

Geschäftsbericht

2000

SELL

BUY



Environment create

Deutsche EuroShop AG

Deutsche EuroShop AG



Einkaufszentrum Immobilien:

Main-Taunus-Zentrum	Dresden Altmarkt-Galerie	Kassel City-Point	Wolfsburg City-Galerie	Centro Commerciale Friuli	Rhein- Neckar- Zentrum	Shopping Etrembières	Wuppertal City-Arkaden
---------------------	-----------------------------	----------------------	---------------------------	---------------------------------	------------------------------	-------------------------	---------------------------

+++ DIE OBJEKTE IN DER ÜBERSICHT

Einkaufszentrum	Gesamtinvestition der Objekt- gesellschaften in Mio. Euro	Gesamt- mietfläche m ²	Mieteinnahmen der Objektgesell- schaften in 2000 in Mio. Euro	Vermietungs- stand in % März 2001	Baulicher Status
Main-Taunus-Zentrum Sulzbach bei Frankfurt	310 ^{1)*}	98.700 ¹⁾²⁾	15,3/18,5 ¹⁾	100	Betrieb/ Erweiterungen
Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim	283 ¹⁾	80.500 ¹⁾²⁾	9,5/14,7 ¹⁾	100	Betrieb/ Erweiterungen
Shopping Etrembières Annemasse	34	17.700 ²⁾	2,3	97.	Betrieb
Centro Commerciale Friuli Tavagnacco	81	28.600	4,0	100.	Betrieb
City-Arkaden Wuppertal	139	28.800 ³⁾	7,5 ⁴⁾	100. ⁵⁾	Bau bis Herbst 2001
City-Galerie Wolfsburg	131	29.900 ³⁾	7,3 ⁴⁾	96. ⁵⁾	Bau bis Herbst 2001
Altmarkt-Galerie Dresden	211	43.900 ³⁾	11,0 ⁴⁾	66. ⁵⁾	Bau bis Herbst 2002
City-Point Kassel	113	28.400 ³⁾	6,5 ⁴⁾	94. ⁵⁾	Bau bis Frühjahr 2002
	1.302	356.500	68,0/71,9¹⁾³⁾		

¹⁾ unter Berücksichtigung der Umstrukturierungs- und Modernisierungsmaßnahmen

²⁾ inklusive Flächen im fremden Eigentum

³⁾ nach Fertigstellung

⁴⁾ geplant für das erste volle Bewirtschaftungsjahr

⁵⁾ aktueller Vorvermietungsstand

^{*)} hierin enthalten Euro 204 Mio. für Beteiligung der DB Immobilienfonds 12 MTZ Wieland KG

+++ VORAB DIE WICHTIGSTEN ZAHLEN / TERMIN

Aktie

Dividende/steuerfreie Ausschüttung

erstmals geplant für das Geschäftsjahr 2001
(Auszahlung in 2002)

Einkaufszentrum

Anzahl der Shopping-Center

8

Gesamte vermietbare Fläche

(nach Fertigstellung aller Baumaßnahmen)

rd. 356.500 m²

Vermietungsstand für die

bewirtschafteten Flächen (31. 12. 2000)

rd. 100 %

Geschäftsjahr 2000

Kennzahlen (AG)

in Euro

Erträge aus Beteiligungen

9,1 Mio.

Sonstige betriebliche Erträge

2,3 Mio.

Ergebnis der gewöhnlichen

Geschäftstätigkeit

10,9 Mio.

Bilanzsumme

625 Mio.

Anlagevermögen

445 Mio.

Umlaufvermögen

180 Mio.

Eigenkapital

607 Mio.

Verbindlichkeiten

18 Mio.

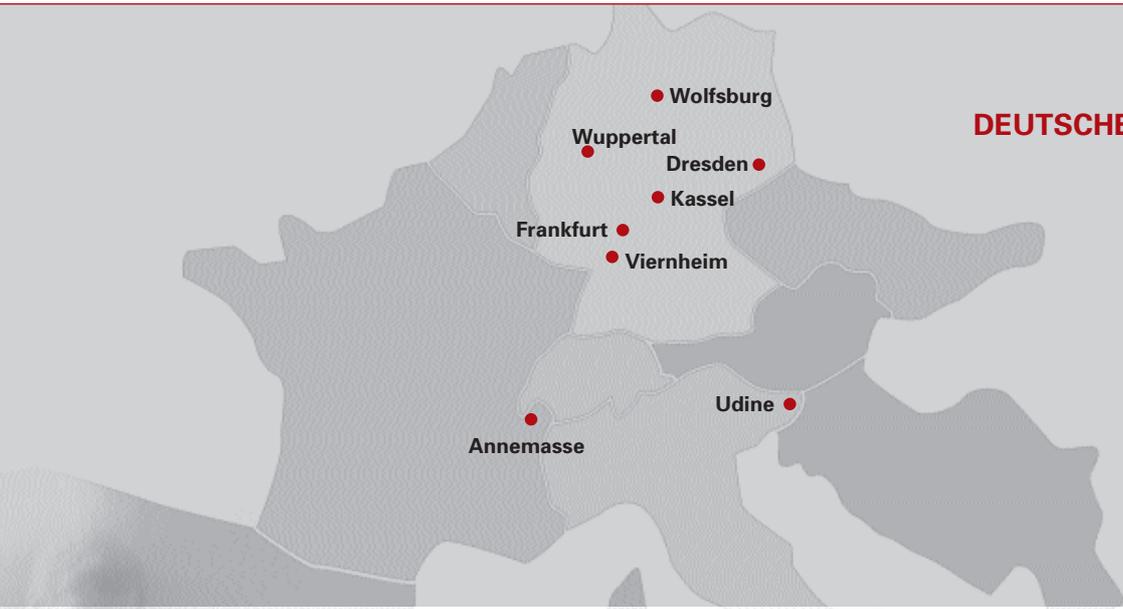
Bilanzgewinn

6,6 Mio.

Termin

Die ordentliche Hauptversammlung der Deutsche EuroShop AG findet am 11. Juni 2001 um 15:00 Uhr im Hermann-Josef-Abs-Saal, Junghofstraße 5 – 7, in 60311 Frankfurt am Main statt.

DEUTSCHE EUROSHOP AG



• Wolfsburg
Wuppertal
Dresden
• Kassel
Frankfurt
• Viernheim
Annemasse
Udine

Die **Deutsche EuroShop AG**



ist die erste branchenspezifische Immobilien AG in Deutschland, die ausschließlich in europäische Einkaufszentren investiert. Über sechs Unternehmensbeteiligungen, die sie am 27. 09. 2000 von der Deutsche Grundbesitz Management GmbH, Eschborn, bzw. von mit ihr verbundenen Unternehmen erworben hat, ist sie direkt bzw. indirekt an acht europäischen Einkaufszentren in Deutschland, Frankreich und Italien beteiligt. Eigentümer der Einkaufszentren in Deutschland sind vermögensverwaltende bzw. gewerblich geprägte Personengesellschaften, im Ausland Besitzgesellschaften nach jeweiligem Landesrecht.



Sinfonie des Vertrauens.

Die Kunst der Komposition von Wachstum und Erfolg.



Main-Taunus-Zentrum

BERICHT DES VORSTANDS	5
DEUTSCHE EUROSHOP AG	9
DEUTSCHE EUROSHOP AKTIE	12
Kennzahlen zur Aktie	12
Deutscher Immobilien Index (DIMAX)	13
EINKAUFSCENTER DER DEUTSCHE EUROSHOP AG	
Standortportfolio	14
Objekte im Einzelnen	16
Marktbericht: Einkaufscenter in Europa	25
Vorstellung der Geschäftspartner	31
JAHRESABSCHLUSS	35
Jahresabschluss AG	36
Jahresabschluss Konzern	50
LAGEBERICHT	62
BERICHT DES AUFSICHTSRATS	70
GESCHÄFTSJAHR 2001 IM ÜBERBLICK	72
IMPRESSUM	73



Ton getroffen.

Im DIMAX auf Anhieb auf Platz fünf.





Centro Commerciale Friuli

+++ SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,

wir freuen uns, Ihnen den ersten Geschäftsbericht der Deutsche EuroShop AG, der einzigen Aktie mit Fokus auf Shopping-Center, vorlegen zu können. Das Geschäftsjahr 2000 war durch den Beteiligungserwerb von acht gewerblichen Einzelhandelsimmobilien und der Platzierung der Aktien aus dem Bestand der Deutsche Grundbesitz Management GmbH geprägt.

Die Aktien unserer Gesellschaft sind am 29. September 2000 zum Börsenhandel zugelassen worden. Die Einführung der Deutsche EuroShop Aktie in den amtlichen Handel der Frankfurter Wertpapierbörse erfolgte prospektgemäß am 2. Januar 2001. Mittlerweile wird sie auch im Freiverkehr der Börsen Stuttgart, Düsseldorf, Berlin, München sowie im Xetra gehandelt.

Die Deutsche EuroShop AG wurde mit Börsennotierung in den Deutschen Immobilienindex – DIMAX (E&G) aufgenommen; sie steht dort aufgrund ihrer Marktkapitalisierung an fünfter Stelle.

Das Geschäftsjahr ist erfreulich verlaufen. Von den acht Centern sind vier in Betrieb, davon zwei im Umbau. Bei den zur Zeit im Bau befindlichen Einkaufszentren liegen Baufortschritt und Kosten im Plan; die bei Platzierung der Aktien bereits hohen Vorvermietungsstände der Shopflächen konnten weiter verbessert werden und liegen im bzw. zum Teil über Plan.

So sind die City-Arkaden Wuppertal bereits über ein halbes Jahr vor der Fertigstellung im Herbst 2001 – Grundsteinlegung war im März 2000 – voll vermietet und die erzielten Mieten liegen im Schnitt um 1,8 Prozent über den im Prospekt genannten Werten. Im November 2000 wurde der Grundstein für die Altmarkt-Galerie in Dresden gelegt, dem modernen Marktplatz im Herzen der Altstadt; die Fertigstellung des Rohbaus ist für Ende 2001 geplant. Bereits 66 Prozent der Mietflächen sind auf Grund der eingeleiteten Werbeaktionen vermietet. Die City-Galerie Wolfsburg in der Porschestraße im Herzen der Fußgängerzone der Volkswagenstadt hatte im Oktober 2000 ihr Richtfest. Der innerstädtische City-Point Kassel hat rund 12 Monate vor der Eröffnung im Frühjahr 2002 einen beachtlichen Vorvermietungsstand von 94 Prozent.



Das Zusammenspiel von Erfahrung und Substanz.

Concerto grosso.



Shopping Trembières

Diese Ergebnisse, auf die wir zusammen mit unserem Partner ECE Projektmanagement sehr stolz sind, zeigen, dass es sich bei den Shopping-Centern um Objekte handelt, in denen Einzelhändler gerne ihre Geschäfte eröffnen. Ihre Attraktivität, vor allem auch in den Augen der Kunden, wird zu dem von uns erwarteten wirtschaftlichen Erfolg führen.

Das Main-Taunus-Zentrum und das Rhein-Neckar-Zentrum sind etablierte Shopping-Center und überregionale Magnete mit außerordentlich hohen täglichen Besucherströmen. Das Main-Taunus-Zentrum ist das älteste überregionale Einkaufscenter in Europa. In beiden Centern sind in 2000 umfangreiche Erweiterungsarbeiten eingeleitet worden, um sie für die moderne Art des Einkaufens zu rüsten und somit den Umsatz weiter zu steigern. Es werden insgesamt rd. 1.500 neue Parkplätze errichtet, um den Besucheransturm verkehrstechnisch besser zu bewältigen. Die bestehenden Mietflächen werden modernisiert und neue Mietbereiche mit insgesamt 15.000 m² zusätzlicher Einzelhandelsfläche geschaffen. Zusammen werden rund Euro 126 Mio. investiert.

Gemäß unserem geschäftlichen Ziel, lukrative Investitionschancen in Europa wahrzunehmen, werden wir in nächster Zukunft das Portfolio um weitere interessante Shopping-Center ergänzen. Hierzu halten wir hohe Liquidität vor, die zur Zeit als Festgeld verzinslich angelegt ist. Im März 2001 haben wir das italienische „Tuscia Shopping-Center“ in Viterbo erworben. Zu dieser kürzlich getätigten Akquisition werden wir Ihnen Einzelheiten in der Hauptversammlung im Juni dieses Jahres mitteilen.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, den Wert des Portfolios langfristig zu steigern und dadurch einen hohen Gesamtertrag zu erwirtschaften.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen.

Mit freundlichen Grüßen

Eschborn, April 2001

Der Vorstand

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Knut Neuß'.

Dr. Knut Neuß

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jürgen Wundrack'.

Jürgen Wundrack



Ein Portfolio mit besten Wachstumsperspektiven.

Harmonie der Variation.

+++ KONZERNSTRATEGIE DER DEUTSCHE EUROSHOP AG

Deutschlands erste branchenspezifische Immobilien-Aktiengesellschaft mit Fokus auf Shopping-Center.

Die Deutsche EuroShop AG hält Beteiligungen an acht Einkaufszentren, wovon sich vier zur Zeit noch im Bau befinden; Fertigstellung und Eröffnung sind für Herbst 2001 und 2002 vorgesehen. Die vier bestehenden Shopping-Center sind erfolgreich im Markt etabliert, zwei in Deutschland und jeweils eins in Frankreich und Italien. Die deutschen Einkaufszentren werden derzeit und in den nächsten zwei Jahren einer umfassenden Modernisierung, Umstrukturierung und Erweiterung unterzogen, um ihre Attraktivität und ihren wirtschaftlichen Erfolg für die Zukunft zu sichern und zu stärken.

Die Deutsche EuroShop AG wird weitere Akquisitionen innerhalb der europäischen Währungsunion tätigen. Hierdurch kann sie an den unterschiedlichen konjunkturellen Entwicklungen der einzelnen Länder teilhaben und durch die Risikostreuung ein ausgewogenes Immobilienportfolio aufbauen. Bei der Auswahl der Immobilien spielen Größe, regionale Streuung und Mietermix die ausschlaggebende Rolle. Zur Realisierung der angestrebten Portfolioerweiterungen wird hohe Liquidität in der Gesellschaft vorgehalten; damit kann die Deutsche EuroShop AG auch kurzfristig auf aktuelle Marktchancen reagieren.

Für diese europäisch ausgerichtete Immobilien-Aktiengesellschaft sind die Entwicklungen in den Immobilienmärkten der europäischen Währungsunion von großer Bedeutung. Positive Wirtschaftsdaten sowie die Möglichkeiten grenzüberschreitender Investitionen ohne Währungsrisiko unterstützen die Erfolgsstrategie der Deutsche EuroShop AG.



Centro Commerciale Friuli

+++ SPEZIALISIERUNG AUF SHOPPING-CENTER – EUROPAWEIT

Die Deutsche EuroShop AG ist durch ihre Spezialisierung auf Shopping-Center innerhalb der europäischen Währungsunion ein bis jetzt in Deutschland einmaliges Anlageprodukt.

Der europäische Markt für Shopping-Center hat positive Zukunftsaussichten: Innerhalb Europas weist Frankreich zusammen mit England die meisten Einkaufsflächen in Shopping-Centern auf. Ein starker Trend zur Entwicklung neuer Verkaufsflächen besteht besonders in Deutschland und Italien.

Um mit Investitionen in Einkaufszentren erfolgreich zu sein, ist ein professionelles Centermanagement entscheidend. Längst bedeutet erfolgreiches Management nicht nur, ein konsumentengerechtes Angebot zu schaffen, langfristige Mietverträge mit namhaften Einzelhändlern abzuschließen und für die Betriebsbereitschaft der Center-Einrichtungen zu sorgen. Vielmehr werden die Kunden über „Erlebnis“ und „Entertainment“ angezogen, unterhalten und zum Verweilen eingeladen – erfolgreiches Centermanagement organisiert ein permanentes Shopping-Event.

Umsatzbeteiligungen, Mietindexierungen und die hohe Nachfrage nach Einzelhandelsmietflächen in professionell gemanagten Einkaufszentren führen zu steigenden Mieteinnahmen und damit zu hohen Renditechancen der Investoren.

Um dies zu gewährleisten, arbeiten wir erfolgreich mit unseren Partnern zusammen: bei den deutschen Einkaufszentren mit der ECE Projektmanagement G.m.b.H., dem größten deutschen Manager von Shopping-Centern. Im französischen Annemasse wird das Shopping Etrembières von Espace Expansion geführt, einem der französischen Marktführer für Management von Einkaufszentren, und für das italienische Centro Commerciale in Tavagnacco bei Udine haben wir mit Gruppo GS-Carrefour eine etablierte Einzelhandelskette gewonnen, die zusätzlich über umfangreiches Know-how als Centermanager verfügt.

+++ IMMOBILIEN-AKTIEGESELLSCHAFTEN

Die Immobilienaktie kann als eine Mischform von Aktien- und Immobilienanlage bezeichnet werden, die die Wertbeständigkeit und Ertragskraft der Immobilien mit der Fungibilität der Aktie vereint.

Der deutsche Markt für Immobilienaktien befindet sich im Vergleich zu anderen Ländern, insbesondere den USA, in einer frühen Entwicklungsphase. Zwar stieg die Zahl der börsennotierten Immobilienaktien und deren Marktkapitalisierung in den vergangenen Jahren deutlich an, jedoch gibt es immer noch nur wenige Einzelwerte, die für ein breites Anlegerspektrum interessant sind.

Die deutschen Immobilien-Aktiengesellschaften lassen sich in vier Kategorien einteilen: Die erste Gruppe umfasst Aktiengesellschaften, deren alleiniger Geschäftszweck in der Verwaltung oder Vermietung betriebsnotwendiger konzerneigener Immobilien liegt. Meist befindet sich die Mehrheit der Aktien in den Händen der Muttergesellschaft, so dass nur ein eingeschränkter Börsenhandel stattfindet.

In die zweite Kategorie fallen Aktiengesellschaften, die aus Unternehmen hervorgegangen sind, deren ehemaliges Haupttätigkeitsfeld heute nur noch nachrangig oder überhaupt nicht mehr verfolgt wird und die sich mit der Verwaltung der aus dem Gesellschaftsvermögen bzw. in eigenständige Grundstücksgesellschaften ausgegliederten Immobilien befassen. Hier steht die Verwertung und das Immobilienmanagement im Vordergrund.

Die dritte Gruppe besteht aus Aktiengesellschaften, die unter anderem auch in das Geschäftsfeld Immobilien diversifiziert haben; somit stellen Immobilien bei diesen Gesellschaften nur einen von mehreren Tätigkeitsbereichen dar.

Die vierte Gruppe ist erst in den letzten Jahren neu entstanden mit dem Ziel, Immobilienbestände an die Börse zu bringen. Diese Immobilien-Aktiengesellschaften sind speziell für Anleger konzipiert, die sich an einem Immobilien-Portfolio beteiligen und die Vorteile einer fungiblen Aktienanlage nutzen möchten. Der Großteil der Erträge stammt dabei aus der Bewirtschaftung der Immobilien. Die Gesellschaften weisen Spezialisierungstendenzen entweder in regionaler Hinsicht oder in ihrer Geschäftstätigkeit durch Konzentration auf bestimmte Immobiliensektoren auf.

Zu dieser neuesten Kategorie gehört die Deutsche EuroShop AG, die durch die internationale Ausrichtung sowohl für ausländische Anleger als auch für institutionelle Investoren aus dem Bereich des Wertpapierinvestments interessant ist.



Main-Taunus-Zentrum

+++ DEUTSCHE EUROSHOP AKTIE

Kennzahlen zur Aktie

Gattung	auf den Namen lautende Stammaktien/ nennwertlose Stückaktien
Gezeichnetes Kapital	Euro 20 Mio.
Anteil einer Aktie am Grundkapital	Euro 1,28
Emissionskurs	Euro 38,40
Marktsegment/Branche	Beteiligung an Einzelhandelsimmobilien direkt oder indirekt über Beteiligungsgesellschaften
Zahl der zugelassenen Aktien/ maximale Anzahl der Aktien	15.625.000/15.625.000
Kurs am 30. 03. 2001	Euro 38,38
Börseneinführung	Amtlicher Handel, Frankfurt am Main (FSE)
Börsenhandel	Amtlicher Handel, Xetra (ETR) Freiverkehr, Berlin (BER) Freiverkehr, Düsseldorf (DUS) Freiverkehr, München (MUN) Freiverkehr, Stuttgart (STU)
Erstnotierung	02. 01. 2001
Wertpapier-Kenn-Nr.	748 020
Index	DIMAX

Jahr	2000	2001 e¹⁾	2002 e
Gewinn/Aktie	Euro 0,42	Euro 1,92	Euro 1,92
Steuerfreie Ausschüttung/Aktie	0	Euro 1,92	Euro 1,92

Centro Commerciale Friuli



¹⁾ erstmalige Beteiligung der Deutsche EuroShop AG an den Ergebnissen eines gesamten Geschäftsjahres

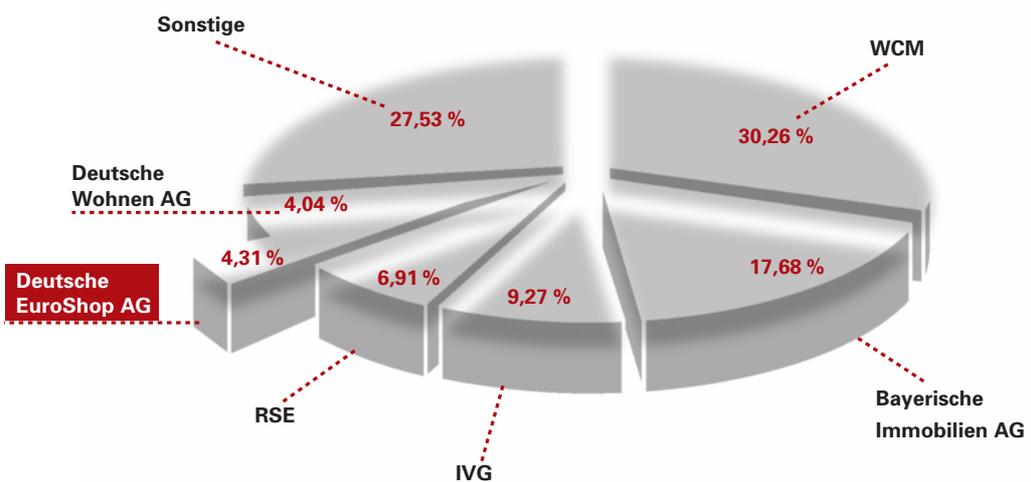
+++ DEUTSCHER IMMOBILIEN INDEX (DIMAX)

Die Deutsche EuroShop AG ist seit Börsennotiz im Januar 2001 im DIMAX (E&G) notiert. Dort nimmt sie im Vergleich der Marktkapitalisierung den 5. Rang ein (Stand: Januar 2001).

Der DIMAX ist ein umfassender Aktienindex für deutsche Immobilien-Aktiengesellschaften, der vom Bankhaus Ellwanger & Geiger (E&G) seit 1995 erstellt und seit dem auch von diesem Bankhaus berechnet und veröffentlicht wird. Der DIMAX setzt sich zur Zeit aus 59 Titeln zusammen. Die Aufnahme oder Streichung einzelner Titel erfolgt analog der Vorgehensweise beim DAX. Die Anpassung des DIMAX wird einmal jährlich am Jahreswechsel vorgenommen. Aufnahme in den DIMAX finden diejenigen Unternehmen, die mindestens 75 Prozent ihrer Erträge aus dem Immobilienbereich erzielen.

Im DIMAX erfolgt die Gewichtung der einzelnen Titel ausschließlich nach der Marktkapitalisierung der Gesellschaften. Marktkapitalisierung ist der Wert aller vom Unternehmen ausgegebenen Aktien zum aktuellen Marktpreis.

Die folgende Übersicht zeigt die prozentuale Zusammensetzung des Index nach der Marktkapitalisierung (Stand Januar 2001).





Main-Taunus-Zentrum
Sulzbach/Frankfurt

Aus-/Umbau: 2000–2001
Umbaukosten: rd. 43 Mio. Euro
Vermietungsstand*: 100 % ¹⁾
Mietfläche: rd. 93.000 m² nach Umbau zzgl. 5.700 m² im Fremdbesitz
Hauptmieter: Galeria Kaufhof, Hertie, P&C, Sport Fink, H&M



Rhein-Neckar-Zentrum
Viernheim

Aus-/Umbau: 2000–2003
Umbaukosten: rd. 83 Mio. Euro
Vermietungsstand*: 100 % ¹⁾
Mietfläche: rd. 63.600 m² nach Umbau zzgl. 16.900 m² im Fremdbesitz
Hauptmieter: P&C, Bauhaus, H&M, Pro Markt, HL-Markt, Sport Fink, Toys' R'Us



Altmarkt-Galerie Dresden

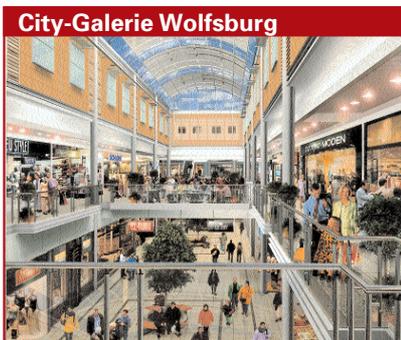
Fertigstellung: Herbst 2002
Vermietungsstand: 66 % ¹⁾
Mietfläche: rd. 43.900 m²
Hauptmieter: Extra Verbrauchermarkt, Sport Scheck, Hugendubel, Esprit



Vermietungsstand: 97 %
Mietfläche: rd. 17.700 m²,
 davon 9.200 m² im
 Fremdbesitz
Hauptmieter: GO SPORT,
 La Brioche Doree,
 Aubert, Pro Mod



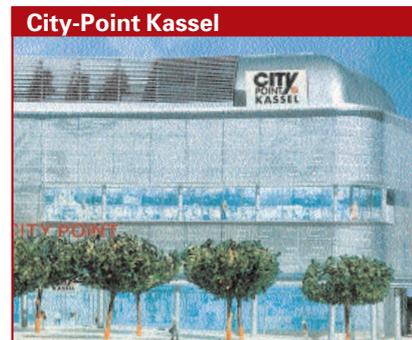
Vermietungsstand: 100 %
Mietfläche: rd. 28.600 m²
Hauptmieter: Gruppo GS (Euro-
 mercato), Prenatal,
 Intimo 3



Fertigstellung: Herbst 2001
Vermietungsstand: 96 % ¹⁾
Mietfläche: rd. 29.900 m²
Hauptmieter: Intermarché,
 Pro Markt,
 Textilhaus Hempel,
 New Yorker,
 Sport Scheck



Fertigstellung: Herbst 2001
Vermietungsstand: 100 % ¹⁾
Mietfläche: rd. 28.800 m²
Hauptmieter: Boecker, H & M,
 Mac Fashion, Schmahl,
 Phoenix, Akzenta



Fertigstellung: Frühjahr 2002
Vermietungsstand: 94 % ¹⁾
Mietfläche: rd. 28.400 m²
Hauptmieter: Karstadt, Media
 Markt, Tegut,
 Hugendubel,
 Esprit



+++ MAIN-TAUNUS-ZENTRUM, SULZBACH BEI FRANKFURT AM MAIN

Das Main-Taunus-Zentrum wurde 1964 als erstes überregionales Einkaufszentrum in Europa eröffnet und weist über 10 Mio. Besucher jährlich auf. Es liegt unmittelbar westlich des Frankfurter Stadtgebietes in der Gemeinde Sulzbach und verfügt durch Anschlüsse an die Autobahn A 66 (Frankfurt-Wiesbaden) und die vierspurige Bundesstraße B 8 (Frankfurt-Höchst-Königstein), sowie durch einen integrierten Busbahnhof über eine optimale Verkehrsanbindung. Die in 2000 begonnenen Umstrukturierungsmaßnahmen werden voraussichtlich bis Herbst 2001 abgeschlossen sein. Im Rahmen dieser Maßnahmen entstehen rd. 7.200 m² zusätzliche Mietflächen und rd. 1.000 zusätzliche Stellplätze. Ziel dieser Maßnahmen ist ein optimierter Branchenmix mit gleichzeitigem Ausbau der Segmente Unterhaltungselektronik, Lebensmittel und des Modebereichs. Das Investitionsvolumen beträgt rd. Euro 43 Mio.

Anteil Deutsche EuroShop	40,8 %
Standort	Sulzbach, Großraum Frankfurt am Main; A 66 Ausfahrt Main-Taunus-Zentrum
Einzugsgebiet	Rhein-Main-Gebiet, rd. 2.220.000 Einwohner
Hauptmieter	Galeria Kaufhof, Hertie, Peek&Cloppenburg, Sport Fink, Appelrath & Cüpper, Ansons, Kinopolis
Gesamtmietfläche	rd. 93.000 m ² ^{1) 2)}
– davon Verkaufsfläche	rd. 73.000 m ² ¹⁾
– davon Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 20.000 m ² ¹⁾
Anzahl der Geschäfte	rd. 100 Fachgeschäfte ¹⁾
Grundstück	rd. 265.700 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 5.000 ¹⁾
Miete p. a.	Euro 15,3 Mio./rd. Euro 18,5 Mio. ¹⁾
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	1964
Fertigstellung der Erweiterungs- und Modernisierungsmaßnahmen	Herbst 2001
Vermietungsstand	100 % der Bestandsflächen
Gesamtinvestition	Euro 310 Mio. ^{1)*)}
Fremdkapital	Euro 140 Mio. ^{1)*)}

¹⁾ unter Berücksichtigung der Umstrukturierungs- und Modernisierungsmaßnahmen

²⁾ zzgl. rd. 5.700 m² Einzelhandelsfläche C&A in eigenem Eigentum

^{*)} Anteil Deutsche EuroShop AG: 37 %



+++ RHEIN-NECKAR-ZENTRUM, VIERNHEIM BEI MANNHEIM

Das Rhein-Neckar-Zentrum liegt am Viernheimer Autobahnkreuz und schließt an die Wohnbebauung der Stadt Viernheim an. Es ist sowohl für den Individualverkehr als auch für den öffentlichen Nahverkehr gut erreichbar. Neben einer umfassenden Optimierung der Bestandsflächen ist eine Erweiterung des Centers in südöstlicher Richtung um einen zweigeschossigen Baukörper sowie einen eingeschossigen Erweiterungsbau im nord-westlichen Centerbereich geplant. Weitere 500 kostenlose Stellplätze werden entstehen. Die Umbauarbeiten werden in 16 Abschnitten vollzogen, währenddessen der Einkaufsbetrieb im Rhein-Neckar-Zentrum weiterläuft. Die Kunden können sich über einen Info Point, der in der Ladenstraße eingerichtet wurde, über die Umbauarbeiten informieren. Das Investitionsvolumen beträgt Euro 83,1 Mio.

Anteil Deutsche EuroShop	92,8 %
Standort	Viernheim, A6/A67 Darmstadt-Mannheim, A 659 (Weinheim-Mannheim), Autobahnausfahrt Viernheim Stadtmitte
Einzugsgebiet	rd. 1.414.000 Einwohner
Hauptmieter	Bauhaus, Pro Markt, Hennes & Mauritz, HL-Markt, P&C Sport Fink und Toys' R'Us, Zara ¹⁾ , Engelhorn & Sturm ¹⁾
Gesamtmietfläche	rd. 63.600 m ² ^{1) 2)}
– davon Verkaufsfläche	rd. 60.000 m ² ¹⁾
– davon Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 3.600 m ² ¹⁾
Anzahl der Geschäfte	rd. 110 Fachgeschäfte ¹⁾
Grundstück	rd. 160.500 m ²
Pkw-Stellplätze	rd. 3.500 ¹⁾
Miete p. a.	Euro 9,49 Mio./Euro 14,7 Mio. ¹⁾
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	1972
Fertigstellung der Erweiterungs- und Modernisierungsmaßnahmen	Frühjahr 2003
Vermietungsstand	100 % der Bestandsflächen
Gesamtinvestition	Euro 283 Mio. ¹⁾
Fremdkapital	Euro 155 Mio. ¹⁾

¹⁾ unter Berücksichtigung der Optimierungs- und Erweiterungsmaßnahmen

²⁾ zzgl. der im Eigentum Karstadt und C&A befindlichen Flächen von 16.900 m²



+++ SHOPPING ETREMBIÈRES, ANNEMASSE BEI GENÈVE

Das Shopping Etrembières liegt in Annemasse (60.000 Einwohner) unmittelbar an der Grenze zur Schweiz, ca. 6 km von Genf entfernt. Annemasse übernimmt Versorgungsfunktionen für die Nachbarstadt Genf, die mit ihren 175.000 Einwohnern die drittgrößte Stadt der Schweiz ist. Durch die unmittelbare Anbindung an die Autobahn Lyon – Bourg – Genf (A 40) und die Nationalstraßen N 205 und N 206 erschließt das Center ein großes Einzugsgebiet, in dem die Kaufkraft pro Kopf dem der Pariser Region entspricht. Etrembières bietet den Besuchern eine ausgewogene Mischung unterschiedlicher Waren und Dienstleistungen, wobei die Ladengalerie das Kernstück bildet. Integriert in das Nutzungskonzept des Centers sind als Verkaufsmagnet ein großer Hypermarkt (MIGROS) und ein gut besuchtes McDonald's Restaurant mit Drive-in, die beide nicht zum Vermögen der SCI Val Commerces gehören. Darüber hinaus stehen den Kunden über 1.000 überdachte kostenlose Parkplätze zur Verfügung.

Anteil Deutsche EuroShop	92,8 % ¹⁾
Standort	Stadtrand von Genf, unmittelbar an der Grenze zur Schweiz, A 40 Lyon-Bourg-Genf, Nationalstraßen N 205 und N 206
Einzugsgebiet	rd. 750.000 Einwohner
Hauptmieter	GO SPORT, La Brioche Doree, Cafeteria, Soft Cafe, Aubert, ProMod, Naf Naf, Morgan, Darjeeling, Interdiscount, Maison de la Presse, Photo Service, Grand Optical
Gesamtmietfläche	rd. 17.700 m ² ²⁾
– davon Verkaufsfläche	rd. 16.500 m ² ³⁾
– davon Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 1.200 m ²
Anzahl der Geschäfte	rd. 50 Fachgeschäfte
Grundstück	rd. 37.700 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 1.000
Miete p. a.	Euro 2,3 Mio.
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	1994
Vermietungsstand	97 %
Eigentümer	SCI Val Commerces Paris (Gesellschafter: Rhein-Neckar-Zentrum Wieland KG)
Gesamtinvestition	Euro 34 Mio.

¹⁾ indirekt über Rhein-Neckar-Zentrum Wieland KG

²⁾ inkl. der im Eigentum von McDonald's und MIGROS befindlichen Flächen von 9.200 m²

³⁾ inkl. der auf die SCI Val Commerces entfallenden 8.500 m²

Die Rhein-Neckar-Zentrum Wieland KG ist mit 99,9 % an der SCI Val Commerces, beteiligt. Die SCI Val Commerces ist Eigentümerin einer großzügigen Ladengalerie im Shopping Etrembières, die auf einer Verkaufsfläche von insgesamt nahezu 8.500 m² auf drei Ebenen rund 50 Fachgeschäfte präsentiert (dies entspricht ca. 48 % der Gesamtgebäudefläche).



+++ CENTRO COMMERCIALE FRIULI, UDINE-ITALIEN

Das Einkaufscenter liegt in der Region Friaul-Julisch Venetien in Norditalien nahe der Stadt Udine (ca. 5 km entfernt). Durch seine verkehrsgünstige Lage an den wichtigsten Nord-Süd-Verbindungen der Region, der „Strada Provinciale Pontebbana“ und der Autobahn A 23 (Venedig-Klagenfurt), erschließt sich das Einkaufscenter ein Einzugsgebiet von rd. 270.000 Einwohnern. Das zweigeschossige Gebäude integriert auf einer Gesamtfläche von 28.600 m² im Erdgeschoss einen 9.141 m² großen Hypermarkt sowie im Erdgeschoss und Obergeschoss eine mit Glas überdachte Mall mit 49 Shops. Das teilweise unterkellerte Gebäude bietet weiteres Flächenpotenzial im Basement.

Anteil Deutsche EuroShop	92,8 % ¹⁾
Standort	5 km nördlich der Stadt Udine, Norditalien Strada Provinciale Pontebbana/Via Alfieri (wichtige Nord-Südverbindung)
Einzugsgebiet	rd. 270.000 Einwohner
Generalmieter	Gruppo GS (96 % Carrefour-Promodés)
Hauptendmieter	Cisalfa, Eldo, Prenatal, Intimo 3, Conbipel, Calzedonia, Erboesterie D'Italia, Sergio Tacchino und Hervé Jacques
Gesamtmietfläche	rd. 28.600 m ²
Verkaufsfläche	rd. 18.100 m ²
Anzahl der Geschäfte	rd. 50 Fachgeschäfte
Grundstück	rd. 102.700 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 1.500
Miete p. a.	Anfänglich rd. Euro 3,99 Mio. steigend auf rd. Euro 4,5 Mio.
Hypermarkt:	Staffelmiete bis Jahr 2006, ab Jahr 2007 Staffelmiete plus Umsatzmiete
Shops:	Indexierte Grundmiete zzgl. 50 % Umsatzerlöse
Durchschnittliche Mietbindung	24 Jahre
Eröffnungsjahr	1993
Vermietungsstand	100 % (Generalmietvertrag)
Eigentümer	Centro Commerciale Friuli Johann Wieland & Co. S.a.s, Mailand (Gesellschafter: Rhein-Neckar-Zentrum Wieland KG)
Gesamtinvestition	Euro 81 Mio.

¹⁾ indirekt über Rhein-Neckar-Zentrum Wieland KG



+++ ALTMARKT-GALERIE DRESDEN

Am Dresdner Altmarkt, dem historischen Zentrum der sächsischen Landeshauptstadt, entsteht die Altmarkt-Galerie. Das Center wird aus drei Baukörpern bestehen, die durch eine lichtdurchflutete Ladenpassage miteinander verbunden sind. Insgesamt sind vier Verkaufsetagen mit einer darüber liegenden Büroebene und einer darunter befindlichen Tiefgarage geplant. Viel Glas und edle Materialien werden ein angenehmes Ambiente schaffen, das historische und moderne Elemente verbindet.

Anteil Deutsche EuroShop	50 %
Standort	Altstadt von Dresden
Einzugsgebiet	rd. 960.000 Einwohner
Hauptmieter	Extra Verbrauchermarkt, Sport Scheck, Hugendubel, Esprit
Gesamtmietfläche	rd. 43.900 m ²
– davon Verkaufsfläche	rd. 26.000 m ²
– davon Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 17.900 m ²
Anzahl der Geschäfte	rd. 100 Fachgeschäfte
Grundstück	rd. 15.200 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 520 ¹⁾
Miete p.a.	Euro 11 Mio. ²⁾ (inkl. Parkhaus)
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	Herbst 2002
Vermietungsstand	rd. 66 %
Gesamtinvestition	Euro 211 Mio.
Fremdkapital	Euro 125 Mio.

¹⁾ davon sind aufgrund behördlicher Auflagen max. 150 Stellplätze den Wohnungsmietern der umgebenden Blockrandbebauung anzubieten.

²⁾ geplant für das erste volle Bewirtschaftungsjahr



+++ CITY-GALERIE WOLFSBURG

Das Objekt wird in der Innenstadt von Wolfsburg errichtet, unmittelbar angrenzend an den frequenzstärksten Teil der Fußgängerzone Porschestraße. Das Einkaufszentrum wird eine mit glasüberdachte Ladenstraße und drei Einzelhandelsebenen aufweisen. In zwei über dem Einzelhandelsbereich liegenden Parkebenen (2. und 3. Obergeschoss) werden ca. 800 Stellplätze geschaffen. Der auf den Standort abgestimmte Branchenmix sieht einen Verbrauchermarkt (Intermarché, rd. 4.100 m²), einen Fachmarkt für Unterhaltungselektronik (Pro Markt, rd. 2.400 m²), ein großes Textilhaus (Hempel, rd. 3.100 m²) sowie weitere Modeanbieter, einen Sportmarkt, eine große Buchhandlung und zahlreiche kleinere Fachgeschäfte vor.

Anteil Deutsche EuroShop	89 %
Standort	Stadtzentrum von Wolfsburg; Fußgängerzone Porschestraße
Einzugsgebiet	rd. 271.000 Einwohner
Hauptmieter	Intermarché, Pro Markt, Textilhaus Hempel, New Yorker, Sport Scheck
Gesamtmietfläche	rd. 29.900 m ²
– Verkaufsfläche	rd. 20.000 m ²
– Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 9.900 m ²
Anzahl der Geschäfte	rd. 90 Fachgeschäfte
Grundstück	rd. 19.800 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 800
Miete p.a.	Euro 7,3 Mio. ¹⁾
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	Herbst 2001
Vermietungsstand	rd. 96 %
Gesamtinvestition	Euro 131 Mio.
Fremdkapital	Euro 80 Mio.

¹⁾ geplant für das erste volle Bewirtschaftungsjahr



+++ CITY-ARKADEN WUPPERTAL

Gebaut wird ein aus zwei Blöcken bestehendes Einkaufszentrum auf einer Grundstücksfläche von rd. 12.750 m². Die beiden Gebäudeteile werden im 1. Obergeschoss mit einer Gebäudebrücke mit beidseitigem Ladenbesatz verbunden. Der Baublock westlich der Morianstraße 27 verfügt über vier Geschosse, die als Verkaufsebenen genutzt werden. Darüber liegt ein mit Büro- und Nebenflächen belegtes Staffelgeschoss. Östlich der Morianstraße sind drei Verkaufsebenen sowie vier darüberliegende Parkebenen geplant. Im Zusammenhang mit der 70-Jahr-Feier der Stadt Wuppertal wurde am 21. März 2000 die Grundsteinlegung gefeiert. Die Fertigstellung ist für Herbst 2001 geplant. Ein auf den Standort abgestimmter Branchenmix sieht einen Verbrauchermarkt (Akzenta 3.200 m²), drei Textilhäuser (Boecker 4.100 m², H&M 1.550 m² und Mac Fash 600 m²), einen Fachmarkt für Unterhaltungselektronik (Schmahl 1.710 m²), ein großes Büchergeschäft sowie einen Sportmarkt und zahlreiche kleinere Shops vor.

Anteil Deutsche EuroShop	72 %
Standort	Stadtzentrum von Wuppertal Fußgängerzone Alte Freiheit/Poststraße/Morianstraße
Einzugsgebiet	rd. 620.000 Einwohner
Hauptmieter	Boecker, H&M, Mac Fash, Schmahl, Phönix, Akzenta
Gesamtmietfläche	rd. 28.800 m ²
– davon Verkaufsfläche	rd. 20.000 m ²
– davon Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 8.800 m ²
Anzahl der Geschäfte	rd. 90 Fachgeschäfte
Grundstück	rd. 12.800 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 650
Miete p. a.¹⁾	Euro 7,5 Mio.
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	Herbst 2001
Vermietungsstand	100 %
Gesamtinvestition	Euro 139 Mio.
Fremdkapital	Euro 89 Mio.

¹⁾ geplant für das erste volle Bewirtschaftungsjahr

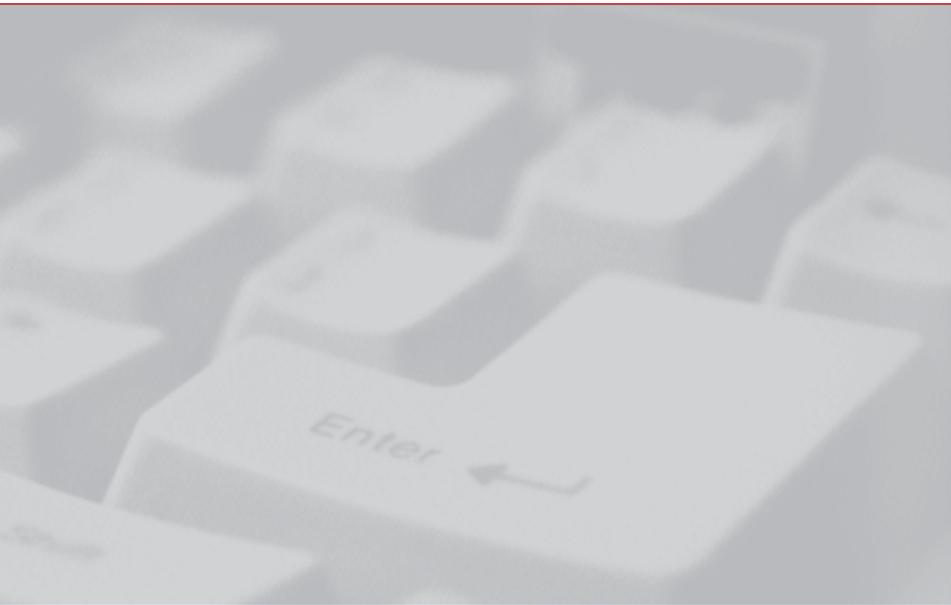


+++ CITY-POINT KASSEL

Am Standort des früheren Karstadt-Warenhauses am Königsplatz in der Innenstadt von Kassel wird das Einkaufszentrum in Form eines City-Points errichtet. Das Center wird fünf Einzelhandelsebenen aufweisen. Im 2. Untergeschoss des Objektes werden in einer Parkebene ca. 200 Stellplätze geschaffen. Nach Fertigstellung werden in dem neuen Center neben dem Karstadt-Warenhaus und einem Karstadt-Sporthaus (zusammen rd. 8.000 m²) weitere Ankermieter, wie z. B. ein Unterhaltungselektronik-Fachmarkt (rd. 4.000 m²) und ein großer Lebensmittelmarkt (Tegut, rd. 1.800 m²) vertreten sein. Vielfältig ergänzt wird der Branchenmix durch rd. 60 weitere Shops, u.a. Modeanbieter und einen großen Büchermarkt.

Anteil Deutsche EuroShop	40 %
Standort	Stadtzentrum von Kassel
Einzugsgebiet	rd. 800.000 Einwohner
Hauptmieter	Karstadt, Media Markt, Tegut (Supermarkt), Hugendubel, Esprit
Gesamtmietfläche	rd. 28.400 m ²
– davon Verkaufsfläche	rd. 20.000 m ²
– davon Dienstleistung und Gastronomie sowie sonstige vermietbare Nebenflächen	rd. 8.400 m ²
Anzahl der Geschäfte	rd. 70 Fachgeschäfte
Grundstück	rd. 8.100 m ²
PKW-Stellplätze	rd. 200
Miete p.a.	Euro 6,5 Mio. ¹⁾
Durchschnittliche Mietbindung	in der Regel 10 Jahre
Eröffnungsjahr	Frühjahr 2002
Vermietungsstand	rd. 94 %
Gesamtinvestition	Euro 113 Mio.
Fremdkapital	Euro 71 Mio.

¹⁾ geplant für das erste volle Bewirtschaftungsjahr



Leitmotiv mit klarer Linienführung.

Märkte und Entwicklung in Europa.



+++ MARKTBERICHT: EINKAUFSCENTER IN EUROPA

Einkaufszentren sind seit vielen Jahren eine erfolgreiche Plattform des Einzelhandels. Das Konzept wurde in den USA Anfang der 50-er Jahre eingeführt und seitdem ständig weiterentwickelt. Auch im Euroland haben Shopping-Center eine überragende Bedeutung. Im Gegensatz zu den gewachsenen Geschäftszentren in den Innenstädten und Stadtteilen sind Shopping-Center „künstliche“ Agglomerationen, die einheitlich verwaltet bzw. gemanagt werden. Sie können neben dem unmittelbaren City- bzw. Innenstadtbereich sowohl in Stadtteilzentren als auch auf der „grünen Wiese“ liegen.

Der Trend zur Polarisierung der Konsummuster – einerseits preisgünstiger Einkauf und andererseits Kauf von Markenware in Verbindung mit gutem Service – führt zu immer mehr Spezialisierungen. Erfolgreiche Einkaufszentren haben ein durchgängiges Leitmotiv, das sich in einem standort- und marktgerechten Branchen- sowie Mietermix zeigt. Die Identifikation und Akquisition von Hauptmietern ist entscheidend. Auch die Schaffung einer positiven Einkaufsatmosphäre durch adäquate Innen- und Außenarchitektur, ein attraktives Umfeld und ein professionelles Management sind maßgebend für den Erfolg.

Nach Auffassung der Deutsche EuroShop AG werden in den nächsten Jahren vor allem innerstädtische Einkaufszentren neu entstehen, so dass es zu einem verstärkten Verdrängungswettbewerb kommt. In Zukunft wird eine stärkere Segmentierung von Einkaufszentren stattfinden. Auf der einen Seite stehen Einkaufszentren, insbesondere in den Innenstädten, mit einem hochwertigen und eher höherpreisigen Warenangebot, die durch Entertainmenteinrichtungen ergänzt werden. Auf der anderen Seite gibt es Einkaufszentren auf der grünen Wiese mit großen Magnetmietern wie SB-Warenhäusern und Discountern, die ein preisgünstiges Warenangebot führen. Künftig werden vor allem jene Center erfolgreich sein, die entweder durch den Preis oder durch einen guten Branchen- und Mietermix kombiniert mit Unterhaltungselementen die Kunden überzeugen.

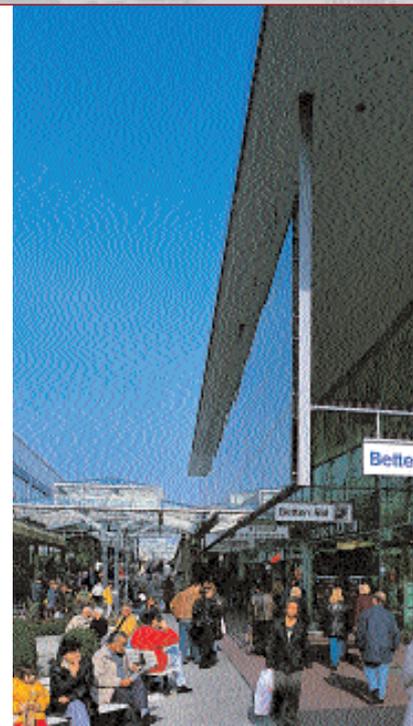
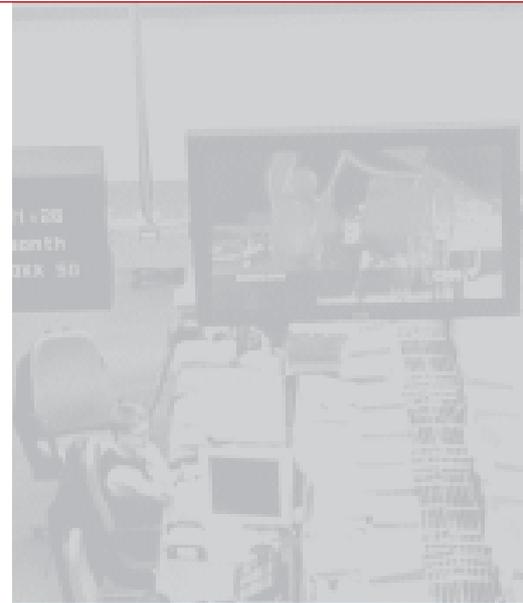
Für erfolgreiche Immobilieninvestitionen in Gewerbe- bzw. Einzelhandelsimmobilien sind nach Meinung der Deutsche EuroShop AG spezielle Marktkenntnisse, langfristige Erfahrungen und branchenspezifische Informationen erforderlich, über die Privatanleger regelmäßig selbst nicht verfügen oder sich nur mit verhältnismäßig hohem Aufwand verschaffen können. Daneben sind diese Investments in Großimmobilien durch einen hohen Kapitalaufwand gekennzeichnet, der selten von einem einzelnen Investor aufgebracht werden kann.

+++ POSITIVE STIMMUNG IM DEUTSCHEN EINZELHANDEL

Die positive Entwicklung der Einzelhandelsumsätze (plus 1,4 Prozent gegenüber 1999, Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels) hat insgesamt zu einer Verbesserung der Einzelhandelsmieten geführt. So erhöhte sich im letzten Jahr das Mietniveau in Westdeutschland um durchschnittlich rund 1,5 Prozent. In den hoch frequentierten Lagen der deutschen Großstädte konnten die Mieten dank der gestiegenen Nachfrage merklich zunehmen. In den neuen Bundesländern und außerhalb der großstädtischen Ballungsgebiete verdüsterte sich 2000 das Bild abermals. Die Mieten gingen um knapp 4 Prozent bzw. 2 Prozent zurück. Dank verbesserter Einkommensperspektiven wird für 2001 mit einer kräftigen Zunahme des privaten Konsums gerechnet. Dies dürfte vor allem der Mietentwicklung in den 1a-Lagen zu Gute kommen.

Seit der Wiedervereinigung ist die Zahl der Einkaufszentren in Deutschland stark angestiegen. Dabei bestehen deutliche regionale Unterschiede. Während in den neuen Bundesländern eine Vielzahl von großflächigen Einkaufszentren auf der grünen Wiese entstand, haben sich in den alten Bundesländern in den letzten Jahren auch immer mehr kleiner dimensionierte Passagen, Galerien und Einkaufshöfe in innerstädtischen Lagen etabliert.

Seit November 1996 gelten in Deutschland neue Ladenöffnungszeiten. Die zuvor im internationalen Vergleich außergewöhnlich restriktive Regelung wurde damit etwas gelockert. Die längeren Öffnungszeiten werden vor allem in Großstädten und Einkaufszentren in Anspruch genommen.



Main-Taunus-Zentrum

+++ EINKAUFSCENTER IN ITALIEN UND FRANKREICH

Der Markt für Einkaufszentren hat in Südeuropa, mit Hinblick auf die zu erzielenden Mieten, ein erfolgreiches Jahr verzeichnet. Nach Umfragen der europäischen Kommission ist das Verbrauchervertrauen in Euroland in den letzten Jahren spürbar gestiegen. Auf die vier großen Länder Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien entfallen rund 83 Prozent des Einzelhandelsumsatzes in der Europäischen Währungsunion. Im vergangenen Jahr verbuchte der Einzelhandel in allen vier großen Euroländern steigende reale Umsätze.

Die Aussichten für den Einzelhandel sind günstig. Impulse für den privaten Konsum gehen unter anderem von der sinkenden Arbeitslosenquote aus. In Frankreich profitiert der private Konsum neben den positiven Arbeitsmarktdaten von steuerlichen Entlastungen der Haushalte. Frankreich ist nach Großbritannien das Land in Europa mit der größten Anzahl von Einkaufszentren. 1999 gab es in Frankreich 646 Shopping-Center mit einer Verkaufsfläche von rd. 14 Mio. m². Zuletzt dominierten ausländische Investoren diesen Markt.

Im italienischem Einzelhandelssektor fand in den letzten Jahren ein starker Strukturwandel statt, obwohl der dortige Markt immer noch einer der kleinteiligsten in Europa ist. Super- und Hypermärkte machen weniger als 5 Prozent aller Geschäfte aus. Jedoch erlangen diese Betriebe immer mehr Anteile. Seit drei Jahren drängen zunehmend ausländische Handelsunternehmen nach Italien. Diese treten in vielen Fällen mit italienischen Partnern an. In den letzten Jahren kam es zu einem erheblichen Anstieg der Zahl von Shopping-Centern außerhalb der Städte. Die meisten sind im Einzugsbereich der großen Städte angesiedelt.

Centro Commerciale Friuli





Der Takt der Zukunft bestimmt das Tempo der Innovation.

Takt und Tempo.

+++ AUSWIRKUNGEN DES E-COMMERCE

Der Online-Handel wird mittel- bis langfristig erhebliche Auswirkungen auf Einzelhandelsflächen haben. Die e-commerce-Umsätze im hier relevanten Endverbrauchergeschäft (B2C: business to consumer) wachen bisher von sehr geringem Niveau (EUR 2 Mrd.). Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels erwartet, dass in zehn Jahren etwa ein Zehntel der deutschen Umsätze „online“ stattfinden werden.

Teile des stationären Einzelhandels und damit wichtige Nachfrager auf dem Markt für Einzelhandelsimmobilien werden mittel- bis langfristig merkliche Umsatzverluste an den Internet-Handel zu verkraften haben. Dies könnte sich auf die Nachfrage nach einzelhandelsgenutzten Immobilien auswirken. Hiervon dürften insbesondere Geschäfte in Nebenlagen und in kleineren Städten negativ betroffen sein. Attraktive Innenstadtlagen und Einkaufszentren werden dagegen als Ziele des „Erlebnis- und Impulskaufs“ weiterhin ihr Publikum finden. Der traditionelle Einkauf hat Vorteile, die das Internet nicht bieten kann, etwa die Möglichkeiten des physischen Erlebens und Ausprobierens von Produkten sowie die Kommunikation. Bei allem Optimismus über die Perspektiven des Internet-Handels wird aber auf absehbare Zeit der Großteil der Konsumenten in den meisten Fällen „Shopping“ als Freizeitbeschäftigung der Suche am heimischen PC vorziehen. Eine vollständige Substitution von Einzelhandelsgeschäften durch das Internet ist keinesfalls zu erwarten, sondern es ist vielmehr als Ergänzung zu bisherigen Vertriebswegen (Multi-Strategie) zu sehen.



Main-Taunus-Zentrum

Namen	Börsenkapital Tief	Ergebnis je Aktie			KGV		WPKV	
		Mio. Euro	2000	2001	2002	2001		2002
	13,00	318	0,02	0,50	1,50	48,1	16,0	500770
	5,45	282	-1,70	-1,97	-1,81	k.A.	k.A.	510300
	57,60	2864	0,58	0,95	1,50	95,9	60,7	506620
	11,05	518	0,41	0,52	0,70	29,6	22,0	521510
	57,00	2236	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	910460
	14,60	147	0,08	0,27	0,47	96,4	55,4	542270
	2,90	1825	-0,56	-0,56	-0,17	k.A.	k.A.	901590
	5,90	324	-3,40	-4,00	-2,80	k.A.	k.A.	522190
	3,70	321	-2,64	-1,65	-0,78	k.A.	k.A.	932480
	5,65	333	0,27	0,40	0,85	33,3	15,7	508220



Seit Jahren erfolgreich eingespielt.

Dynamik der Spitzenklasse.

VORSTELLUNG DER GESCHÄFTSPARTNER

52 Wochen		Börsenkapital Mio. Euro	Ergebnis je Aktie			KGV			Frankfurt		Xetra	Frankf.
Hoch	Tief		2000	2001	2002	2001	2002	WPKN	24.4.01 Schluß	Tages Hoch Tief	25.4.01 Schluß	Veränd. in 24.4.01
85,70	13,00	318	0,02	0,50	1,50							
145,00	5,45	282	-1,70	-1,97	-1,81							
178,00	57,60	2864	0,59	0,95	1,50							
48,60	11,05	518	0,41	0,52	0,70							
144,10	57,00	2238	k.A.	k.A.	k.A.							
134,00	14,80	147	0,08	0,27	0,47							
66,50	2,90	1825	-0,56	-0,56	-0,17							
154,20	5,90	324	-3,40	-4,00	-2,80							
94,00	3,70	321	-2,64	-1,65	-0,78							
78,33	5,65	333	0,27	0,40	0,85							
38,60	9,05	2037	0,02	-0,05	0,01							
66,50	8,20	272	0,27	0,65	1,30							
140,00	21,25	1523	0,60	1,00	1,60							
65,50	11,70											
70,05	10,30											
110,50	22,60											
96,00	4,25											
75,50	14,60											
24,90	0,87											
37,20	1,85											
45,80	7,40											
26,50	12,60											
58,50	17,70											
114,00	2,87											
30,90	5,25											
64,90	4,85											
146,50	33,30											
90,00	39,00											
130,00	20,05											
130,00	15,50											
134,40	67,00											



Rhein-Neckar-Zentrum

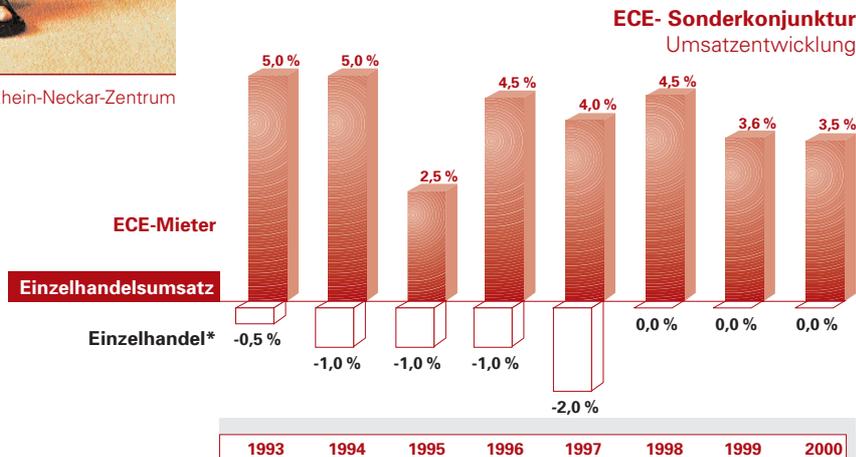
+++ DEUTSCHE GRUNDBESITZ MANAGEMENT GMBH

Die Deutsche Grundbesitz Management GmbH (DGMG), eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Bank, ist Emittent für geschlossene Immobilienfonds. Die DGMG konzipiert, entwickelt, realisiert und managt für private und institutionelle Kunden Immobilienobjekte im In- und Ausland. Mit diesem Segment ist sie seit 30 Jahren erfolgreich am Markt und betreut derzeit ein Fondsvolumen von über Euro 5,9 Mrd. für rund 37.000 Kunden. Für Kunden, die ihre Immobilieninvestition nach ihren eigenen Vorstellungen optimieren wollen, werden Direktanlagen im In- und Ausland angeboten. Spezialfonds, Projektentwicklungen, Akquisition, Objekt- und Baumanagement, die Vermarktung von Immobilien sowie das Vertriebsmanagement und Immobilienmarkt-Research runden das Leistungsangebot der DGMG ab.

+++ ECE PROJEKTMANAGEMENT G.M.B.H. & CO. KG

Für das langfristige Management der Einkaufszentren in Deutschland ist die ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG verantwortlich. Die Hamburger ECE ist Deutschlands Marktführer im Bereich Shopping-Center.

Der ECE gelingt es seit vielen Jahren, die Umsätze bei ECE-Mieter über die Entwicklung des Einzelhandels insgesamt zu steigern.



* Quelle: Eurohandelsinstitut, Köln

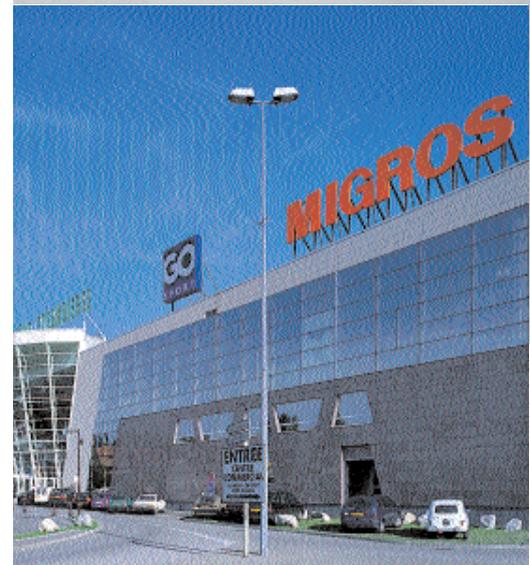
Zum Leistungsspektrum der ECE gehören die Entwicklung, Realisierung, Vermietung und das Langzeit-Management im Bereich gewerblicher Immobilien. Seit 36 Jahren managt die ECE mit Spezialisten aller immobilienrelevanten Fachbereiche, darunter rund 100 Centermanager, 50 Vermieter und 260 Architekten und Bauspezialisten erfolgreich Einkaufszentren. Gegenwärtig betreut das Unternehmen bundesweit 60 Center. In allen ECE-Centern zusammen wird ein Jahresumsatz von ca. 7 Milliarden Euro erwirtschaftet. Dreizehn weitere Einkaufsgalerien und -passagen, darunter die ersten in Polen und Ungarn, sind derzeit in Planung oder bereits im Bau.

Ein weiteres Betätigungsfeld der ECE sind Revitalisierungen von Großbahnhöfen. Pilotprojekt war der Hauptbahnhof Leipzig, in dessen historische Substanz die Promenaden Hauptbahnhof Leipzig, ein einzigartiges Einkaufs- und Dienstleistungszentrum, integriert wurden. Ausgezeichnet mit mehreren Preisen, zählt er heute zu Europas schönsten Bahnhöfen. In den letzten Jahren wurden die modernisierten Hauptbahnhöfe in Köln und Hannover von der ECE wieder eröffnet.

+++ SPACE EXPANSION

Das Einkaufszentrum in Frankreich wird von Espace Expansion gemanagt. Als eine der führenden Managementgesellschaften im Bereich Shopping-Center in Frankreich verwaltet sie seit 30 Jahren Einkaufszentren. Zur Zeit betreut Espace Expansion rund 30 Shopping-Center; dadurch ist sie in jeder Region Frankreichs vertreten. Zwei weitere Center sind derzeit in der Entwicklung durch die Schwestergesellschaft Espace Expansion Développement.

Espace Expansion ist eine Tochtergesellschaft der 1968 gegründeten UNIBAIL – eine der führenden Immobilienentwicklungsgesellschaften Frankreichs und die einzige Gesellschaft, die sich auf Einkaufszentren und Büroimmobilien spezialisiert hat. Sie ist an der Börse in Paris notiert und wurde durch Standard & Poor's mit dem Rating A- bewertet. Seit der Eröffnung von Les Trois Fontaines in Cergy – nord-westlich von Paris – 1972 über Cité Europe in Calais 1995 bis zur jüngsten Einweihung der Passage du Havre in der Hauptstadt Paris hat Espace Expansion einen wesentlichen Beitrag zu der Einkaufszentrenentwicklung in Frankreich geliefert. Mit dem Motto „Each Shopping Centre is a unique product“ hat sich die Unternehmensphilosophie von Espace Expansion in Bezug auf Entwicklung, Vermarktung und Management von Einkaufszentren bewährt. Espace Expansion expandiert außer in ihrem Kernland Frankreich zunehmend auch in den Nahen Osten.



Shopping Etrembières

+++ GRUPPO GS-CARREFOUR

Das in Italien gelegene Einkaufszentrum Centro Commerciale Friuli wird von Gruppo GS-Carrefour gemanagt. Im Jahre 2000 übernahm Carrefour 100 Prozent der Aktien der 1961 gegründeten italienischen Gruppo GS S.p.A., die bis zur Privatisierung 1994 durch die Gruppe Benetton-Del Vecchio (Luxottica) dem Konzern Iri angehörte. Die französische Gesellschaft Carrefour ist 1959 gegründet worden und hat 1999 mit der französischen Gesellschaft Promodès fusioniert.

Carrefour ist die größte Einzelhandelskette Europas und die zweitgrößte weltweit. Sie ist in 27 Ländern mit 9000 Niederlassungen präsent. Zu Carrefour gehören unter anderem folgende Marken: Harmony, De Nuestra Tierra, Tex, TopBike, Green Cut und Surgelati Picard. Carrefour bietet ihre Produkte auch via e-commerce an (Ooshop e, presto, @carrefour) und beschäftigt 340.000 Mitarbeiter mit einem Umsatzvolumen von 52 Milliarden Euro weltweit. In Italien gehören Carrefour 37 Hypermärkte, 288 Supermärkte unter dem Logo GS, 11 Großhandelsläden unter dem Logo Docks Market und Gross Iper. Somit gehören in Italien zum Portfolio: Carrefour, GS Supermercati, Iperstore GS, Diperdi, Picard Docks Market und Gross Iper.

Centro Commerciale Friuli

