Harburg, Hamburg		Stadt-Galerie Passau KG, Hamburg	
	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015
Langfristige Vermögenswerte	255.000	248.000	274.000	248.000	178.000	170.000
Kurzfristige Vermögenswerte	1.922	2.205	4.051	3.332	1.279	1.394
davon Liquide Mittel	807	972	3.411	2.241	750	1.026
Langfristige Schulden	0	0	122.547	52.516	0	0
davon Finanzverbindlichkeiten	0	0	122.547	52.516	0	0
Kurzfristige Schulden	747	905	3.635	69.300	310	324
davon Finanzverbindlichkeiten	0	0	2.195	66.682	0	0
Umsatzerlöse	15.891	16.073	13.856	12.375	9.681	9.627
Zinsergebnis	2	1	-5.187	-5.810	0	0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	0	0	0	0	0
Jahresüberschuss	20.583	15.446	26.134	31.323	16.649	31.648
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	0	0
GESAMTERGEBNIS	20.583	15.446	26.134	31.323	16.649	31.648

in T€	Saarpark Center Neunkirchen KG, Hamburg**		EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges. m.b.H. & Co. OG, Wien*		Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg	
	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015
Langfristige Vermögenswerte	225.000	-	223.955	207.929	95.000	90.000
Kurzfristige Vermögenswerte	3.256	-	2.963	1.325	4.585	3.272
davon Liquide Mittel	2.469	-	1.965	680	3.699	2.854
Langfristige Schulden	63.309	-	94.615	0	33.874	28.266
davon Finanzverbindlichkeiten	59.630	-	49.279	0	28.650	28.266
Kurzfristige Schulden	5.026	-	1.987	92.411	2.065	2.284
davon Finanzverbindlichkeiten	4.450	-	470	91.831	1.203	1.543
Umsatzerlöse	3.215	-	12.081	12.108	7.558	7.347
Zinsergebnis	199	-	-3.792	-5.130	-1.354	-1.654
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	-	0	0	2.566	-268
Jahresüberschuss	3.513	-	20.036	25.578	13.325	16.754
Sonstiges Ergebnis	0	-	0	0	0	0
GESAMTERGEBNIS	3.513	-	20.036	25.578	13.325	16.754

* Enthält die Werte für das unwesentliche Gemeinschaftsunternehmen CAK City Arkaden Klagenfurt KG, Hamburg. Der Equity-Ansatz betrug 955 T€ (i.Vj. 929 T€), der Jahresfehlbetrag betrug 69 T€ (i.Vj. 38 T€).

** Das Gemeinschaftsunternehmen wurde zum 1. Oktober 2016 erworben und seit diesem Zeitpunkt in den Konzern einbezogen. Daher entfallen die Vorjahresangaben.

Der Equity-Ansatz der Gemeinschaftsunternehmen hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

in T€	Allee-Center Magdeburg KG, Hamburg	Immobilien- kommandit- gesellschaft FEZ Harburg, Hamburg	Stadt-Galerie Passau KG, Hamburg	Saarpark Center Neun- kirchen KG, Hamburg	EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges. m.b.H. & Co. OG, Wien	Einkaufs- Center Arkaden Pécs KG, Hamburg
Equity-Ansatz am 01.01.2016	124.650	64.758	128.302	0	58.421	31.360
Zugänge at-equity	0	0	0	79.623	0	0
Anteiliges Ergebnis	10.291	13.066	12.487	1.757	10.018	6.663
Ab- / Aufwertungen	0	0	0	-686	0	0
Erhaltene Ausschüttungen und Kapitalrückzahlungen	-6.852	-1.890	-6.562	-733	-3.282	-2.081
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	-4.119
EQUITY-ANSATZ AM 31.12.2016	128.089	75.934	134.227	79.961	65.157	31.823

4. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in T€	31.12.2016	31.12.2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.509	7.156
Wertberichtigungen auf zweifelhafte Forderungen	-1.908	-1.551
	6.601	5.605

Die Forderungen resultieren hauptsächlich aus Mietabrechnungen sowie aus weiterberechneten Leistungen, die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses überwiegend beglichen waren. Die Absicherung der am Bilanzstichtag ausgewiesenen erfolgt weitgehend durch Bürgschaften, Barkautionen sowie Patronatserklärungen.

5. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

in T€	31.12.2016	31.12.2015
Forderungen an Mieter	1.652	592
Forderungen aus Umsatzsteuer	2	367
Übrige Vermögenswerte	5.623	6.233
	7.277	7.192

Die übrigen Vermögenswerte beinhalten überwiegend sonstige Forderungen gegen Mieter aus Heiz- und Nebenkosten sowie vorausgezahlte Standortsicherungskosten.

FORDERUNGSSPIEGEL

in T€	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.601 (5.605)	6.601 (5.605)	0 (0)
Sonstige Vermögenswerte	7.277 (7.192)	7.277 (7.192)	0 (0)
(Vorjahreswerte)	13.878 (12.797)	13.878 (12.797)	0 (0)

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (nach Wertberichtigungen) und die sonstigen Vermögenswerte waren, wie im Vorjahr, zum Bilanzstichtag nicht überfällig.

6. LIQUIDE MITTEL

in T€	31.12.2016	31.12.2015
Termin- / Festgelder kurzfristig	6.230	8.819
Konten in laufender Rechnung	57.806	61.866
Kassenbestände	10	14
	64.046	70.699

ERLÄUTERUNG ZUR KONZERNBILANZ – PASSIVA

7. EIGENKAPITAL UND RÜCKLAGEN

Die Veränderungen des Eigenkapitals sind aus der Eigenkapitalveränderungsrechnung ersichtlich.

Das Grundkapital beträgt 53.945.536 € und ist in 53.945.536 nennwertlose Namensaktien eingeteilt. Alle Aktien sind voll ausgegeben und voll eingezahlt.

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 19. Juni 2018 einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu 26.972.768 € durch Ausgabe von neuen, auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien gegen Bar- und / oder Sacheinlage (**Genehmigtes Kapital 2013**) erhöhen. Bis zum 31. Dezember 2016 wurde von dieser Ermächtigung kein Gebrauch gemacht.

Zur Finanzierung der Eigenmittel im Rahmen des Erwerbs der Olympia Brno (siehe Abschnitt „Unternehmenserwerb nach dem Bilanzstichtag“) hat der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats am 7. März 2017 beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft durch eine teilweise Ausnutzung des genehmigten Kapitals um bis zu 4.700.000,00 € durch Ausgabe von bis zu 4.700.000 neuen auf den Namen lautenden Aktien (Stückaktien) mit Gewinnanteilberechtigung ab dem 1. Januar 2016 (die „Neuen Aktien“) gegen Bareinlage zu erhöhen. Insgesamt wurden 4.459.460 neue Aktien zu einem Bezugspreis von 37,00 € je Aktie ausgegeben. Dadurch sind der Gesellschaft rund 165 Mio. € zugeflossen. Die Kapitalerhöhung wurde am 8. März 2017 in das Handelsregister eingetragen.

Der Vorstand war ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 15. Juni 2016 Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 200.000.000 € und den Inhabern Wandlungsrechte auf neue Stückaktien der Gesellschaft in einer Gesamtzahl von bis zu 10.000.000 Stück (10,0 Mio. €) zu gewähren (**Bedingtes Kapital 2011**). Im Rahmen dieser Ermächtigung hat die Deutsche EuroShop AG am 20. November 2012 eine Wandelschuldverschreibung herausgegeben. Wir verweisen auf unsere Ausführungen zu Abschnitt „8. Langfristige und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten“.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 28. Juni 2017 vorschlagen, vom Bilanzgewinn einen Betrag in der Höhe zu verwenden, der zur Ausschüttung einer Dividende von 1,40 € je dividendenberechtigte Aktie notwendig ist. Der Bilanzgewinn des Vorjahres in Höhe von 72.826 T€ wurde in voller Höhe an die Aktionäre ausgeschüttet. Die geleistete Dividende betrug 1,35 € je Aktie.

Die Kapitalrücklage beinhaltet Beträge gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1, 2 und 4 HGB. Des Weiteren sind in der Kapitalrücklage aktive latente Steuern auf Kosten der Kapitalerhöhungen in Höhe von 1.441 T€ enthalten.

Die Position Gewinnrücklagen enthält die zum Zeitpunkt der IFRS-Umstellung gebildeten Neubewertungsrücklagen, Währungsposten und aufgelaufene Ergebnisvorräte.

Das sonstige Gesamtergebnis gliedert sich auf die folgenden Komponenten:

2016 in T€	vor Steuer	Steuern	Netto
Bewertung von Beteiligungen (AfS) IAS 39	-7	0	-7
Cashflow-Hedges	-836	201	-635
	-843	201	-642

2015 in T€	vor Steuer	Steuern	Netto
Bewertung von Beteiligungen (AfS) IAS 39	-8	0	-8
Cashflow-Hedges	5.594	-1.222	4.372
	5.586	-1.222	4.364

8. LANGFRISTIGE UND KURZFRISTIGE FINANZVERBINDLICHKEITEN

in T€	31.12.2016		31.12.2015	
	langfristig	kurzfristig	langfristig	kurzfristig
Bankverbindlichkeiten	1.242.754	104.147	1.262.924	47.711
Wandelanleihe	0	98.680	96.972	0
	1.242.754	202.827	1.359.896	47.711

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 1.346.901 T€ (i. Vj. 1.310.635 T€).

Disagien werden über die Laufzeit der Darlehen ergebniswirksam gebucht. Im Berichtsjahr wurden 446 T€ (i. Vj. 1.100 T€) aufwandswirksam erfasst. Insgesamt sind Zinsaufwendungen für Bankverbindlichkeiten in Höhe von 49.460 T€ (i. Vj. 52.522 T€) im Finanzergebnis enthalten.

Gegenwärtig enthalten zwölf von insgesamt 19 Darlehensverträgen Regelungen zu Kreditauflagen. Dabei handelt es sich um insgesamt 17 einzelne Auflagen zur Kapitaldienstfähigkeit (DSCR), zur Zinszahlungsfähigkeit (ICR), zur Veränderung von Mieteinnahmen, zur Eigenkapitalquote, zur Verschuldungsquote oder zum Verhältnis zwischen Darlehen zu Marktwerten (LTV). Die Kreditauflagen wurden bisher nicht verletzt und werden nach den aktuellen Planungen auch zukünftig nicht verletzt werden.

Die Deutsche EuroShop AG hat am 20. November 2012 eine Wandelanleihe mit einer Laufzeit von fünf Jahren und einem Gesamtbetrag von 100 Mio. € emittiert. Der aktuelle Wandlungspreis beträgt 30,62 €; der Kupon beträgt 1,75 % p. a. und ist halbjährlich nachschüssig zahlbar. Die Wandelschuldverschreibungen wurden zu 100 % ihres Nennwerts von je 100.000,00 € begeben und sind nach dem Wandlungsverhältnis und entsprechend den Bedingungen der Wandelschuldverschreibungen in nunmehr 3.265.839 Aktien der Deutsche EuroShop AG wandelbar. Bis zum 31. Dezember 2016 wurde vom Wandlungsrecht kein Gebrauch gemacht.

Der Betrag der Wandelanleihe wurde in eine Eigenkapital- und eine Fremdkapitalkomponente aufgeteilt. Auf den Eigenkapitalanteil entfiel ein Betrag in Höhe von 7.140 T€, der in die Kapitalrücklage eingestellt wurde.

Die angefallenen Zinsaufwendungen für die Wandelanleihe betragen 3.458 T€ (i. Vj. 3.458 T€) und sind im Finanzergebnis erfasst.

9. SONSTIGE LANG- UND KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in T€	31.12.2016		31.12.2015	
	langfristig	kurzfristig	langfristig	kurzfristig
Zinsswap	48.659	0	50.452	0
Umsatzsteuer	0	3.017	0	3.246
Mietkautionen	0	909	0	874
Kreditorische Debitoren	0	922	0	778
Übrige	424	6.186	1.862	8.129
	49.083	11.034	52.314	13.027

Zur Absicherung gegen steigende Kapitalmarktzinsen wurden im Zusammenhang mit Darlehensaufnahmen Zinssicherungsgeschäfte (Zinsswaps) abgeschlossen, deren Barwerte am Bilanzstichtag 48.659 T€ betragen.

Die Übrigen kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus Heiz- und Nebenkostenabrechnungen sowie Mietvorauszahlungen.

VERBINDLICHKEITENSPIEGEL

in T€	Gesamt	kurzfristig	langfristig
Finanzverbindlichkeiten	1.445.581 (1.407.607)	202.827 (47.711)	1.242.754 (1.359.896)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.394 (621)	1.394 (621)	0 (0)
Steuerverbindlichkeiten	649 (489)	649 (489)	0 (0)
Sonstige Verbindlichkeiten	60.117 (65.341)	11.034 (13.027)	49.083 (52.314)
davon aus Steuern	3.017 (3.277)	3.017 (3.277)	0 (0)
(Vorjahreswerte)	1.507.741 (1.474.058)	215.904 (61.848)	1.291.837 (1.412.210)

10. PASSIVE LATENTE STEUERN

Die aktiven und passiven latenten Steuern ergeben sich aus steuerlichen temporären Differenzen und Verlustvorträgen:

in T€	31.12.2016		31.12.2015	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Investment Properties		298.197	0	261.037
Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen		75.526	0	66.494
Sonstige Verbindlichkeiten				
Zinsswaps (erfolgsneutral bewertet)	9.581	0	9.380	0
Zinsswaps (erfolgswirksam bewertet)	827	0	1.243	0
Sonstige Rückstellungen	0	0	233	0
Übrige	674	0	674	0
Körperschaftsteuerliche Verlustvorträge	3.276	0	6.473	0
Latente Steuern vor Saldierung	14.358	373.723	18.003	327.531
Saldierung	-14.358	-14.358	-18.003	-18.003
Latente Steuern nach Saldierung	0	359.365	0	309.528
davon entfallen auf:				
Inlandsge-sellschaften		316.761		267.783
Auslandsge-sellschaften		42.604		41.745
		359.365		309.528

Bei der Bemessung der latenten Steuern sind gemäß IAS 12 die Steuersätze anzuwenden, die nach der derzeitigen Rechtslage zu dem Zeitpunkt gelten, zu dem sich die vorübergehenden Differenzen wahrscheinlich wieder ausgleichen werden.

Im Berichtsjahr wurde für die inländischen Gesellschaften mit einem Körperschaftsteuersatz von 15 % kalkuliert. Weiterhin wurde der Solidaritätszuschlag von 5,5 % auf die ermittelte Körperschaftsteuer sowie teilweise 16,45 % für die Gewerbesteuer berücksichtigt.

Für die ausländischen Gesellschaften wurden die jeweils lokal gültigen Steuersätze in Ansatz gebracht. Die latente Steuer auf erfolgswirksam bewertete Zinsswaps betrifft einen Zinsswap, der infolge des Erwerbs der restlichen Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden erfolgswirksam zu bewerten ist.

11. ABFINDUNGSANSPRÜCHE VON KOMMANDITISTEN

in T€	2016	2015
Abfindungsanspruch zum 01.01.	293.113	226.849
Ergebnisanteile	17.894	17.020
Anteiliges Bewertungsergebnis	30.890	64.376
Anteil am direkt im Eigenkapital erfasstem Ergebnis	0	45
Auszahlungen	-17.338	-15.177
ABFINDUNGSANSPRUCH ZUM 31.12.	324.559	293.113

Die Abfindungsansprüche von Kommanditisten beinhalten die Eigenkapitalanteile der Fremdge-sellschafter an den Gesellschaften: Main-Taunus-Zentrum KG, Forum Wetzlar KG und Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co. KG, die nach den Regelungen des IAS 32 als Fremdkapital auszuweisen sind.

12. SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in T€	Stand 01.01.2016	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2016
Bereits erbrachte, noch nicht abgerechnete Instandhaltungs- und Bauleistungen	2.816	2.323	441	2.466	2.518
Honorare	77	77	0	67	67
Übrige	4.163	3.935	85	3.916	4.059
	7.056	6.335	526	6.449	6.644

Die übrigen Rückstellungen enthalten den Barwert (49 T€) für einen Long-Term-Incentive-Plan, der mit Wirkung zum 1. Juli 2015 mit dem Vorstand und Mitarbeitern der Deutsche EuroShop AG vertraglich vereinbart wurde. Die Laufzeit beträgt drei Jahre und richtet sich nach der Entwicklung der Marktkapitalisierung der Gesellschaft bis zum 30. Juni 2018. Wir verweisen hier auch auf die Angaben im Vergütungsbericht des Lageberichts.

Alle anderen Rückstellungen haben, wie im Vorjahr, eine Laufzeit von bis zu einem Jahr.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

13. UMSATZERLÖSE

in T€	2016	2015
Mindestmieteinnahmen	202.000	200.802
Umsatzmieteinnahmen	1.975	1.566
Übrige	1.161	486
	205.136	202.854
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare Mieteinnahmen	205.136	202.854

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

Die hier ausgewiesenen Mieteinnahmen stammen aus Operatingleasing-Verhältnissen und beziehen sich auf die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien mit langfristigen Mietzeiträumen. Die künftigen Mindestleasingzahlungen aus unkündbaren Mietverträgen der Investment Properties weisen folgende Fälligkeiten auf:

in T€	2016	2015
Fälligkeit innerhalb eines Jahres	186.865	196.881
Fälligkeit innerhalb von 1 Jahr bis 5 Jahren	606.549	635.570
Fälligkeit nach 5 Jahren	228.959	311.310
	1.022.373	1.143.761

14. GRUNDSTÜCKSBETRIEBSKOSTEN

in T€	2016	2015
Nicht umlegbare Nebenkosten	-3.167	-3.474
Standortsicherung	-2.912	-2.763
Instandhaltungen und Reparaturen	-1.926	-1.152
Wertberichtigungen auf Mietforderungen	-1.112	-939
Grundsteuer	-570	-640
Übrige	-513	-439
	-10.200	-9.407
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen	-10.200	-9.407

Die nicht umlegbaren Nebenkosten resultierten im Wesentlichen aus Betriebskosten, die nicht vollständig auf die Mieter umgelegt werden können und aus Heiz- und Nebenkostennachzahlungen für Vorjahre.

15. GRUNDSTÜCKSVORWALTUNGSKOSTEN

in T€	2016	2015
CENTERMANAGEMENT / GESCHÄFTSBESORGUNGSKOSTEN	-10.198	-9.976
davon den gemäß IAS 40 Invest- ment Properties direkt zurechen- bare betriebliche Aufwendungen	-10.198	-9.976

16. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

in T€	2016	2015
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	526	312
Währungsgewinne	9	30
Übrige	875	458
	1.410	800

17. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

in T€	2016	2015
Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten	-2.411	-1.694
Personalaufwand	-1.768	-2.830
Marketingkosten	-446	-433
Währungsverluste	-339	-248
Gutachterkosten	-316	-283
Aufsichtsratsvergütungen	-312	-312
Abschreibungen	-72	-86
Gründerwerbsteuer	0	-8
Übrige	-1.858	-2.081
	-7.522	-7.975

Im Geschäftsjahr 2015 waren in der Position Personalaufwand 848 T€ für den Long-Term Incentive 2010 enthalten, der im Juni 2015 endete.

In der Position Rechts- und Beratungs- und Prüfungskosten sind Aufwendungen für die Prüfung von Konzerngesellschaften in Höhe von 291 T€ (Vorjahr: 286 T€) enthalten.

18. GEWINN ODER VERLUSTANTEILE VON ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN, DIE NACH AT-EQUITY BILANZIERT WERDEN

in T€	2016	2015
Ergebnisse aus Gemeinschafts- unternehmen	54.282	68.286
Ergebnisse aus assoziierten Unternehmen	1	69
ERGEBNISSE AUS AT-EQUITY GESELLSCHAFTEN	54.283	68.355

Das Ergebnis der Gesellschaften, die nach at-equity bilanziert werden, beinhaltet ein Bewertungsergebnis vor latenten Steuern von 28.711 T€ (Vorjahr: 47.180 T€).

19. BEWERTUNGSERGEBNIS

in T€	2016	2015
Unrealisierte Marktwert- veränderungen	148.350	285.408
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	-30.890	-64.376
Anschaffungsnebenkosten at-equity Beteiligungen	-686	0
Übrige	0	-476
	116.774	220.556

Die Anschaffungsnebenkosten at-equity Beteiligungen resultieren aus dem Erwerb der 50 % Beteiligung am Saarpark-Center Neunkirchen.

20. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

in T€	2016	2015
Tatsächlicher Steueraufwand	-5.605	-4.577
Latenter Steueraufwand Inland	-49.786	-72.586
Latenter Steueraufwand Ausland	-4.371	-8.265
	-59.762	-85.428

STEUERLICHE ÜBERLEITUNGSRECHNUNG

Die Ertragsteuern im Berichtsjahr in Höhe von -59.762 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 Steuersatz von 32,28 % gerechnet.

in T€	2016	2015
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	281.519	394.710
Theoretische Ertragsteuer 32,28 %	-90.874	-127.412
Steuersatzunterschiede bei ausländischen Konzernunternehmen	1.579	5.381
Steuersatzunterschiede bei inländischen Konzernunternehmen	28.153	36.877
Steuerfreie Erträge / Nicht abzugsfähige Aufwendungen	-796	-408
Steuereffekt aus nach der at-equity Methode bilanzierten Beteiligungen	2.223	0
Aperiodischer Steueraufwand / -ertrag	-47	134
TATSÄCHLICHE ERTRAGSTEUER	-59.762	-85.428

Im Geschäftsjahr 2016 ergibt sich ein effektiver Ertragsteuersatz von 21,2 %. Dabei wurde der aperiodische Steueraufwand in Höhe von 47 T€ nicht einbezogen.

21. ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung ist entsprechend den Regelungen des IAS 7 aufgestellt und gliedert sich nach Zahlungsströmen aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit sowie der Investitions- und Finanzierungstätigkeit.

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit wird Mittels der indirekten Methode aus dem Konzernergebnis abgeleitet. Der Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit, der Cashflow aus Investitionstätigkeit sowie der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit werden nach der direkten Methode ermittelt. Die Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen beinhalten im Wesentlichen den Erwerb des Gemeinschaftsunternehmens Saarpark Center Neunkirchen KG, Hamburg, Anfang Oktober 2016.

Der Finanzmittelbestand umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, die jederzeit in Zahlungsmittel umgewandelt werden können. Zum Bilanzstichtag entspricht der Finanzmittelfonds, wie im Vorjahr, den Liquiden Mitteln (siehe Abschnitt 6 „Liquide Mittel“).

22. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung der Deutsche EuroShop AG erfolgt auf Basis der internen Berichterstattung, die dem Vorstand zur Steuerung des Konzerns dient. Bei der internen Berichterstattung wird zwischen Shoppingcentern in Deutschland („Inland“) und europäischem Ausland („Ausland“) unterschieden.

Der Vorstand der Deutsche EuroShop AG als Hauptentscheidungsträger des Konzerns beurteilt im Wesentlichen die Leistungen der Segmente nach Umsatz, EBIT und dem EBT ohne Bewertungsergebnis. Die Bewertungsgrundsätze für die Segmentberichterstattung entsprechen denen des Konzerns.

In der Überleitung werden die Eliminierungen konzerninterner Verflechtungen zwischen den Segmenten zusammengefasst.

Aufgrund der geografischen Segmentierung entfallen weitere Angaben nach IFRS 8.33.

AUFTEILUNG NACH GEOGRAFISCHEN SEGMENTEN

in T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
Umsatzerlöse (Vorjahreswerte)	190.210 (187.874)	14.926 (14.980)	0 (0)	205.136 (202.854)

in T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
EBIT (Vorjahreswerte)	170.388 (167.138)	13.123 (13.730)	-4.885 (-4.572)	178.626 (176.296)

in T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
Zinsergebnis (Vorjahreswerte)	-47.204 (-48.378)	-1.846 (-3.681)	-3.750 (-3.692)	-52.800 (-55.751)

in T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
EBT ohne Bewertungsergebnis (Vorjahreswerte)	111.946 (107.520)	8.346 (7.436)	14.235 (12.018)	134.527 (126.974)

In der Überleitung sind im Wesentlichen das Ergebnis vor Steuern und Bewertung der nach at-equity bilanzierten Unternehmen in Höhe von 24.065 T€ enthalten. Davon entfallen auf das Inland 18.525 T€ und auf das Ausland 5.540 T€.

in T€	Inland	Ausland	Gesamt
Segmentvermögen (Vorjahreswerte)	3.852.529 (3.595.992)	261.928 (255.622)	4.114.457 (3.851.614)
davon Investment Properties (Vorjahreswerte)	3.271.000 (3.112.000)	249.824 (244.655)	3.520.824 (3.356.655)

SONSTIGE ANGABEN

23. FINANZINSTRUMENTE UND RISIKOMANAGEMENT

Wertansatz nach IAS 39						
in T€	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwerte 31.12.2016	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgs- wirksam	Fair Value erfolgs- neutral	Fair Value 31.12.2016
Finanzielle Vermögenswerte						
Finanzanlagen***	AfS	52		52		52
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	6.601	6.601			6.601
Sonstige Vermögenswerte	LaR	2.537	2.537			2.537
Liquide Mittel	LaR	64.046	64.046			64.046
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzverbindlichkeiten**	FLAC	1.445.581	1.445.581			1.549.252
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	FLAC	324.559	324.559			324.559
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	1.394	1.394			1.394
Sonstige Verbindlichkeiten	FLAC	4.551	4.551			4.551
Erfolgswirksam bewertete Zinssicherungsgeschäfte**	FLAC	5.224		5.224		5.224
Erfolgsneutral bewertete Zinssicherungsgeschäfte**	FVTPL	43.435			43.435	43.435

Wertansatz nach IAS 39						
in T€	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwerte 31.12.2015	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgs- wirksam	Fair Value erfolgs- neutral	Fair Value 31.12.2015
Finanzielle Vermögenswerte						
Finanzanlagen***	AfS	59		59		59
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	5.605	5.605			5.605
Sonstige Vermögenswerte	LaR	808	808			808
Liquide Mittel	LaR	70.699	70.699			70.699
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzverbindlichkeiten**	FLAC	1.407.607	1.407.607			1.502.838
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	FLAC	293.113	293.113			293.113
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	621	621			621
Sonstige Verbindlichkeiten	FLAC	5.834	5.834			5.834
Erfolgswirksam bewertete Zinssicherungsgeschäfte**	FLAC	7.853		7.853		7.853
Erfolgsneutral bewertete Zinssicherungsgeschäfte**	FVTPL	42.599			42.599	42.599

* Entspricht Level 1 der Fair Value-Hierarchie des IFRS 7

** Entspricht Level 2 der Fair Value-Hierarchie des IFRS 7

*** Entspricht Level 3 der Fair Value-Hierarchie des IFRS 7

Bewertungskategorien gemäß IAS 39: Loans and Receivables (LaR), Available-for-Sale (AfS), Financial Liabilities measured at amortised cost (FLAC), Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum Fair Value bewertet werden (FVTPL)

Buchwerte, Wertansätze und beizulegende Zeitwerte nach Bewertungskategorien

Mit Ausnahme der zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten derivativen Finanzinstrumente und übrigen Finanzanlagen werden die finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Aufgrund der überwiegend kurzfristigen Laufzeiten der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstigen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten sowie liquiden Mitteln weichen die Buchwerte am Bilanzstichtag nicht signifikant von den beizulegenden Zeitwerten ab.

Die beizulegende Zeitwerte der zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Finanzverbindlichkeiten entsprechen den Barwerten der mit den Schulden verbundenen Zahlungen auf Basis aktueller Zinsstrukturkurven (Level 2 nach IFRS 13).

Bei den zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich um Zinssicherungsgeschäfte. Der beizulegende Zeitwert entspricht dabei dem Barwert der auf Basis aktueller Zinsstrukturkurven erwarteten künftigen Nettozahlungen aus den Sicherungsgeschäften (Level 2 nach IFRS 13).

Die Wertveränderungen der erfolgswirksam zum Fair Value bewerteten Zinssicherungsgeschäfte von 2.629 T€ (i.Vj. 2.231 T€) werden in den übrigen Finanzerträgen ausgewiesen.

RISIKOMANAGEMENT

Der Schwerpunkt des Risikomanagements liegt in der Überwachung der Einhaltung der Strategie und hierauf aufbauend in der Erkennung und Beurteilung von Risiken und Chancen sowie der grundsätzlichen Entscheidung zur Handhabung dieser Risiken. Das Risikomanagement gewährleistet, dass Risiken 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 kurzfristige Kreditlinien sowie Kontokorrentkredite in Anspruch genommen werden.

Es besteht eine kurzfristige Kreditlinie in Höhe von 150.000 T€, die bei Bedarf in Anspruch genommen werden kann. Zum 31. Dezember 2016 betrug die Inanspruchnahme 80.000 T€. Die Kreditlinie ist durch Grundschulden teilweise gesichert.

Die vertraglich vereinbarten künftigen Zins- und Tilgungszahlungen der originären finanziellen Verbindlichkeiten und derivativen Finanzinstrumente stellten sich zum 31. Dezember 2016 wie folgt dar:

in T€	Buchwerte 31.12.2016	Cashflows 2017	Cashflows 2018–2021	Cashflows ab 2022
Wandelanleihe	98.680	101.750	0	0
Bankverbindlichkeiten	1.346.901	153.010	796.828	628.852

Die Angaben beziehen sich auf alle am Bilanzstichtag bestehenden vertraglichen Verpflichtungen. Die variablen Zinszahlungen aus den Zinssicherungsgeschäften wurden unter Zugrundelegung der zuletzt vor dem 31. Dezember 2016 festgelegten Zinssätze ermittelt. Von den zum Geschäftsjahresende ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und übrigen finanziellen Verbindlichkeiten wird der wesentliche Teil 2017 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 1.112 T€ (i.Vj. 939 T€) in den Grundstücksbetriebskosten enthalten.

Das maximale Ausfallrisiko der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Vermögenswerten beläuft sich am Stichtag insgesamt auf 13.878 T€ (i.Vj. 12.797 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.

Hinsichtlich des Bewertungsrisikos der Investment Properties verweisen wir auf die unter Abschnitt „2. Investment Properties“ dargestellte Sensitivitätsanalyse.

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. Eine Erhöhung des Marktzinsniveaus um 100 Basispunkte würde zu einer Eigenkapitalerhöhung (vor Steuern) um 12.893 T€ (i.Vj. 15.177 T€)

führen. Der weit überwiegende Teil der Darlehensverbindlichkeiten hat feste Zinskonditionen. Am Bilanzstichtag waren Kredite in Höhe von 200.813 T€ (i. Vj. 205.640 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€	31.12.2016	31.12.2015
Eigenkapital	2.240.707	2.060.972
Eigenkapitalquote in %	54,5 %	53,5 %
Nettofinanzverschuldung	1.381.535	1.336.908

Ausgewiesen wird hier das Eigenkapital einschließlich der Abfindungsansprüche von Kommanditisten.

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

24. ERGEBNIS JE AKTIE

	2016	2015
Anteil der Konzernaktionäre am Jahresergebnis (T€)	221.757	309.282
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	53.945.536	53.945.536
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (€)	4,11	5,73
Anteil der Konzernaktionäre am Jahresergebnis (T€)	221.757	309.282
Anpassung des Zinsaufwandes für die Wandelanleihe (T€)	2.152	2.152
Jahresergebnis zur Bestimmung des verwässerten Ergebnisses je Aktie (T€)	223.909	311.434
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	53.945.536	53.945.536
Gewichtete Anpassung der potenziell umwandelbaren Stückaktien	3.217.503	3.114.317
Durchschnittliche gewichtete Anzahl von Aktien für das verwässerte Ergebnis je Aktie	57.163.039	57.059.853
Verwässertes Ergebnis je Aktie (€)	3,92	5,46

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.

Verwässertes Ergebnis je Aktie

Das verwässerte Ergebnis ergibt sich, indem die durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien um sämtliche Optionsrechte aus der Wandelanleihe erhöht wird. Aufgrund der unterjährigen Emission der Wandelanleihe wurden die daraus resultierenden Optionsrechte der Wandelanleihe 2012 zeitanteilig berücksichtigt. Es wird angenommen, dass die Wandelanleihen vollständig in Aktien getauscht werden. Das Jahresergebnis wird entsprechend um den Zinsaufwand und Steuereffekte bereinigt.

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Aus Dienstleistungsverträgen bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 64,5 Mio. € (i. Vj. 56,7 Mio. €).

Für die Investitionsmaßnahmen, die 2017 in unseren Shoppingcentern anfallen werden, bestehen finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 1,5 Mio. €.

ANZAHL DER MITARBEITER

Im Geschäftsjahr waren im Konzern durchschnittlich fünf (i. Vj. vier) Angestellte beschäftigt.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Der Deutsche EuroShop Konzern hat im März 2017 die Objektgesellschaft des Olympia Center in Brunn erworben (siehe Abschnitt „Unternehmenserwerb nach dem Bilanzstichtag“) und zur Finanzierung der Eigenmittel eine Barkapitalerhöhung unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals durchgeführt (siehe Abschnitt „7. Eigenkapital und Rücklagen“).

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

AUFSICHTSRAT UND VORSTAND

AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der Deutsche EuroShop AG umfasst neun Mitglieder. Zum 31. Dezember 2016 gehörten dem Aufsichtsrat folgende Mitglieder mit ihren Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten sowie in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen an:

Reiner Strecker, Wuppertal, Vorsitzender

Persönlich haftender Gesellschafter, Vorwerk & Co. KG, Wuppertal

- akf Bank GmbH & Co. KG, Wuppertal

Karin Dohm, Kronberg im Taunus, Stellv. Vorsitzende

Global Head of Regulatory Affairs, Deutsche Bank AG, Frankfurt

- Deutsche Bank Europe GmbH, Frankfurt (Vorsitz, seit 14.11.2016)
- Deutsche Bank Luxembourg S.A., Luxemburg (seit 01.09.2016)
- Deutsche Holdings (Luxembourg) S.a.r.l., Luxemburg (seit 01.06.2016)
- Metro AG, Düsseldorf (seit 19.02.2016)

Thomas Armbrust, Reinbek

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

- ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg (Vorsitz)
- TransConnect Unternehmensberatungs- und Beteiligungs AG, München (Vorsitz)
- Platinum AG, Hamburg (Vorsitz)
- Paramount Group Inc., New York, USA
- Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg

Beate Bell, Köln

Geschäftsführende Gesellschafterin, immoAdvice GmbH, Köln

- Hochtief AG, Essen

Manuela Better, München

Mitglied des Vorstands, Deka Bank Deutsche Girozentrale, Frankfurt und Berlin

- Deka Investment GmbH, Frankfurt (stv. Vorsitz)
- Deka Immobilien GmbH, Frankfurt (stv. Vorsitz)
- Deka Immobilien Investment GmbH, Frankfurt (stv. Vorsitz)
- Landesbank Berlin Investment GmbH, Berlin (stv. Vorsitz)
- S Broker AG & Co. KG, Wiesbaden (seit 15.08.2016, stv. Vorsitz seit 22.08.2016)
- S Broker Management AG, Wiesbaden (seit 15.08.2016, stv. Vorsitz seit 22.08.2016)
- WestInvest Gesellschaft für Investmentfonds mbH, Düsseldorf (stv. Vorsitz)
- DekaBank Deutsche Girozentrale Luxembourg S.A., Luxemburg

Dr. Henning Kreke, Hagen / Westfalen

Vorsitzender des Vorstands, Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen (bis 27.01.2016)
Geschäftsführender Gesellschafter, Jörn Kreke Holding KG, Hagen / Westfalen und Kreke Immobilien KG, Hagen / Westfalen

- Douglas GmbH, Düsseldorf (Vorsitz, seit 19.08.2016)
- Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen (Vorsitz, seit 27.01.2016)
- Thalia Bücher GmbH, Hagen / Westfalen (seit 26.01.2017)

Alexander Otto, Hamburg

Vorsitzender der Geschäftsführung,
Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg

- DDR Corp., Beechwood, USA
- Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
- Sonae Sierra Brasil S.A., São Paulo, Brasilien
- Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg

Klaus Striebich, Besigheim

Managing Director Leasing, Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg

- MEC Metro-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG, Düsseldorf (Vorsitz)
- Unternehmensgruppe Dr. Eckert GmbH, Berlin

Roland Werner, Hamburg

Vorsitzender des Vorstands, Bijou Brigitte modische Accessoires AG, Hamburg

VORSTAND

Wilhelm Wellner, Hamburg, Sprecher des Vorstands

Olaf Borkers, Hamburg, Mitglied des Vorstands

Die Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats beliefen sich im Geschäftsjahr auf insgesamt 312 T€ (i. Vj. 312 T€).

Die gewährten Zuwendungen des Vorstands betragen insgesamt 1.099 T€ (i. Vj. 3.330 T€). Darin enthalten sind erfolgsbezogene Zuwendungen von 587 T€ (i. Vj. 2.716 T€). Der Vorjahresbetrag enthält den Long-Term-Incentive 2010 (LTI 2010) für den am 30. Juni 2015 ausgeschiedenen Vorstandssprecher Claus-Matthias Böge (1.712 T€), der in fünf gleichen Raten immer zum Anfang eines Jahres bis zum Jahr 2020 ausgezahlt wird. Der LTI 2010 lief am 30. Juni 2015 aus.

Am 1. Juli 2015 begann die Laufzeit eines neuen Long-Term-Incentive (LTI 2015) für den im Berichtsjahr eine Rückstellung in Höhe von 49 T€ besteht.

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 November 2016 den Aktionären zugänglich gemacht worden.

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 zur Schwellen ... (in %)	Neuer Stimm- rechtsanteil %	davon im Eigenbesitz %	davon zuzurechnen %
Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz	23.06.2014	... unterschreitung (3)	0,28	0,00	0,28
Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz	23.06.2014	... unterschreitung (3)	0,28	0,27	0,01
Gemeinnützige Hertie-Stiftung, Frankfurt	03.02.2015	... unterschreitung (3)	2,99	2,99	0,00
DESAG Vermögensverwaltung G.m.b.H., Hamburg	28.05.2015	... überschreitung (3, 5, 10, 15)	15,01	15,01	0,00
AROSA Vermögensverwaltungs- gesellschaft m.b.H., Hamburg	28.05.2015	... überschreitung (10, 15)	15,01	0,00	15,01
Alexander Otto	28.05.2015	... überschreitung (15)	17,33	0,65	16,68
Benjamin Otto	28.05.2015	... unterschreitung (5, 3)	1,48	1,48	0,00
Johannes Schorr	08.02.2016	... überschreitung (3)	3,37	1,12	2,25
BlackRock, Inc., Wilmington, DE, Vereinigte Staaten von Amerika	09.12.2016	... überschreitung (5)	5,01	0,00	4,48*

* Zusätzlich wurden uns hierbei von der BlackRock, Inc. eine Wertpapierleihe (0,37%) sowie Differenzkontrakte (0,17%) gemeldet.

Das vom Abschlussprüfer des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2016 berechnete Gesamthonorar beläuft sich auf 295 T€ (i. Vj. 290 T€). Davon betreffen 291 T€ (i. Vj. 286 T€) Abschlussprüfungsleistungen. Des Weiteren wurden andere Bestätigungsleistungen in Höhe von 4 T€ (i. Vj. 4 T€) durch den Abschlussprüfer erbracht.

NAHESTEHENDE PERSONEN NACH IAS 24

Die Tochtergesellschaften, Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen sowie Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der Deutsche EuroShop und deren nahe Familienangehörige gelten als nahestehende Personen im Sinne des IAS 24. Die Bezüge des Aufsichtsrats und des Vorstands sind im Abschnitt Aufsichtsrat und Vorstands sowie im Vergütungsbericht des Konzernlageberichts erläutert.

Die Honorare für Dienstleistungsverträge mit der ECE-Unternehmensgruppe beliefen sich im Berichtsjahr auf 14.470 T€ (i.Vj. 15.686 T€). Demgegenüber standen Einnahmen aus Mietverträgen mit der ECE-Unternehmensgruppe in Höhe von 6.779 T€ (i.Vj. 6.447 T€). Die Forderungen gegenüber der ECE beliefen sich auf 4.429 T€ und die Verbindlichkeiten betragen 191 T€.

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

Hamburg, 12. April 2017

Deutsche EuroShop AG
Der Vorstand



Wilhelm Wellner



Olaf Borkers

ANTEILSBESITZ

Aufstellung des Anteilsbesitzes gemäß § 313 Abs. 2 HGB zum
31. Dezember 2016:

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil am Eigenkapital
Vollkonsolidierte Unternehmen:	
DES Verwaltung GmbH, Hamburg	100 %
DES Management GmbH, Hamburg	100 %
DES Shoppingcenter GmbH & Co. KG, Hamburg*	100 %
A10 Center Wildau GmbH, Hamburg	100 %
Main-Taunus-Zentrum KG, Hamburg	52,01 %
Forum Wetzlar KG, Hamburg	65 %
Objekt City-Point Kassel GmbH & Co. KG, Pullach*	100 %
Stadt-Galerie Hameln GmbH & Co. KG, Hamburg*	100 %
Altmarkt-Galerie Dresden GmbH & Co. KG, Hamburg*	100 %
Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co.KG, Hamburg	74 %
Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co. KG, Sp. kom., Warschau, Polen	99,99 %
CASPIA Investments Sp. z o.o., Warschau, Polen	100 %
Gemeinschaftsunternehmen (joint ventures):	
Allee-Center Magdeburg KG, Hamburg	50 %
Stadt-Galerie Passau KG, Hamburg	75 %
CAK City Arkaden Klagenfurt KG, Hamburg	50 %
Saarpark Center Neunkirchen KG, Hamburg	50 %
EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H. & Co OG, Wien, Österreich	50 %
Immobilienkommanditgesellschaft FEZ Harburg, Hamburg	50 %
Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg	50 %
Assoziierte Unternehmen:	
Kommanditgesellschaft Sechzehnte ALBA Grundstücksgesellschaft mbH & Co., Hamburg	50 %
EKZ Vier Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H., Wien, Österreich	50 %
Kommanditgesellschaft PANTA Fünfundsiebzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	50 %
City-Point Beteiligungs GmbH, Pullach	40 %
Beteiligungsunternehmen:	
Ilwro Holding B.V., Amsterdam, Niederlande**	33,33 %

* Bei diesen Unternehmen wird die Befreiung von der Offenlegungsverpflichtung gem. § 264b HGB in Anspruch genommen.

** Die Gesellschaft wies zum 31. Dezember 2016 ein Eigenkapital von 157 T€ und ein Ergebnis von -26 T€ aus.

BESTÄTIGUNGSVERMERK

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 2016 bis zum 31. Dezember 2016 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

Rechnungslegungsinformationen der in den Konzernabschluss einbezogenen Teilbereiche, 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, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, 12. April 2017

BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Reese	gez. Hyckel
Wirtschaftsprüferin	Wirtschaftsprüfer

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, den 12. April 2017



Wilhelm Wellner



Olaf Borkers

GLOSSAR

Ankermieter

Auch „Magnetbetreiber“. Der Mieter, mit dem andere Mieter angezogen werden sollen. Mit seiner hohen Kundenfrequenz sorgt er für eine Belegung 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.

Assetklasse

Einteilung des Kapital- und Immobilienmarkts in unterschiedliche Anlagensegmente.

Benchmark

Vergleichsmaßstab, z. B. ein Index, der als Orientierungsgröße dient.

Bewertungsergebnis

DES-Berechnung: Das Bewertungsergebnis beinhaltet die unrealisierten Marktwertveränderungen der als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien (Investment Properties) vor Steuern. Dabei wird bei den vollkonsolidierten Gesellschaften der nicht dem Konzern zugehörige Anteil in Abzug gebracht. Das Bewertungsergebnis der nach at-equity bilanzierten assoziierten- und Gemeinschaftsunternehmen ist im at-equity Ergebnis enthalten.

Bewertungsergebnis (mit at-equity)

DES-Berechnung: Bewertungsergebnis zuzüglich des im at-equity Ergebnis enthaltenen Bewertungsergebnisses.

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.

Core

Kennzeichnung eines Immobilienmarktes und / oder einer einzelnen Immobilie sowie Bezeichnung für einen Investmentstil. Der Begriff bezieht sich auf das Verhältnis von Risiko und Rendite. Unter Core versteht man reife, transparente und ausreichend große Märkte bzw. hochwertige, vollständig und langfristig vermietete Objekte in sehr guter Lage mit bonitätsstarken Mietern. Weitere Rendite-Risiko-Klassen sind Value-Add(ed) und Opportunistic.

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.

Covenants

Nebenbestimmungen in Kreditverträgen, die bindende Zusicherungen des Kreditnehmers während der Laufzeit eines Kredites betreffen und diese vertraglich festlegen.

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-Methode (DCF)

Methode zur Bewertung von Unternehmen, bei der 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. DES-Berechnung: EBT ohne Finanz- und Bewertungsergebnis (siehe auch Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung) im Geschäftsbericht 2015 S. 144.

EBT

Earnings before Taxes: Ergebnis vor Steuern.

EBT (ohne Bewertungsergebnis)

DES-Berechnung: EBT abzüglich des Bewertungsergebnisses (mit at-equity) und abzüglich der im at-equity Ergebnis enthaltenen latenten Steuern.

E-Commerce

Unmittelbare Handels- oder Dienstleistungsbeziehung zwischen Anbieter und Abnehmer über das Internet.

EPRA

European Public Real Estate Association: EPRA ist eine Organisation mit Sitz in Amsterdam, die die Interessen der großen europäischen Immobiliengesellschaften in der Öffentlichkeit vertritt und die Entwicklung und Marktpräsenz der europäischen Immobilien-Aktiengesellschaften unterstützt.

EPRA Earnings

Die EPRA-Earnings stellen das nachhaltige operative Ergebnis und damit die Basis für die Ausschüttungsfähigkeit einer Immobiliengesellschaft dar. Das Jahresergebnis wird hierzu um Ertragskomponenten korrigiert, die keinen nachhaltigen und wiederkehrenden Einfluss auf die operative Leistungsfähigkeit haben. Die DES-Berechnung erfolgt nach der aktuellen Fassung der EPRA Best Practice Recommendations, welche sich unter <http://www.epra.com/regulation-and-reporting/bpr/> findet.

EPRA NAV

Der EPRA NAV stellt den Nettovermögenswert auf Basis eines langfristigen orientierten Geschäftsmodells dar. Das Konzerneigenkapital wird hierzu um Vermögenswerte und Verbindlichkeiten korrigiert, die sich bei einer langfristigen Bestandshaltung voraussichtlich nicht realisieren werden. Die DES-Berechnung erfolgt nach der aktuellen Fassung der EPRA Best Practice Recommendations, welche sich unter <http://www.epra.com/regulation-and-reporting/bpr/> findet.

Fair value

Der Fair Value ist der Preis, der beim Verkauf eines Vermögenswerts oder bei Übertragung einer Verbindlichkeit im Rahmen einer gewöhnlichen Transaktion zwischen Marktteilnehmern am Bewertungsstichtag gezahlt würde (exit price).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis der DES setzt sich aus folgenden Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung zusammen: Gewinn- und Verlustanteil von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen, die nach at-equity bilanziert werden, Zinsaufwand und -ertrag, Kommanditisten zustehender Ergebnisanteil, Erträge aus Beteiligungen sowie übrige Finanzerträge und -aufwendungen.

Funds from operations (FFO)

Mittelzufluss aus der operativen Tätigkeit, welcher der Finanzierung der laufenden Investitionen in die Bestandsobjekte, planmäßigen Tilgungen der Bankdarlehen sowie der jährlichen Dividende dient. DES-Berechnung: Konzernergebnis, bereinigt um das Bewertungsergebnis (mit at-equity), den nicht zahlungswirksamen Aufwand des Wandlungsrechtes und dem latenten Steueraufwand.

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

Filanzielle Abbildung zweier oder mehrerer Finanzinstrumente, die in einem Sicherungszusammenhang stehen.

International Financial Reporting Standards (IFRS)

Internationaler Rechnungslegungsstandard; IFRS ist die Bezeichnung für die 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 Nettofinanzverbindlichkeiten (Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquide Mittel) zu langfristige Vermögenswerte (Investment Properties und nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen).

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.

Multichanneling

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).

Peergroup

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.

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 Kursschwankungen. 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.

Zinsswap

Ausgleich von festen und variablen Zinsverpflichtungen auf zwei nominalen Kapitalbeträgen für einen festgelegten Zeitraum. Durch einen Zinsswap können Zinsänderungsrisiken aktiv gemanagt werden.

IMPRESSUM

Herausgeber

Deutsche EuroShop AG, Heegbarg 36, 22391 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

Dr. Philipp Sepehr, Dr. Tanja-Maria Lachhammer, Rolf Bürkl

Konzept

Deutsche EuroShop AG, Hamburg

Art Direction / Grafik

Silvester Group

Fotos

Deutsche EuroShop, Katja Velmans, Patrick Kiss,
plainpicture.com, istockphoto.com

Digitale Vorstufe

Albert Bauer Companies, Hamburg

Produktion

Müller Ditzen AG, Bremerhaven

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt

Deutsche EuroShop AG, Hamburg

Die Herstellung und das Papier dieses Geschäftsberichts sind nach den Kriterien des Forest Stewardship Council® (FSC®) zertifiziert. Der FSC® schreibt strenge Kriterien bei der Waldbewirtschaftung vor und vermeidet damit unkontrollierte Abholzung, Verletzung der Menschenrechte und Belastung der Umwelt.

Klimaneutral gedruckt zur Kompensierung von CO₂-Emissionen

Dieser Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor.

Disclaimer

Formulierungshinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit des Textes wurde, sofern es sich nicht um Zitate handelt, auf die Schreibweise „-er / Innen“ verzichtet. Generell wurden stattdessen die Begriffe stets in der kürzeren, männlichen Schreibweise (z. B. Mitarbeiter) verwendet. An dieser Stelle wird mit Gültigkeit für den gesamten Geschäftsbericht betont, dass dies als Synonym für die männliche und weibliche Form vereinfacht verwendet wurde und alle männlichen und weiblichen Personen gleichberechtigt angesprochen werden. **Autorenbeiträge:** Namentlich gekennzeichnete Texte geben nicht unbedingt die Meinung der Deutsche EuroShop AG wieder. Für den Inhalt der Texte sind die jeweiligen Autoren verantwortlich. **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. **Rundungen und Veränderungsdaten:** Bei Prozentangaben und Zahlen in diesem Bericht

können Rundungsdifferenzen auftreten. Die Vorzeichenangabe der Veränderungsdaten richtet sich nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten: Verbesserungen werden mit Plus (+) bezeichnet, Verschlechterungen mit Minus (-). **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. **Publikationen für unsere Aktionäre:** Geschäftsbericht (deutsch und englisch), Quartalsmitteilung 3M 2017, Quartalsmitteilung 9M 2017 und Halbjahresfinanzbericht 2017 (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.