

DES  
Deutsche EuroShop

# DES

GESCHÄFTSBERICHT

# 13

feelestate.de



## Einkaufserlebnis der Zukunft

Das Leben ist nicht nur online



# Deutsche EuroShop im Überblick

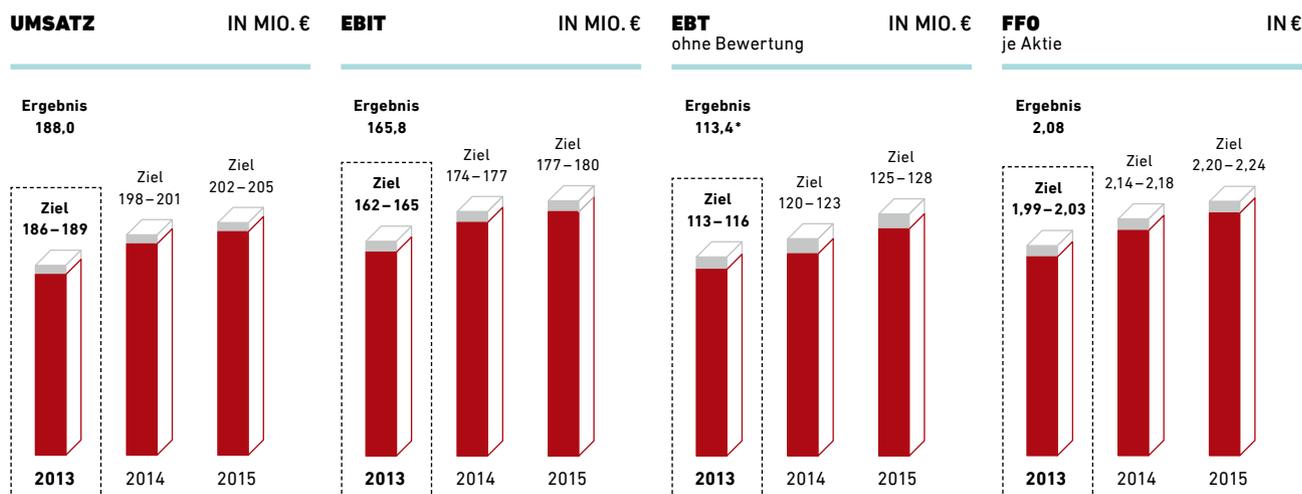
## KENNZAHLEN IN MIO. €

	2013	2012	DIFFERENZ
Umsatzerlöse	188,0	178,2	6 %
EBIT	165,8	151,6	9 %
Finanzergebnis	-34,1	-62,1	45 %
Bewertungsergebnis	56,0	13,9	302 %
EBT	187,6	103,4	81 %
Konzernergebnis	171,0	122,5	40 %
FFO je Aktie in €	2,08	1,68	24 %
Ergebnis je Aktie in € <sup>1</sup>	3,17	2,36	34 %
Eigenkapital**	1.642,4	1.606,1	2 %
Verbindlichkeiten	1.752,5	1.741,5	1 %
Bilanzsumme	3.394,9	3.347,6	1 %
Eigenkapitalquote in % <sup>2</sup>	48,4	48,0	
LTV-Verhältnis in %	43	41	
Gearing in % <sup>3</sup>	107	108	
Liquide Mittel	40,8	161,0	-75 %
Net Asset Value (EPRA)	1.650,4	1.538,9	7 %
Net Asset Value je Aktie in € (EPRA)	30,59	28,53	7 %
Dividende je Aktie in €	1,25 <sup>3</sup>	1,20	4 %

<sup>1</sup> unverwässert

<sup>2</sup> inkl. Fremdanteile am Eigenkapital

<sup>3</sup> Vorschlag



\* Bereinigt um Verkaufserlöse

# Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

viele von uns haben es bereits getan: gesurft, geklickt, gekauft. Und wenige Tage, wenn nicht nur Stunden später klingelt der freundliche Paketbote. Wir packen den Karton aus und freuen uns: Da ist sie, die gewünschte Ware. Genau so, wie wir sie uns vorgestellt haben. Und besonders günstig war sie auch noch.

Sicherlich, der Internethandel bietet uns allen Vorteile – sofern alles so wie in diesem fiktiven Fall klappt. Denn es soll ja durchaus vorkommen, dass Ware zurückgeschickt werden muss, weil sie doch nicht gefallen oder gepasst hat. Oder es war dem Zusteller zu anstrengend, bis in den 3. Stock zu liefern, und ich muss mein Paket nun in einer Filiale abholen. Da ich nicht der Einzige bin, der hier ein Paket abholen oder wieder zurückschicken möchte, ist die Schlange ziemlich lang. Das kann sehr mühsam sein.

Dennoch: Der Trend zum Onlineshopping lässt sich nicht mehr aufhalten. Aber bedeuten die aktuellen Entwicklungen, dass der stationäre Einzelhandel in wenigen Jahren verschwindet und dann auch die Flächen in unseren Shoppingcentern nicht mehr benötigt werden?

Claus-Matthias Böge,  
Sprecher des Vorstands



Fragen wie diese zu potenziellen Auswirkungen des boomenden Online-Handels diskutieren wir in letzter Zeit häufig mit Investoren. Und wir sind sicher, dass auch Sie wissen möchten, inwiefern unser Geschäftsmodell gerüstet ist. In diesem Geschäftsbericht möchten wir die Entwicklungen für Sie etwas näher beleuchten.

Dabei möchte ich eines vorwegnehmen: Ja, es tut sich einiges im Einzelhandel! Aber dies war schon immer so. „Handel ist Wandel“, ein altes Sprichwort, ist aktueller denn je. Wir sind überzeugt, mit unserem Portfolio aus derzeit 19 Shoppingcentern gut aufgestellt zu sein. Und wir sehen nicht nur Risiken, sondern auch Chancen.

Kunden und Besuchern sollte das Beste aus beiden Welten geboten werden. Die Verzahnung aus Online- und klassischem Handel vor Ort, auch Multichannel-Marketing genannt, wird von immer mehr Einzelhändlern vorangetrieben. Dabei suchen Sie sich zum Beispiel das passende Kleidungsstück im Geschäft aus, probieren es in Ihrer Größe an und lassen es sich dann in Ihrer Wunschfarbe entweder nachhause oder aber in den Laden schicken, um es dort bequem abholen und genau begutachten zu können. Oder Sie bestellen online und lassen die Ware in einen Laden in Ihrer Nähe liefern, um sie dort anzuschauen und anzuprobieren. Bei Nichtgefallen müssen Sie sich nicht in eine Schlange einreihen, um sie zurückzuschicken, sondern können sie einfach im Laden lassen und sich vielleicht etwas anderes aussuchen.

Für mich ist sicher: Den gemütlichen Einkaufsbummel mit Familie und Freunden und jeder Menge spontanen Entdeckungen wird keine Onlinewelt jemals ersetzen können.

Neben diesen und anderen Themen finden Sie in diesem Geschäftsbericht wieder eine ausführliche Aufbereitung des vergangenen Geschäftsjahres. Und natürlich wollen wir auch nach vorne schauen und Ihnen eine Prognose unserer Geschäfte bis 2015 liefern.

Sollten Sie Fragen, Lob oder Kritik zu diesem Bericht haben, so freuen wir uns jederzeit über Ihre Anregungen.

Nun möchte ich Ihnen aber erst einmal eine kurzweilige und spannende Lektüre wünschen!

Mit besten Grüßen

Claus-Matthias Böge  
Sprecher des Vorstands

# Deutsche EuroShop 2013



**Einkaufserlebnis der Zukunft –  
Das Leben ist nicht nur online**



Kennzahlen	2
Editorial	3
Unsere Werte, unsere Ziele	6
Highlights 2013	7
Vorstandsinterview	8
Bericht des Aufsichtsrats	14



## Einführung



## Shopping

Schatten im neuen Einkaufsparadies	20
Das digitale Shoppingcenter	28
„Das habe ich mir 2013 gekauft“	32
Das Geschäft (über) lebt	36
Bücher zum Thema Shopping	41
Die „Charts“ 2013	43
Entgrenzter Handel und Shoppingcenter	44
Konsum 2014	49



## Die Center

Unser Portfolio	52
Aktionen in den Centern	60
Umwelt	63
Von Multi- und Cross-Channel zur Zukunft bei Douglas: Omni-Channel	64
La Maison du Pain	66
50 Jahre Main-Taunus-Zentrum	68
5 Jahre Stadt-Galerie-Passau	73
Centerkarte	74
Centerübersicht	76



## Investor Relations

96 Die Shoppingcenter-Aktie
104 Verteilung der Deutsche EuroShop-Aktien
106 Hauptversammlung
107 Real Estate Summer
108 Marketing
110 Konferenzen und Roadshows
111 10 Gründe für die Aktie
112 Corporate Governance



## Konzernlagebericht



## Konzernabschluss



## Service

192 Glossar
194 Finanzkalender
195 Index
196 Impressum
197 Mehrjahresübersicht / Kennzahlen

# Unsere Werte Unsere Ziele

## 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 kommt ein mit rund 99 % 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 die Erwirtschaftung eines hohen Liquiditätsüberschusses aus der langfristigen Vermietung der Shoppingcenter 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.

# Highlights 2013

## MAI

Aufstockung der Anteile an der  
Altmarkt-Galerie Dresden auf 100 %

## JUNI

Hauptversammlung

Ausschüttung einer Dividende von  
1,20 € je Aktie

## AUGUST

Verkauf der Galeria Dominikanska  
Breslau, Polen

## SEPTEMBER

5-jähriges Jubiläum der Stadt-  
Galerie Passau

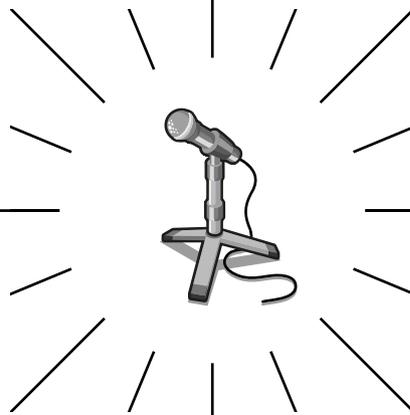
## NOVEMBER

Festlegung der Dividendenstrategie  
bis 2016



**„Wir haben Ideen,  
die wir gerne  
realisieren würden.“**

**Vorstands-  
interview**



**CLAUS-MATTHIAS BÖGE**

SPRECHER DES VORSTANDS

**OLAF BORKERS**

MITGLIED DES VORSTANDS

**Im Vorstandsinterview erläutern Claus-Matthias Böge und Olaf Borkers die Besonderheiten des Geschäftsjahres 2013. Dazu gehörten nicht nur die erfreulichen operativen Ergebnisse, sondern zum Beispiel auch das neu eingeführte KAGB, Veränderungen im Portfolio, die Flutkatastrophe Anfang Juni, das Bewertungsergebnis, die Dividendenpolitik und die Pläne für weiteres Wachstum.**

Interview: Nicolas Lissner, Fotos: Christian Schmid

Das KAGB begründet eine umfassende Regulierung von Investmentmanagern und deren Investmentvermögen. Erfasst vom Kapitalanlagegesetzbuch sind neben externen Managern von Investmentvermögen auch selbstverwaltete Investmentvermögen. Im Grundsatz können von den Regelungen auch Strukturen wie die der Deutsche EuroShop betroffen sein: Unternehmen, die Immobilien erwerben und halten.

Unsere Struktur als Holding, die Tätigkeit und die bislang verfolgte Strategie sprechen jedoch gegen eine Anwendbarkeit des Kapitalanlagegesetzbuches auf die Deutsche EuroShop. Das wurde uns Ende März 2014 auch so von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht schriftlich bestätigt.

**DAS GESCHÄFTSJAHR 2012 WAR GEPRÄGT VON DER UMSTRUKTURIERUNG DES KONZERNS. KONNTEN SIE SICH 2013 WIEDER MEHR AUF DAS EIGENTLICHE GESCHÄFT DER DEUTSCHE EUROSHOP KONZENTRIEREN?**



**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Ja, das konnten wir. Die Optimierung der Konzernstruktur ist weitgehend abgeschlossen. In der Tat beschäftige ich mich lieber mit Shoppingcentern als mit Steuern – das macht auch mehr Spaß.

**OLAF BORKERS:** Und dennoch werden wir das Steuerthema bei allem, was wir tun, immer im Hinterkopf behalten.

**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Eigentlich muss ich meine erste Aussage relativieren, denn ein anderes Thema hat uns in der zweiten Jahreshälfte – und bis vor Kurzem – Sorgenfalten auf die Stirn getrieben: das neue Kapitalanlagegesetzbuch, kurz KAGB, das am 22. Juli 2013 in Kraft getreten ist.

**DANN LASSEN SIE UNS ÜBER THEMEN SPRECHEN, DIE UNS ALLEN FREUDE MACHEN: SHOPPINGCENTER UND DEREN VERMIETUNG. WIE IST DAS OPERATIVE GESCHÄFT GELAUFEN?**



**OLAF BORKERS:** Wie ein Uhrwerk. Wir sind sehr zufrieden. Im Detail heißt das: Wir planten mit Umsatzerlösen von 186 bis 189 Mio. € und konnten mit 188,0 Mio. € eine Punktlandung und ein Plus von über 5 % erzielen. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern sollte zwischen 162 und 165 Mio. € liegen. Mit 165,8 Mio. € übertraf es letztlich sogar leicht die Prognosebandbreite und das Vorjahr um über 9 %.

Beim Ergebnis vor Steuern ohne Bewertungsergebnis kalkulierten wir mit 113 bis 116 Mio. €. Mit 129,2 Mio. € lag es auch dank eines Veräußerungsgewinns deutlich oberhalb der Prognosebandbreite und 41 % über dem Vorjahreswert. 



★ Die Bewertung der Immobilien ist keine Einbahnstraße ★

Die Funds from Operations sahen wir ursprünglich in einer Prognosebandbreite von 1,99 bis 2,03 € je Aktie. Ende des Jahres hatten wir die Spanne auf 2,06 bis 2,09 € angehoben. Gelandet sind wir bei 2,08 €.

**SIE ERWÄHNTEN GERADE EINEN VERÄUSSERUNGSGEWINN? KÖNNEN SIE UNS DETAILS NENNEN?**



**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Ende August haben wir unsere 33%-Beteiligung an der Galeria Dominikanska im polnischen Breslau verkauft. Es war unsere kleinste Beteiligung. Unser Portfolio haben wir dadurch weiter optimiert. Und nicht zuletzt konnten wir dabei einen Gewinn von 15,8 Mio. € realisieren.

**GAB ES NOCH WEITERE VERÄNDERUNGEN IM PORTFOLIO?**



**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Ja, zum 1. Mai haben wir 132 Mio. € investiert und unserem langjährigen Mitgesellschafter seinen 33%-Anteil an der Altmarkt-Galerie Dresden abgekauft. Nun gehört uns dieses tolle

Shoppingcenter, das mit rund 200 Geschäften jährlich über 16 Mio. Besucher anlockt, komplett.

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass seit dem 1. Januar 2013 das Herold-Center Norderstedt zu unserem Portfolio gehört und im abgelaufenen Geschäftsjahr einen maßgeblichen Beitrag zum Wachstum leistete.

**APROPOS DRESDEN: WIE HABEN DIE DES-CENTER IN DEN STÄDTEN, DIE IM JUNI VOM KATASTROPHALEN HOCHWASSER BETROFFENEN WAREN, DIE FLUTEN ÜBERSTANDEN?**



**OLAF BORKERS:** Für die Altmarkt-Galerie Dresden und ihre Tiefgarage bestand keine Hochwassergefahr. Die Flutkatastrophe von 2002 wiederholte sich für die Innenstadt von Dresden glücklicherweise nicht.

## Besonders die Altmarkt-Galerie Dresden, das Rhein-Neckar-Zentrum und die City-Galerie Wolfsburg haben uns mit ordentlichen Aufwertungen Freude gemacht.

Passau war mit als erste Stadt von den Fluten betroffen. Historische, hunderte Jahre alte Hochwasserpegelstände wurden nicht um Zentimeter, sondern um Meter übertroffen. Es herrschte Katastrophenalarm. Die Stadtgalerie blieb daher am 4. Juni geschlossen. Dank des unermüdlischen Einsatzes der

Haustechniker konnten Wasserschäden im Center aber abgewendet werden.

In Dessau-Roßlau wurden die Zufahrtsbrücken zur Innenstadt aus Sicherheitsgründen teilweise geschlossen. Diese Situation war in dieser Woche für die Umsatzentwicklung des Rathaus-Centers problematisch, da die Erreichbarkeit aus dem Norden, Süden und Osten deutlich eingeschränkt war. Das Center selbst liegt auf einem der höchsten Punkte in der Innenstadt. Somit bestand keine akute Überflutungsfahrgefahr. Vom Grundwasser ging ebenfalls keine Bedrohung aus, da das Center mit einer starken Bodenwanne ausgestattet ist.

Das Allee-Center in Magdeburg kam glücklicherweise auch mit dem Schrecken davon. Hier waren es vor allem die überschwemmten Zufahrtswege, die den Centerbetrieb beeinflussten. Zeitweise drang Grundwasser in das Parkhaus im Untergeschoss ein, sodass die Verkehrsführung geändert werden musste. Größere Schäden konnten nicht festgestellt werden.

**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** In den von der Flut betroffenen Centern wurden kurzfristig Spendensammlungen gestartet bzw. Hilfsorganisationen Flächen zur Verfügung gestellt, um die Aktionen wie „Nachbarn in Not“ zu unterstützen. Wir haben uns über die Grundstücksgesellschaften finanziell an diesen spontanen Solidargemeinschaften für die Betroffenen beteiligt.

## KOMMEN WIR ZURÜCK ZU DEN ERGEBNISSEN DES GESCHÄFTS-JAHRES. WAS SOLLTE IHRER MEINUNG NACH NICHT UNERWÄHNT BLEIBEN?



**OLAF BORKERS:** Das Finanzergebnis ist positiv beeinflusst vom Verkauf der Centerbeteiligung in Breslau und das Bewertungsergebnis ist mit 56 Mio. € auch recht hoch ausgefallen. Besonders die Altmarkt-Galerie Dresden, das Rhein-Neckar-Zentrum und die City-Galerie Wolfsburg haben uns mit ordentlichen Aufwertungen Freude gemacht. Im Schnitt wurden alle Center um 1,9 % aufgewertet.

**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Und wie ich immer wieder betone: Die Bewertung der Immobilien ist keine Einbahnstraße. Auch wenn die Renditen für vergleichbare Shoppingcenter in aktuellen Transaktionen zum Teil deutlich unter der Durchschnittsrendite unseres Portfolios, also 5,97 %, liegen, fühlen wir uns mit dem eher konservativen Bewertungsansatz der unabhängigen Gutachter gut aufgestellt.



## ★ Natürlich freuen wir uns über das Plus von 34 Prozent ★

Ohnehin fokussieren wir uns mehr auf die Entwicklung der Funds from Operations, also eine Cash-basierte Kennzahl, denn nur diesen können wir für eine Dividendenzahlung, Investitionen in das Portfolio und den Kapitaldienst verwenden. Das Ergebnis je Aktie kann auch Bewertungsgewinne aus der Bewertung enthalten, die nur auf dem Papier existieren.

**OLAF BORKERS:** Da stimme ich Herrn Böge gerne zu. Hinzu kommt ein einmaliger Steuerertrag als Folge der Konzernumstrukturierung. Somit hatten wir mehrere Sonderfaktoren, die man nicht jedes Jahr in dieser Form erwarten kann.

Das relativiert auch das „Rekord-Konzernergebnis“ von 171 Mio. € oder 3,17 € je Aktie ein wenig. Natürlich freuen wir uns über das Plus von 34%, aber man sollte das nicht als Messlatte für die Zukunft heranziehen.



## DENNOCH: DER FFO IST EBENFALLS STARK GESTIEGEN, UM 24 %. WIE PROFITIEREN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE VON DIESEM ERNEUT SEHR GUTEN ERGEBNIS?

**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Gemeinsam mit dem Aufsichtsrat haben wir unsere Dividendenpolitik etwas modifiziert. Wir wollen die Dividende bis zur Ausschüttung 2017 jährlich um 5 Cent je Aktie bis auf 1,40 € erhöhen. Damit erreichen wir eine zuverlässige Planbarkeit für die Beteiligung unserer Aktionärinnen und Aktionäre an unseren weiter steigenden operativen Ergebnissen.

## WAS KÖNNEN WIR 2014 VON DER DEUTSCHE EUROSHOP ERWARTEN?

**OLAF BORKERS:** Wir planen, rund 19 Mio. € zu investieren, um unsere Shoppingcenter instand zu halten. Refinanzierungen stehen in diesem Jahr keine an, aber wir besprechen mit unseren Banken schon die Themen von 2015. Die Dividende soll entsprechend der gerade dargestellten Planung auf 1,30 € je Aktie steigen.

## DÜRFEN WIR UNS AUCH AUF WACHSTUM IM PORTFOLIO FREUEN?

**CLAUS-MATTHIAS BÖGE:** Ich denke schon. Unverändert haben wir drei Möglichkeiten, unser Portfolio wachsen zu lassen: Kauf von neuen Shoppingcentern, Erweiterungen von bereits im Bestand befindlichen Centern und schließlich Anteilserhöhungen, wenn uns noch nicht 100 % eines Centers gehören.

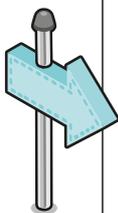
Für alle drei Varianten haben wir Ideen, die wir gerne realisieren würden. Lassen Sie sich überraschen.

## VIELEN DANK FÜR DAS GESPRÄCH!

### CLAUS-MATTHIAS BÖGE

Sprecher des Vorstands

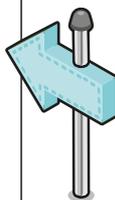
Nach dem erfolgreichen Abschluss seiner Banklehre und des Betriebswirtschaftsstudiums startete Herr Böge seine berufliche Tätigkeit 1987 beim Düsseldorfer Privatbankhaus Trinkaus & Burkhardt im Bereich Mergers & Acquisitions. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeit, für die ihm bereits 1989 Prokura erteilt wurde, lag in der Beratung mittelständischer Unternehmen beim Kauf und Verkauf von Firmen und Firmenbeteiligungen. 1990 wurde Herr Böge in die Geschäftsführung der KST Stahltechnik GmbH, einer Tochtergesellschaft des österreichischen Industrieanlagenbaukonzerns VA Technologie AG, berufen, wo er die Bereiche Controlling, Personal, Recht, Steuern und Verwaltung leitete. Im Herbst 1993 wechselte Herr Böge zur ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG in Hamburg, dem europäischen Marktführer bei Entwicklung, Realisierung, Vermietung und Langzeitmanagement von Einkaufszentren, und erlebte hier erstmals die Faszination der Shoppingcenter-Welt. Neben einer Reihe von Geschäftsführungsmandaten bei Tochtergesellschaften der ECE-Gruppe befasste er sich vor allem mit der Konzeption, Finanzierung sowie laufenden Ergebnisoptimierung von Immobilieninvestitionen. Seit Oktober 2001 ist Herr Böge im Vorstand der Deutsche EuroShop AG. Er 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 2013 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.

Am Tag der Hauptversammlung in 2013 beendete Herr Dr. Jörn Kreke nach rund elf Jahren aus Altersgründen seine Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der Gesellschaft. Er hat in den vielen Jahren die Entwicklung der Deutsche EuroShop AG eng begleitet und unterstützt. Der Aufsichtsrat dankte Herrn Dr. Kreke für sein Engagement und wünschte ihm alles Gute.

## Schwerpunkte der Beratungen

Wir befassten uns regelmäßig und detailliert mit der Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sowie mit dem Risikomanagement unserer Gesellschaft. In diesem Zusammenhang prüften wir das Vorliegen der formalen Voraussetzungen für die Umsetzung einer effizienten Überwachung unserer Gesellschaft sowie die Wirksamkeit unserer Kontrollmöglichkeiten.

Über die wesentlichen Einflussgrößen für das Geschäft wurden wir fortlaufend informiert.

Wir beschäftigten uns mit der Entwicklung der Bestandssubjekte, insbesondere deren Umsatzentwicklung, den Außen- und Vermietungsständen sowie mit der Liquiditätslage des Unternehmens. Im Hinblick auf die 2013 und 2014 auslaufenden Mandate von sechs Mitgliedern des Aufsichtsrats haben wir unsere Nachfolgevorstellungen diskutiert und Vorbereitungen für seine zukünftige Zusammensetzung getroffen.

Mit dem Vorstand wurde regelmäßig über die Entwicklungen an den Kapital-, Kredit-, Immobilien- und Einzelhandelsmärkten und die Auswirkungen auf die Strategie der Gesellschaft diskutiert. Dabei wurden zwischen Vorstand und Aufsichtsrat auch verschiedene Investmentmöglichkeiten erörtert. Regelmäßig wurde uns über die Umsatzentwicklung der Mieter und deren Zahlungsverhalten sowie die Kreditpolitik der Banken berichtet.

Der Aufsichtsratsvorsitzende und das Aufsichtsratspräsidium haben mit dem Vorstand weitere aktuelle Themen bei Bedarf erörtert. Geschäfte, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedurften, haben wir in den planmäßigen Sitzungen besprochen und entschieden. Zudem wurden für zustimmungspflichtige Geschäfte des Vorstands schriftliche Umlaufbeschlüsse vom Aufsichtsrat gefasst. Alle Beschlüsse im Berichtszeitraum erfolgten einstimmig.

## Sitzungen

Im Geschäftsjahr 2013 fanden vier planmäßige Aufsichtsratssitzungen statt. Lediglich in den Sitzungen am 20. Juni 2013 und 26. November 2013 fehlte jeweils ein Mitglied des Aufsichtsrats entschuldigt.

In der ersten planmäßigen Sitzung am **23. April 2013** wurde die alljährliche Effizienzprüfung des Aufsichtsrats abgeschlossen und die Tagesordnung zur Hauptversammlung verabschiedet. In diesem Zusammenhang haben wir den Abschlussprüfer ausgewählt, der den Aktionären zur Wahl vorgeschlagen wurde. Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung legen wir wieder besonderen Wert auf die Erläuterungen des Vorstands und des Abschlussprüfers zu den Immobilienbewertungen. Daneben erläuterte der Vorstand die finanziellen, bilanziellen und steuerlichen Auswirkungen der gesellschaftsrechtlichen Umstrukturierung des Jahres 2012 auf den Konzern. Zudem berichtete uns der Vorstand über die abgeschlossene Umstrukturierung der Beteiligungsstruktur am Main-Taunus-Zentrum und über den Verlauf des Verkaufs der Beteiligung an der Galeria Dominikanska in Polen. Der Vorstand stellte zudem die Möglichkeit zum Erwerb der Anteile (33%) an der Altmarkt-Galerie in Dresden vor. Der Vorstand erläuterte mögliche für die Deutsche EuroShop nachteilige Auswirkungen durch die Umsetzung der europäischen AIFM-Richtlinie im KAGB.

In der konstituierenden Sitzung am **20. Juni 2013 im Anschluss an die Hauptversammlung** wählten wir in einer offenen Wahl die Mitglieder für die verschiedenen Funktionen im Aufsichtsrat und in seinen Ausschüssen. Es wurden gewählt und damit bestätigt:

Vorsitzender des Aufsichtsrats	Manfred Zaß
Stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrats	Dr. Michael Gellen
Präsidium	Manfred Zaß (Vorsitz), Thomas Armbrust, Dr. Michael Gellen
Financial Expert	Karin Dohm
Prüfungsausschuss	Karin Dohm (Vorsitz), Thomas Armbrust, Manfred Zaß
Kapitalmarktausschuss	Manfred Zaß (Vorsitz), Thomas Armbrust (stellv. Vorsitz), Reiner Strecker

Anschließend berichtete der Vorstand über den Verkauf der Beteiligung an der Galeria Dominikanska. Dem Verkauf stimmten wir einstimmig zu. Zudem berichtete der Vorstand über den zwischenzeitlich beschlossenen und umgesetzten Erwerb der 33%-Beteiligung an der Altmarkt-Galerie in Dresden.

In der dritten Sitzung am **25. September 2013** berichtete uns der Vorstand über die Vermietungssituation des Objektes in Pécs und ein Umstrukturierungskonzept für das Center. Dem Abschluss einer neuen Kreditlinie über 150 Mio. € zur Ablösung der bestehenden und Anfang 2014 auslaufenden Kreditlinie stimmten wir in dieser Sitzung zu. Diskutiert wurde auch, ob die Gesellschaft in den Anwendungsbereich des seit Juli 2013 geltenden Kapitalanlagegesetzbuchs (KAGB) fällt. Der Vorstand teilte uns seine Ansicht mit, wonach die Gesellschaft vom Anwendungsbereich des KAGB ausgenommen sein müsste und berichtete, dass ein formaler Antrag bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht eingereicht wurde. Wir teilen die Einschätzung des Vorstands und gehen davon aus, dass auch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht diese Auffassung bestätigen wird.

In der letzten Sitzung am **26. November 2013** berichtete uns der Vorstand über den Stand der Vorbereitungen einer möglichen Erweiterung der Objekte in Danzig und Hamburg-Harburg. Ausführlich erörterten wir zudem die vom Vorstand vorgelegte Hochrechnung für das endende Geschäftsjahr und die mittelfristige Erfolgsplanung der Gesellschaft. Außerdem wurde über die zukünftige Dividendenpolitik der Gesellschaft gesprochen und beschlossen, den Dividendenvorschlag an die Aktionäre für die Geschäftsjahre 2013–2016 um jeweils 0,05 € zu erhöhen. In Abwesenheit des Vorstands haben wir über die zukünftige Zusammensetzung des Aufsichtsrates diskutiert und den Stand der dafür notwendigen Vorbereitungen erörtert.

## Gremien / Ausschüsse

Der Aufsichtsrat hat mit dem Aufsichtsratspräsidium, dem Prüfungsausschuss und dem Ausschuss „Kapitalmarkt“ drei Ausschüsse gebildet. Diese 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 12. April 2013. ➔

Der Prüfungsausschuss erörterte zudem die Quartalsfinanzberichte mit dem Vorstand in Telefonkonferenzen am 14. Mai, 12. August und 11. November 2013. Der Kapitalmarkt-ausschuss tagte 2013 nicht.

## Corporate Governance

Im November 2013 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 Deutschen Corporate Governance Kodex wird in diesem Geschäftsbericht gesondert berichtet. Die Aufsichtsrats- und Vorstandsmitglieder haben am Jahresanfang 2014 schriftlich erklärt, dass keine Interessenkonflikte entstanden sind.

**Manfred Zaß**

Vorsitzender des Aufsichtsrats



## Jahresabschluss der AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2013

In der Prüfungsausschusssitzung am 15. April 2014 und in der Aufsichtsratsitzung am 23. April 2014 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 2013, sowie mit dem Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2013 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 20. Juni 2013 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 15. April 2014 und der Aufsichtsratsitzung am 23. April 2014 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 1,25 € je Aktie, schließt sich der Aufsichtsrat an.

Grundlage für das erfolgreiche Geschäftsjahr 2013 waren die nachhaltige und langfristig orientierte Strategie der Gesellschaft und ein engagierter Einsatz des Vorstands sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für den der Aufsichtsrat besonders dankt.

Hamburg, 23. April 2014

Manfred Zaß, Vorsitzender

## ★ Mitglieder des Aufsichtsrats ★

Name	Manfred Zaß (Vorsitzender)	Dr. Michael Gellen (stellvertretender Vorsitzender)	Thomas Armbrust
<b>Geburtsjahr</b>	1941	1942	1952
<b>Wohnort</b>	Königstein im Taunus	Köln	Reinbek
<b>Nationalität</b>	deutsch	deutsch	deutsch
<b>Ablauf der Bestellung</b>	Hauptversammlung 2015	Hauptversammlung 2014	Hauptversammlung 2014
<b>Ausschusstätigkeit</b>	Vorsitzender des Präsidiums, Mitglied des Prüfungsausschusses, Vorsitzender des Kapitalmarkt- ausschusses	Mitglied des Präsidiums	Mitglied des Präsidiums, Mitglied des Prüfungsausschusses, stellvertretender Vorsitzender des Kapitalmarktausschusses
<b>Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichts- räten</b>	–	–	C.J. Vogel Aktiengesellschaft für Beteiligungen, Hamburg (Vorsitz) Platinum AG, Hamburg (Vorsitz) TransConnect Unternehmensberatungs- und Beteiligungs AG, München (Vorsitz) Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg
<b>Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kon- trollgremien von Wirt- schaftsunternehmen</b>	–	–	ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg (Vorsitz)
<b>Beruf</b>	Bankkaufmann	Selbstständiger Rechtsanwalt	Mitglied der Geschäftsführung, CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H., Hamburg
<b>Wesentliche beruf- liche Stationen</b>	1965–2002: DekaBank Deutsche Girozentrale, Frankfurt, davon: 1980–1999: Mitglied des Vorstands 1999–2002: Vorsitzender des Vorstands bis 2005: Deutsche Börse AG, Frankfurt, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats 2008–2009: Hypo Real Estate Group AG, Unterschleißheim, Mitglied des Auf- sichtsrats	1971–1983: Deutsche Bank AG, Düsseldorf, Frankfurt 1984–1995: Deutsche Centralboden- kredit-AG, Köln, Mitglied des Vorstands 1995–1997: Europäische Hypotheken- bank AG, Luxemburg, Mitglied des Vorstands 1997–2000: Deutsche Bank AG, Frankfurt, Managing Director 2001–2003: DB Real Estate GmbH, Frankfurt, Geschäftsführer	bis 1985: Wirtschaftsprüfer und Steuerberater 1985–1992: Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg, Finanzprokurist seit 1992: Mitglied der Geschäftsfüh- rung der CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H., Hamburg (Family Office der Familie Otto)
<b>Beziehung zu Haupt- anteilseignern / Großaktionären</b>	keine	keine	Aktionärsvertreter der Familie Otto
<b>Deutsche-EuroShop- Wertpapierbestand zum 31. Dezember 2013</b>	10.000	0	

## ★ Mitglieder des Aufsichtsrats ★

Fortsetzung

Name	Karin Dohm	Dr. Henning Kreke	Alexander Otto
<b>Geburtsjahr</b>	1972	1965	1967
<b>Wohnort</b>	Kronberg im Taunus	Hagen/Westfalen	Hamburg
<b>Nationalität</b>	deutsch	deutsch	deutsch
<b>Ablauf der Bestellung</b>	Hauptversammlung 2017	Hauptversammlung 2018	Hauptversammlung 2018
<b>Ausschusstätigkeit</b>	Vorsitzende des Prüfungsausschusses/ Financial Expert	–	–
<b>Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten</b>	–	–	Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg
<b>Mitgliedschaft in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen</b>	–	–	Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
<b>Beruf</b>	Head of Group External Reporting, Deutsche Bank AG, Frankfurt	Vorsitzender des Vorstands, DOUGLAS HOLDING AG, Hagen / Westfalen	Vorsitzender der Geschäftsführung, Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg
<b>Wesentliche berufliche Stationen</b>	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 seit 2011: Deutsche Bank AG, Frankfurt, Head of Group External Reporting	Betriebswirtschaftliches Studium (BBA und MBA) an der University of Texas at 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 seit 2001: Vorsitzender des Vorstands	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
<b>Beziehung zu Hauptanteilseignern / Großaktionären</b>	keine	keine	Großaktionär
<b>Deutsche-EuroShop-Wertpapierbestand zum 31. Dezember 2013</b>	0	0	5.247.124

Reiner Strecker	Klaus Striebich	Dr. Bernd Thiemann
1961	1967	1943
Wuppertal	Besigheim	Münster
deutsch	deutsch	deutsch
Hauptversammlung 2017	Hauptversammlung 2017	Hauptversammlung 2014
Mitglied des Kapitalmarktausschusses	-	-
akf Bank GmbH & Co. KG, Wuppertal	MEC Metro-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG, Düsseldorf (Vorsitzender des Beirats) Unternehmensgruppe Dr. Eckert GmbH, Berlin	Deutsche Pfandbriefbank AG, Unterschleißheim (Vorsitz) Hypo Real Estate Holding AG, Unterschleißheim (Vorsitz) M.M. Warburg & Co. KGaA, Hamburg (stellvertretender Vorsitz) Wave Management AG, Hamburg (stellvertretender Vorsitz) IVG Immobilien AG, Bonn VHV Vereinigte Hannoversche Versicherung a.G., Hannover VHV Lebensversicherung AG, Hannover Hannoversche Direktversicherung AG, Hannover
-	-	Würth Gruppe, Künzelsau (stellvertretender Vorsitz) Würth Finance International B.V., Amsterdam, Niederlande
Geschäftsführender Gesellschafter, Vorwerk & Co. KG, Wuppertal	Managing Director Leasing, Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg	Unternehmensberater
1981 – 1985: Studium der Betriebswirtschaftslehre in 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 / geschäftsführender Gesellschafter	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	1976 – 1991: NORD / LB Norddeutsche Landesbank Girozentrale, Hannover davon 1976 – 1981: Mitglied des Vorstands 1981 – 1991: Vorsitzender des Vorstands 1991 – 2001: DG Bank Deutsche Genossenschaftsbank AG, Frankfurt, Vorsitzender des Vorstands
keine	Mitglied der Geschäftsführung der Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg (Alexander Otto (Großaktionär), ist hier Vorsitzender der Geschäftsführung)	keine
3.975	20.500	6.597

# Schatten im neuen Einkaufsparadies

**Nicht alles, was Paketboten mit sich bringen, gibt Anlass zum Glücksschrei. Die Kehrseiten des Bestellbooms im Internet.**

**Shoppen auf dem Sofa ist das moderne Schlaraffenland: Mit wenigen Klicks und etwas Warten wuchten Paketboten jede gewünschte Ware ins Wohnzimmer. Während traditionelle Kaufleute noch grübeln, ob sich im Netz überhaupt Geld verdienen lässt, nimmt das Umsatzwachstum der digitalen Vertriebskanäle Fahrt auf. Einer Statistik zufolge knackte es 2013 bereits die 10%-Hürde des deutschen Gesamthandelsvolumens. Und mit Wachstumsprognosen von bis zu 23 % herrscht Aufbruchsstimmung im Digitalhandel. Doch mit der Bestellflut ziehen auch dunkle Wolken auf.**



**„Schrei vor Glück oder schick's zurück!“,**

denken sich Internetshopper erstaunlich oft. Eine Milliarde Päckchen mit Onlinewaren rollen jährlich durch die Republik, bald jedes dritte davon sieht der Händler wieder, errechnete die Retourenforschung der Universität Bamberg. „Bei einer Paketlänge von 40 cm könnte man mit den 286 Mio. Rücksendungen den 40.000-km-Erdumfang 2,9-mal umrunden“, veranschaulicht Björn Asdecker vom Logistiklehrstuhl Bam-

berg die gigantische Menge. Differenziert nach Branchen findet jedes zweite Fashion-, jede fünfte Elektronik- und jedes zehnte Buchpäckchen seinen Weg zurück zum Absender. Was diese Durchschnittswerte verschleiern: Bei Geschenkartikeln sind die Rücksendungen im einstelligen Prozentbereich, beim modischen Frauenfummel liegen sie auch schon mal bei 80 %.

Ungehemmte Bestellwut, die zuweilen eigenwillige Konsum-Stilblüten treibt: Im angebrochenen Zeitalter der Sharing-Economy ist klug, wer nutzt, statt zu besitzen. Vor diesem Trend sind Netzhändler nicht gefeit. Das perfekte Dirndl wird pünktlich zum Oktoberfest oder das kleine Schwarze zum Empfang geordert und tags darauf zurückgesendet. Über konstatierte Bestelllawinen holen sich Teenager-Cliquen den Modelaufstieg für einige Stunden ins heimische Wohnzimmer. Ein ähnliches Ärgernis sind Spaßkäufer: fünf Geräte zum Handy-Launch bestellt, doch nur das, was zuerst eintrifft, wird behalten. In der Bamberger Studie gibt fast jeder Fünfte (18,6 %) der 538 Befragten unter 30 Jahren zu, Widerrufsrechte schon einmal zu eigenen Gunsten ausgenutzt zu haben. Eine Zeche, die der Händler zahlt. Zwischen 5 und 17 € muss er für Retourenbearbeitung, Porto und Warenaufbereiten verknusen. Dabei gilt, je kleiner der Netzshop und geringer das Paketaufkommen, desto teurer wird der Spaß. Berücksichtigt man dann noch, dass jede zehnte Retoure nicht mehr als Neuware anzubieten oder gar unverkäuflich ist, drängen sich schon Zweifel an der Ertragsfähigkeit derlei Geschäftsmodelle auf.



**Müheloser Konsum im Netz kostet die Händler viel Mühe. Noch unbewiesen ist, ob sich Geschäftsmodelle in Branchen mit hohen Retourenquoten überhaupt rechnen.**







## Bei Geschenkartikeln sind die Rücksendungen im einstelligen Prozentbereich, beim modischen Frauenfummel liegen sie auch schon mal bei 80 %.

### „Distanzhandel ohne Rücksendungen funktioniert nicht“,

erdet Martin Barde, der seit 15 Jahren Distanzhändler aller Unternehmensgrößen berät, die Retournieraufregung. Dabei unterscheidet er deutlich, ob der Rücksendegrund die Anprobe oder Enttäuschung ist. Ersteres ist Service am Kunden und jenseits des stationären Handels unvermeidbar. Das Zweite ist eine Nachlässigkeit des Händlers – die Qualität stimmt nicht, die Angebotsdarstellungen sind ungenau oder Waren defekt. Ursachen also, die man beheben könnte und sollte. Aber das passiert noch zu selten. „Viele Händler rechnen ihre Retourenkosten lieber kleiner, als sie sind, nur wenige arbeiten daran, sie systematisch zu verschlanken, und noch weniger bemühen sich, Rücksendungen aus Unzufriedenheit zu vermeiden“, so Bardes ernüchternde Bilanz.

Der einfachste Weg, unnützes Hin- und Hergekarre zu reduzieren, wäre, von Kunden Vorkasse und Rückporto zu verlangen. Das hemmt den Probieren-kostet-ja-nix-Bestelleifer. Doch Rechnungskauf ist mit 38 % Anteil der Deutschen liebster Zahlungsweg (BVH). Und selbst wenn ab Sommer 2014 die Händler formaljuristisch von den Retourenkosten unter 40 € Warenwert befreit sind, ist der Regensburger Logistikprofessor Dr. Georg Wittmann skeptisch, dass sich die Gepflogenheiten ändern: „Nach unseren Untersuchungen wollen große Händler auch weiterhin kostenlose Rücksendungen zulassen. Die kleinen Händler müssen dann mitspielen, um keine Kunden zu verlieren.“ Anders gesagt: Privilegien abschaffen hieße, Umsatz verspielen und Kunden an Mitbewerber mit attraktiveren Konditionen verlieren. Umweltbewusste

Akteure wie Trigema nehmen das in Kauf, stehen mit dieser Politik aber ziemlich allein da. Barde sieht noch einen Grund, an Standards festzuhalten: „Große Warenkörbe sind ein erklärtes Ziel. Mit dem Umfang der Order steigt erfahrungsgemäß der Endbon. Je mehr der einzelne Kunde kauft, umso weniger fallen Rücksendungen ins Gewicht“, arbeitet der Hamburger Berater die Logik heraus.



Wer kaufen will, muss fühlen. Beim Händler vor Ort ist das haptische Erlebnis inklusive, beim virtuellen sind Retouren vorprogrammiert.

### Ökologisch einkaufen sieht anders aus!

Geht die Eigenrechnung vom Marktführer DHL auf, verbraucht die Zustellung jedes Pakets knapp 500 Gramm umweltschädlicher Treibhausgasemission. Das klingt zunächst handhabbar. Umgerechnet auf die Bestellmasse blasen allein die 800.000 täglichen Rücksendungen 400 Tonnen CO<sub>2</sub> in die Luft. Ein Ausstoß, der 255 PKW-Fahrten von Frankfurt nach Peking entspricht, errechnete das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“.

Ersetzte allerdings das Sofashoppen die Fahrt zum Händler, könnte der Kaufklick naturschonender sein. Mit 500 Gramm CO<sub>2</sub>-Verbrauch kommt der private Mittelklassewagen etwa 3,5 km weit. Der Konsument legt aber laut Öko-Institut Darmstadt durchschnittlich 6 km zum Einkaufen zurück. Damit ist die Onlineorder 2,5 km umweltverträglicher – sofern keine Rücksendung und nur ein Anlieferversuch erfolgen. Ansonsten kippt die Bilanz zu Gunsten des Vor-Ort-Handels. Ein weiterer Pluspunkt: Einkaufsfahrten decken meistens Sammelbedarf, der Einkaufscharme des Netzes liegt auch im Ad-hoc-Bestellen. Und da immer mehr Onlinebesteller alles gleich und sofort haben wollen, zieht der Kaufklick weitere Bäume in Mitleidenschaft. Der Expressversand reduziert die Fahrzeugauslastung, erzeugt Zusatzverkehr und führt dazu, dass Warenkörbe auf mehrere Päckchen aufgeteilt werden, sollten Produkte nicht vorrätig sein.

Bilanziert man jetzt noch die Kisten und Kästen, Füllstoffe und Folien, ohne die keine Ware ausgeliefert werden kann, erscheint der Händler ums Eck im eindeutig grüneren Licht. Gehen zudem die aktuellen Pläne verschiedener Anbieter auf, dieses Jahr großstilig ins Lebensmittelgeschäft einzusteigen, sind weitere Umweltsünden vorprogrammiert. Ohne Styropormäntel und Plastikpolster sind Frisch- und Kühlwaren nicht schadlos zu transportieren.



Der Kauf per Klick ist bequem, die Lösung unserer Umweltprobleme ist es nicht. Und manchmal ist der Onlinekaufmann auch ein „Müllmann“.

## Zeit sparen oder verlieren?

Effizienz und Bequemlichkeit sind die Hauptversprechen des Onlinehandels. Immerhin sehen ihn 57 % der von DHL im Rahmen der eCommerce-4.0-Studie Befragten als echte Zeitersparnis. Das passt zu dem berühmten Glücksschreispot, in dem ausnahmslos gutgelaunte Paketboten euphorische Onlinekäufer beliefern, die just immer da sind, wenn der Bringdienst klingelt. Doch machen sich Digitalkäufer da nicht etwas vor? Im wahren Leben sieht der Kaufprozess oft anders aus. Durch die hohen Rücksende- und Fehlerquoten bei der Haustürzustellung dürften sich Freudengefühle in Grenzen halten. Mittlerweile verweigern immer mehr Nachbarn und Chefs den Dauerbestellern ihre Empfangsdienste. Endloses Schlangestehen am Samstag in der Post ist mittlerweile Volkssport. Doch wie bequem ist der Wochenendeinkauf mit sperrigem Paket unterm Arm? Weicht dann noch die Ware vom verheißungsvollen Modellbild ab, stimmt die Größe nicht oder ist der Artikel fehlerhaft, war alle Mühe umsonst. Dann heißt es, alles zurück ins Paket, Retourenticket gedruckt und ab zum Paketshop.

Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen – Onlineeinkauf ist rasant effizient, wenn der Idealfall eintritt. Wie wahrscheinlich der ist, hängt vom Produkt ab. Bei briefkastengroß verpackten Büchern stehen die Chancen günstig, bei umtauschfreudiger Mode mit Kistenvolumen eher nicht. Da es ökonomisch, ökologisch wie servicetechnisch besser ist, wenn der Postmann nur einmal klingeln muss, arbeiten Sendedienste auf Hochtouren an Lösungen. Pack- und Pick-up-Stationsnetze werden verdichtet, abschließbare Paketkästen im Vorgarten installiert oder Ausliefertermine vorab abgestimmt. Doch je nach Service verteuert das die Zustellung für den Kunden.



**Drum prüfe, wer zum Kaufklick greife. Denn nur wer genau weiß, was er bekommt, und den Paketempfang gesichert hat, spart mit dem Onlineeinkauf Zeit.**

## Jobmotor oder Paketsklaven?

Überall in der Republik schießen Logistikzentren aus dem Boden und Paketdienste expandieren. Seine Mitarbeiterzahl verschweigt Deutschlands größter Onlinehändler, aber zum Jahresende halfen rund 14.000 Saisonkräfte die Bestellspitzen abzufedern. An Top-Tagen werden in den bis zu elf fußballfeldgroßen Fulfillmentcentern bis zu 450.000 Waren gepackt. Damit ist klar, Onlinehandel ist der Industrie näher als dem klassischen Einzelhandel. Den Preis für die logistische Höchstleistung zahlen nicht zuletzt die Mitarbeiter. Wegen des enormen Leistungsdrucks

und der knauserigen Löhne stehen die Marktführer immer wieder in der Kritik. Wem die ARD-Reportage „Ausgeliefert!“ zu boulevardesk ist, bekommt vielleicht mit der Dokumentation des BBC-Reporters Adam Littler ein realistischeres Bild. Zum Weihnachtsgeschäft arbeitete der Journalist als Leiharbeiter beim britischen Ableger eines großen US-Versandhändlers. Dort hetzte er bis zu 17 km die Nacht durch weitläufige Hallen. In teils dunklen Gängen erklimm er steile Metallleitern, um Bestellgut zu scannen und in seinen Rollwagen zu laden. All dies passiert in Sekundenschnelle, denn bis zu 110 Produkte pro Stunde gilt es zu packen. Ist das Soll unerfüllt, steht der Rapport an. Über die vernetzten Scanner sieht der Vorgesetzte die Leistungskurve in Realzeit. Sinkt sie, rät

**An Top-Tagen werden in den bis zu elf fußballfeldgroßen Fulfillmentcentern bis zu 450.000 Waren gepackt.**



## ZAHLEN &amp; FAKTEN

**500 g**

Menge der Treibhausgasemissionen, die bei der Zustellung eines Pakets entstehen

**400 t**Gesamtmenge CO<sub>2</sub>, die bei 800.000 Rücksendungen täglich entsteht**255**Anzahl der PKW-Fahrten Frankfurt–Peking, denen dieser CO<sub>2</sub>-Ausstoß entspricht

er zum Energydrink. Krankmeldungen werden mit einem Strafpunkt, zweiminütiges Zuspätkommen mit einem halben geahndet. Bei zwei Punkten spricht der Vorgesetzte die „letzte Verwarnung“ aus. Littlers Resümee: Er fühlt sich als Roboter, nicht mehr als Mensch. „Diese Art zu arbeiten, führt zu einem erhöhten Risiko psychischer und körperlicher Erkrankung“, konstatiert denn auch der von BBC konsultierte Stress- und Arbeitsexperte Michael Marmot.

In einer offiziellen Stellungnahme weist der US-Konzern die Vorwürfe der Ausbeutung und Arbeitsrechtsverletzung vehement zurück. Doch selbst wenn die Dokumentation überzeichnete und weihnachtsbedingt der Ausnahmezustand herrschte – deutlich wird, dass

abertausende Bestellmassen zeitgetaktete Packmaschinerien hervorbringen. Zugegeben, 400-€-Jobs in der Bäckerei oder Kassierer beim Discounter vor Feiertagen sind weder stressfrei noch gut honoriert. Aber vom Leistungsdruck eines Packers sind sie noch weit entfernt.



**Je schneller und billiger Konsumenten ihre Ware haben wollen, umso stressiger und zeitgetakteter werden die Arbeitsbedingungen für die Logistiker.**

### Wachstum oder Abwärtsspirale?

Der Onlinehandel wächst, das ist sicher. Doch das Ausmaß des Wachstums ist ungewiss. So kommt der Interessenverband des deutschen Handels HDE auf 33,1 Mrd. € und erwartet kommendes Jahr 17 % Steigerung auf dann 38,7 Mrd. €. Beim Vertreter des Versandhandels BVH trat die HDE-Prognose mit 39,1 Mrd. € eCommerce-Umsatz bereits letztes Jahr ein. Mit satten 25 % Wachstum auf 48,8 Mrd. € im Jahr 2014 blickt er siegesgewiss ins laufende Jahr. „Amtliche Statistiken bilden das Phänomen nicht richtig ab, die Untersuchungen haben Unschärfen“, räumt

Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des Handelsforschungsinstituts IFH / ECC Köln, ein. Seit 15 Jahren untersucht sein Institut den Aufstieg des eCommerce. Abweichungen kämen durch Brutto-Netto-Differenzen, Retourenbereinigung, unterschiedliche Definition von Distanzhandel, aber auch die Güte der Daten zustande: „Viele Marktdaten basieren auf statistischen Hochrechnungen, denn nur wenige Onlinehändler sind veröffentlichungspflichtig. Das Gros der Angaben ist freiwillig und nur wenige Multichannel-Händler schlüsseln Einnahmen nach Vertriebskanälen auf“, beschreibt der Empiriker. Sicher seien ein Anteil am Einzelhandelsvolumen von über 8 %, ohne Lebensmittel von über 15 % und ein anhaltendes Wachstum über alle Branchen hinweg.



**Marktzahlen sind Trendindikatoren, ersetzen aber nicht den differenzierten Blick auf Produkte, Branchen und Geschäftsmodelle.**

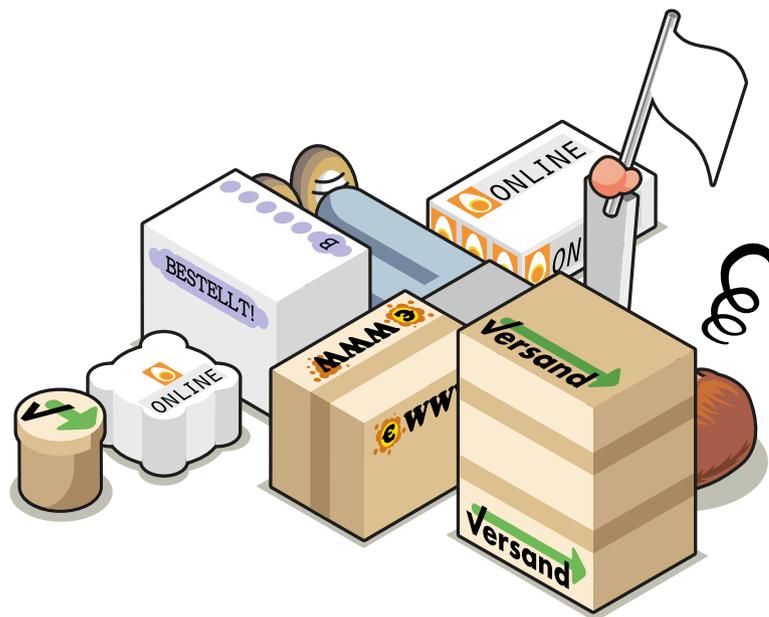
### Der Uptrade, der ein Downtrade ist

Wer aber gewinnt im Ringen um die Marktanteile? „Die klaren Umsatzgewinner sind marktführende Pure Player, clevere Nischenkonzepte oder auch Herstellermarken. Bei vertikalen Händlern wie H&M oder Zara funktioniert Onlinehandel hervorragend, doch Drittmarkenhändler mit austauschbaren Produkten tun sich gegen preissensible Onlinekonkurrenten schwer“, sondiert der Hamburger eCommerce-Berater Alexander Graf die Geschäftsmodelle nach ihrem Erfolg.

Mit 35,4 % haben die Pure Player das größte Stück vom Onlinekuchen – dicht gefolgt von den Onlinevertriebswegen stationärer Händlern (29,3 %), meldet das ICC Köln. Was jedoch alarmiert, ist die wachsende Machtkonzentration drei großer Pure Player. Allein der Marktführer mit den sechs Buchstaben setzte letztes Jahr 7,8 Mrd. € um und damit fast ein Viertel des deutschen Onlinehandelsumsatzes. Der brummt zwar, doch Gewinne sind rar. Denn das Rennen um Macht und Marktanteile geht an die Substanz. Bislang hat noch kein Marktanalyst widerlegt, dass die Preis- und Servicestrategien der Megaplayer kein Subventionsgeschäft ist. Ganz zu schweigen von Steuerschlupflöchern, klammen Löhnen und unfairen Arbeits- und Händlerbedingungen, die immer wieder für Furore sorgen.



Um immer mehr Käufer in ihren Bann zu ziehen, ringen die Internetriesen mit hohen Investitionssummen um die Perfektionierung von Customer Journey, Lieferservices und Retourenmanagement. Allein eBay und Amazon gaben dafür 2012 zusammen 4,75 Mrd. \$ Entwicklungsgelder aus. Zwar tragen sie als First Mover hohe Entwicklungsrisiken, treiben aber auch den Rest der Branche mit immer neuen Standards vor sich her. Nach Big Data und same-day / hour-delivery lautet die aktuelle Kampfansage „Dynamic Pricing“. Um alte Preisschemata auszuhebeln und Gewinnspannen zu maximieren, passen sich Angebotspreise künftig der Wettbewerbslage an. Ist viel los, aber wenig Umsatz, gehen die Preise runter. Rollt der Rubel, wird die Ware teurer.



Ob der Siegeszug dieser Giganten so weitergeht, ist ungewiss, denn das Geschäftsklima wird rauer: In den USA steht eine Vereinheitlichung der Onlinehandelsgesetze an, die lukrative Steuerschlupflöcher schließt; in Großbritannien fordern Bürgerbegehren Ähnliches für Europa. Mitte letzten Jahres knickte der Warengigant vorm deutschen Kartellamt ein. Händler des Marktplatzes müssen nun nicht mehr zum niedrigsten Preis anbieten. Und noch prüft das Kartellamt, ob DHL für Key-Account-Kunden unterm eigenen Deckungsbeitrag ausliefert.



**Den Beweis, dass man mit horrenden Budgets Marktanteile gewinnt, haben große Pure Player erbracht. Den Beweis, dass dies ökonomisch, ökologisch wie sozial sinnvoll ist, sind sie noch schuldig.**

### Lebendige Stadt, ein Auslaufmodell?

„Sofashopping“ sei die neue grüne Wiese, die Innenstädte kaputt mache, erklärte NRW-Verkehrsminister Michael Groschek jüngst. Kommunen klagten verstärkt über weniger Passanten in der Stadt und mehr Verstopfung durch Lieferverkehr. „Im Internet bestellte Schuhe kommen eben nicht durchs Netz, sondern über unser reales Straßennetz nach Hause“, erläutert der SPD-Politiker. Während Amazon und DHL bereits laut über die Zustellung per Paket-Drohnen nachdenken, erüieren Politiker, den Stadtverkehr durch Vorsortierung in City-Logistikzentren, Paketmaut oder auch örtliche Einfahrtbeschränkungen zu entlasten. Doch wie steht es mit den Fußgängerströmen? Footfall, die für ihren Kundenkreis kontinuierlich die Ladenfrequenzen messen, ermittelten für 2013 einen Gesamtrückgang von insgesamt 2,6%.



### Viele Marktdaten basieren auf statistischen Hochrechnungen, denn nur wenige Onlinehändler sind veröffentlichungspflichtig.

„Toplagen bleiben top. Mittellagen geraten verstärkt unter Druck. Im ländlichen Raum besteht Handlungsbedarf“, differenziert der deutsche Einzelhandelsverband HDE die Situation in den Innenstädten. Aber selbst in Lagen mit anhaltend hohen Passantenströmen hinterlässt der Wandel Spuren: „Die Mieter in den 1a-Lagen verändern sich und Verkaufsflächen nehmen immer deutlicher Showroomcharakter an. Vor allem Händler mit schwachen Konzepten halten dem enormen Margendruck nicht stand. Dafür wird es künftig noch mehr vertikale Konzepte, Markenläden von Herstellern oder auch Händler mit starken Eigenmarken geben“, skizziert der Handels- und Multi-channel-Experte Stefan Mues von Elaboratum.

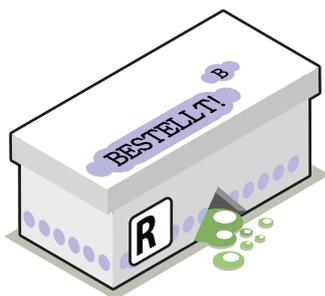
Ungesagt bleibt, dass sich die Konkurrenzsituation verschiebt. Früher kämpften City gegen grüne Wiese und Traditionshändler gegen Shoppingmalls. Zwar verteidigen Kommunen auch heute noch ihre Innenstadt gegen zu ambitionierte Fachmarktprojekte, lassen aber fast ungehemmt Logistikzentren entstehen. Und das, obwohl es dem Paketboten egal ist, ob er innenstadtrelevante Sortimente oder nach Ladenschluss bestellte Waren ausliefert. Prof. Wolfgang Christ vom Urban Index Institut skizziert die Wettbewerbslage im Handelsimmobilienreport Nr. 166 wie folgt: Heute tritt Highstreet gegen Hightech,

spricht die Lauf- und Fahrlagen der Städte gegen die omnipräsenten Surflagen der Pure Player an. Mit Blick auf erfolgreich abgewendete Stadtverödung in Bath, Bristol und Liverpool plädiert er für eine Stadtwende, um die Handelswende zu meistern. Nachweislich attraktiv seien Orte, die klassische Shoppingmall-Qualitäten wie Markenlabels, Ladenvielfalt, Komfort, Atmosphäre und professionelles Management mit kleinteiliger Urbanität und Quartiersflair einen. Frei interpretiert heißt das, höchstzahlende Mieter allein locken noch keinen Online-Shopper hinterm Bildschirm hervor. Erst im Mix mit vitaler Gastronomie, Freizeit- und Spielattraktion, aber auch mit Gesundheitsadressen und Bürgerservice ist den Einkaufsorten auch künftig Magnetkraft sicher. Wer die moderne Shoppingcenter-Entwicklung in Deutschland verfolgt, kann genau diese Trends auch dort ablesen.



**Onlinehandel funktioniert autistisch, doch City und Handel brauchen einander. Wollen wir nicht irgendwann auf das Internet angewiesen sein, zählt das Investment in Stadt und Handel mehr denn je.**

### Integrieren statt ignorieren!



Seit 1998 ist Amazon im Buchmarkt aktiv, 2014 plant das Unternehmen in den Lebensmittelhandel einzusteigen. Der gilt, mit Onlineumsätzen von unter 0,3%, als letzte Bastion stationärer Glückseligkeit – im Gegensatz zu Medien und

Mode, die laut Statista mittlerweile zu 29% bzw. 18% ins Netz abwanderten. Doch die Krämer sind lernfähig! Vor zehn Jahren setzte der Buchhändler Thalia dem Cyberangriff größere Läden und üppigere Auswahl entgegen. Dabei unterschätzte er nicht nur die schier uferlose Angebotsvielfalt im Netz, sondern auch das Kundenbedürfnis nach Bestellautonomie und Bequemlichkeit. Ob Edeka, REWE oder Tengelmann – schon längst haben die Lebensmittler eigene Liefer- sowie „Click and Collect“-Services (online Besteltes im Laden abholen) erprobt und sind für die veränderten Kaufbedürfnisse gewappnet.

Multi- oder Omnichannel nennt man diese Konzepte, die den elektronischen mit dem stationären Handel verzahnen. Und die feiern bei den

Filialisten Hochkonjunktur. Nicht zuletzt auch, weil „Click and Collect“-Abholstationen Anreize zum Ladenbesuch schaffen. „Inzwischen wird jede zehnte Onlinebestellung aus einer Filiale geschickt, weil Kunden Artikel im Laden sehen und mit dem Mobilgerät bestellen“, erklärt DHL-Vice President Business Development Marcel Beelen. Zudem sind die Investitionen in die Einkaufsatmosphäre als wichtigsten Wettbewerbsvorteil gegen die virtuelle Einkaufswelt auf einem Höchststand. 4,8 Mrd. € für Ladenausbau und -umbau meldete das Europäische Handelsinstitut. Erfreulich ist auch, das Vor-Ort-Händler ein starkes Selbstbewusstsein dafür entwickeln, was sie Kunden zu bieten haben: Mit verhängten Schaufenstern und Paketannahmeverweigerung protestierten Hamburger Kaufleute gegen das geschäftsschädigende Showrooming – offline geschaut, online gekauft. Ein Münchener Fotohändler verlangt bis zu 25 € für Beratung, was beim Produktkauf verrechnet wird. Und mit der Kampagne „Lass den Klick in deiner Stadt“ warben Augsburger Händler, unterstützt vom lokalen Fernsehen und Radio, für den Einkauf im Ort. Eine Maßnahme, die durchweg Sympathien für die oft langjährigen Traditionshändler weckte! Immerhin 38% der im Nachgang Befragten wollen nun ihr Kaufverhalten ändern. Der Sender wird seither von kommunalen Anfragen überhäuft, weitere Kampagnen von Aschaffenburg bis Würzburg gehen bald an den Start.



**Der stationäre Handel wird jeden Tag ein bisschen besser darin, das Beste zweier Einkaufswelten miteinander zu verbinden.**

## FAZIT:

Die Sendung mit der „Mouse“ lässt sich nicht verbieten! Fortschritt ist bekanntlich nicht aufzuhalten, aber er lässt sich steuern. Längst gehört der bequeme Kaufklick zum modernen Einkaufsleben dazu. Zum Glück hat der stationäre Handel begriffen, dass er in der Poleposition sitzt, um vor Ort Einkaufsfreuden mit digitaler Bestelllust zu verbinden. Einzelhändler verteidigen damit ihre eigenen Marktanteilspründe, können aber auch durch ihre Vor-Ort-Präsenz Probleme wie Paketannahme, Umtausch und Ausprobieren zeiteffizienter und umweltverträglicher als die reinen Onlinehändler lösen. Ob sie das Rennen gegen die prall gefüllten Kriegskassen der Pure Player gewinnen, ist letztlich auch eine Frage weitsichtiger Investition in Software, Immobilien und Kommunikation.

### DIE AUTORIN

Rahel Willhardt schreibt seit zwölf Jahren als selbstständige Journalistin für überregionale Tageszeitungen, Fachzeitschriften und Magazine. Mittlerweile zählt sie zu den etablierten Fachautorinnen für Handel, Architektur, Immobilienwirtschaft und Marketing. Dabei folgt Frau Willhardt zwei Maximen: Artikel sollen informativ und unterhaltsam sein (Fachfeuilleton) und Storys einen Blick über den gewohnten Tellerrand wagen.





# Das digitale Shopping-center

**Droht die Endzeit im stationären Einzelhandel? Gehen wir morgen alle nur noch mit Netz statt mit Tüte einkaufen? Die GfK glaubt an eine intelligente Koexistenz des Ladeneinzelhandels sowie des Onlinehandels. Der Widerstand gegen Online wäre nicht nur aussichtslos, sondern auch unklug. Vielmehr bietet die geschickte Verknüpfung der physischen und virtuellen Kontaktpunkte insbesondere in gemagten Handelsimmobilien neue Möglichkeiten, den Verbraucher jederzeit und überall zu begleiten und ihm ein nahtloses, attraktives und innovatives Einkaufserlebnis über alle Kanäle zu bieten.**



Klar ist: Menschen werden weiterhin Freude haben, Läden aufzusuchen, aber zugleich auch die Vorteile des Einkaufs im Netz zu schätzen wissen. Der Onlinekauf ist besonders praktisch, je vergleichbarer und austauschbarer Waren sind. Verblüffend ist dagegen, wie gut gemachte Ladenkonzepte uns seit jeher verführen, mehr Geld auszugeben als eigentlich geplant. Der Onlinekanal macht den Markt – wie jeder strukturelle Wandel zuvor auch – einfach enger. Umsatzverschiebungen ins Netz treffen die Branchen und Anbieter aber nicht gleichermaßen. Vielmehr wird der Unterschied zwischen guten und schlechten Konzepten verstärkt: [➔](#)

Sehr erfolgreiche Pure-Online-Stores wie Amazon stehen sehr erfolgreichen Pure-Offline-Stores wie Primark gegenüber. Und die Zukunft von getgoods.de ist nicht minder fraglich als die von ProMarkt.

Grundsätzlich vielversprechend stellt sich die sinnvolle Verknüpfung der jeweiligen Vorteile beider Sphären, Offline und Online, dar. Zu beobachten ist, dass Multichannel-Konzepte insgesamt an Bedeutung zulegen. Dort, wo Multichannel sinnvoll ist – und das ist es nicht für jedes Produkt und jede Marke – können Onlineanwendungen den Absatz stationärer Produkte fördern und umgekehrt. Dann gilt 1 + 1 = 3.

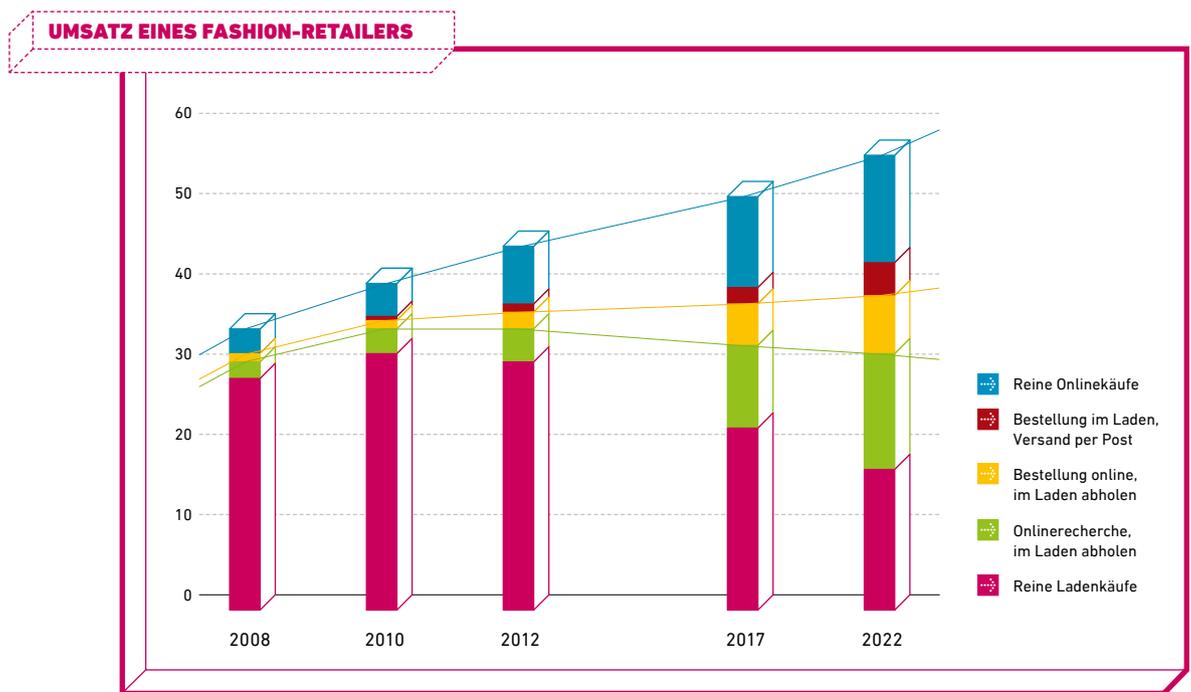
Nach GfK-Umfragen sieht der Kunde als größten Benefit des Multichanneling die Entscheidungsfreiheit, wann, wo und wie eingekauft werden kann. Händler, die dem Kunden die Wahl des bequemsten bzw. vorteilhaftesten Einkaufs überlassen, können auch zurückgehende stationäre Umsätze durch Onlinebestellungen überkompensieren. Die künftige Umsatzstruktur eines traditionellen Retailers nach erfolgreicher Einführung von Multichannel könnte sich wie folgt darstellen:

am Gesamtladenumsatz auf rund 20 % anwachsen und damit mögliche Rückgänge der reinen Ladenumsätze ausgleichen. Gravis beziffert die Pick-up-Rate seines Abholkonzeptes auf knapp 30 %, Media Markt und Saturn in den deutschen Läden sogar auf 40–45 % der Gesamt-Onlineumsätze.

**IMPACT:** Der Handel fragt mehr kleine Filialen nach, um ein dichtes Netz an Abholstationen zu weben, in Hochfrequenz- und Verkehrsknoten können ggf. zusätzlich oder ersatzweise reine Abholstationen eingerichtet werden. Einige Filialen benötigen jedoch größere Lagerflächen für die Bereitstellung online bestellter Waren.

## 2. DIGITAL SHOPPING CENTER

Center Manager betreiben einen Online-Shop für die Mieter ihres Einkaufszentrums bzw. eines Shoppingcenter-Portfolios. Der Online-Shop kann sowohl als Vorbereitung für

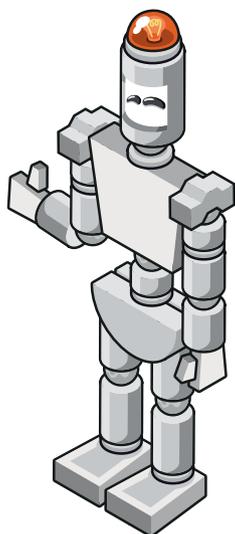


Multichannel-Konzepte zeigen sich bereits heute in verschiedenen Gesichtern. Die folgende Zusammenstellung ist exemplarisch zu sehen, da die Entwicklungsdynamik sehr hoch ist.

### 1. CLICK & COLLECT

Die Ware wird online bestellt und im Ladengeschäft abgeholt oder retourniert. Vorteil: Anders als bei der Haustürzustellung gewinnt der Kunde Autonomie, die Ware entgegenzunehmen, Zusatzberatung einzuholen und ggf. sofort zu retournieren. Ausgehend von Zahlen aus Großbritannien, könnte schon in wenigen Jahren dieser Umsatzanteil

einen physischen Besuch eines der Center wie auch für eine Produkt- und Preisabfrage oder einen Direktkauf genutzt werden. Über den Online-Shop vergrößert das Shoppingcenter seine Service- und Produktvielfalt. Die Grenzen zwischen Offline und Online verschwimmen zugunsten beider Kanäle. Eine Vorreiterrolle hat Altarea Cogedim mit der 2011 gegründeten „Rue du Commerce“ übernommen. ECE und Unibail erwägen ähnliche Modelle.



⊙ **IMPACT:** Je nach Ausgestaltung der vertraglichen Grundlage des Online-Shops kann das Shoppingcenter auch an den Onlineumsätzen seiner Mieter partizipieren. Die Mieter wiederum können auch weniger netzaffine Kunden auf ihren Online-Shop leiten, Produkte anbieten, die im Center nicht physisch vorhanden sind.

### 3. AUGMENTED REALITY

Darunter sind virtuelle Regale und Anproben zu verstehen, gleich ob es um Bekleidung, Schuhe, Spielwaren oder Möbel geht. Das Onlineangebot kann im Ladengeschäft über QR-Codes betrachtet und über Video-Kinetic-Scans in Form von Bewegtbildern dem eigenen Körper oder einer gewählten Umgebung angepasst und überprüft, danach selbstverständlich auch bestellt und bezahlt werden. Wurden virtuelle Anwendungen bisher noch als technische Spielereien angesehen, treibt die technische Innovation den Nutzwert an. In Deutschland testet z.B. Görtz das Virtual Shoe Fitting, Adidas die Virtual Shopping Wall und Lego die Digital Box.

Wurden virtuelle Anwendungen bisher noch als technische Spielereien angesehen, treibt die technische Innovation den Nutzwert an. In Deutschland testet z.B. Görtz das Virtual Shoe Fitting, Adidas die Virtual Shopping Wall und Lego die Digital Box.

⊙ **IMPACT:** Der Flächenbedarf für ausgewählte Standorte steigt, wenn virtuelle Anwendungen großzügig räumlich-gestalterisch inszeniert werden.

### 4. ONLINE GOES OFFLINE

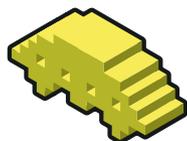
Eine Multichannel-Strategie verknüpft im Idealfall die Stärken des Offline- mit denen des Onlinehandels. Mit Ladengeschäften erreicht der Onlinehändler auch onlinekritische Kunden, schafft mit der Abholung im Laden einen Servicevorteil und erleichtert den Umtausch. Daneben verstärkt die Offlinepräsenz das Vertrauen in die Marke. Und diese verankert sich durch die erhöhte Wahrnehmung zusätzlich im Mindset der Verbraucher. Beispielhaft zu nennen sind die Konzepte von Cyberport, Globetrotter, MyMüsli, Planet Sports und SuitSupply.

⊙ **IMPACT:** Onlinehändler fragen an ausgewählten Standorten Ladenlokale nach, erhöhen die Vielfalt und die Innovation in der Ladenstruktur der Städte und Einkaufszentren. Die Zahl an Flagshipstores nimmt zu, deren Miete nicht allein über den stationären Umsatz erwirtschaftet wird.

### 5. MOBILE ANWENDUNGEN – COUPONING

Bei Eintritt Rabatt: Auch onlineaffine Schnäppchenjäger werden so wieder zum stationären Einkäufer. Mittels Smartphone-App nimmt der Nutzer an einem Belohnungsprogramm für den stationären Einkauf teil, über die Vergabe von Treuepunkten bei bestimmten Verhaltensweisen, z.B. Eintritt in den Laden, Ansteuerung eines Regals, Prüfung eines Produktes und schließlich dem Kauf. Die App macht dem Kunden zudem maßgeschneiderte Angebote. Die Anwendungen setzen Sendegeräte in den kooperierenden Stores voraus.

⊙ **IMPACT:** Ausgefeilte Bonusprogramme locken auch den Onlinefan wieder in die stationäre Ladenwelt. Aber Achtung: Der Smartphone-Kunde gehört zu den informertesten und damit anspruchsvollsten Kunden überhaupt.



## Was bedeutet das für die Handelsimmobilie der Zukunft?

**Wir haben drei Thesen aufgestellt, in denen wir die Folgen von Multichannel für den stationären Einzelhandelsstandort darstellen:**



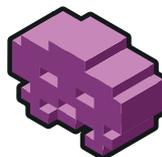
Der stationäre Handel wandelt sich vom Point of Purchase hin zum Touch Point. Die Filiale ist und bleibt wichtigster Bestandteil der Multichannel-Strategie, weil nur hier das physische Markenerlebnis inszeniert werden kann.



Im Vergleich der Kundentypen sind die Ausgabebeiträge „dualer“ Kunden, die online wie offline einkaufen, mit Abstand die größten. Der gemagnte Handelsstandort bietet die besten Voraussetzungen für die Implementierung und Verknüpfung der Multichannel-Konzepte seiner Mieter.



Multichannel wird die Anforderungen an Professionalität auf der Immobilien- wie auch der Mieterseite erhöhen. Die Customer Journey – der Entscheidungs- und Kaufprozess des Kunden – muss bekannt sein, um nahtlos an seine Bedürfnisse andocken zu können.



#### DER AUTOR



Manuel Jahn ist Leiter der Abteilung Consulting im Bereich Geomarketing der GfK. Er ist seit 2004 bei der GfK tätig und hat durch Standort- und Objektberatungen in ganz Europa eine umfassende Expertise in der Retail- und Real-Estate-Industrie. Zuvor war er im Verbund der Westdeutschen ImmobilienBank mit der Projektentwicklung von Shoppingcentern beschäftigt. Im Rat der Immobilienweisen des ZIA verantwortet Manuel Jahn den Sektor Handelsimmobilie und berät die HypZert in der Fachgruppe Einzelhandel.

Das Thesenpapier ist ein Auszug aus dem umfangreicheren GfK White Paper „Online versus stationär? Lieber komplementär!“. Sie können dieses downloaden unter:

<http://bit.ly/GfKJahnWP2013>

# Das habe ich mir 2013 gekauft



**CLAUS-MATTHIAS BÖGE,**  
Sprecher des Vorstands,  
Deutsche EuroShop

„Wir haben ein schönes Bild für unseren Eingangsbereich gefunden und es uns gegönnt. Es heißt „On the Beach“ und strahlt jede Menge gute Laune aus. Darüber freue ich mich jeden Tag aufs Neue!“



**PATRICK KISS,**  
Head of Investor & Public  
Relations, Deutsche  
EuroShop

„Ich wollte 2013 meinen ‚Look‘ etwas verändern – und zwar buchstäblich: mit zwei neuen Brillen (Lese- und Sonnenbrille). Beratung, Vermessung und Anpassung gab es beim Optiker im Shoppingcenter. Preislich ließen sich die Brillen mit Onlineangeboten vergleichen, das Mehr an Service gibt es aber nur offline.“



**OLAF BORKERS,**  
Mitglied des Vorstands,  
Deutsche EuroShop

„Eine Markise für die Terrasse. Das alte ‚Schätzchen‘ war zwischenzeitlich 30 Jahre alt und das sah man ihr an, auch wenn sie technisch noch top in Ordnung war! Die neue Markise bietet viel mehr – Lichtspots, Seitenteil und alles elektrisch, – hoffentlich auch für die nächsten 30 Jahre.“





**KIRSTEN KAISER,**

Leiterin Rechnungswesen,  
Deutsche EuroShop

„Für mein Badezimmer gab es einen neuen Teppich. Der sieht toll aus und ist zudem noch aus einem äußerst ungewöhnlichen Material: Papier.“



**BIRGIT SCHÄFER,**

Vorstandssekretärin,  
Deutsche EuroShop

„Ich habe mein Geschirr vervollständigt und ein sechsteiliges Tafelservice hinzugekauft. Schlicht, formschön und in Weiß. Ein Kauf, der mir viel Freude bereitet.“



**NICOLAS LISSNER,**

Manager Investor & Public  
Relations, Deutsche EuroShop

„Buy me a Pie! Mit dieser App habe ich meine Einkaufszettel immer auf dem iPhone. Dabei ist es mehr als praktisch, dass sich die App mit dem Telefon meiner Freundin synchronisiert. Damit kann jeder jederzeit die Listen vervollständigen oder aber Erledigtes abhaken.“





**MANUEL JAHN,**  
Head of Consulting,  
GfK GeoMarketing

„Ein Fixie Single Speed aus einer Düsseldorfer Fahrrad-Manufaktur. Wochenlang streifte ich durch Hamburger Fahrradläden auf der Suche nach einem Fachhändler, der mir ein Rad nach meinen Vorgaben zusammenstellen sollte. Ich erntete leider nur Kopfschütteln. Bin ich zuvor noch ein überzeugter Offlinekunde gewesen, wurde ich quasi wider Willen in den Mahlstrom des World Wide Web gestoßen. Eine gut gemachte Website und ein piffiger Bike-Konfigurator ließen meinen Wunsch schnell in Erfüllung gehen. Eine kurze Abstimmungsrunde unter vernetzten Freunden – und der Klick zum Kauf war eine Kleinigkeit. Ich – ein weiterer Totengräber des Einzelhandels? Keineswegs. Aber davon überzeugt, dass Wettbewerb das Geschäft belebt! Statt DHL hab ich mich nämlich selbst auf den Weg von Hamburg nach Düsseldorf gemacht, um das gute Stück persönlich im Atelier in Empfang zu nehmen. Übrigens, die Manufaktur war ein echtes Besuchs- und Einkaufserlebnis: Werkstatt, Laden und Laufsteg in einem. Ich nahm bei der Gelegenheit noch gleich einen Lenker für mein Zweitrad mit.“



**ROLF BÜRKL,**

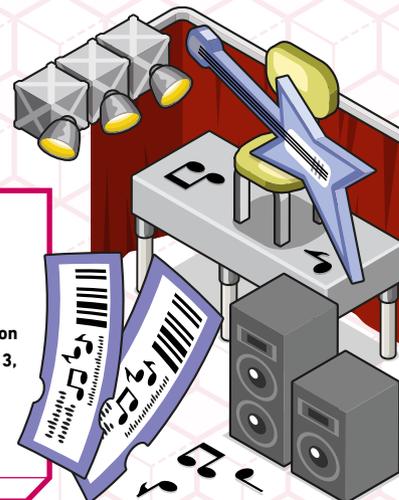
Senior Research Consultant,  
Financial Services, GfK

„Ich habe mir Ende letzten Jahres einen Laufschuh eines Herzogenauracher Sportartikelherstellers gekauft, dem wahre Wundereigenschaften nachgesagt werden. Man sei mit diesem Schuh schneller und würde weniger schnell ermüden. Dieser Schuh soll mithelfen, dass ich bei meinem Marathon in Wien im April auf jeden Fall die 4-Stundengrenze unterbieten kann.“



**RAIMUND ELLROTT,**  
Mitglied im Management Board,  
GfK Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung

„Eines der schönsten Erlebnisse im Jahr 2013 war das Konzert von Bruce Springsteen in der AWD-Arena von Hannover Ende Mai 2013, für das ich mir, zusammen mit Freunden, Eintrittskarten besorgt hatte. 3 ½ Stunden Konzert, tolle Songs und ein Leadsänger, der mit seinen 64 Jahren ein beeindruckendes Stehvermögen zeigt.“





**DIRK RIEDEL,**  
Projektleiter,  
GMA Gesellschaft für Markt-  
und Absatzforschung

„Ich habe mir neue Wanderschuhe zugelegt. Mit Hilfe intensiver Belastungstests auf nachgebildetem Terrain im Flagshipstore eines marktführenden Outdoorhändlers konnte ich mich auch kurzfristig vor dem Urlaub für den richtigen Schuh entscheiden. Versuchen Sie das mal im Internet! Mittlerweile haben sie mich bequem und trittsicher in Italien durch Cinque Terre und auf den Ätna, in Österreich von Hütte zu Hütte und in Costa Rica durch den Urwald getragen.“



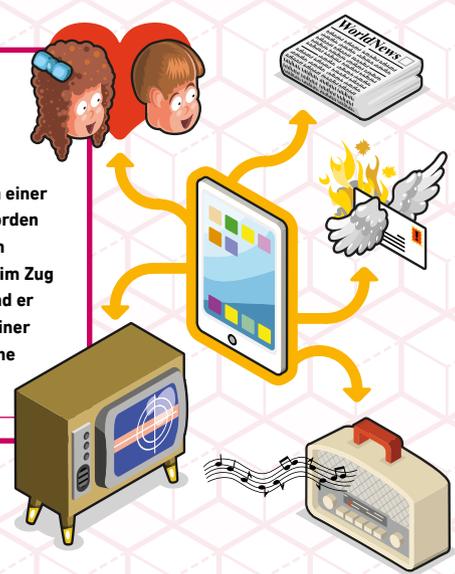
**RAHEL WILLHARDT,**  
selbstständige Journalistin

„Mein Kauf des Jahres war im Bio-supermarkt Temma. Statt die Lebensmittel einfach nur zu scannen, kommentierte der Kassierer jede durchgezogene Ware mit einem fröhlichen Sprechsingsang. So trug ich neben dem gesunden Essen gleich noch gute Laune mit heim.“



**DR. STEPHANIE RUMPF,**  
Senior Manager Retail & Consumer,  
PwC

„Mein Kauf des Jahres war ein iPad, das seitdem einer der wichtigsten Begleiter in meinem Alltag geworden ist. Dieser Begleiter gibt mir Flexibilität: Ich kann abends die ‚druckfrische‘ Zeitung lesen, E-Mails im Zug schreiben und mittwochs den Tatort ansehen. Und er gibt mir auch noch Momente echter Freude: Berliner Jazz-Radio im Rheinland und dank FaceTime Nähe zu meinen Kindern auf jeder Reise.“





# Das Geschäft (über)lebt

**Auch in der digitalen Einkaufswelt schätzen die Kunden die Filiale**



Der Onlinehandel ist der Wachstumsmotor des deutschen Einzelhandels. Der E-Commerce-Umsatz ist im dritten Jahr in Folge im zweistelligen Bereich gewachsen: 12% Wachstum waren es 2013 und für das Jahr 2014 prognostiziert der HDE sogar ein Wachstum von 17%<sup>1</sup>. Bestimmender Faktor und eindeutiger Gewinner dieser Entwicklung ist Amazon. Der US-Pure Player hat einen Anteil von knapp 24% am deutschen E-Commerce-Markt und ist mit einem Umsatzplus von über 20% im Jahr 2013 deutlich über dem Gesamtmarkt gewachsen<sup>2</sup>. Amazon beherrscht wie kaum ein anderer Händler die Klaviatur der Digitalisierung: Customer Analytics, agile Technologie und effiziente Prozesse bieten den Kunden einen einfachen, bequemen und personalisierten Einkauf – heute vom heimischen PC aus, morgen mit dem Smartphone an jedem beliebigen Ort und zu jeder beliebigen Zeit.

Unsere aktuelle Befragung der deutschen Onlinekäufer<sup>3</sup> zeigt, dass die Konsumenten bereits heute häufiger das Internet für ihren Einkauf nutzen als das Geschäft: 73% kaufen

mindestens monatlich Produkte online über ihren heimischen PC, verglichen mit 69% im Geschäft.

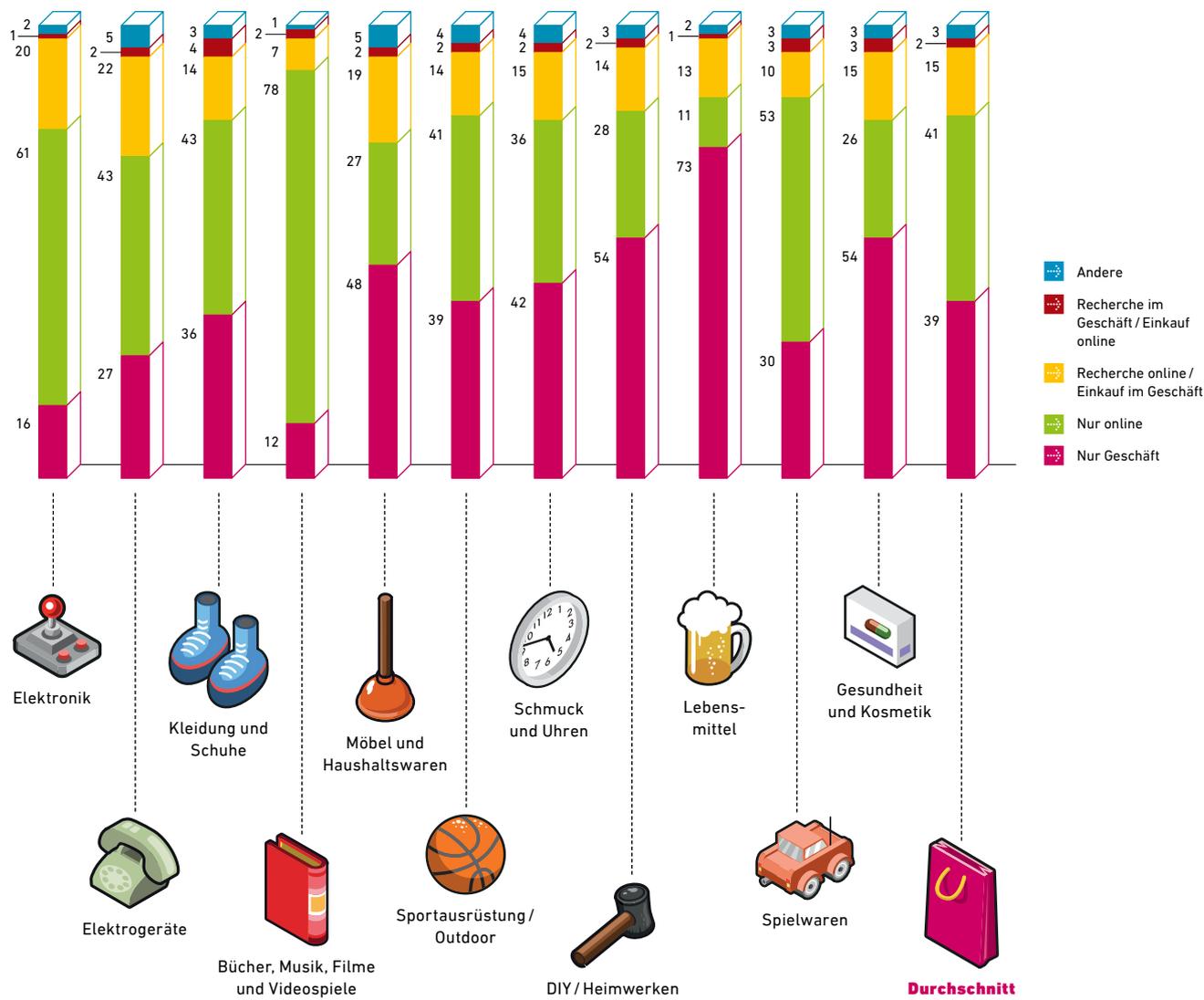
Über alle Branchen hinweg kaufen 41% der Onlinekäufer am liebsten nur über Webshops, wohingegen 39% den Einkauf in stationären Geschäften bevorzugen. Während weltweit bereits nahezu ein Viertel der Konsumenten verschiedene Kanäle während ihres Einkaufs nutzen, ist der Anteil der Multichannel Käufer in Deutschland noch deutlich geringer: 15% (+2 Prozentpunkte im Vergleich zu 2012) bereiten ihren Einkauf online vor und kaufen die ausgewählten Produkte im Laden oder holen sie dort ab. Nur 2% gehen zunächst in ein Geschäft und erwerben dann ein Produkt online. Für den Einkauf von Büchern, Musik, Filmen und Videospielen (78%), Unterhaltselektronik (61%) und Spielzeug (53%) bevorzugt eine klare Mehrheit der Konsumenten das Internet.

<sup>1</sup> [www.einzelhandel.de/index.php/presse/zahlenfaktengrafiken/internetunde-commerce/item/110185-e-commerce-umsaetze.html](http://www.einzelhandel.de/index.php/presse/zahlenfaktengrafiken/internetunde-commerce/item/110185-e-commerce-umsaetze.html)

<sup>2</sup> [www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872414000006/amzn-20131231x10k.htm](http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872414000006/amzn-20131231x10k.htm)

<sup>3</sup> Für die PwC-Studie „Total Retail – Wie der Multi-Channel-Konsum das Geschäftsmodell des Handels von morgen verändert“ wurden im Juli und August 2013 1.005 repräsentativ ausgewählte deutsche Onlinekäufer in Online-Interviews befragt.

## Cross-Channel-Einkaufsverhalten - von der Recherche zum Einkauf (in %)



Die beachtliche Onlinedurchdringung einzelner Branchensektoren führt aber nicht zwangsläufig zum heraufbeschworenen Ende des stationären Geschäfts. Auch oder gerade in der digitalen Welt behalten Geschäfte ihre Bedeutung. Die Mehrheit der Konsumenten kauft dort vor allem die Produkte des täglichen Bedarfs, also Lebensmittel, Körperpflegeprodukte, Heimwerkerbedarf und Haushaltswaren. Der stationäre Handel punktet aber auch bei der emotionalen Seite des Einkaufs: der Möglichkeit, die Ware zu sehen,

anzufassen und anzuprobieren und der Gelegenheit zum Spontankauf. Daher wird der Erlebniseinkauf in den Innenstädten und in den florierenden innerstädtischen Shoppingcentern nicht an Attraktivität verlieren. Allerdings wird das Geschäft der Zukunft ein neues Gesicht und eine neue Funktion haben: Fläche und Sortiment werden kleiner und die Filiale wird in einem integrierten Multichannel-Geschäftsmodell zu einem von mehreren Kontaktpunkten für den Kunden. Das Geschäft kann Erlebniswelt und Showroom, aber auch Abholstation für online bestellte Waren oder beides zugleich sein. Wichtig ist, dass es den Erwartungen der digitalen Konsumenten entspricht, die über ihr Smartphone nahezu unbegrenzte Informations- und Einkaufsmöglichkeiten zur Hand haben.

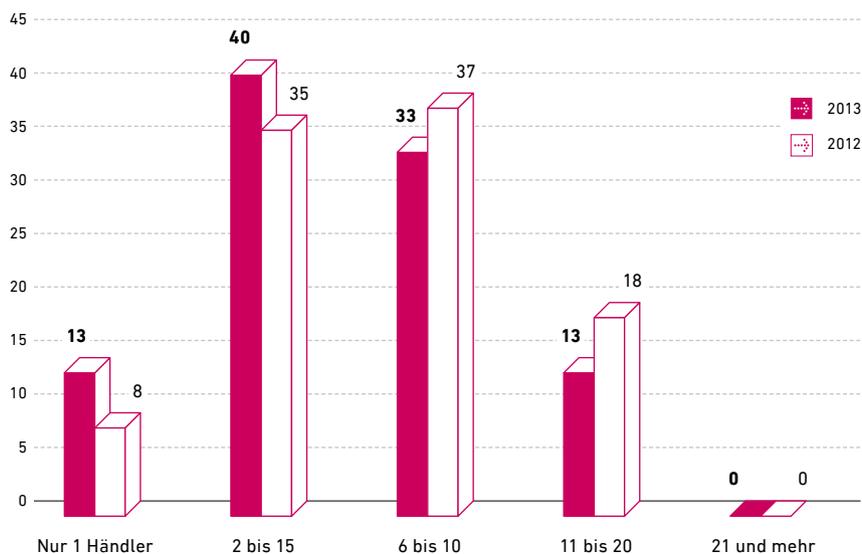


Das Geschäft kann Erlebniswelt und Show-room, aber auch Abholstation für online bestellte Waren oder beides zugleich sein.

Die digitalen Konsumenten nutzen aber erstaunlicherweise nur einen Bruchteil dieser vielfältigen Möglichkeiten. Unsere Befragung zeigt den Trend, dass die deutschen Online-käufer ihr Geld bei einer sehr überschaubaren Gruppe von Multichannel-Anbietern ausgeben: Über die Hälfte der Befragten (53 %) hat

in den letzten zwölf Monaten bei maximal fünf Handelsunternehmen eingekauft. Im Vergleich zum Vorjahr sind dies beachtliche 10 Prozentpunkte mehr. Betrachtet man nur die echten „Multichannel-Shopper“, also diejenigen, die bei ihren Einkäufen mindestens zwei Einkaufskanäle<sup>4</sup> nutzen, verschärft sich dieses selektive Verhalten sogar: 53 % kaufen bei nur einem einzigen Händler (+9 Prozentpunkte im Vergleich zu 2012), weitere 45 % bei zwei bis fünf Anbietern (+4 Prozentpunkte).

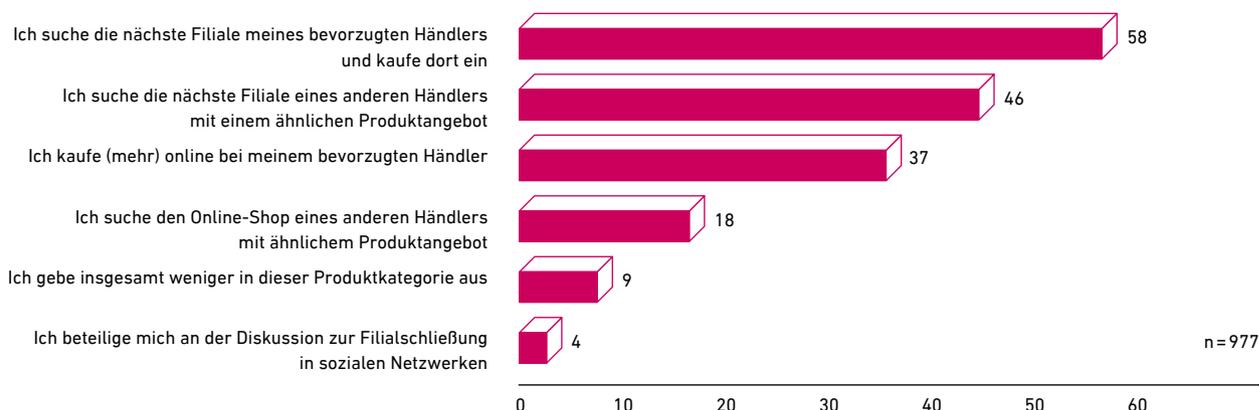
## Anzahl der in den letzten zwölf Monaten genutzten Händler



Anm.: Die Daten beziehen sich ausschließlich auf eine definierte Liste deutscher Händler (ohne reine Online-händler). n=1.005 (2013) / 1.003 (2012).

<sup>4</sup> Einkaufskanäle sind Filiale, online mit PC oder Tablet-PC, online mit Mobiltelefon / Smartphone.

## Was würden Sie tun, wenn Ihr bevorzugter Händler die nächstgelegene Filiale schließt? (in %)



Bei dieser Selektion zählt für die Konsumenten keineswegs der Preis allein. Vielmehr können sich Händler dem Preiswettbewerb entziehen und von der Konkurrenz abheben, indem sie Produkte anbieten, die woanders nicht oder nicht in der gewünschten Sortimentsbreite oder -tiefe erhältlich sind. Fast genauso wichtig ist für die Konsumenten, dass die Produkte jederzeit lieferbar sind oder in den Filialen vorrätig sind. Darüber hinaus spielt das Vertrauen in den Händler eine wichtige Rolle für die Kundenbindung. Investitionen in die Stärkung und Differenzierung der eigenen Marke zahlen sich für Handelsunternehmen daher ebenso aus wie für die Markenhersteller.

Das stationäre Geschäft ist nach wie vor ein entscheidender Faktor für die Kundenbindung. Wenn der bevorzugte Händler die nächstgelegene Filiale schließt, würden sich rund die Hälfte der deutschen Konsumenten für den Einkauf in einer anderen Filiale entscheiden: 58 % würden ihren Einkauf in die nächste Filiale ihres bevorzugten Händlers verlagern und 46 % würden die Filiale eines anderen Händlers mit einem ähnlichen Produktangebot suchen. Nur etwas mehr als ein Drittel der Konsumenten (37 %) verlagert seinen Einkauf auf den Online-Shop seines bevorzugten Händlers.

Damit zeigen die deutschen Onlinekäufer im internationalen Vergleich eine geringere Treue über verschiedene Einkaufskanäle zu ihrem bevorzugten Händler. Der globale Durchschnittskonsument weicht eher auf den Online-Shop seines bevorzugten Händlers (44 %) als auf die Filiale eines anderen Händlers (42 %) aus. Während für den internationalen Konsumenten der Einkauf beim bevorzugten Händler entscheidend ist, ist dem deutschen Konsumenten der Einkauf in einer Filiale wichtiger. Das liegt zum einen sicherlich an der hohen Filialdichte und dadurch zumeist komfortablen Versorgungslage in Deutschland, zum anderen zeigt dieses Ergebnis aber auch, dass die Online-Shops ihrer bevorzugten Händler für die deutschen Konsumenten heute weniger attraktiv sind als deren Filialen.

Für Händler in Deutschland bedeutet dies, dass sie weiter daran arbeiten müssen, ihre Marke und ihr Angebot über alle Vertriebskanäle hinweg zu entwickeln und für ihre Kunden attraktiv zu gestalten. Dem Cross-Channel-Handel gehört die Zukunft und fast alle Händler müssen sowohl online als auch offline nicht nur präsent, sondern aktiv sein. Für kleinere Händler ist im Internet nicht zwangsläufig ein eigener Shop notwendig, wenn Marketing und Vertrieb genauso über einen Kooperationspartner oder Marktplätze wie Amazon oder eBay erfolgreich betrieben werden können. Schaffen Händler es, auch die wechselbereiten Kunden im Falle einer möglichen Filialschließung zum Einkauf in ihrem Online-Shop zu motivieren, müssen sie die Abwanderung zur Konkurrenz nicht befürchten.

Voraussetzung für die erfolgreiche Kundenbindung im Einzelhandel ist ein kundenzentriertes und integriertes Geschäftsmodell („Total Retail“). Dieses setzt neben einer integrierten Vertriebsstruktur und -kultur technologische Agilität und eine kundenorientierte Lieferkette voraus, um so den Konsumenten über alle Kontaktpunkte und Endgeräte hinweg einen überzeugenden Zugang zur Shoppingwelt des Händlers zu ermöglichen.

### DIE AUTOREN

Gerd Bovensiepen, Leiter des Geschäftsbereichs Handel und Konsumgüterindustrie in Deutschland und Europa der PricewaterhouseCoopers AG, und Dr. Stephanie Rumpff, Senior Managerin Handel und Konsumgüterindustrie bei PricewaterhouseCoopers.

Dr. Stephanie Rumpff  
Tel.: +49 (0) 211 981 - 2118  
stephanie.rumpff@de.pwc.com

Gerd Bovensiepen  
Tel.: +49 (0) 211 981 - 2939  
g.bovensiepen@de.pwc.com

# Bücher

## zum Thema Shopping

**COSIMA REIF**

### Das Shopping-Kamasutra Leitfaden zur Lustkaufmaximierung



80 Seiten, gebunden

Durchgehend vierfarbig illustriert

ISBN: 978-3-99300-159-9

Ladenpreis: 16,90 €

Ein lange fälliges Werk, zückt doch jeder von uns im Laufe seines Lebens rund 500.000-mal den Geldbeutel, um Gegenstände in seinen Besitz zu bringen. Oft nicht aus freien Stücken, sondern als Folge einer Manipulation. So folgt nach dem Shopping-Rausch oft der Kater, inklusive Kopfschmerzen. Das Shopping-Kamasutra emanzipiert von Konsum-Automatismus und Kaufzwang und feiert stattdessen den tabulosen Warenverkehr mit dem Ziel der Lustkaufmaximierung. Vergnüglich, bunt illustriert und streckenweise nicht ganz ironiefrei. Nach der Lektüre werden sich Leserin und Leser zu Recht gratulieren: Das war echt ein Glückskauf!

Das Shopping-Kamasutra ist eigentlich ein Beziehungsratgeber: Er beleuchtet die ganz besonders innige Beziehung zwischen Käufer und Ware. Von Abverkauf bis Zahlungsunfähigkeit wird so ungefähr alles abgehandelt, was dem Happy End der beiden im Wege steht. Hier findet man die 10 Goldenen Regeln des gelungenen Einkaufs, Tipps zur Geldbeschaffung oder Entscheidungshilfen bei Shopping-Zwickmühlen.

#### VERLOSUNG:

Wenn Sie ein Exemplar des Buches „Das Shopping-Kamasutra“ gewinnen möchten, senden Sie uns einfach bis zum 15. Juli 2014 eine E-Mail an [ir@des.ag](mailto:ir@des.ag) mit dem Betreff „Buchverlosung“. Der / Die Gewinner / -in wird schriftlich benachrichtigt, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

**GUIDO MARIA KRETSCHMER**

### Anziehungskraft Stil kennt keine Größe



Privataufträge entgegen, die zwar gut betucht, aber ansonsten mit den gleichen Problemzönchen ausgestattet waren wie andere Frauen auch.

„Stil kennt keine Konfektionsgröße“, sagt Guido Maria Kretschmer, der in „Anziehungskraft“ zehn typische Figurformen beschreibt. Jeder Figurtyp hat seine kleinen Schwächen, aber immer auch Stärken – und die gilt es zu betonen! Wie, das verrät er in diesem Buch und erzählt obendrein in bester Kretschmer-Manier von seinen Erlebnissen mit Elfen, Erdmädchen und Walküren.

237 Seiten, gebunden

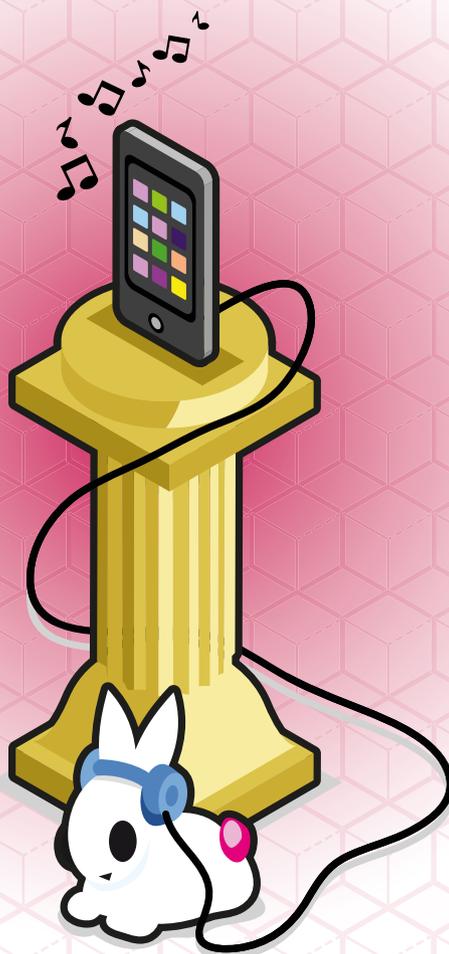
50 Bilder

ISBN: 978-3-84190-239-9

Ladenpreis: 17,95 €

Als Modedesigner hat Guido Maria Kretschmer schon unzählige Stars und Models mit Traummaßen eingekleidet. Doch das war nicht immer so. Gerade in den Anfängen seines eigenen Fashion-Labels nahm er von Damen

# CHARTS 2013





präsentiert von  
**Thalia.de**  
 Entdecke neue Seiten.

## Sachbuch

- 1 Guido M. Kretschmer **Anziehungskraft**
- 2 Florian Illies **1913**
- 3 Rolf Dobelli **Die Kunst des klaren Denkens**
- 4 Randi Crott **Erzähl es niemandem!**
- 5 Jamie Oliver **Jamies 15-Minuten-Küche**

## Belletristik

- 1 Jojo Moyes **Ein ganzes halbes Jahr**
- 2 E. L. James **Shades of Grey 01. Geheimes Verlangen**
- 3 Jonas Jonasson **Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand**
- 4 E. L. James **Shades of Grey 02. Gefährliche Liebe**
- 5 E. L. James **Shades of Grey 03. Befreite Lust**

## Musikalben

(20.12.2013–09.01.2014)

- 1 Robbie Williams **Swings Both Ways**
- 2 Helene Fischer **Farbenspiel**
- 3 Max Herre **MTV Unplugged – Kahedi Radio Show**
- 4 Helene Fischer **Best of**
- 5 Santiano **Bis ans Ende der Welt (Second Edition)**



präsentiert von  
**SATURN**



präsentiert von  
**MediaMarkt**

## Blu-ray-Disc

(23.12.2013)

- 1 **Lone Ranger**
- 2 **Pacific Rim**
- 3 **Wolverine – Weg des Kriegers**
- 4 **Ich – Einfach unverbesserlich 2**
- 5 **Die Schlümpfe 2**

## Klassik

(Dezember 2013)

- 1 Jonas Kaufmann: **The Verdi Album**
- 2 David Garrett: **Garrett vs. Paganini**
- 3 Anne-Sophie Mutter: **Dvořak**
- 4 Luciano Pavarotti: **50 Greatest Tracks**
- 5 Jonas Kaufmann: **Verdi Requiem**

## Hörbücher

(Dezember 2013)

- 1 Jojo Moyes: **Eine Handvoll Worte**
- 2 Jonas Jonasson: **Die Analphabetin, die rechnen konnte**
- 3 Robert Galbraith alias J. K. Rowling: **Der Ruf des Kuckucks**
- 4 Suzanne Collins: **Tribute von Panem – Gefährliche Liebe**
- 5 Rachel Joyce: **Das Jahr, das zwei Sekunden brauchte**

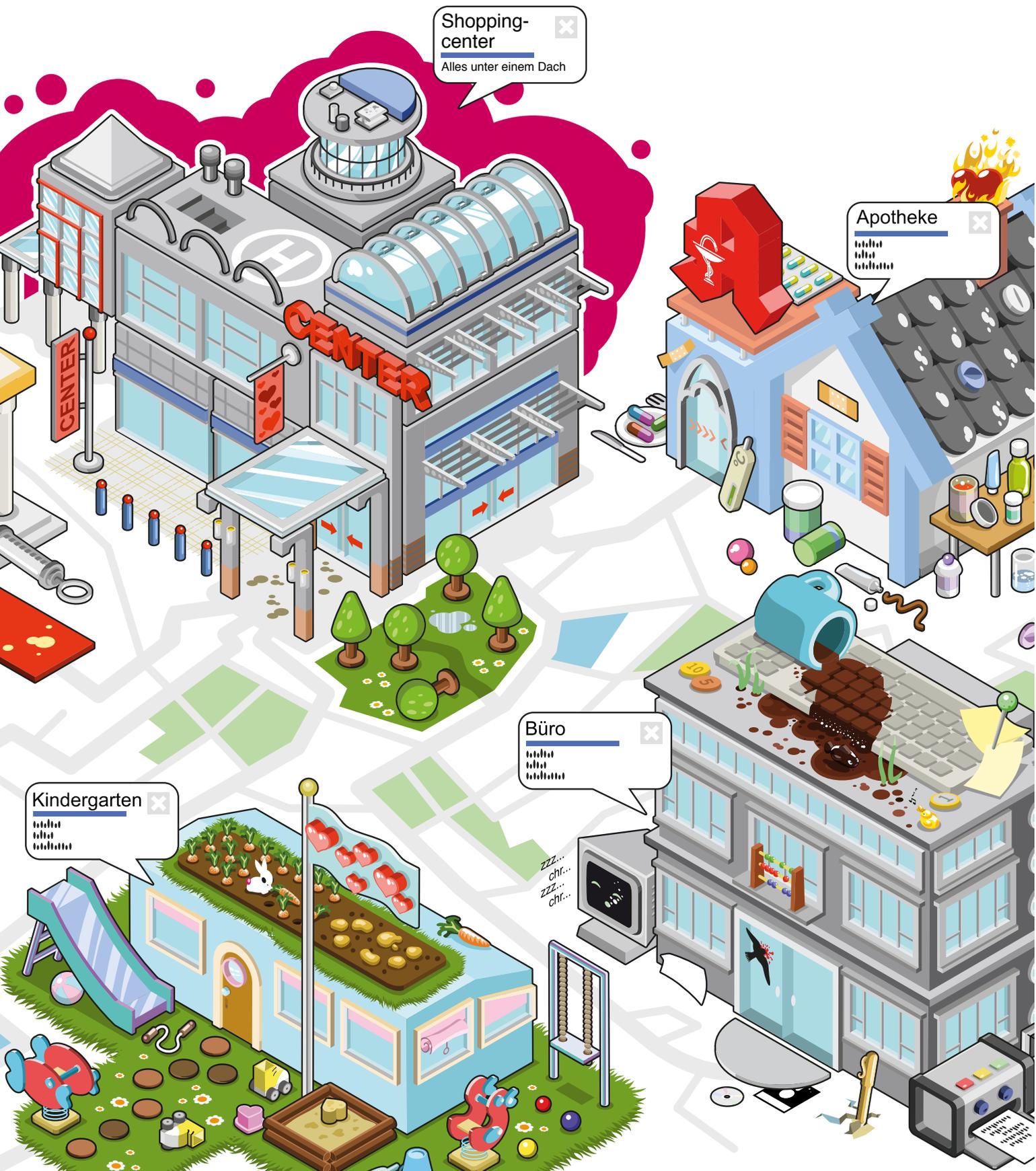
# ENTGRENZTER HANDEL UND SHOPPINGCENTER

## PERSPEKTIVEN VON HANDELSIMMOBILIEN IM ZEITALTER DES E-COMMERCE

Shoppingcenter in Deutschland erfreuen sich einer ungebremst hohen Nachfrage als Anlagegut bei Investoren und als Handelsstandort bei Mietern. Doch mit dem rasanten Wachstum des Onlinehandels wächst auch große Unsicherheit beim stationären Einzelhandel. Wie wird sich der Onlinehandel weiterentwickeln? Welche Standorte werden verlieren, und gibt es möglicherweise auch Gewinner? Und was kann der Betriebstyp Shoppingcenter – oft Handelsplatz Nr. 1 einer Stadt – dem Wettbewerb durch entgrenzten Handel entgegensetzen oder wie diesen sogar für sich nutzen?

Drei Thesen





Shopping-center  
Alles unter einem Dach

Apotheke

Büro

Kindergarten

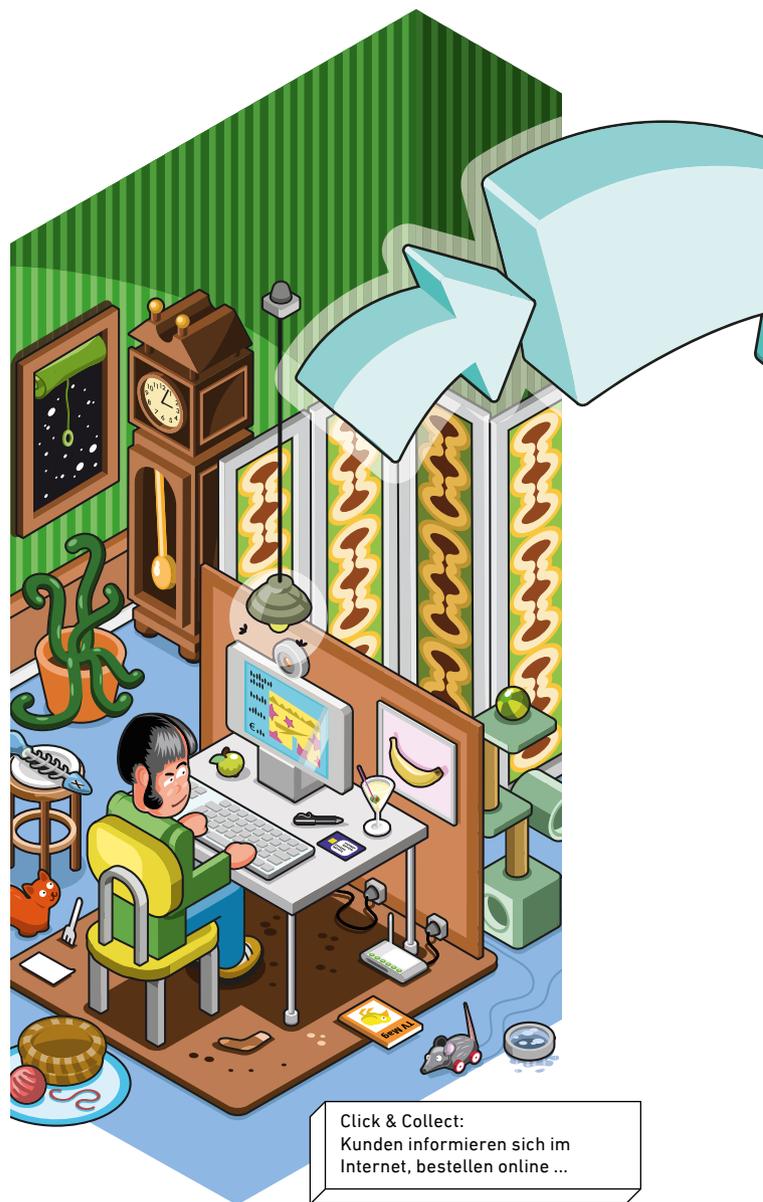
# THESE 1:

**Onlinehandel wächst rasant weiter, aber nicht über alle Branchen gleichermaßen**

Onlinehandel ist und bleibt der alles überlagernde Megatrend, der die Standortentwicklung im Einzelhandel maßgeblich beeinflusst. Dass abnehmende Marktanteile des stationären Einzelhandels negative Auswirkungen auf Immobilien und Innenstädte haben können, wird dabei nicht bestritten. Aber was sind die Treiber des Prozesses und welche Grenzen hat er? Der steigende Marktanteil wird auch begünstigt von der technischen Entwicklung und der Beliebtheit von Smartphones. Lag 2009 der Absatz von Smartphones und Tablet-PCs in Deutschland zusammen noch bei knapp 6 Mio. Stück, waren es 2012 bereits über 20 Mio., wobei leistungsfähigere Geräte und schnelleres Internet „Mobile Commerce“ noch attraktiver machen. Der stationäre Einzelhandel kann sich zwar nicht dagegen wehren, dass Kunden sich im Geschäft beraten lassen, um den Kauf dann letztlich doch online, dank immer leistungsfähigerer mobiler Geräte teils noch im Laden, durchzuführen. Aber bange braucht dem stationären Einzelhandel bisher nicht zu sein, dass seine Ladenflächen zu „Schaufenstern“ verkommen („Showrooming“). Denn nach einer Roland-Berger- / ECE-Studie sind die Umsätze, die online vorbereitet werden und stationär durchgeführt werden, zehnmal höher als umgekehrt.

Eine Zahl allerdings, auf der sich nicht ausgeruht werden sollte, denn es steht zu erwarten, dass der Einzelhändler vor Ort künftig zunehmend stärker als Informationsstätte genutzt wird, um anschließend den Online-Vertriebskanal zu wählen. So liegt der Marktanteil des E-Commerce derzeit bei knapp 10% und kann sich nach Prognosen bis zum Jahr 2020 etwa verdoppeln, wobei dieser allerdings in einzelnen Sortimenten deutlich unterschiedlich ausfällt. Sich der Synergien zwischen Online- und stationärem Handel bewusst, werden die bisherigen Pure Player (z. B. eBay, Zalando, myMüsti) neue stationäre Betriebsformen generieren, die bevorzugt Immobilien an starken und etablierten Lagen, also auch in gut positionierten Shoppingcentern, nachfragen werden.

Als Wachstumstreiber des Onlinehandels sind insbesondere solche Güter auszumachen, die man nicht sehen, anfassen bzw. anprobieren oder riechen muss, um die Qualität zu testen. Vor diesem Hintergrund konnten Onlineanbieter von Sortimenten wie Elektrowaren / Unter-



Click & Collect:  
Kunden informieren sich im Internet, bestellen online ...

haltselektronik und Medienträgern (17%) ihre Marktanteile in den letzten Jahren ebenso stark ausbauen wie Onlineanbieter bei Büchern (23%), wengleich der Fernabsatz in diesem Sortiment 2013 erstmals seit Beginn des Onlinehandels leicht rückläufig war. Die Modebranche mit einem Plus von 11% im Onlinehandel zwischen 2011 und 2012 expandiert hingegen völlig unbeeindruckt von E-Commerce. Anhaltend niedrig und sogar rückläufig sind die Marktanteile bei Sortimenten wie Uhren / Schmuck und Medikamenten. Auch Lebensmittel erweisen sich trotz praktikabler Marktversuche nationaler Ketten erstaunlich resistent für einen Vertrieb über das Internet und werden dies nach der Einschätzung von im Rahmen einer Lührmann-Studie (Trendbarometer Einzelhandel 2014) über 2.200 befragten Expansionsverantwortlichen international, national und regional agierender Unternehmen auch bleiben. Vor diesem Hintergrund entwickelt sich der Gesamtumsatz des stationären Einzelhandels auch stabil, die Nachfragekonstanz ist – auch weil Deutschland die Finanzkrise vergleichsweise unbeschadet überstanden hat – hoch. Ein Grund, weshalb auch ausländische Investoren für Deutschland als Investmentmarkt unverändert starkes Interesse zeigen.



## THESE 2:

**Gut positionierten Einzelhandelsstandorten muss nicht bange sein**

Dabei geht allerdings Sicherheit vor. Nach der Finanzkrise trägt somit auch der Onlinehandel dazu bei, dass sich Investoren eher risikoavers verhalten und stark auf Core- / Core-Plus-Im-

mobilien setzen, weshalb Highstreet-Objekte in 1a-Lagen noch stärker als bislang in den Fokus rücken und entsprechend teuer werden. Analog werden sich auch gut positionierte Shoppingcenter weiterhin relativ konjunkturunabhängig am Markt bewegen können, wohingegen schwache Einzelhandelsstandorte verlieren werden, auch weil (inter-)national agierende Einzelhandelsunternehmen langfristig durch Onlinehandel keine flächendeckende Präsenz mehr benötigen und das Filialnetz ausdünnen können. Daher steht zu erwarten, dass Handelsimmobilien in Groß- und Mittelstädten künftig bessere Marktchancen haben als solche in Kleinstädten bzw. an C- und D-Standorten. Derzeit bremsen nur das knappe Angebot an verfügbaren Objekten das noch überdurchschnittliche Investment-Transaktionsvolumen in Deutschland bei Shoppingcentern (2012: rd. 3 Mrd. €). Die hohe Nachfrage nach guten Centern hat dabei natürlich auch Auswirkungen auf die Renditen, wobei die Spitzenrenditen noch stabil bei etwa 5 % liegen.

## THESE 3:

**Einkaufserlebnis und Anpassungsfähigkeit von Shoppingcentern werden wichtiger**

Dem Wettbewerb mit dem Onlinehandel müssen sich der stationäre Einzelhandel bzw. auch heute gut laufende Shoppingcenter entsprechend zeitgemäß stellen. Wenig hilfreich ist es hier, den Kunden die Vorteile des Einkaufs im stationären Einzelhandel aufzuzeigen und damit zu „erziehen“ zu versuchen, anstatt mit einem gutem Multichanneling-System auf die Wünsche des „modernen Kunden“ einzugehen und durch die Verknüpfung von attraktiven stationären Betriebstypen und Online-Vertriebsformen Cross-Selling-Umsätze zu generieren. Der stationäre Einzelhandel muss dabei vielmehr damit punkten, was ihn vom Onlinehandel konkurrenzlos unterscheidet. Für Shoppingcenter bedeutet dies in erster Linie, den Erlebnisfaktor noch stärker herauszuarbeiten. Shoppingcenter einer neuen Generation, die das Einkaufserlebnis nicht nur optisch, sondern auch

akustisch, haptisch und olfaktorisch inszenieren (Beispiel: Mönchengladbach Arcaden), wird es ebenso stärker geben wie solche, die das Einkaufserlebnis interaktiver gestalten (Beispiele: Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg und Limbecker Platz in Essen mit den „Future Labs“ wie 3D-Wegeleitsystem oder virtuellen Kundeninformationen).

Das Shoppingcenter muss so einen Status als „Third Place“ für sein Einzugsgebiet nach Arbeitsstätte und den eigenen vier Wänden anstreben. Dabei ist nicht unbedingt die „kritische Masse“ entscheidend, sondern in erster Linie ein standort- und marktadäquater Branchenmix. Wie eingangs aufgezeigt, werden in Zeiten des Onlinehandels der Branchenmix und das Sortimentskonzept des Shoppingcenters verstärkt Verschiebungen unterworfen sein, wie die nachstehende Grafik zeigt.

## Übliche Branchenanteile in Shoppingcentern und deren künftige Entwicklung

Branche	Übliche Flächenanteile in % (als Bandbreite)	Erwartete Tendenz in der Zukunft
Nahrungs- und Genussmittel	7–14	↑
Gesundheit, Körperpflege	7–11	↑
Blumen, zoologischer Bedarf	1–2	↔
Bücher, Schreib- und Spielwaren	8–12	↓
Bekleidung, Schuhe, Sport	48–60	↑
Elektrowaren	16–20	↓
Hausrat, Möbel, Einrichtung	5–7	↔
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	–	↔
Optik, Uhren, Schmuck	1–2	↔
Sonstiger Einzelhandel	–	↔

GMA-Darstellung. Basis zahlreiche Expertengespräche / Auswertung von Centerstrukturen zzgl. Dienstleistungen: 1–2% und Gastronomie: 6–7%

Daher kommt dem Reaktionsvermögen der Handelsimmobilie auf Markttrends und -veränderungen zukünftig eine besondere Bedeutung zu. Ein hohes Maß an Flexibilität der Mietflächen insbesondere bezüglich der Flächenanordnungen und Sortimentsstrukturen wird für den Langfristernfolg von Shoppingcentern daher künftig wichtiger denn je sein. Demgegenüber werden es diejenigen Center, die sich an die dynamisch wandelnden Handels- und Konsumentenforderungen nur unzureichend anpassen können, deutlich schwerer am Markt haben. Der Revitalisierungsdruck wird nennenswert steigen, auch weil sich die Lebenszyklen von Geschäftskonzepten deutlich verkürzen. Sonae-Sierra- / GMA-Studien aus den Jahren 2010/2011 wiesen in diesem Zusammenhang bereits darauf hin, dass sich das Marktvolumen für Shoppingcenter-Revitalisierungen allein in Deutschland auf 2,5 bis 3,5 Mrd. € beläuft.

Das Beherrschen der „Klaviatur“ im Multichannel-Selling mit stationärem Einzelhandel und Onlinehandel über PCs, Smartphones, Tablets und als Königsdisziplin stellt den Einzelhandel vor große Herausforderungen. Es steht jedoch nicht zu erwarten, dass Distanzhandel den stationären komplett substituieren wird. Das gut positionierte Einkaufszentrum bzw. der nachhaltig aufgestellte stationäre Einzelhandel an guten Standorten werden nach Auffassung der Autoren auch weiterhin ertragreich im Markt agieren können, wobei Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an sich schneller wandelnde sowie verändernde Betriebs- und Sortimentskonzepte künftig eine besondere Herausforderung darstellen wird.

### DIE AUTOREN

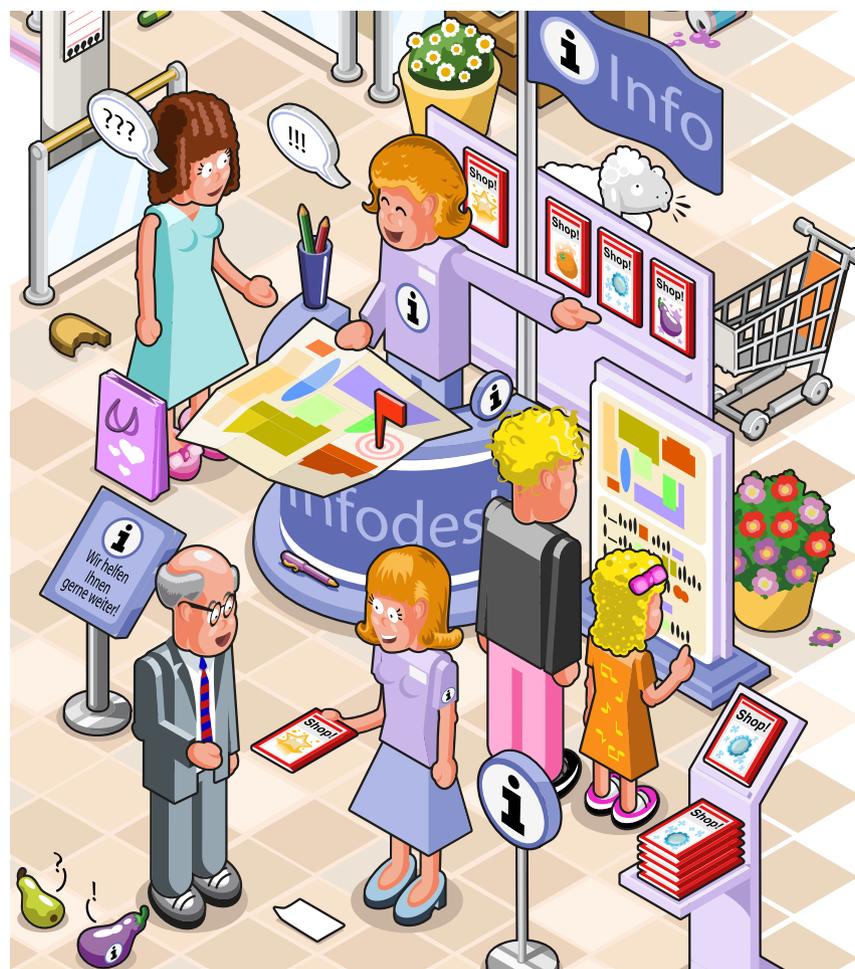


Raimund Ellrott



Dirk Riedel

GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

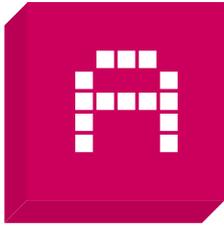




# KONSUM 2014

## Das Ende der Probe?

Laut GfK-Prognose werden die Ausgaben der privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2014 real um 1,5% steigen. Für die gesamte Europäische Union erwartet GfK einen Anstieg zwischen 0,5 und 1,0%. In Deutschland wird der private Konsum damit stärker zulegen als im Vorjahr und die Binnenkonjunktur nachhaltig stützen. Deutlich steigende Umsätze prognostiziert GfK für den Lebensmittelhandel. Der restliche Einzelhandel wird voraussichtlich nur moderat wachsen.



Aus Sicht der deutschen Verbraucher sind die Folgen der Finanzkrise zumindest hierzulande überwunden und die Konjunktur wird sich in den nächsten zwölf Monaten weiter positiv entwickeln. Mit dieser Einschätzung liegen sie auf einer Linie mit den Prognosen der Wirtschaftsinstitute und Unternehmen. Der wirtschaftliche Aufschwung verspricht auch eine anhaltend positive Entwicklung am deutschen Arbeitsmarkt. Entsprechend groß sind die Hoffnungen der Verbraucher, dass sich dies auch in ihren Löhnen niederschlägt. Angesichts der allgemeinen Wirtschaftslage denken die Verbraucher, dass es derzeit günstig ist, größere Anschaffungen zu tätigen. Gleichzeitig verharren die Guthaben- und Darlehnszinsen auf sehr niedrigem Niveau. Als Folge ist die Sparneigung auf einem historischen Tiefstand. Von der positiven Konsumstimmung profitiert auch die Tourismusindustrie. Die Ausgaben für Urlaubs- und Privatreisen stiegen im letzten Jahr um 8 % oder rund 5,9 Mrd. €.

### Onlinehandel positiv, aber nicht mehr so stürmisch

Im deutschen Handel zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen. Der Lebensmittelhandel und die Drogeriemärkte steigerten im Jahr 2013 ihre Umsätze um 2,7 %. Hauptfaktoren sind die gestiegenen Preise. Die Verbraucher sind bereit, mehr Geld für Qualität und Service auszugeben. Die verkaufte Menge hingegen geht mit einem Minus von 0,5 % nach wie vor zurück. Im Non-Food-Handel, zu dem Segmente wie Textilien, Elektroartikel, Möbel oder Heimwerkerbedarf gehören, stieg der Umsatz im Jahr 2013 um lediglich 0,2 % auf knapp 151 Mrd. €. Positiv, wenn auch nicht mehr so stürmisch wie in den vergangenen Jahren, hat sich der Onlinehandel entwickelt. Er verzeichnete ein Plus von 8 %. Entsprechend schwierig gestaltet sich das Umfeld für den stationären Handel.

In diesem Jahr wird sich der Anstieg der Preise wieder abschwächen. Die europäische Finanzkrise ist zwar noch nicht ganz ausgestanden, die deutschen Verbraucher werden jedoch auch in diesem Jahr ihr Einkaufsverhalten deswegen vermutlich nicht nennenswert verändern. GfK prognostiziert für das Jahr 2014 eine nominale Umsatzsteigerung von 2,3 % im Lebensmittelhandel und in den Drogeriemärkten bei einem weiterhin rückläufigen Mengenkonsum. Der Non-Food-Umsatz im Einzelhandel wird voraussichtlich um 0,6 % steigen.

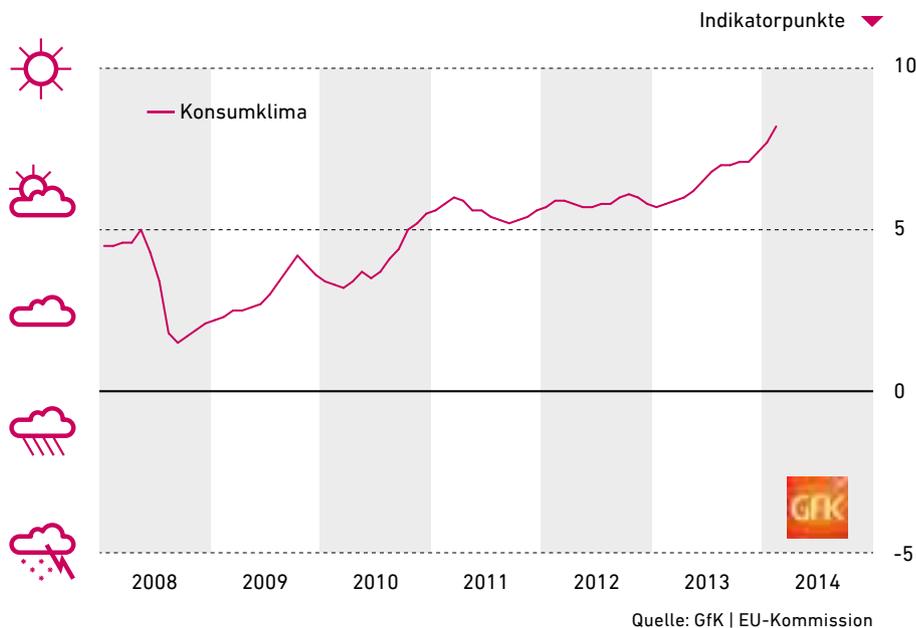
### Stabiler Arbeitsmarkt ist Voraussetzung für gute Konsumlaune

Die zentrale Rolle für das positive Konsumklima spielt der Arbeitsmarkt. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit waren im Jahresdurchschnitt 2013 insgesamt 2,95 Mio. Menschen arbeitslos gemeldet. Das entspricht einer Quote von 6,9 %. Wie positiv diese Zahlen zu bewerten sind, zeigt sich bei einem Vergleich mit den europäischen Nachbarn. Nur in Deutschland sank die Zahl der Arbeitslosen im Vergleich zum Vorkrisenniveau des Jahres 2007 – und zwar um 37 %. Im Gegensatz dazu stieg die Arbeitslosigkeit deutlich, in den Krisenländern Griechenland, Spanien und Irland sogar um das Zwei- bis Dreifache.

Zum ersten Mal seit mehreren Jahren haben sich die Wirtschaftsaussichten weltweit, vor allem aber in Europa, aufgehellt. Trotz der noch sehr schwachen Wirtschaftserholung im vergangenen Jahr sind die deutschen Exporte um 3 % gestiegen. In diesem Jahr wird es voraussichtlich ein Plus von 4 % geben. Auch die Ausfuhren in die Europäische Union werden wieder zunehmen. Das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland soll laut EU-Kommission in diesem Jahr um 1,7 % ansteigen, nach 0,4 % im Jahr 2013. Doch nicht nur in Deutschland soll die Wirtschaftskraft



## Konsumklima startet mit viel Schwung in das Jahr 2014



wieder stärker zulegen. Für Europa rechnet die EU-Kommission mit einem Wachstum von durchschnittlich 1,4% nach einer stagnierenden Entwicklung im vergangenen Jahr. Auch die europäischen Verbraucher teilen diesen Optimismus.

### Die Stimmung bei den Verbrauchern hat sich vom vierten Quartal 2012 bis zum vierten Quartal 2013 zum Teil deutlich verbessert.

der Konsumneigung in Europa ist jedoch noch deutlich unterdurchschnittlich. Erst wenn die Unternehmen in der Lage sind, neue Jobs zu schaffen, und die Arbeitslosigkeit in der Folge deutlich sinkt, kann auch die Anschaffungsneigung der Verbraucher wieder deutlicher ansteigen. Erst dann werden die Menschen in der Europäischen Union in der Lage sein, den wirtschaftlichen Aufschwung auch durch ihr Konsumverhalten zu stärken.

Bis sich das Wirtschaftswachstum jedoch in einer Erholung des Arbeitsmarkts niederschlägt, wird es noch bis mindestens 2015 dauern. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung der Anschaffungsneigung in Europa. Die Stimmung bei den Verbrauchern hat sich vom vierten Quartal 2012 bis zum vierten Quartal 2013 zum Teil deutlich verbessert. Das Niveau

Die Entwicklung des Konsumklimas deutet darauf hin, dass 2014 wieder ein steigender Konsum zu verzeichnen sein wird. Die GfK prognostiziert für die gesamte EU erstmals seit 2011 wieder einen realen Anstieg des privaten Konsums. Er wird zwischen 0,5 und 1,0% liegen und somit deutlich zum steigenden Wirtschaftswachstum in Europa beitragen. Auch in Deutschland werden die privaten Haushalte mehr ausgeben. Nach GfK-Berechnungen wird der private Konsum in Deutschland in diesem Jahr real um 1,5% steigen.



#### DER AUTOR

Rolf Bürkl, Senior Research Consultant, Financial Services, GfK, unter anderem verantwortlich für die regelmäßige Erstellung und Kommentierung des GfK-Konsumklimas.

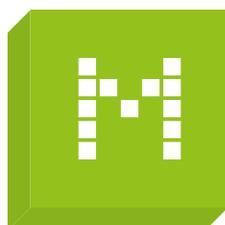
# Das Portfolio der Deutsche EuroShop

Die Ende 2011 eröffnete Ladenstraße  
der Norderweiterung des Main-Taunus-  
Zentrums.

**Im Jahr 2013 gab es wieder Bewegung in unserem Portfolio: Im Mai konnten wir unseren Anteil an der Altmarkt-Galerie Dresden, einem der erfolgreichsten Shoppingcenter in unserem Bestand, auf 100% erhöhen. Im August haben wir uns von unserer Beteiligung an der Galeria Dominikanska in Breslau / Polen getrennt, an der wir bis dahin einen Anteil von einem Drittel gehalten hatten. Damit besteht unser Portfolio nunmehr aus 19 Objekten: 16 Center in Deutschland und jeweils eins in Polen, Österreich und Ungarn. Diese bieten auf 927.500 m<sup>2</sup> Platz für insgesamt 2.350 Geschäfte.**



In Norderstedt ist der Busbahnhof kundenfreundlich an das Herold-Center angegliedert.



Mit 91% liegt der Schwerpunkt unserer Investitionstätigkeit klar in Deutschland. Wie bereits in den Vorjahren sind wir besonders stolz auf unseren konstant hohen Vermietungsstand von

durchschnittlich 99%, der die Qualität unseres Portfolios verdeutlicht.

### Lage, Lage, Lage

In der Immobilienwelt und speziell im Einzelhandel spielt die Lage schon immer die zentrale Rolle. Unsere Mieter möchten da sein, wo auch die Kunden sind. Jedes unserer 19 Shoppingcenter stellt für sich eine 1a-Lage dar. Die Mehrzahl unserer Objekte befindet sich in der Innenstadt, also dort, wo sich die Menschen schon seit Jahrhunderten treffen, um Handel zu betreiben. Oftmals sind die Center direkt an die örtlichen Fußgängerzonen angeschlossen. Zudem gehören zu unserem

Portfolio Shoppingcenter an etablierten Standorten außerhalb der Stadtgrenzen. Diese Objekte bieten den Kunden eine willkommene Abwechslung zum Einkaufsbummel in der Innenstadt und haben jeweils eine Bekanntheit, die deutlich über die Region hinausreicht.

Bei einem Investitionsprozess liegt unser Hauptaugenmerk von Beginn an auf der Verkehrsanbindung des jeweiligen Centers: In den Innenstädten suchen wir dabei die Nähe zu Knotenpunkten des öffentlichen Personennahverkehrs. Dies können etwa zentrale Omnibusbahnhöfe sein, die beispielsweise in Hameln und Passau direkt an unsere Immobilien angedockt sind. Das Herold-Center Norderstedt ist direkt auf einer U-Bahn-Haltestelle gebaut, ein wichtiger Busbahnhof mit zahlreichen Umsteigerverbindungen befindet sich unmittelbar vor dem Haupteingang. Zudem ist jedes unserer Center mit eigenen Parkplätzen ausgestattet, die den Besuchern auch in der Innenstadt komfortables Parken zu günstigen Konditionen und damit auch eine optimale Erreichbarkeit mit dem Auto ermöglichen. Unsere Objekte außerhalb der Innenstädte hingegen bieten kostenlose Parkplätze in großer Anzahl.

Diese Autofahrerstandorte liegen jeweils sehr gut erreichbar an Autobahnen, so wie das Rhein-Neckar-Zentrum am Viernheimer Kreuz. Behinderten- und Frauenparkplätze gehören bei allen Shoppingcentern zum Serviceangebot.

	Inland	Ausland	Gesamt
Anzahl Center	16	3	19
Mietfläche in m <sup>2</sup>	806.700	120.800	927.500
Anzahl Geschäfte	1.910	443	2.353
Vermietungsstand*	99%	99%	99%
Einwohner im Einzugsgebiet in Mio.	13,4	2,5	15,9

\* inklusive Büroflächen

## Gemeinsam stark

Die Mieterstruktur in jedem unserer 19 Objekte ist das Ergebnis eines permanenten und intensiven Prozesses, der darauf ausgerichtet ist, das Angebot der jeweiligen Innenstadt sinnvoll zu ergänzen. Unser Ziel dabei ist es, mit den Händlern in der Nachbarschaft den gesamten Standort attraktiver zu machen, um gemeinsam von der dadurch erhöhten Attraktivität der gesamten Innenstadt profitieren zu können. Unsere Center beteiligen sich dazu oftmals aktiv am Stadtmarketing und City-Management der jeweiligen Stadt, finanziell wie auch durch personellen und kreativen Input. Wir legen dabei stets Wert auf eine faire und partnerschaftliche Zusammenarbeit.

## Intelligente Architektur

Bei der Konzeption unserer Standorte hat die Architektur immer einen besonderen Einfluss: Die vorgegebenen Grundstücksverhältnisse spielen genauso eine Rolle wie die funktionellen Anforderungen unserer Mieter. Zusätzlich wollen wir aber auch unserer Verantwortung der Stadt gegenüber gerecht werden. Die Shoppingcenter sollen städtebaulich bestmöglich integriert werden und dabei auch äußerlich den Ansprüchen einer modernen Architektur genügen. Hierbei arbeiten wir eng mit den jeweiligen Stadtverwaltungen zusammen. Das Ergebnis sind oftmals architektonische Schmuckstücke, bei denen nach Möglichkeit auch historische Gebäude vorsichtig in das Center integriert werden, wie z. B. das denkmalgeschützte Kreishaus, das Bestandteil der Stadt-Galerie Hameln ist.

Besonders im Inneren sollen unsere Shoppingcenter überzeugen und dabei Besuchern, Kunden und Angestellten in erster Linie ein angenehmes Aufenthalts- sowie ein



besonderes Raumerlebnis vermitteln. Hierfür wird eine schlichte und zeitlose Architektur eingesetzt, bei der edle und nachhaltige Materialien zum Einsatz kommen. Ruhezeiten und Springbrunnen laden zum Verweilen ein, innovative Beleuchtungskonzepte schaffen je nach Tageszeit die passende Stimmung in der Mall, modernste Klimatechnik sorgt das ganze Jahr über für eine angenehme Temperatur. Alles ist darauf ausgelegt, dass sich jeder Besucher wohlfühlt und immer gerne wiederkommt. Dabei wird die Wettbewerbsfähigkeit und Werterhaltung unserer Center durch kontinuierliche Wartung, Modernisierung und Optimierung garantiert.

Für uns ist es selbstverständlich, dass wir unsere Objekte generationsübergreifend gestalten und jeder Besucher sich unabhängig vom Alter gut aufgehoben fühlt. Durch breite Ladenstraßen, Rolltreppen und Aufzüge ist es auch ohne große Mühe mit Kinderwagen oder Rollstühlen möglich, jeden Ort im Center zu erreichen. Spielecken erwarten unsere kleinsten Besucher und laden zu einer Auszeit ein. Massagesitze in der Mall stehen den Kunden für ein geringes Entgelt zur Verfügung und sorgen für Entspannung zwischendurch.





**Oben:** Die Stadt-Galerie Hameln im Herzen der Stadt mit optimaler Anbindung an die Fußgängerzone.

**Links:** Der Foodcourt der Galeria Baltyscka. Namen von Hansestädten verziern die Wände.



### Umweltschonende Energieversorgung

Wir sind stolz darauf, dass unsere deutschen Center bereits seit 2011 mit zertifiziertem Ökostrom versorgt werden. Bei unseren ausländischen Objekten planen wir in den nächsten Jahren eine Umstellung auf Energie aus regenerativen Quellen. Zudem ist es unser Ziel, den Energieverbrauch unserer Objekte insgesamt und damit auch den CO<sub>2</sub>-Ausstoß kontinuierlich weiter zu senken. Hierzu setzen wir hochmoderne Technologien wie Wärmetauscher und umweltgerechte Beleuchtungssysteme ein. Zusätzlich versuchen wir durch fortlaufende Gespräche mit unseren Mietern auch den Energieverbrauch in den einzelnen Geschäften zu senken.

### Zukunftssicherheit durch Flexibilität

Einzelhandel bedeutete schon immer Veränderung. Besonders in den letzten Jahren fällt vermehrt auf, dass Anbieter nach Möglichkeiten zur Erweiterung ihrer Flächen fragen. Damit gelingt es ihnen, das Ladenlokal vom reinen Verkaufsraum hin zu einem Ort des Erlebnisses umzugestalten. Hierzu gehört, dass dem Kunden mehr und mehr die Möglichkeit geboten wird, das gewünschte Produkt in Ruhe und ausgiebig vor Ort zu testen und zu erleben. Ein weiterer Trend ist die Tendenz zu intensiveren Beratungsgesprächen. Diese Faktoren spielen besonders in Zeiten des zunehmenden Onlinehandels eine immer wichtigere Rolle.

Den Nachfragen nach immer unterschiedlichen Flächen können wir mit maßgeschneiderten Lösungen begegnen: In unseren Centern versuchen wir jedem Mieter genau den Grundriss zu bieten, den er zur Umsetzung seines Konzeptes benötigt. Und dabei ist es wichtig, dass wir auch im Laufe der Jahre flexibel agieren können. In der Regel ist es ohne großen Aufwand durch eine Verschiebung der Innenwände möglich, nahezu jede Verkaufsfläche anzupassen, ob größer oder kleiner. Somit bietet beispielsweise die Reduzierung einer größeren Verkaufsfläche die Chance, ein neues Konzept in das Shoppingcenter zu integrieren oder einem anderen Mieter eine Erweiterung zu ermöglichen. Dabei kann es auch Sinn machen, gemeinsam mit dem Mietpartner eine neue Shopfläche an einer anderen Stelle des Centers auszusuchen.

Diese Flexibilität ist einer der größten Unterscheidungsunkte zwischen unserem Konzept und der traditionellen Geschäftsstraße mit starren Grundrissen, die so hingenommen werden müssen, wie sie sind. So kommt es oftmals vor, dass bestimmte Einzelhändler erst den Markteintritt in eine Stadt wagen, wenn ihnen entsprechende Flächen in einem Shoppingcenter angeboten werden, da es zuvor in der City schlicht keine geeigneten Flächen für sie gab. Von der dadurch erreichten Ausweitung des Angebots profitiert letztendlich der gesamte innerstädtische Einzelhandel.



**Oben:** Ladengestaltung und Warenpräsentation gewinnen an Bedeutung.

**Darüber:** Spielbereich für Kinder in der Stadt-Galerie Passau

## 170 Mio. Besucher pro Jahr

In den Einzugsgebieten unserer Center leben nahezu 16 Mio. Menschen, über 13 Mio. davon in Deutschland. Damit erreichen wir theoretisch 16% der bundesdeutschen Bevölkerung – jede und jeden Sechsten. Das Einzugsgebiet eines Standortes ist für uns bei der Auswahl eines Objekts für unser Portfolio von Bedeutung: Es wird nach einheitlichen Regeln und jährlich für jedes Shoppingcenter ermittelt und stellt die Anzahl von potenziellen Kunden des jeweiligen Standortes dar. 2013 konnten wir in unseren 19 Objekten insgesamt ca. 170 Mio. Besucher willkommen heißen.

## Unsere größten Mieter

Mit einem Anteil von 5,6% ist die Metro Group unser größter Mietpartner. Sie gehört zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen und ist mit ihren Vertriebsmarken Media Markt und Saturn Elektrofachmärkte, Real-SB-Warenhaus sowie Galeria Kaufhof Warenhaus in einer Vielzahl unserer Shoppingcenter vertreten. An zweiter Stelle folgt die Douglas-Gruppe, einer der führenden europäischen Einzelhändler, der mit seinen Geschäftsbereichen Douglas-Parfümerien, Thalia-Buchhandlungen, Christ-Juwelieregeschäfte, AppelrathCüpper-Modehäuser und Hussel-Confiserien unser Mieter ist und einen Anteil von 4,5% an unserem gesamten Mietvolumen hat (Stand: 31. Dezember 2013).

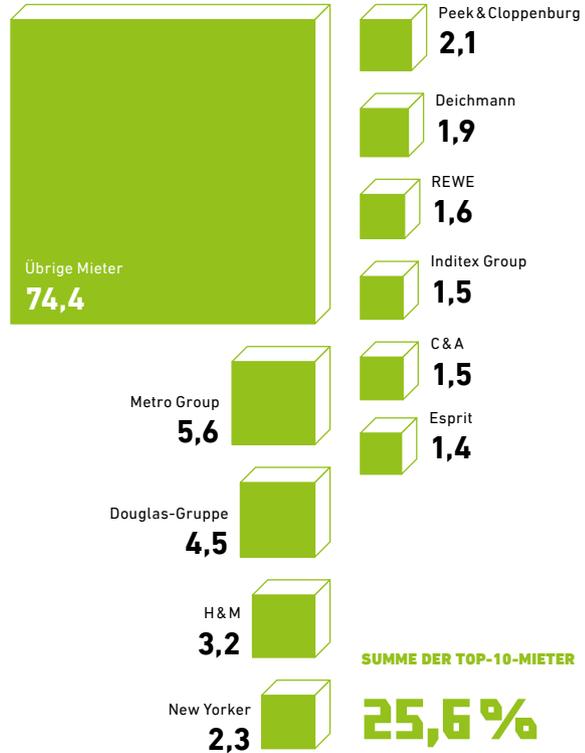
Dabei ist unser Mietvertragsportfolio sehr diversifiziert aufgestellt: Die Top 10 unserer Mieter sind für ein Viertel unserer Mieteinnahmen verantwortlich. Damit bestehen keinerlei große Abhängigkeiten zu einzelnen Mietern.



Der Springbrunnen im Rhein-Neckar-Zentrum: ein beliebter Treffpunkt.

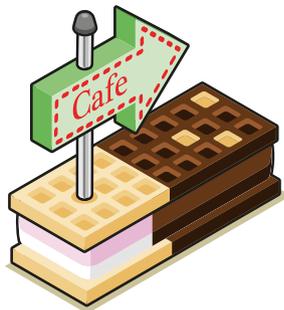
## DIE ZEHN GRÖSSTEN MIETER ANTEIL IN % DER MIETLÖSE

Stand: 31. Dezember 2013



## Langfristige Mietverträge

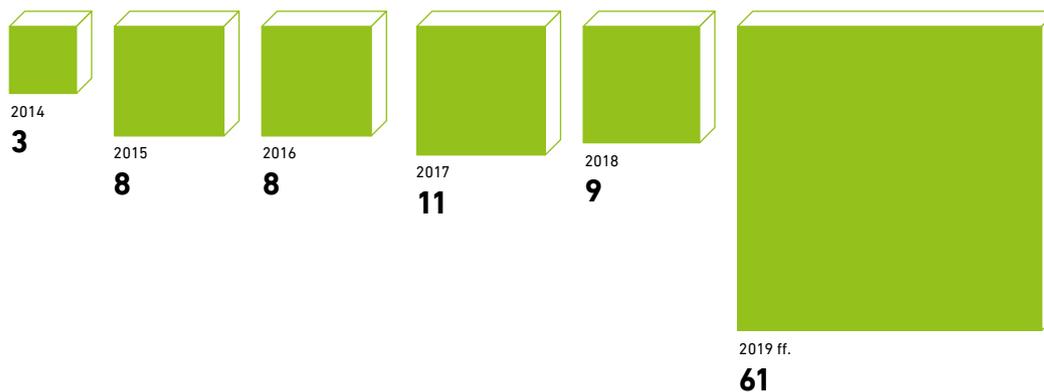
Die Mietverträge, die wir mit unseren Mietpartnern abschließen, haben überwiegend eine Standardlaufzeit von zehn Jahren. Per Stand 31. Dezember 2013 betrug die gewichtete Restlaufzeit der Mietverträge in unserem Portfolio fast sieben Jahre. 61 % unserer Mietverträge sind bis mindestens 2019 gesichert.



### LANGFRISTIGE MIETVERTRÄGE

### LAUFZEIT DER VERTRÄGE, ANTEIL IN %

Stand: 31. Dezember 2013



## Externes Centermanagement

Das Management unserer 19 Shoppingcenter ist an unseren Partner ECE Projektmanagement ausgelagert.

Die ECE entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt Einkaufszentren seit 1965. Mit aktuell 189 Centern im Management ist das Unternehmen europäischer Marktführer bei Shoppinggalerien.

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



## Mietoptimierung statt Mietmaximierung

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

Dabei geht es auch darum, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zu erkennen. So siedeln wir in unseren Centern auch immer Einzelhändler aus Branchen an, die aufgrund des heutigen Mietniveaus in 1a-Lagen nahezu nicht mehr in den Innenstädten zu finden sind, z.B. Spielwaren- und Porzellanhandlungen. Auch Existenzgründern und Nischenkonzepten können wir damit eine Chance geben.

Wir unterscheiden uns in einem wesentlichen Punkt von den meisten Vermietern in einer Fußgängerzone: Als langfristige Investoren ist unser Ziel eine dauerhafte Mietoptimierung und nicht die kurzfristige Maximierung. Unseren Kunden und Besuchern soll eine attraktive Mischung geboten werden. Dabei steht nicht jede einzelne Ladenfläche für sich, sondern die Immobilie als Ganzes im Vordergrund. Die Berechnung jeder einzelnen Miete beruht vor allem auf der Leistungsfähigkeit der Branche, die der Mieter angehört, sowie seiner Lage innerhalb des Shoppingcenters.



Dieses System bietet allen Seiten Vorteile: Als Vermieter können wir so eine auf langfristige Zusammenarbeit und Vertrauen ausgerichtete 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 neuesten Modekonzepten über Accessoires und Drogeriemärkte bis hin zu Dienstleistungen wie Bank- und Postfilialen. Aber auch gastronomisch wird den Gästen etwas geboten: Cafés, Schnellrestaurants und Eisdielen sorgen für eine Erfrischung oder Stärkung zwischendurch.

### Mieter Vielfalt

Der Bereich Mode bildet mit rund 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 vor Ort zu kommen.

Der individuelle Mietermix gibt jedem unserer Center eine ganz persönliche 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 90% von Filialisten dominiert werden. Die kleinteilige Struktur unserer Center bietet den Besuchern jedes Mal aufs Neue Abwechslung und die Möglichkeit, die verschiedenen Konsumbedürfnisse der gesamten Familie zu befriedigen.

### Namhafte Mieter

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

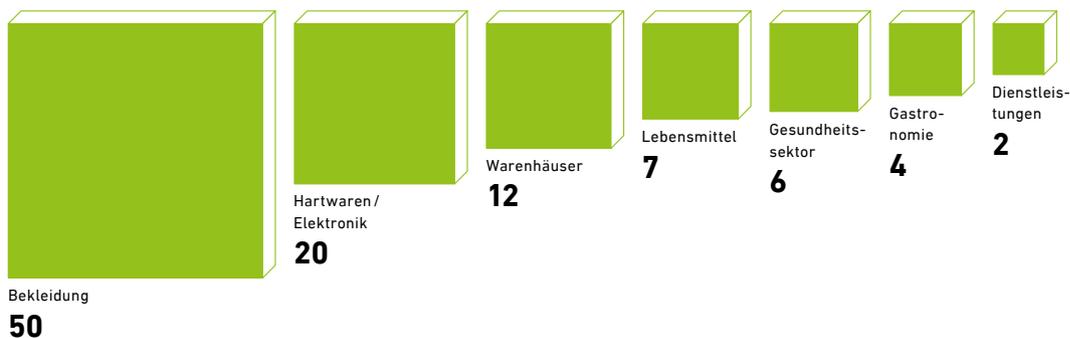
### Einkaufen und erleben

In unseren Centern können sich die Besucher immer auf einheitliche Öffnungszeiten verlassen, ganz im Gegensatz zur klassischen Innenstadt, bei der jeder Einzelhändler für sich selber entscheidet, wann er geöffnet hat. Egal ob Optiker oder Reisebüro, Mode- oder Elektronikanbieter – jeder Mieter steht den Besuchern über die volle Öffnungszeiten zur Verfügung. Auch dies ist ein strategischer Vorteil, der besonders von Kunden mit weiten Anfahrtswegen geschätzt wird.

## BRANCHENMIX

## IN % DER MIETFLÄCHE

Stand: 31. Dezember 2013



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

Jeder unserer Mietpartner ist automatisch auch Mitglied in der Werbegemeinschaft des jeweiligen Shoppingcenters. Dies bedeutet, dass er an den Marketingkosten des Centers beteiligt wird und aktiv in einem Ausschuss an der Marketingstrategie mitarbeiten kann. Die Werbegemeinschaft plant u. a. gemeinsam mit dem Centermanagement Veranstaltungen. Dabei wird das Shoppingcenter

immer wieder zu einem lebendigen Marktplatz: Modenschauen, Foto- 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 Centerzeitung, 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. Radiospots, Werbung auf und im öffentlichen Personennahverkehr und City-Light-Werbeplakate sorgen für eine hohe Reichweite der Werbemaßnahmen.

## Anlagerichtlinien

Zu den wichtigsten Anlagerichtlinien der Deutsche EuroShop gehören:

- ☀ Die DES investiert ausschließlich in Shoppingcenter.
- ☀ Die Mindestobjektgröße beträgt 15.000 m<sup>2</sup>, von denen nicht mehr als 15 % auf Büroflächen oder sonstige nicht einzelhandelsbezogene Nutzungen entfallen sollten.
- ☀ Die Standorte sollten ein Einzugsgebiet von mindestens 300.000 Einwohnern aufweisen.
- ☀ Ankäufe von Shoppingcenter-Projekten erfolgen grundsätzlich erst, wenn eine vollziehbare Baugenehmigung vorliegt und 40 % der Mietflächen durch verbindliche Mietvertragsangebote langfristig abgesichert sind.
- ☀ Projektentwicklungen ohne Baurecht und Vorvermietung können im Rahmen von Joint Ventures übernommen werden. Die Projektentwicklungskosten dürfen im Einzelfall 5 % und die Summe aller Projektentwicklungen 10 % des Eigenkapitals der Deutsche EuroShop nicht übersteigen.
- ☀ Der Investitionsschwerpunkt liegt in Deutschland. Langfristig sollen Investitionen im europäischen Ausland einen Anteil von 25 % am Gesamtinvestitionsvolumen nicht überschreiten.

HEUTE!  
Minigolf-  
Turnier

DESSOUS  
MODEN  
SCHAU

Oktoberfest

DEUTSCHE EUROSHOP GESCHÄFTSBERICHT 2013/DIE CENTER





# Aktionen in den Centern 2013

## WILD UND WALD IN WILDAU

Im August 2013 war vorübergehend Grün die vorherrschende Farbe im A10 Center in Wildau / Berlin. Unter dem Motto „Faszination Wald – die Natur entdecken“ konnten Kunden den Wald in verschiedenen Szenarien entdecken und kennenlernen. Die Ausstellungsflächen verwandelten das Center in Waldflächen, die nach Schwerpunkten unterteilt waren. Neben der Waldschönung, der Wald-



lichtung, den Raubtieren und den Stimmen des Waldes wurden auch das Baumzeitalter und die Waldwirtschaft thematisiert. Eine weitere Ausstellungsfläche befasste sich mit dem Ökosystem des Waldes. Eine Waldschule lud zum Erforschen, Erlernen und Erleben ein. Die täglich angebotenen Führungen haben viel Zuspruch bei Schulklassen und interessierten Besuchern gefunden.





### DIE WELT DER SEMPEROPER IN DRESDEN

Wie arbeitet eigentlich ein Maskenbildner? Woher stammen die Kostüme, die Sänger und Tänzer auf der Bühne tragen? Und wie entsteht ein Bühnenbild? Antworten hierauf gab es im Juni für die Besucher der Altmarkt-Galerie Dresden. Eine Ausstellung widmete sich ausführlich den Gewerken, die hinter den Kulissen der benachbarten Semperoper dafür sorgen, dass die Vorstellungen zu einem gelungenen Symphonie-, Opern oder Ballettvergnügen werden, und sorgte im wahrsten Sinne des Wortes für einen Blick „hinter die Kulissen“. Diverse Exponate, wie z. B. eine überdimen-



sionale Teekanne aus dem Bühnenbild des Balletts „Coppélia“, haben dabei das Flair eines Bühnenstücks in die Mall gebracht. Interessierte konnten auch viel über die Komponisten Richard Wagner und Richard Strauss lernen, deren Werdegang eng mit dem Dresdner Opernhaus verknüpft ist.

### EINE PRINZESSIN IM RHEIN-NECKAR-ZENTRUM



Der 12. November 2013 war ein ganz besonderer Tag für Freunde der Fasnacht aus Mannheim und der umliegenden Region: Die Freudenheimer Karnevalsgesellschaft „Lallehaag“ hat im Rhein-Neckar-Zentrum ihre neue Stadtprinzessin vorgestellt. Jana I. arbeitet in ihrem „bürgerlichen Leben“ als Abteilungsleiterin unseres Mieters Engelhorn und die enge

Verbundenheit zu ihrem Arbeitsort spiegelte sich auch in ihrem Titel wider: „Jana I. Prinzessin der Stadt Mannheim und der Kurpfalz aus dem Hause Rhein-Neckar-Zentrum“ hieß sie während ihrer Regentschaft. Dabei standen Autogrammstunden, Auftritte und Kindertanzwettbewerbe im Center auf dem Programm, bei denen unter anderem Spenden für die Forschung über kindliche Krebserkrankungen gesammelt wurden.



# Umwelt



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

2013 hatten alle unsere deutschen Shoppingcenter Lieferverträge mit Versorgern, die regenerative Energiequellen wie z.B. Wasserkraft zur Stromerzeugung nutzen. Der Verein „EnergieVision“ hat 2013 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.

## Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes

in t



Die CO<sub>2</sub>-Einsparung war 2013 leicht rückläufig, da die Center insgesamt weniger Strom verbraucht haben, der EEG-Anteil von 24,0% auf 29,4% gestiegen und der CO<sub>2</sub>-Wert des Stroms von 0,491 kg / kWh auf 0,474 kg / kWh gesunken ist. Das sind drei positive Entwicklungen für unsere Umwelt.

Die deutschen Center bezogen 2013 insgesamt rund 67,4 Mio. kWh Ökostrom. Das entsprach 100% des Strombedarfs in diesen Einkaufszentren. Der Kohlendioxid ausstoß hat sich damit nach vorsichtigen Berechnungen um rund 22.500 t reduziert – das entspricht dem CO<sub>2</sub>-Jahresausstoß von rund 1.020 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.



## Von Multi- und Cross-Channel zur Zukunft bei Douglas

# Omni-Channel

**Im Jahr 2000 war Douglas mit dem ersten autorisierten Beauty-Onlineshop (douglas.de) Pionier der Branche in Deutschland. Auch heute wächst das Unternehmen nach wie vor stark im Onlinegeschäft im In- und Ausland.**



Douglas-Parfümerie,  
Schloss-Arkaden, Braunschweig

Seit vielen Jahren ist Douglas mit attraktiven Parfümerien in den Shoppingcentern der Deutsche EuroShop vertreten. Das stationäre Geschäft ist ein wichtiges Standbein des Parfümerie-Unternehmens, das immer stärker auf die Verzahnung von On- und Off-linehandel setzt.

Die Parfümerien sind und bleiben die erste Adresse, wenn es um sinnliche Erlebnisse und persönliche Eindrücke mit Düften, Pflege und dekorativer Kosmetik geht. Denn auch in Zukunft wird das Internet einen Parfümeriebesuch nicht vollständig simulieren oder ersetzen können. Deshalb verzahnt das Unternehmen kontinuierlich das Geschäft in den Parfümerien mit dem Online-Shop und weiteren Kanälen.

So verfügen beispielsweise die Filialen über Terminals, an denen nicht vorrätige Produkte über das Internet geordert und nach Hause oder in die Parfümerie geschickt werden können. Andersherum besitzt jede Douglas-Parfümerie ein eigenes Profil im Online-Shop, sodass sich Kunden im Internet über Produkte, aktuelle Angebote,

Serviceleistungen oder Events in den Filialen informieren können. Außerdem kann im Internet die Verfügbarkeit von Produkten in einzelnen Filialen abgefragt werden. Falls das Produkt vielleicht momentan dort nicht verfügbar ist, kann man so eine andere Filiale besuchen oder das Produkt online bestellen.

Zudem hat Douglas viele interaktive Features in seinem Online-Shop integriert, die dem Kunden auch bei einem Filialbesuch wertvolle Orientierung liefern können. So ist es beispielsweise möglich, gekaufte Produkte im Online-Shop zu bewerten und so seine Erfahrungen mit dem Produkt mit anderen Kunden zu teilen. Eine Douglas-App für Smartphones ermöglicht mobiles Beauty-Shopping und verschiedene Servicefunktionen. Internet und Social Media können das stationäre Geschäft hervorragend unterstützen, denn alle Kanäle haben dasselbe Ziel: dem Kunden das Einkaufserlebnis so attraktiv und angenehm wie möglich zu gestalten.

Das Cross-Channelkonzept von Douglas ist mehrfach von der Fachpresse ausgezeichnet worden und wird stetig weiter ausgebaut.

## Drei Beispiele für das hervorragende Zusammenwirken von Online- und offline-Elementen bei Douglas im Überblick:

### 1.

Im Internet bestellte Ware kann an eine beliebige Anschrift oder in die Wunschfiliale geliefert und dort abgeholt werden und gegebenenfalls dort auch bezahlt sowie umgetauscht oder retourniert werden.

### 2.

Der Verfügbarkeits-Check im Online-Shop ermöglicht Kunden, vor ihrem Einkaufsbummel in der Stadt die Produktverfügbarkeit in der Parfümerie zu prüfen. Ab Sommer 2014 kann das Wunschprodukt via Website zur Abholung im Geschäft reserviert werden.

### 3.

Bei douglas.de können Kunden in der Parfümerie oder im Online-Shop gekaufte Produkte bewerten und ihre Erfahrungen so mit anderen Kunden teilen sowie diese Informationen für ihren Einkauf nutzen und zur Beratung hinzuziehen.



24/7 ONLINE-SHOPPING  
DOUGLAS.DE

# La Maison du Pain

*Korzbrötchen im Frankreich  
im Zentrum des Wein-Taunus-  
Zentrums*

**Boulangerie, Patisserie und Brasserie – mit dieser Mischung und dem Charme der provenzalisch eingerichteten Backstube mit dem durch und durch französischen Ambiente begrüßt La Maison du Pain seine Gäste im Main-Taunus-Zentrum, wo es seit November 2011 unser Mieter in der neuen Mall der Norderweiterung ist.**



Auf die Gäste warten u. a. Croissants, Beignets, Pains au Chocolat, Petits Fours, warme und kalte Tartines, belegte Baguettes, leckere Suppen, herzhaftes Quiches und Salate. Das alles macht die Auswahl nicht immer einfach, egal ob zum Frühstück, Mittagessen oder Feierabendsnack. Die Spezialitäten nach original französischen Rezepturen werden den ganzen Tag über frisch angeboten und exklusiv für La Maison du Pain hergestellt oder vor Ort gebacken. Auch für eine

Stärkung zwischendurch ist gesorgt, seit Februar können die Kunden sich durch ein Gästefenster mit einem Kaffee to go oder einem Croissant für ihren weiteren Schaufensterbummel stärken.

Die Kette besitzt mittlerweile fünf Filialen im Rhein-Main-Gebiet. Inhaber Bernd Steiner, der die Gruppe erst Anfang 2014 übernommen hat, möchte Orte schaffen, an denen man sich wie im Kurzurlaub in Frankreich fühlen kann, und schon bald weitere Dependancen in ganz Deutschland eröffnen. Das Maison du Pain im MTZ ist für ihn dabei eine echte Vorzeigefiliale und zeichnet sich durch ein besonderes französisches Flair aus: Rustikal-ländlich gehaltenes Mobiliar aus massivem Holz, Böden aus gebeizter Eiche und Kristalleuchter im Restaurant strahlen Gemütlichkeit aus, dazu erklingen im Hintergrund Chansons. Im Sommer können sich die Gäste auch auf der filialeigenen Terrasse entspannen. Das freundliche Personal sieht mit seinen Konditorhauben sehr authentisch aus. Und dann verströmt der Backofen noch diesen einzigartigen Duft, den man wohl nur in einer Landbäckerei im Süden Frankreichs erwarten würde.



Die Spezialitäten werden exklusiv für La Maison du Pain hergestellt oder vor Ort gebacken.



Mit der Automatenstraße bot das Main-Taunus-Zentrum einst eine Einkaufsmöglichkeit rund um die Uhr.

# 50 Jahre Main-Taunus- Zentrum

Von Manfred Becht

**Das Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach, in ganz enger Nachbarschaft zur hessischen Wirtschaftsmetropole Frankfurt, ist nicht irgendein Einkaufszentrum. Es ist, wenn man so will, die Mutter aller Shoppingcenter.**



Es entstand als allererstes seiner Art in Europa im Jahre 1964 und kann daher jetzt ein rundes Jubiläum feiern – seinen 50. Geburtstag. Das heißt aber keineswegs, dass es aus der Mode gekommen wäre, im Gegenteil. Als die Frankfurter

Rundschau zu Beginn dieses Jahres die Shoppingcenter der Region testete, hat das Main-Taunus-Zentrum die volle Punktzahl erreicht und damit den ersten Platz belegt. Dabei ist die Konkurrenz im Rhein-Main-Gebiet mit neuen und gut eingeführten Shoppingcentern beträchtlich.

Das konnten der Kanadier Jerry Shefsky und der US-Amerikaner Vincent Cariste nicht ahnen, als sie im Jahr 1959 Ballungsgebiete in der Bundesrepublik Deutschland bereisten. Sie waren auf der Suche nach dem optimalen Standort für ein Einkaufszentrum. Im April 1961 gaben die beiden Geschäftsführer der gerade gegründeten Deutschen Einkaufszentrum GmbH (DEZ) bekannt, dass ihr erstes Projekt in der Gemeinde Sulzbach gebaut werden sollte.

Im Ort waren keineswegs alle damit einverstanden. Aber der Bürgermeister argumentierte mit erheblichen Einnahmen aus der Gewerbesteuer, und das eröffnete seiner Gemeinde blendende Perspektiven. Auch die Bauern waren einverstanden, denn sie wollten sich ihre Äcker gut bezahlen lassen. Als die Baugenehmigung auf dem Tisch lag, ging es schnell, nicht einmal Bombenfunde aus dem Zweiten Weltkrieg konnten die zeitweise mehr als

1.000 Arbeiter länger aufhalten. Es entstanden 80 Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe, ein Ärztehaus und ein Kindergarten. Das Main-Taunus-Zentrum oder einfach MTZ, wie es von Anfang an hieß, startete mit 45.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Eine besondere Attraktion war die größte Automatenstraße Deutschlands – rund um die Uhr konnte man unter 1.200 Artikeln wählen.

Vom ersten Tag an war das MTZ eine Erfolgsgeschichte und wurde dementsprechend immer wieder ausgebaut und vergrößert. Dabei war man immer wieder innovativ: 1968 wurde das Autokino eröffnet, auch diese Idee stammte aus den USA. In dieser Phase begann das MTZ mit einer Neuorientierung: Die Verträge für ausgesprochene Billigläden wurden nicht verlängert, das Niveau des Angebotes erhöht. 1994 wurde das Kinopolis eröffnet, auch das eine Reaktion auf eine Veränderung des Zeitgeistes.

Wieder neuen Schub brachte das Jahr 1998 – das Management des Main-Taunus-Zentrums wurde von der ECE übernommen. In Sulzbach wurde der Ausbau fortgesetzt – die Ladenstraße auf 500 m verlängert, die Verkaufsfläche weiter vergrößert. Aber auch die Optik änderte sich. Die kühle Struktur der Anfangsjahre wich einer dekorativeren, verspielteren Architektur. Mit der überdachten Markthalle erhielt die Flaniermeile einen Treff- und Mittelpunkt. Das MTZ gehört mehrheitlich der Deutsche EuroShop, die seit ihrer Gründung im Jahr 2000 an dem Objekt beteiligt ist.



Die Autobahn war in den frühen Jahren des MTZ ein besonderer Anziehungspunkt für die jüngsten Besucher.

Nur wenige Jahre danach wurde nicht nur das Angebot ausgeweitet. Mit Media Markt kam ein neuer attraktiver Anbieter für Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte und Computer hinzu. Auch der Bau des Bekleidungshauses Breuninger erschloss dem MTZ neue Käuferschichten. Alleine Breuninger vergrößerte die Verkaufsfläche des MTZ um 9.000 m<sup>2</sup>. All diese Geschäfte mit ihrem hochwertigen Angebot machen das Main-Taunus-Zentrum gerade für anspruchsvolle Kunden aus einer kaufkraftstarken Region immer attraktiver. Um dem größeren Kundenstrom gerecht zu werden, wurde ein Parkhaus mit 1.700 Plätzen errichtet.

Die größte Erweiterung seit seiner Eröffnung erlebte das Main-Taunus-Zentrum durch den Bau einer zweiten Ladenstraße, die 2012 eröffnet wurde. 75 Mio. € wurden investiert, die Verkaufsfläche um 12.000 auf nun 91.000 m<sup>2</sup>

erweitert. 70 neue Geschäfte wurden eröffnet, insgesamt bieten nun 170 Shops dort ihre Waren und Dienstleistungen an. Mieter wie Hollister und Apple sorgen dafür, dass sich auch das junge Publikum mehr als früher vom Main-Taunus-Zentrum angezogen fühlt. Vor allem die Mode, schon immer Schwerpunkt im MTZ, ist nun mit einem noch breiteren Spektrum vertreten, erheblich ausgebaut wurde auch die Gastronomie. Außerdem wurden weitere Parkplätze geschaffen – 4.500 Stück gibt es nun, und alle sind kostenlos.

Die Norderweiterung hat sich schnell als großer Erfolg herausgestellt. Der Umsatz stieg um 80 auf rund 400 Mio. € im Jahr. Durchschnittlich 40.000 Menschen kommen täglich, das Main-Taunus-Zentrum ist damit einer der am stärksten frequentierten Einzelhandelsstandorte in Deutschland.



Noch standen Bauschilder – und schon am ersten Tag erlebte das Main-Taunus-Zentrum einen enormen Kundenansturm.



Und es gibt gute Voraussetzungen für eine auch künftig erfolgreiche Entwicklung des MTZ. Rund 2,2 Mio. Menschen wohnen in seinem Einzugsbereich, und das Rhein-Main-Gebiet ist die einzige Region Hessens, für die noch für eine längere Zeit ein Wachstum der Bevölkerung vorhergesagt wird. Der Main-Taunus-Kreis, in dem das MTZ liegt, hat die vierthöchste Kaufkraft aller deutschen Landkreise, der angrenzende Hochtaunuskreis gar das zweithöchste Pro-Kopf-Einkommen. Die Lage direkt an der Frankfurter Stadtgrenze, in Sichtweite der vielbefahrenen Autobahn A66, würde noch besser, wenn Pläne realisiert werden könnten, direkt am MTZ einen S-Bahnhof

einzurichten. Das Einzelhandelskonzept des Regionalverbandes Frankfurt / Rhein-Main sieht zwar vor, dass „auf der grünen Wiese“ keine zusätzlichen Verkaufsflächen geschaffen werden sollen. Aber keine politische Vorgabe wird für die Ewigkeit gemacht ...

#### VERANSTALTUNGSPLAN DES MAIN-TAUNUS-ZENTRUMS FÜR 2014:

- 02.–04.01.: Eiswelten
- 14.02.: Valentinstag
- 01.–03.03.: Fastnacht
- 28.–29.03.: Frühjahr / Sommer
- 03.–19.04.: Ostern
- 26.06.–05.07.: Tüfteln & Knobeln
- 10.06.–16.08.: Ferienspiele
- 21.–30.08.: The Beatles
- 04.–20.09.: 50 Jahre MTZ
- 02.–11.10.: Fashion Star
- 24.11.–24.12.: Weihnachten



**Oben:** Immer wieder lassen sich Prominente im Main-Taunus-Zentrum blicken – hier der Schlagersänger Heino in seinen frühen Jahren.

**Links:** Der Springbrunnen mit den Pinguinen war Jahrzehnte der zentrale Treffpunkt MTZ und ist vielen noch in guter Erinnerung.



# Fünf Jahre Stadt-Galerie Passau

**Im September 2008 wurde die Stadt-Galerie Passau nach nur 23 Monaten Bauzeit feierlich eröffnet und bietet seitdem Passauern sowie Touristen eine einzigartige Einkaufsattraktion im City-Quartier „Neue-Mitte“.**



Damit konnte im Herbst 2013 der fünfte Geburtstag mit einem großen Programm für Kunden, Mitarbeiter und Besucher gefeiert werden. Zum Start der Feierlichkeiten gab es am 26. September 2013 einen Empfang mit dem Passauer Oberbürgermeister sowie eine riesige Geburtstagstorte, deren mehr als 1.000 Stücke unter allen Besuchern kostenlos verteilt wurden.

Bei diversen Gewinnspielen wurden in einem Zeitraum von zwei Wochen täglich hochwertige Preise verlost. Der Hauptgewinn beim großen Finale am 12. Oktober 2013 war ein Volkswagen Beetle inkl. Parkplatz in der Stadt-Galerie, über den sich die 23-jährige Passauerin Kathrin Kreitmeier freuen durfte.

Ein weiteres Highlight war ein Midnightshopping, bei dem die Läden bis Mitternacht geöffnet hatten und parallel bei verschiedenen extravaganen Modenschauen die neuesten Modetrends der aktuellen Kollektionen vorgestellt wurden. Auch hier gab es eine Verlosung: Zu gewinnen war ein Shoppingtag der Extraklasse, der beim Gewinner zuhause begann: Nach der Abholung mit einer Limousine ging es in die Stadt-Galerie. Dort wurde die glückliche Gewinnerin nach einem Haarstyling mit Make-up von einem Shoppingberater beim Einkaufen im Wert von 555 € unterstützt.



**Oben:** Passaus Oberbürgermeister Jürgen Dupper beim Anschneiden der Geburtstagstorte.

**Rechts:** Lena wurde gemeinsam mit der Stadt-Galerie fünf Jahre alt und durfte ihre Freundinnen zu einer ganz besonderen Party einladen.

Neben der Stadt-Galerie stand auch ein weiteres Geburtstagskind im Mittelpunkt: Die kleine Lena wurde ebenfalls fünf Jahre alt und als Gewinnerin einer ganz besonderen Feier ausgelost: Sie durfte zehn Freundinnen und Freunde einladen, für die es Geschenke, Kuchen und sogar einen eigenen Zauberer gab.

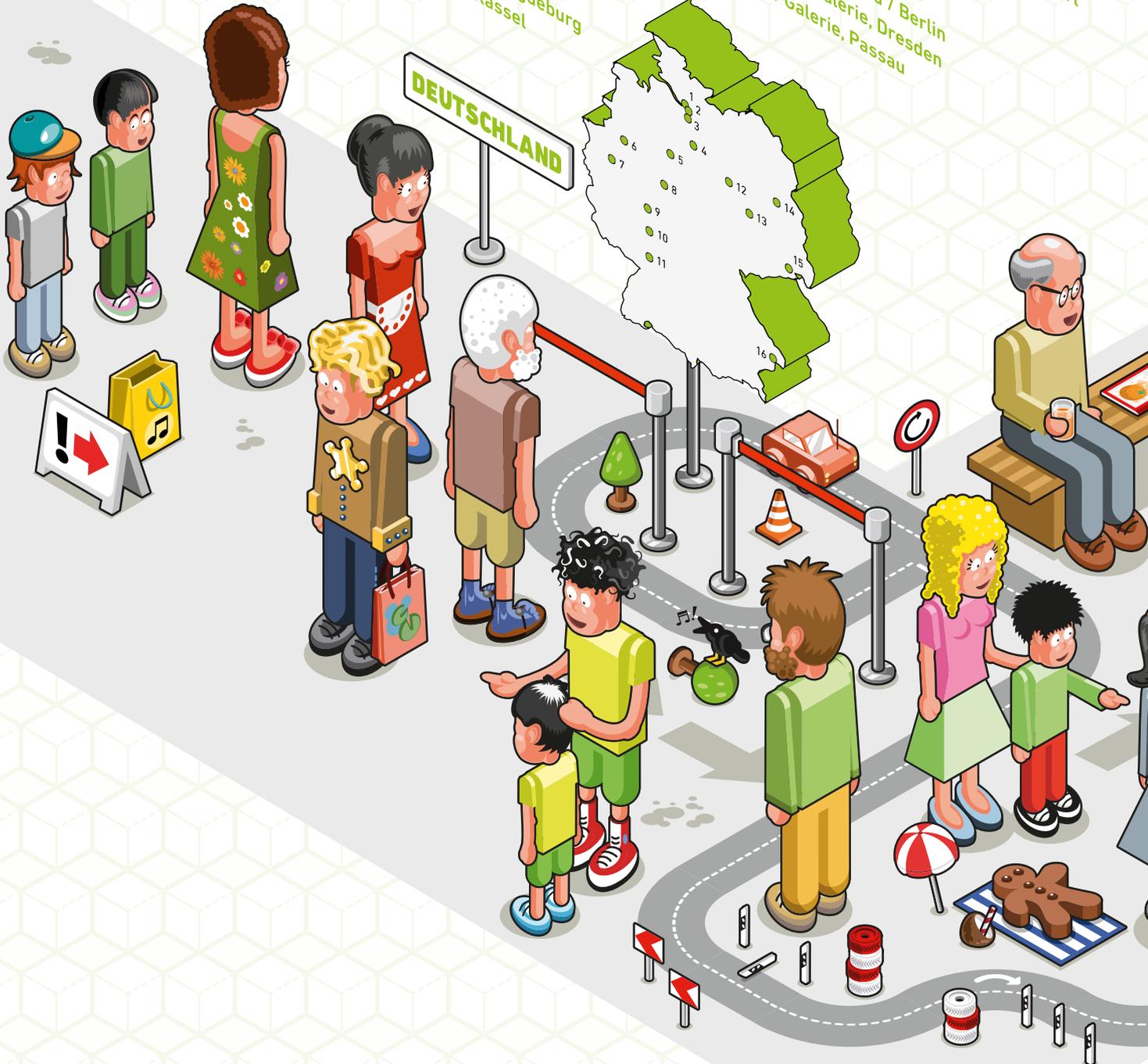
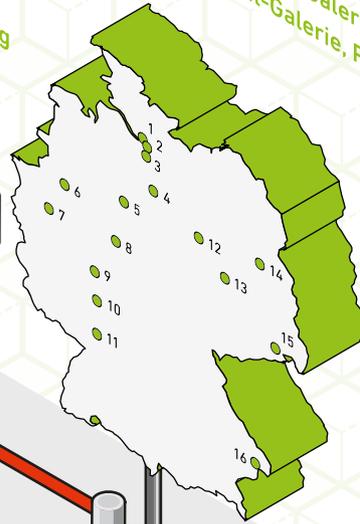
Begleitet wurde das Geburtstagsprogramm zudem von zahlreichen Events im Center sowie Aktionen der Mietpartner, die besondere Angebote oder gastronomische Highlights serviert haben.

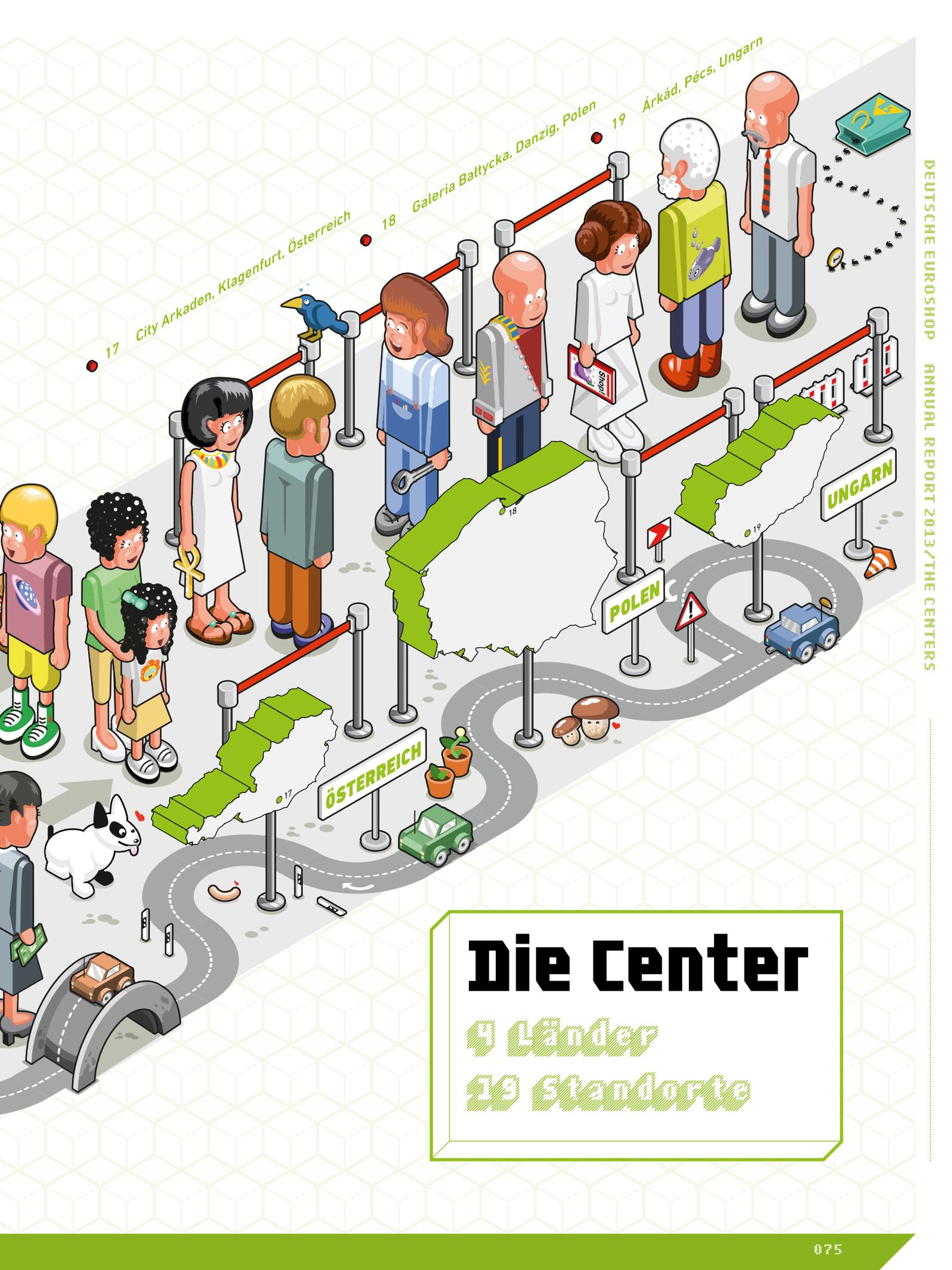


- 1 Herold-Center, Norderstedt
- 2 Billstedt-Center, Hamburg
- 3 Phoenix-Center, Hamburg
- 4 City-Galerie, Wolfsburg
- 5 Stadt-Galerie, Hameln
- 6 Allee-Center, Hamm
- 7 Allee-Center, Magdeburg
- 8 City-Point, Kassel

- 9 Forum, Wetzlar
- 10 Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach / Frankfurt
- 11 Rhein-Taunus-Zentrum, Viernheim
- 12 Allee-Neckar-Zentrum, Magdeburg
- 13 Rathaus-Center, Dessau
- 14 A10 Center, Wildau / Berlin
- 15 Altmarkt-Galerie, Dresden
- 16 Stadt-Galerie, Passau

DEUTSCHLAND





# Die Center

9 Länder

29 Standorte

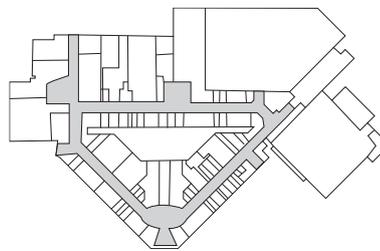
## ★ A10 Center ★

Wildau/Berlin



Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 120.000 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	67.800 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	4.000
Anzahl der Geschäfte:	200
Vermietungsstand:	99 %
Einzugsgebiet:	1,2 Mio. Einw.
Ankauf:	Januar 2010
Eröffnung:	1996
Umstrukturierung / Modernisierung:	2010–2011
Ankermieter:	Bauhaus, C&A, H&M, Karstadt Sports, MediMax, Peek & Cloppenburg, real

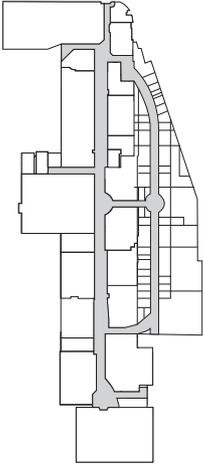
Chausseestr. 1  
15745 Wildau



# 6,84

Besucher 2013 (in Mio.)

[www.a10center.de](http://www.a10center.de)

Beteiligung:	52 %	<p><b>Königsteiner Str. 65843 Sulzbach (Taunus)</b></p> 
Mietfläche:	rd. 118.400 m <sup>2</sup>	
davon Verkaufsfläche:	98.500 m <sup>2</sup> *	
Stellplätze:	4.500	
Anzahl der Geschäfte:	170	
Vermietungsstand:	100 %	
Einzugsgebiet:	2,2 Mio. Einw.	
Ankauf:	September 2000	
Eröffnung:	1964	
Umstrukturierung / Modernisierung:	2004	
Erweiterung:	2011	
Ankermieter:	Apple, Breuninger, Galeria Kaufhof, H&M, Hollister, Karstadt, Media Markt, REWE	

\* zzgl. C&A



**6,61**  
Besucher 2013 (in Mio.)

[www.main-taunus-zentrum.de](http://www.main-taunus-zentrum.de)

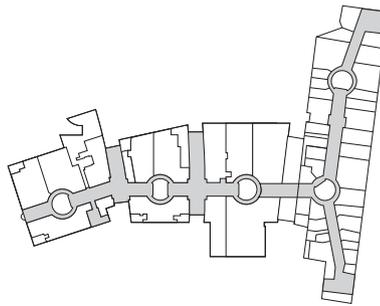
★ **Main-Taunus-Zentrum** ★  
Sulzbach/Frankfurt

# 15,81

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100%
Mietfläche:	rd. 77.000 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	51.300 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	500
Anzahl der Geschäfte:	200
Vermietungsstand:	95%
Einzugsgebiet:	1,0 Mio. Einw.
Ankauf:	September 2000
Eröffnung:	2002
Erweiterung:	2011
Ankermieter:	Apple, Hollister, H&M, Saturn, SinnLeffers, SportScheck, Zara

**Webergasse 1**  
**01067 Dresden**



★ **Altmarkt-Galerie** ★

Dresden

[www.altmarkt-galerie-dresden.de](http://www.altmarkt-galerie-dresden.de)

# ★ Rhein-Neckar-Zentrum ★

Viernheim/Mannheim

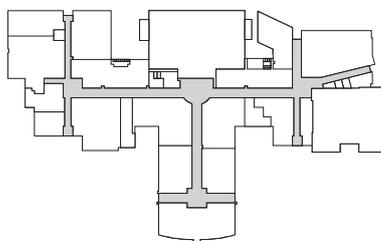


## 7,05

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 64.300 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	60.000 m <sup>2</sup> *
Stellplätze:	3.800
Anzahl der Geschäfte:	110
Vermietungsstand:	99 %
Einzugsgebiet:	1,2 Mio. Einw.
Ankauf:	September 2000
Eröffnung:	1972
Umstrukturierung / Erweiterung:	2002
Ankermieter:	engelhorn Active Town, Humanic, H&M, Peek & Cloppenburg, TK Maxx, Zara

Robert-Schumann-Str. 8a  
68519 Viernheim



\* zzgl. Karstadt und C&A

[www.rhein-neckar-zentrum-viernheim.de](http://www.rhein-neckar-zentrum-viernheim.de)

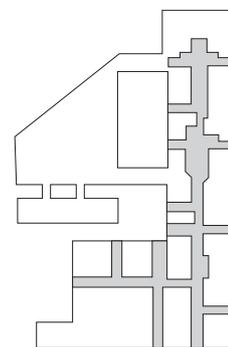
★ Herold-Center ★

Norderstedt



Beteiligung:	100%
Mietfläche:	rd. 56.200 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	28.100 m <sup>2</sup> *
Stellplätze:	850
Anzahl der Geschäfte:	140
Vermietungsstand:	97%
Einzugsgebiet:	0,5 Mio. Einw.
Ankauf:	Januar 2013
Eröffnung:	1971
Umstrukturierung / Erweiterung:	1995 und 2003
Ankermieter:	C&A, H&M, Peek & Cloppenburg, REWE

Berliner Allee 34-44  
22850 Norderstedt



\* zzgl. Karstadt

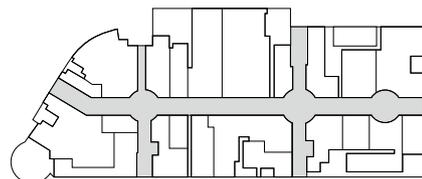
**11,40**

Besucher 2013 (in Mio.)

[www.herold-center.de](http://www.herold-center.de)

Beteiligung:	50%
Mietfläche:	rd. 51.300 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	36.000 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	1.300
Anzahl der Geschäfte:	150
Vermietungsstand:	98%
Einzugsgebiet:	0,7 Mio. Einw.
Ankauf:	Oktober 2011
Eröffnung:	1998
Erweiterung:	2006
Ankermieter:	H&M, Saturn, SinnLeffers, SportScheck, REWE

**Ernst-Reuter-Allee 11**  
**39104 Magdeburg**



**9,79**

Besucher 2013 (in Mio.)

★ **Allee-Center** ★  
Magdeburg

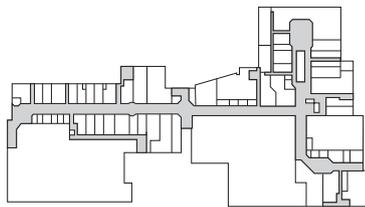
[www.allee-center-magdeburg.de](http://www.allee-center-magdeburg.de)

# 10,42

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100%
Mietfläche:	rd. 42.800 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	30.000 m <sup>2</sup> *
Stellplätze:	1.500
Anzahl der Geschäfte:	110
Vermietungsstand:	99%
Einzugsgebiet:	0,7 Mio. Einw.
Ankauf:	Januar 2011
Eröffnung:	1969/1977
Umstrukturierung:	1996
Ankermieter:	C&A, H&M, Media Markt, TK Maxx, Toom

Möllner Landstr. 3  
22111 Hamburg



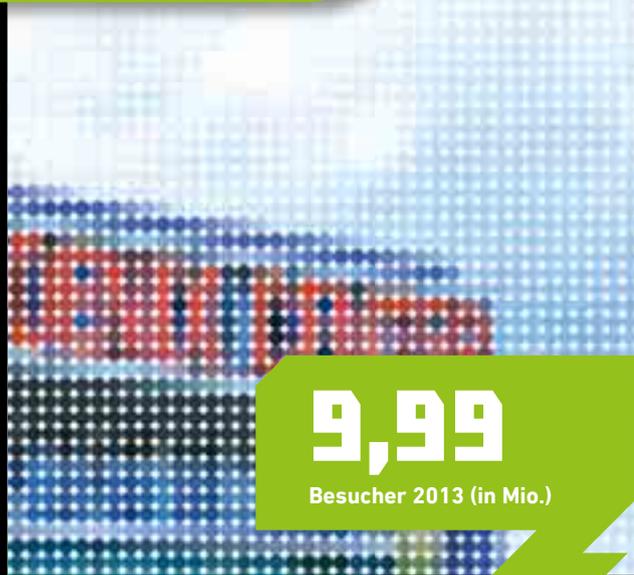
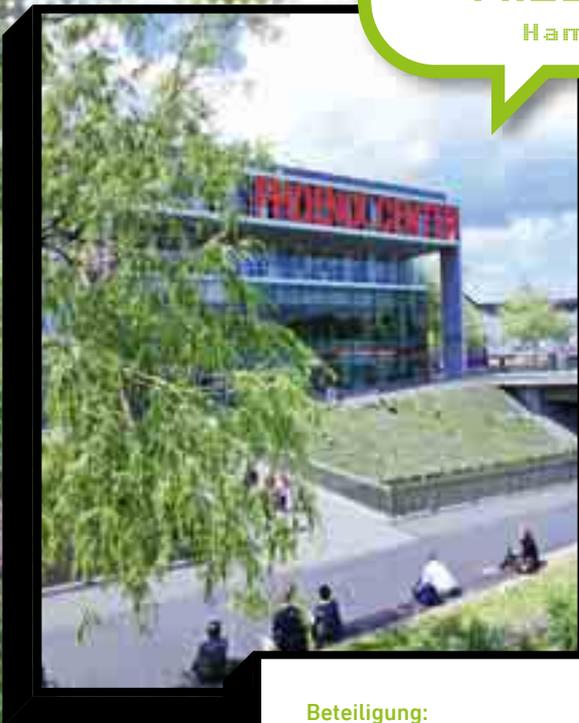
\* zzgl. Karstadt



★ Billstedt-Center ★  
Hamburg-Billstedt

[www.billstedt-center.de](http://www.billstedt-center.de)

★ Phoenix-Center ★  
Hamburg-Harburg

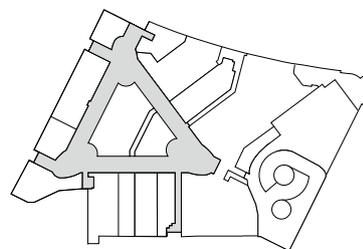


**9,99**

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	50 %
Mietfläche:	rd. 39.200 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	30.600 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	1.600
Anzahl der Geschäfte:	110
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	0,6 Mio. Einw.
Ankauf:	August 2003
Eröffnung:	2004
Ankermieter:	C&A, H&M, Karstadt Sports, Media Markt, New Yorker, REWE, SinnLeffers

Hannoversche Str. 86  
21079 Hamburg



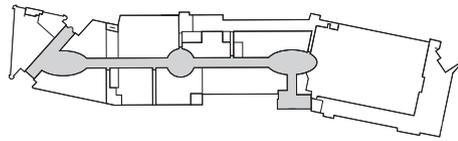
[www.phoenix-center-harburg.de](http://www.phoenix-center-harburg.de)

★ Forum ★  
Wetzlar



Beteiligung:	65%
Mietfläche:	rd. 34.400 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	29.300 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	1.700
Anzahl der Geschäfte:	110
Vermietungsstand:	100%
Einzugsgebiet:	0,5 Mio. Einw.
Ankauf:	Oktober 2003
Eröffnung:	2005
Ankermieter:	Kaufland, Media Markt, Sporthaus Kaps, Thalia

Am Forum 1  
35576 Wetzlar



7,02

Besucher 2013 (in Mio.)

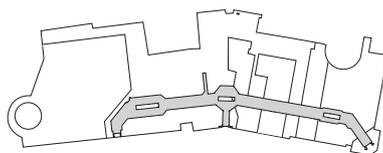
[www.forum-wetzlar.de](http://www.forum-wetzlar.de)

**6,29**

Besucher 2013 (in Mio.)

**Beteiligung:** 100 %  
**Mietfläche:** rd. 33.900 m<sup>2</sup>  
**davon Verkaufsfläche:** 28.000 m<sup>2</sup>  
**Stellplätze:** 1.300  
**Anzahl der Geschäfte:** 90  
**Vermietungsstand:** 99 %  
**Einzugsgebiet:** 1,0 Mio. Einw.  
**Ankauf:** April 2002  
**Eröffnung:** 1992  
**Umbau / Umstrukturierung:** 2003 und 2009  
**Ankermieter:** C&A, H&M, Peek & Cloppenburg, REWE, Saturn

**Richard-Matthaei-Platz 1**  
**59065 Hamm**



★ **Allee-Center** ★

Hamm

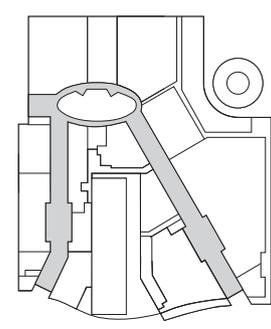
[www.allee-center-hamm.de](http://www.allee-center-hamm.de)

7,74

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 30.800 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	24.000 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	800
Anzahl der Geschäfte:	100
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	0,5 Mio. Einw.
Ankauf:	September 2000
Eröffnung:	2001
Umstrukturierung:	2011
Ankermieter:	Hempel, New Yorker, REWE, Saturn

Porschestra. 45  
38440 Wolfsburg



★ City-Galerie ★  
Wolfsburg

[www.city-galerie-wolfsburg.de](http://www.city-galerie-wolfsburg.de)

## ★ Rathaus-Center ★

Dessau-Roßlau

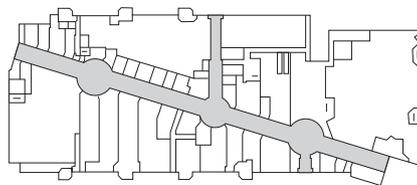


# 5,85

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 30.400 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	20.400 m <sup>2</sup> *
Stellplätze:	850
Anzahl der Geschäfte:	90
Vermietungsstand:	98 %
Einzugsgebiet:	0,6 Mio. Einw.
Ankauf:	November 2005
Eröffnung:	1995
Ankermieter:	H&M, Modehaus Fischer, Thalia, TK Maxx

Kavalierstr. 49  
06844 Dessau-Roßlau



\* zzgl. Karstadt

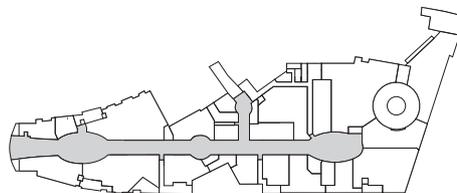
[www.rathaus-center-dessau.de](http://www.rathaus-center-dessau.de)

★ **City-Arkaden** ★  
Wuppertal



Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 28.700 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	22.700 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	650
Anzahl der Geschäfte:	80
Vermietungsstand:	99 %
Einzugsgebiet:	0,8 Mio. Einw.
Ankauf:	September 2000
Eröffnung:	2001
Umstrukturierung:	2011
Ankermieter:	Akzenta, H&M, Thalia, Zara

**Alte Freiheit 9**  
42103 Wuppertal



**9,95**

Besucher 2013 (in Mio.)

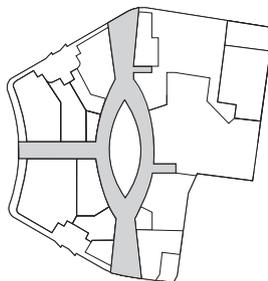
[www.city-arkaden-wuppertal.de](http://www.city-arkaden-wuppertal.de)

**10,62**

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 28.300 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	22.800 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	220
Anzahl der Geschäfte:	60
Vermietungsstand:	97 %
Einzugsgebiet:	0,8 Mio. Einw.
Ankauf:	September 2000
Eröffnung:	2002
Umstrukturierung:	2009
Ankermieter:	H&M, New Yorker, Saturn, Sport Voswinkel

**Königsplatz 61  
34117 Kassel**



★ **City-Point** ★

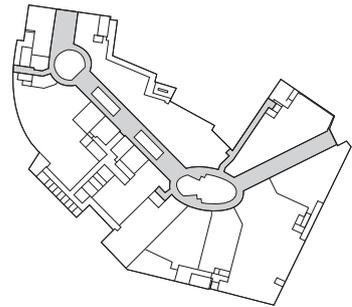
Kassel

**2,26**

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	75 %
Mietfläche:	rd. 27.600 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	23.000 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	500
Anzahl der Geschäfte:	90
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	0,7 Mio. Einw.
Ankauf:	Dezember 2006
Eröffnung:	2008
Ankermieter:	C&A, Esprit, Saturn, Thalia

**Bahnhofstr. 1  
94032 Passau**



★ **Stadt-Galerie** ★

Passau

[www.stadtgalerie-passau.de](http://www.stadtgalerie-passau.de)

★ **Stadt-Galerie** ★

Hameln

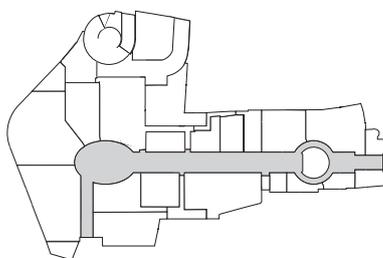


**5,75**

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	100 %
Mietfläche:	rd. 26.000 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	20.400 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	500
Anzahl der Geschäfte:	100
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	0,4 Mio. Einw.
Ankauf:	November 2005
Eröffnung:	2008
Ankermieter:	Müller Drogerie, New Yorker, real, Thalia

**Pferdemarkt 1**  
31785 Hameln





# Die Center im Ausland

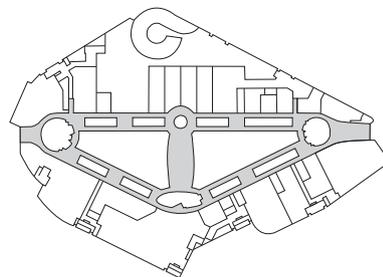


**10,21**

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	74%
Mietfläche:	rd. 48.700 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	42.600 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	1.050
Anzahl der Geschäfte:	193
Vermietungsstand:	99%
Einzugsgebiet:	1,1 Mio. Einw.
Ankauf:	August 2006
Eröffnung:	2007
Ankermieter:	Carrefour, H&M, Peek & Cloppenburg, Saturn, Zara

**al. Grunwaldzka 141  
80-264 Gdansk, Polen**



★ **Galeria Baltycka** ★  
Danzig/Polen

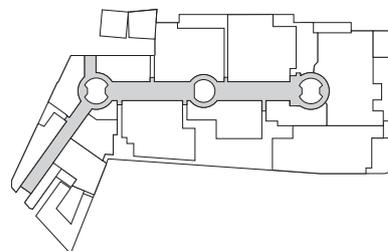
[www.galeriabaltycka.pl](http://www.galeriabaltycka.pl)

★ City-Arkaden ★  
Klagenfurt/Österreich



Beteiligung:	50 %
Mietfläche:	rd. 36.900 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	31.500 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	880
Anzahl der Geschäfte:	120
Vermietungsstand:	100 %
Einzugsgebiet:	0,4 Mio. Einw.
Ankauf:	August 2004
Eröffnung:	2006
Ankermieter:	C&A, Peek & Cloppenburg, Saturn, Zara, H&M

Heuplatz 5  
9020 Klagenfurt, Österreich



**6,91**

Besucher 2013 (in Mio.)

[www.city-arkaden-klagenfurt.at](http://www.city-arkaden-klagenfurt.at)

**12,85**

Besucher 2013 (in Mio.)

Beteiligung:	50 %
Mietfläche:	rd. 35.400 m <sup>2</sup>
davon Verkaufsfläche:	29.200 m <sup>2</sup>
Stellplätze:	850
Anzahl der Geschäfte:	130
Vermietungsstand:	96 %
Einzugsgebiet:	1,0 Mio. Einw.
Ankauf:	November 2002
Eröffnung:	2004
Ankermieter:	C&A, H&M, Media Markt, Spar

**Bajcsy Zs. U. 11/1  
7622 Pécs, Ungarn**



★ **Árkád** ★  
Pécs / Ungarn

[www.arkadpecs.hu](http://www.arkadpecs.hu)



## Investor Relations

# Die Shoppingcenter-Aktie

### Aktienkurs: Seitwärtsbewegung mit zunehmender Volatilität

Die Aktie der Deutsche EuroShop ist mit einer hohen Vorgabe ins Börsenjahr 2013 gestartet, schließlich lag der Jahresschlusskurs 2012 bei 31,64 € – einen höheren gab es bisher nicht. In den ersten vier Monaten pendelte die Aktie zwischen 30,50 € und 32,00 €, bevor sie Mitte Mai ein neues Allzeithoch erreichte (34,48 € Xetra-Schlusskurs am 20. Mai 2013). In einem rückläufigen Börsenumfeld ging der Kurs der Shoppingcenter-Aktie bis auf 29,45 € am 24. Juni zurück. Kurz nach der Dividendenausschüttung erreichte die Aktie auf diesem Niveau auch das Jahrestief. In den darauffolgenden Wochen schwankte sie in einem etwas erweiterten Korridor zwischen 30,50 € und 33,20 €. Zum Ende des Jahres lag der Kurs bei 31,83 € und konnte das Jahr im Plus abschließen. Die Marktkapitalisierung der Deutsche EuroShop stieg 2013 um knapp 10 Mio. € auf 1.717 Mio. €.

### Im Gleichschritt mit der Peergroup

Der Kurs der Deutsche EuroShop-Aktie stieg um 0,6%. Unter Einbeziehung der ausgeschütteten Dividende in Höhe von 1,20 € je Aktie ergibt sich im Jahresvergleich eine Performance von 4,5% (2012: 32,7%). Unsere Aktie lag damit 2013 unter der europäischen Benchmark für börsennotierte Immobilienunternehmen, dem EPRA-Index

\* Corio, Eurocommercial Properties, Klepierre, Mercialis und Unibail-Rodamco.

### BÖRSENENTWICKLUNG

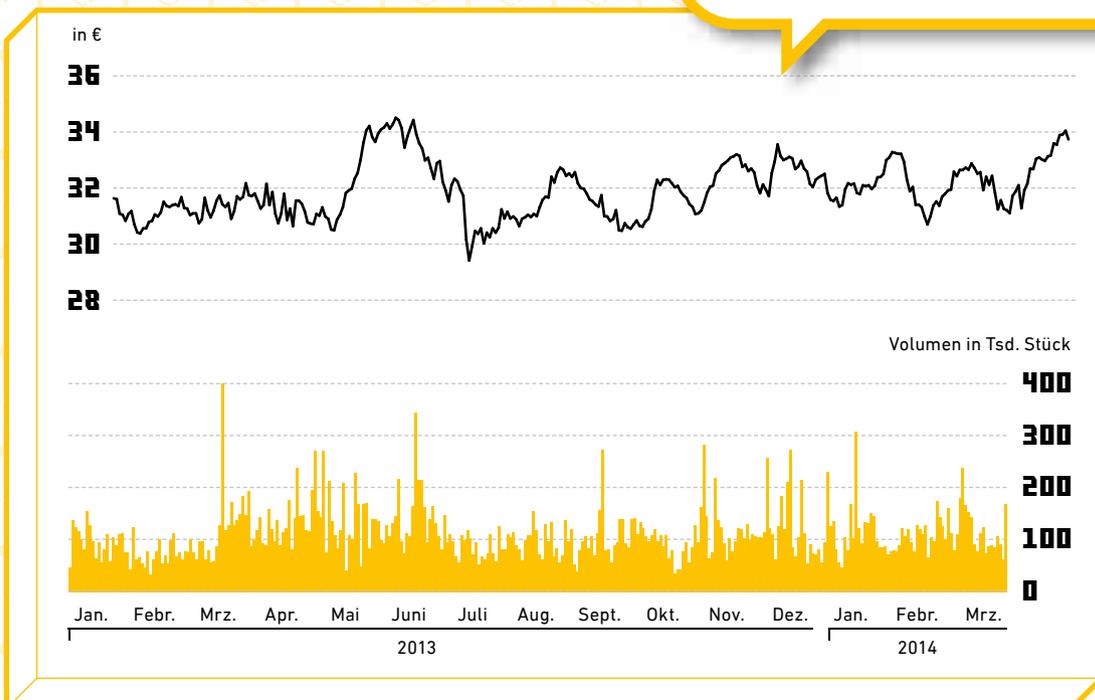
	2013	2012
DES-Aktie	4,5%	32,7%
DAX	25,5%	29,1%
MDAX	39,1%	33,9%
TecDAX	40,9%	20,9%
EPRA	9,6%	19,2%
EURO STOXX 50 (Europa)	17,6%	13,7%
Dow Jones (USA)	26,5%	7,2%
Nikkei (Japan)	56,7%	22,9%

(+9,6%, Vorjahr: +29,2%), und im oberen Mittelfeld der europäischen Peergroup-Unternehmen\*. Der Benchmark-Index für mittelgroße Unternehmen, der MDAX, gewann im Berichtsjahr 39,1%.

Offene Immobilienfonds aus Deutschland haben im vergangenen Jahr eine durchschnittliche Performance von +1,1% (2012: -0,7%) erzielt und hatten Mittelzuflüsse in Höhe von rund 3,4 Mrd. € (2012: 2,9 Mrd. €).



### ★ Kursverlauf ★

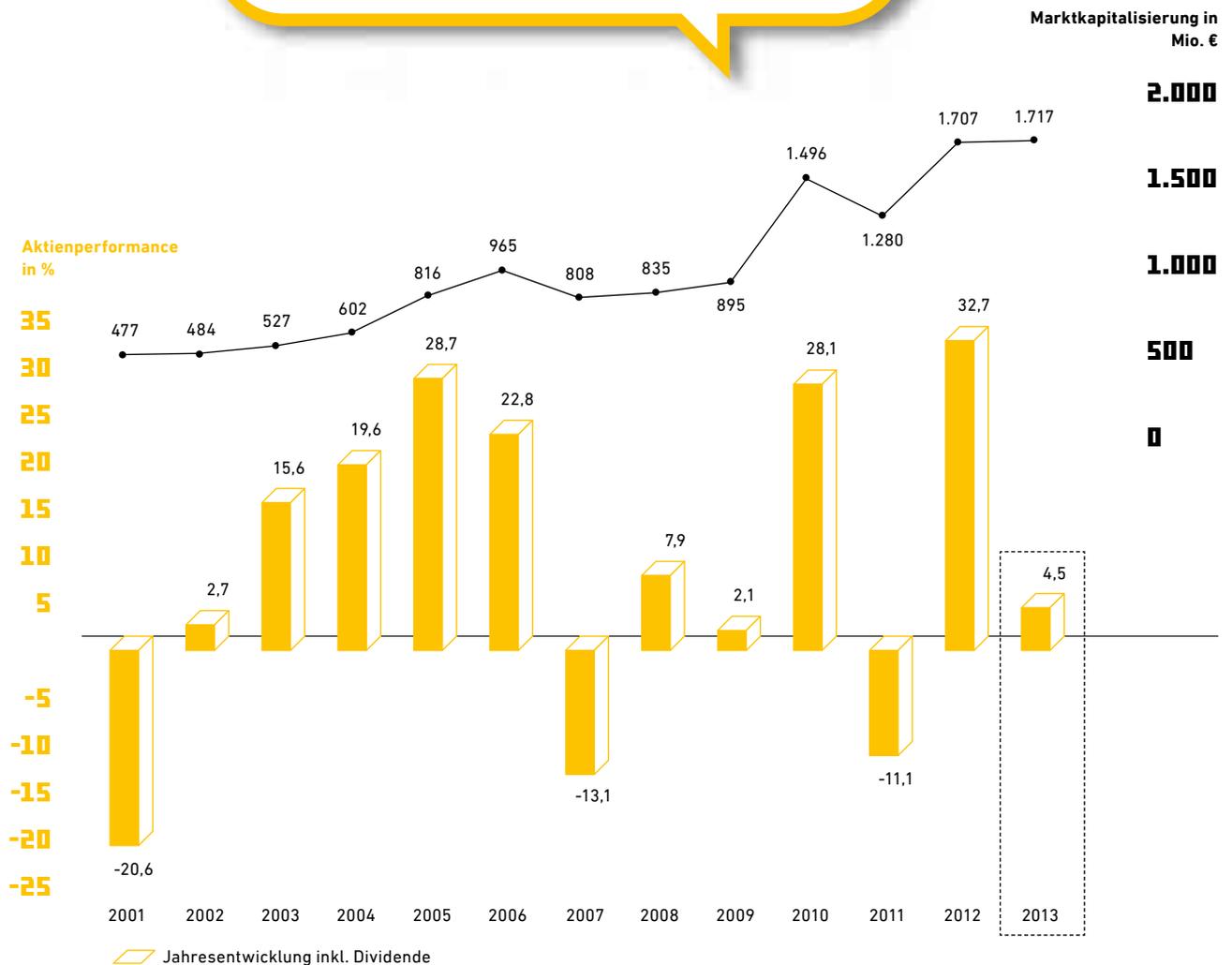


## Kennzahlen zur Deutsche EuroShop-Aktie

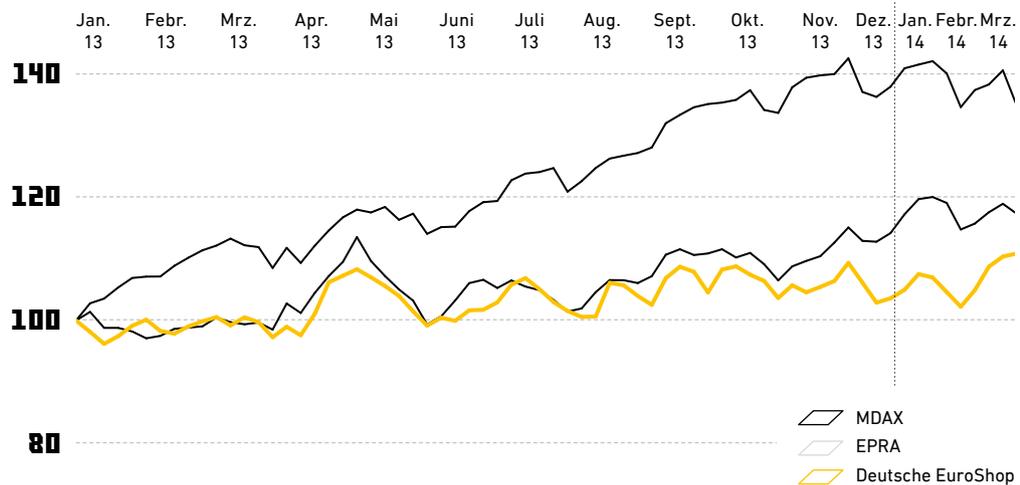
WKN / ISIN	748 020 / DE 000 748 020 4
Ticker-Symbol	DEQ
Grundkapital in €	53.945.536,00
Anzahl der Aktien (nennwertlose Namensstückaktien)	53.945.536
Indizes	MDAX, EPRA, GPR 250, MSCI Small Cap, EPIX 30, HASPAX, F.A.Z.-Index, DivMSDAX, EURO STOXX, STOXX Europe 600
Amtlicher Handel	Prime Standard Frankfurter Wertpapierbörse und Xetra
Freiverkehr	Berlin-Bremen, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, München und Stuttgart



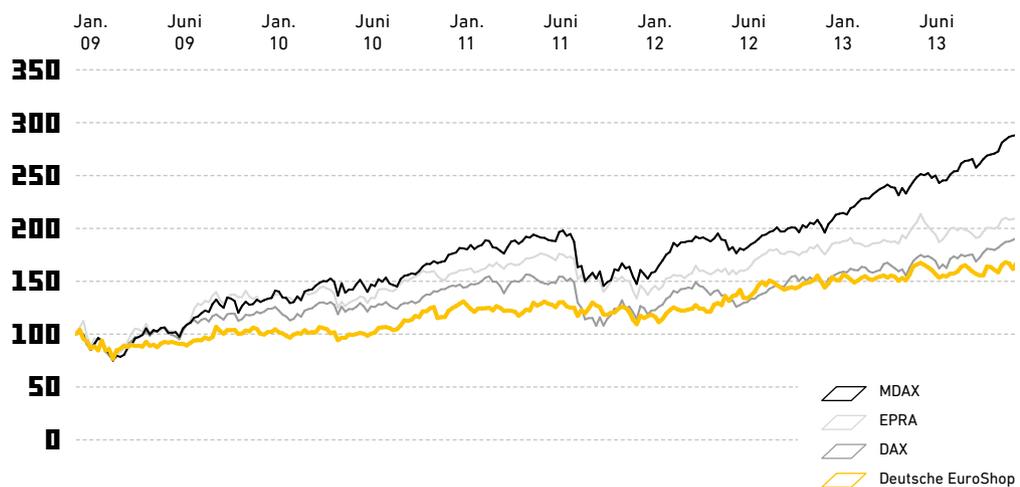
## ★ Aktienperformance und Marktkapitalisierung seit IPO ★



### Kursverlauf, indiziert – seit Anfang 2013



### Kursverlauf, indiziert – Fünfjahresübersicht



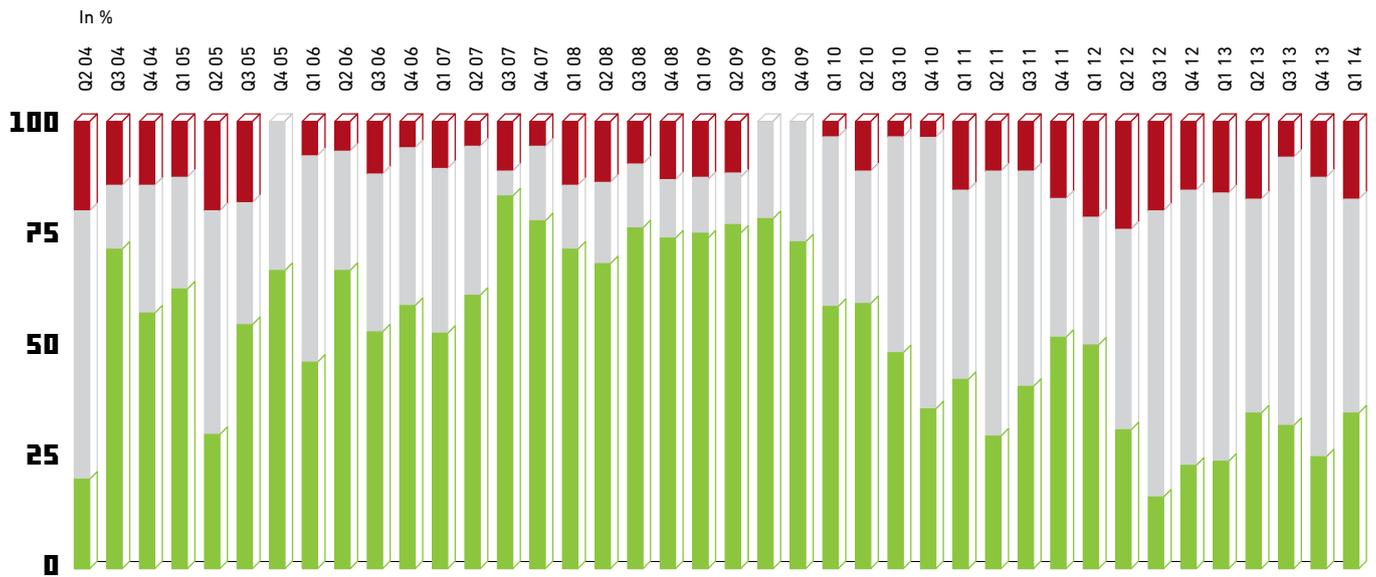
## Hauptversammlungspräsenz leicht rückläufig

Die ordentliche Hauptversammlung fand am 20. Juni 2013 in Hamburg statt. Die rund 200 in der Handwerkskammer anwesenden Aktionärinnen und Aktionäre vertraten 56,7% (Vorjahr: 63,2%) des Kapitals und gaben allen Tagesordnungspunkten ihre Zustimmung.

## Breite Coverage der Aktie

23 Analysten (Stand: 15. April 2014) 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 Immobiliengesellschaften in Europa. Informationen zu den Empfehlungen erhalten Sie unter:

[www.deutsche-euroshop.de/analysen](http://www.deutsche-euroshop.de/analysen)



Die Analysten sehen die weitere Entwicklung der DES-Aktie neutral bis positiv (Stand: 15. April 2014)

- ▬ Negativ
- ▬ Neutral
- ▬ Positiv

## Geschäftsbericht erhält „Platin“ und „red dot“

Der Geschäftsbericht 2012 erhielt beim Wettbewerb „LACP 2012 Vision Awards Annual Competition“ der US-amerikanischen LACP (League of American Communications Professionals), eines Verbands von Kommunikationsfachleuten, mit 99 von möglichen 100 Punkten eine Auszeichnung in Platin in der Kategorie „Immobilien“. Außerdem wurde er zu einem der 50 besten Geschäftsberichte weltweit gekürt.

Zusätzlich haben wir zum dritten Mal das begehrte Qualitätssiegel „red dot design award“ für die herausragende Gestaltung des Geschäftsberichts 2012 erhalten. Der „red dot“ ist einer der international größten und renommiertesten Designwettbewerbe.

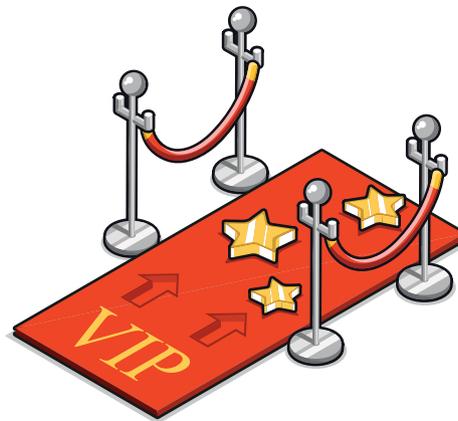
Weitere Auszeichnungen für unsere Kapitalmarktcommunication finden Sie auf unserer Website unter:

[www.deutsche-euroshop.de/irkommunikation](http://www.deutsche-euroshop.de/irkommunikation)



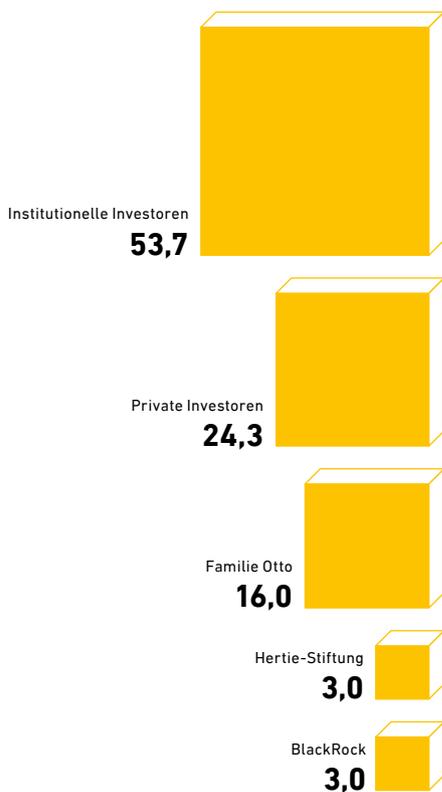
## Aktionärsstruktur leicht verändert

Die Zahl der Investoren ist 2013 leicht gestiegen: Die Deutsche EuroShop hat nun rund 9.300 Aktionäre (Stand: 15. April 2014, Vorjahr: 9.050, +3%). Die strukturelle Verteilung hat sich nur geringfügig verändert: Institutionelle Investoren halten weiterhin etwa 53,7% der Aktien, private Investoren etwa 24,3% (Vorjahr: 24,4%). Der Anteil der Familie Otto beträgt 16,0%. Die Gemeinnützige Hertie-Stiftung und BlackRock halten nach eigenen Angaben derzeit jeweils etwas über 3% der Aktien und sind damit weiterhin die größten institutionellen Investoren.



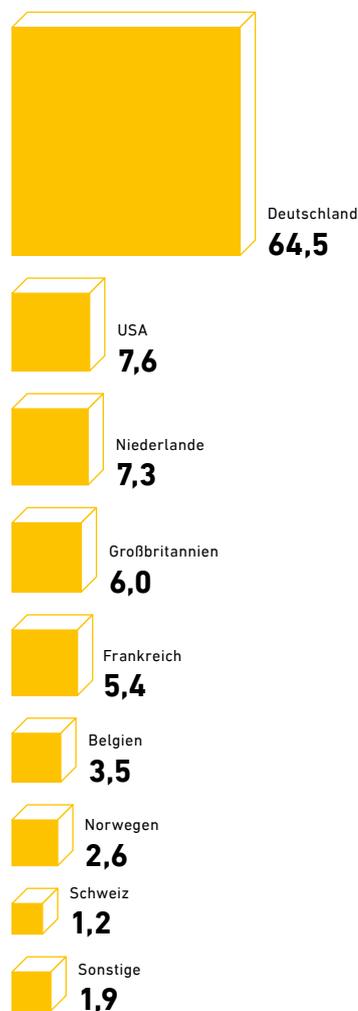
### AKTIONÄRSSTRUKTUR

IN %



### AKTIONÄRSSTRUKTUR REGIONAL

IN %



Mit einer sogenannten Shareholder-Identification haben wir die internationale Streuung unserer Aktien analysieren können. Während Investoren aus dem Inland mit knapp 65% weiterhin klar die Mehrheit an der Deutsche EuroShop halten, ist die Aktionärsstruktur auch ins-

gesamt europäisch dominiert, angeführt von niederländischen, britischen und französischen Investoren. US-amerikanische Investoren stehen für rund 8% der DES-Aktien.

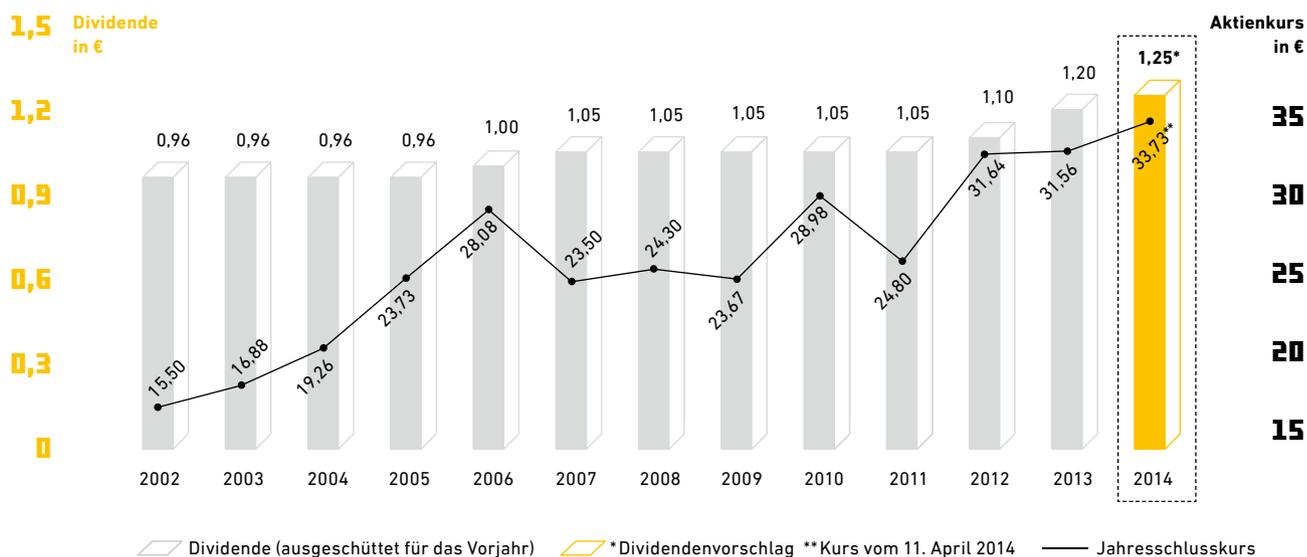
## ★ Dividende ★

### Neue Ausschüttungsstrategie

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 21. Juni 2014 in Hamburg für das Geschäftsjahr 2013 die Zahlung einer um 0,05 € auf 1,25 € je Aktie erhöhten Dividende vorschlagen.

Mit unserer langfristigen Strategie einer auf Kontinuität basierenden Dividendenpolitik und einer Rendite von 3,9 % (bezogen auf den Jahresschlusskurs 2013 von 31,83 €) möchten wir das Vertrauen unserer Aktionäre festigen und neue hinzugewinnen. Dazu beitragen soll darüber hinaus unsere Absicht, die Dividende bis 2016 weiter zu erhöhen – um jeweils 0,05 € je Aktie pro Jahr, so dass sie bis zum Geschäftsjahr 2016 auf 1,40 € je Aktie steigen würde. Dies entspräche einer absoluten Steigerung bis 2016 um 16,6 % und einer durchschnittlichen jährlichen Erhöhung um 3,9 %.

Mit dieser Maßnahme möchten wir dem vielfach geäußerten Wunsch nach einer nachhaltig planbaren Dividendenpolitik entsprechen.



## 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 ab dem Jahr 2009 25 % zuzüglich Solidaritätszuschlag. Ausnahmen gelten unter bestimmten Voraussetzungen für Dividendenzahlungen, die steuerlich als Eigenkapitalrückzahlung gelten (Ausschüttung aus EK04 bzw. seit 2001 aus dem steuerlichen Einlagekonto). Die Dividende der Deutsche EuroShop erfüllt diese Voraussetzung 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.

**Sie wünschen weitere Informationen?**



**Dann 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](mailto:ir@deutsche-euroshop.de)  
 Internet: [www.deutsche-euroshop.de/ir](http://www.deutsche-euroshop.de/ir)



Patrick Kiss



Nicolas Lissner

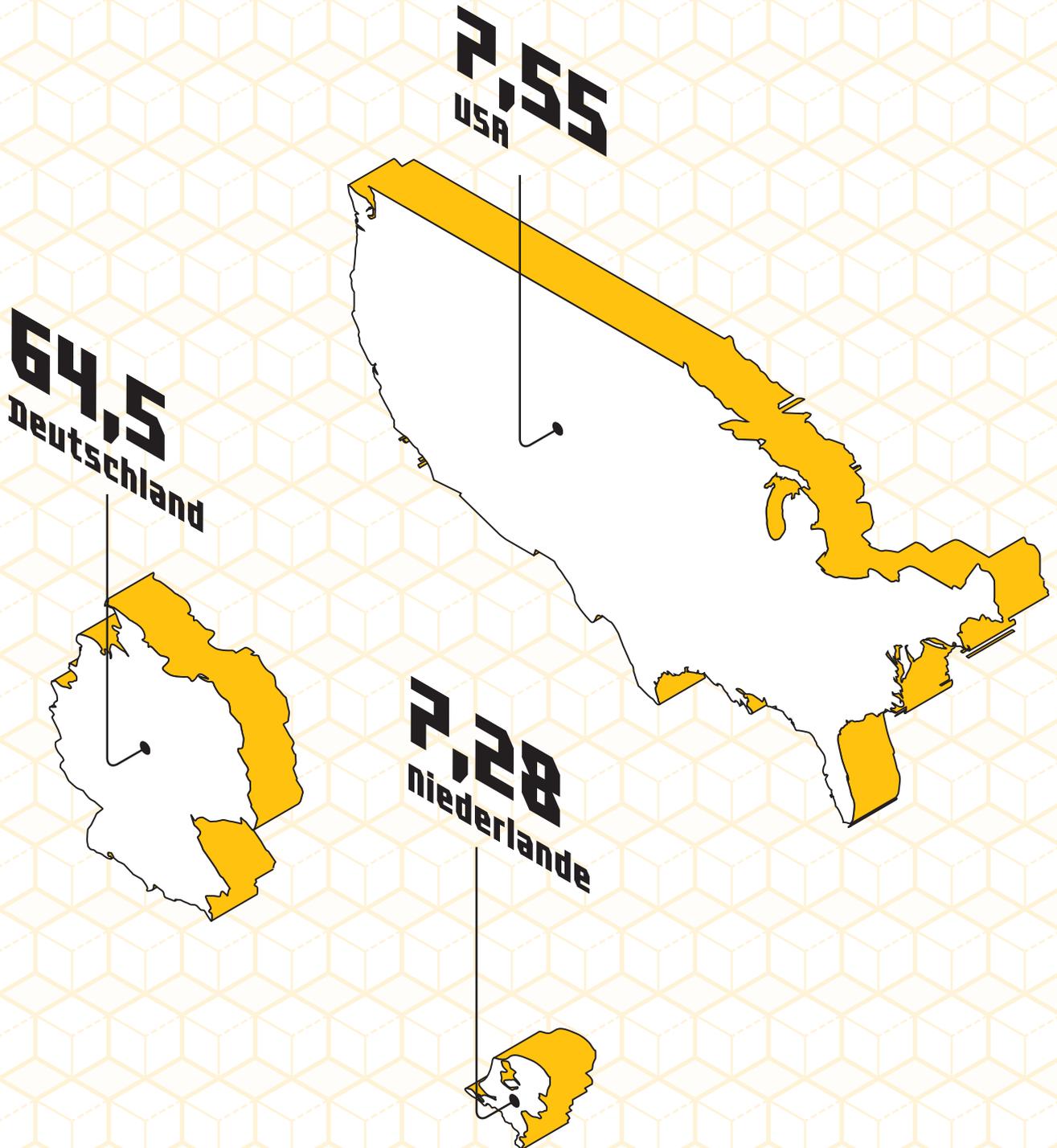
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Marktkapitalisierung in Mio. € (Basis: Jahreschlusskurs)	1.717	1.707	1.280	1.496	895	835	808	965	816	602	527
Aktienzahl am Jahresende	53.945.536	53.945.536	51.631.400	51.631.400	37.812.496	34.374.998	34.374.998	34.374.998	34.374.998	31.250.000	31.250.000
Gewichtete durchschnittliche Aktienzahl	53.945.536	51.934.893	51.631.400	45.544.976	36.799.402	34.374.998	34.374.998	34.374.998	31.575.340	31.250.000	31.250.000
Höchstkurs in €	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)	29,12 (31.03.06)	25,25 (27.07.05)	19,44 (29.12.04)	17,35 (18.11.03)
Tiefstkurs in €	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)	23,89 (02.01.06)	19,12 (05.01.05)	16,45 (12.08.04)	14,85 (03.03.03)
Jahresschlusskurs (31.12.) in €	31,83	31,64	24,80	28,98	23,67	24,30	23,50	28,08	23,73	19,26	16,88
Dividende pro Aktie in €	1,25*	1,20	1,10	1,10	1,05	1,05	1,05	1,05	1,00	0,96	0,96
Dividendenrendite (31.12.) in %	3,9	3,8	4,4	3,8	4,4	4,3	4,5	3,7	4,2	5,0	5,7
Jahresentwicklung exkl. / inkl. Div.	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 %	18,4 % / 22,8 %	23,2 % / 28,7 %	14,1 % / 19,6 %	8,9 % / 15,6 %
Durchschnittliches Handelsvolumen	112.400 (inkl. Multilateral Trading Facilities >204.000)	129.400 (inkl. Multilateral Trading Facilities >174.000)	125.400 (inkl. Multilateral Trading Facilities >210.000)	116.084	113.008	143.297	144.361	93.744	76.786	36.698	12.438
EPS in € (unverwässert)	3,17	2,36	1,92	-0,17	0,93	2,00	2,74	2,92	1,55	0,89	0,61

Alle Angaben zum Aktienkurs beziehen sich auf Xetra.

\* Vorschlag.

# Verteilung der Deutsche EuroShop-Aktien

(in %)



**5,97**  
Großbritannien



**2,42**  
Belgien



**2,61**  
Norwegen



**5,44**  
Frankreich



**1,24**  
Schweiz

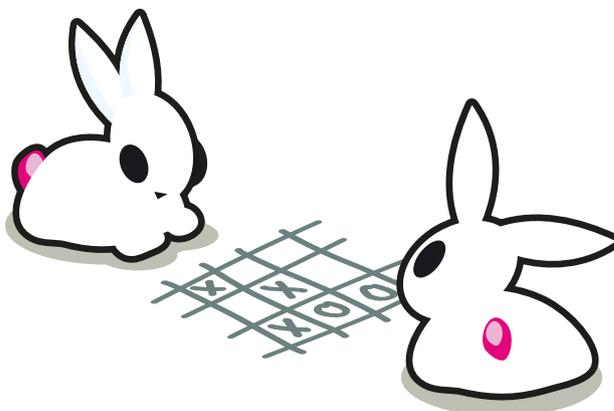


**1,94**  
Sonstige



# Haupt- versammlung

**Die ordentliche Hauptversammlung der Deutsche EuroShop fand am 20. Juni 2013 erneut in den historischen Räumen der Handwerkskammer Hamburg statt.**



Die gut 200 anwesenden Aktionäre wurden von Claus-Matthias Böge, Sprecher des Vorstands,

über die Ereignisse und Ergebnisse des abgelaufenen Geschäftsjahres informiert. Ausführlich wurden die Zahlen des Konzerns im Zusammenhang mit den allgemeinen Konjunkturdaten und der Lage auf dem Immobilienmarkt erörtert. Weitere Schwerpunkte waren der Erwerb des Herold-Centers in Nordstedt sowie die Aufstockung unserer Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden auf 100%.

Die Rede und die Präsentation waren bereits kurz nach der Veranstaltung unter der unten genannten Internetadresse abrufbar. Zudem finden Interessenten dort ein großes Archiv mit den Tagesordnungen und weiteren Informationen rund um unsere letzten Hauptversammlungen.

Die Tagesordnung 2013 sah unter anderem die Wahl von drei Aufsichtsratsmitgliedern vor: Manfred Zaß und Alexander Otto wurden in ihren Ämtern bestätigt, als neues Mitglied wurde Dr. Henning Kreke für eine Amtszeit von fünf Jahren in das Gremium gewählt. Zudem wurde ein neues genehmigtes Kapital geschaffen. Die Präsenz zum Zeitpunkt der Abstimmung lag bei 56,7%.

Vor der Hauptversammlung sowie beim anschließenden Imbiss nutzten die Besucher die Möglichkeit zu Gesprächen mit Aufsichtsrat, Vorstand und Mitarbeitern.

Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2013 wird am 18. Juni 2014 in der Hamburger Handwerkskammer stattfinden. Unsere Aktionäre erhalten die Einladung und alle notwendigen Unterlagen zur Bestellung von Eintrittskarten sowie zur Abstimmungsteilnahme via Internet rechtzeitig per Post zugeschickt.

[www.deutsche-euroshop.de/hv](http://www.deutsche-euroshop.de/hv)

Die Handwerkskammer Hamburg am Holstenwall, erbaut von 1912 bis 1915.



Deutsche EuroShop

# Real Estate Summer



**Oben links:** Haupteingang der City-Arkaden in Klagenfurt

**Links:** Rundgang durch die City-Arkaden

**Rechts:** Vortrag von Dr. Gerold Doplbauer, Senior Consultant, GfK GeoMarketing



Am 22. und 23. August 2013 haben wir den 3. Deutsche EuroShop Real Estate Summer veranstaltet. Diese Veranstaltungsreihe wurde von uns im Sommer 2009 ins Leben gerufen, um unseren Analysten u.a. einen tiefgehenden Einblick in das Portfolio der Deutsche EuroShop zu gewähren sowie im Rahmen von Präsentationen rund um die Themenfelder Shopping und Immobilien auf dem neuesten Stand zu halten. Den 1. Deutsche EuroShop Real Estate Summer haben wir 2009 in Dresden ausgerichtet, 2011 haben wir unsere Center in Wolfsburg, Magdeburg und in Wildau besichtigt.

Vergangenes Jahr haben wir institutionelle Investoren und die Finanzanalysten, die derzeit unsere Aktie betreuen, nach Klagenfurt an den Wörthersee eingeladen, wo am 22. August Präsentationen zum österreichischen Immobilienmarkt sowie zu den Herausforderungen der

Vermietung in Zeiten eines wachsenden Onlinehandels den Beginn der Veranstaltung bildeten. Im Anschluss fanden eine Vorstellung der City-Arkaden Klagenfurt, ein Rundgang durch die Innenstadt sowie eine Begehung des Wettbewerbsumfelds statt.

Für den folgenden Tag standen erneut Präsentationen auf dem Programm: Hierbei referierte Stephan Jung vom German Council of Shopping Centers über die Zukunft des Einzelhandels, Wolfgang Kubatzki von Feri Euro Rating sprach zur Bewertung von Shoppingcenterimmobilien und Dr. Gerold Doplbauer, GfK GeoMarketing, erläuterte seine Zukunftseinschätzungen für das Shoppingcenterkonzept im Rahmen der aktuellen, dynamischen Veränderungen der Einzelhandelsgewohnheiten. Das Ende der Veranstaltung markierte eine Fragen-und-Antworten-Runde mit Claus-Matthias Böge, Sprecher des Vorstands.

# Marketing

## „Ein Investment mit Stabilität“

In Fachpublikationen haben wir 2013 sehr zielgruppengenau und zeitlich exakt auf die Veröffentlichung unserer aktuellen Geschäftszahlen abgestimmte Anzeigen geschaltet, die sich auf unser Jahresmotto „Hamburg<sup>3</sup>“ bezogen. Gleichzeitig haben wir mit der Eigenschaft als „sicherer Hafen“ gespielt, die viele unserer Aktie nachsagen.



Weitere gute Gründe für die Aktie der Deutsche EuroShop unter [www.shoppingcenter.ag](http://www.shoppingcenter.ag)

**DES**  
Deutsche EuroShop



## Neues Blow-up am Main-Taunus-Zentrum



Nach zwei Jahren, in denen unser Riesenposter „Main Taunus, Mein Zentrum, Meine Aktie“ täglich tausenden Autofahrerinnen und Autofahrern ein Lächeln auf die Lippen zauberte, haben die Orkanstürme „Christian“ und „Xaver“ eine Erneuerung des Blow-ups erzwungen. Dabei haben wir auch gleich das Motiv ausgewechselt. Nun weist das 14 x 9 meter große Blow-up nicht nur auf das MTZ (wie das Main-Taunus-Zentrum oft genannt wird) hin, sondern stellt auch gleichzeitig eine Verbindung zur Deutsche EuroShop her, über deren Aktie man sich indirekt auch am Main-Taunus-Zentrum beteiligen kann.

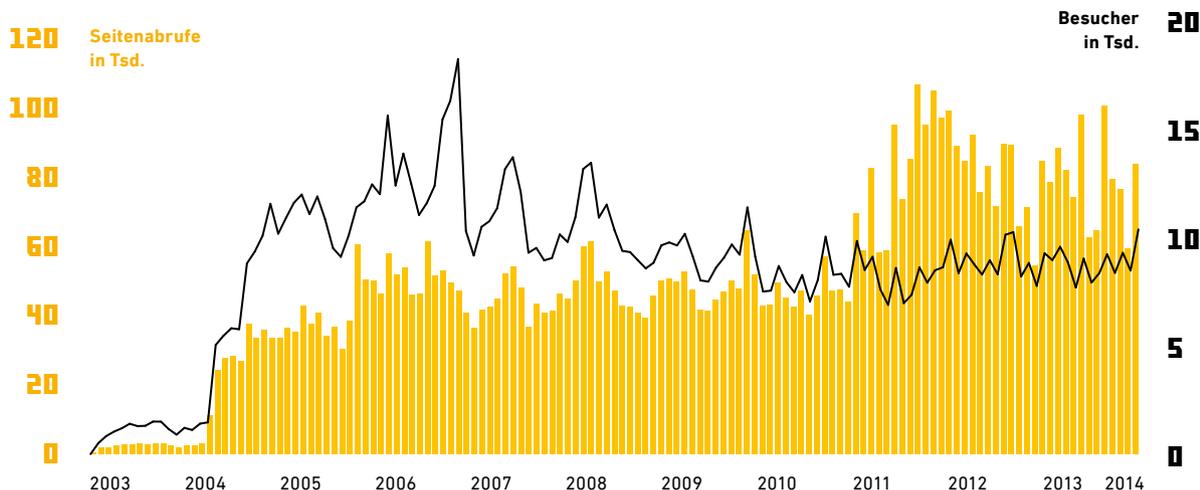


## Website mit stabilen Zugriffszahlen

Das Internet gewinnt bei der Informationsbeschaffung immer mehr an Bedeutung. Oft ist die Unternehmenswebsite für Investoren die erste Anlaufstelle. Unsere Website erfreut sich seit Jahren einer hohen Beliebtheit und gehört in Rankings auf-

grund ihres Informationsangebots und ihrer Benutzerfreundlichkeit stets zu den Besten im MDAX und im europäischen Immobiliensektor. Zu erreichen ist der Internetauftritt unter der Adresse **www.deutsche-euroshop.de**

### Besucher und Seitenabrufe pro Monat



## Social Media im Aufwind

Soziale Medien werden immer beliebter, auch unter 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:

- 
**Twitter** Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/DES\\_AG](http://www.twitter.com/DES_AG)
- 
**Facebook** Werden Sie ein Fan auf Facebook: [www.facebook.com/euroshop](http://www.facebook.com/euroshop)
- 
**Google+** Nehmen Sie uns bei Google+ in ihren „Kreis“ auf: [plus.google.com/102911789106628036776](https://plus.google.com/102911789106628036776)
- 
**IR Mall** Unser Investor-Relations-Blog: [www.ir-mall.com](http://www.ir-mall.com)
- 
**Flickr** Unsere Fotos auf der Onlineplattform Flickr: [www.flickr.com/desag](http://www.flickr.com/desag)
- 
**SlideShare** Unsere Präsentationen und Berichte auf SlideShare: [www.slideshare.net/desag](http://www.slideshare.net/desag)
- 
**YouTube** Unsere Videos auf YouTube: [www.youtube.com/deutsche-euroshop](http://www.youtube.com/deutsche-euroshop)

## Die 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.

# Konferenzen und Roadshows 2013



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 vergangenen Jahr 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 2013 waren wir auf neun Roadshows in Frankfurt, München, Amsterdam, Genf, London, Mailand, Paris und Zürich. Hinzu kamen 13 Konferenzteilnahmen in Baden-Baden, Frankfurt, Hamburg, München, Amsterdam, London, Lyon und New York.

Bei all diesen Aktivitäten haben wir ca. 250 Einzelgespräche geführt. Hinzu kamen Telefonkonferenzen, die beispielsweise regelmäßig zur Veröffentlichung der Jahres- und Quartalszahlen stattfinden.

Zusätzlich haben uns viele Investoren in der neuen Zentrale der Deutsche EuroShop in Hamburg-Poppenbüttel besucht. Oftmals wurde dies mit Besichtigungen unserer Objekte in und um Hamburg kombiniert. Auch unser Center in Wuppertal haben wir im Rahmen einer Property-Tour Investoren vor Ort vorgestellt.

Auch 2014 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 in unserem Finanzkalender auf Seite 194. Eine fortlaufend aktualisierte Version steht Ihnen zudem auf unserer Website unter [www.deutsche-euroshop.de/ir](http://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 zehn Termine in einer Stadt wahrgenommen werden.

## KAPITALMARKTKONFERENZ

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.



# 10 Gründe für ein Investment in die Aktie der Deutsche EuroShop



- 1.**  
Deutschlands einzige Aktiengesellschaft, die ausschließlich in Shoppingcenter investiert
- 2.**  
Erstklassige Standorte
- 3.**  
Bewährte, konservative Strategie
- 4.**  
Stabiler, langfristig planbarer Cashflow
- 5.**  
Aktionärsfreundliche Dividendenpolitik
- 6.**  
Erfahrenes Management
- 7.**  
Exzellente Leistungsbilanz
- 8.**  
Nahezu 100%ige Vollvermietung
- 9.**  
Inflationsgesicherte Mietverträge
- 10.**  
Substanz mit Wachstumspotenzial

# Corporate Governance

## und Erklärung zur Unternehmensführung

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 Zielsetzungen 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 Gewerbetieten 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 sollen 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 1a-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 können wir uns auf jede Wettbewerbssituation einstellen. Parallel dazu engagieren wir uns für die Wertoptimierung der vorhandenen Objekte in unserem Portfolio.

## Differenziertes 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. Unsere Mietpartner zahlen eine branchen- und umsatzabhängige Miete. In Schwächephasen sind die Erträge der Deutsche EuroShop AG durch indexierte Mindestmieten (Basis: Verbraucherpreisindex) nach unten abgesichert.

## 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 derzeit 189 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 19 Center besuchen, lassen sich von der Branchenvielfalt, aber auch Aktionen wie Autoausstellungen, Castingshows, Modeschauen und Kinderattraktionen verschiedenster Art begeistern. Die Einkaufszentren werden so zu 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 Liquiditätssituation sowie die Investitionskostenentwicklung der Neubauprojekte. Die Umsatzentwicklung und das Zahlungsverhalten der Mieter werden im Detail beobachtet, um daraus gegebenenfalls 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 in den planmäßigen Sitzungen besprochen und entschieden.

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

## Corporate Governance 2013

Die Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex hat am 26. Februar 2002 den Deutschen Corporate Governance Kodex veröffentlicht und zuletzt am 13. Mai 2013 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.

## Arbeitsweisen von Vorstand und Aufsichtsrat

Aufsichtsrat und Vorstand haben die ihnen nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben im Geschäftsjahr 2013 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 2013 informiert der Aufsichtsrat ausführlich in seinem Bericht auf den Seiten 14 bis 19.

Im Geschäftsjahr 2013 existierten keine Berater- oder sonstigen Dienstleistungs- bzw. Werkverträge zwischen Mitgliedern des Aufsichtsrats und der Gesellschaft.

## Zusammensetzung und Vielfalt

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 nach deutschen und / oder internationalen Vorschriften verfügen. Der Aufsichtsrat ist weiterhin der Auffassung, dass für Aufsichtsratsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten sollen. Eine Altersgrenze ist daher nicht festgelegt, das 70. Lebensjahr sollte aber nicht wesentlich überschritten werden.

Daher ist Herr Dr. Henning Kreke nach der Wahl zum Aufsichtsrat auf der Hauptversammlung am 20. Juni 2013 seinem Vater Herrn Dr. Jörn Kreke im Amt nachgefolgt. 2014 sollen die Zusammensetzungsziele weiterverfolgt werden.

## Vorstand

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

Der Vorstand der Deutsche EuroShop besteht aktuell aus zwei Mitgliedern.

### Claus-Matthias Böge

geb. am 13. Februar 1959  
Erste Bestellung: 2001  
Bestellt bis: 2015

Claus-Matthias Böge wurde mit seinem Eintritt 2001 in die Deutsche EuroShop Mitglied des Vorstands. 2003 übernahm er seine jetzige Funktion als Sprecher des Vorstands. Er fungiert gleichzeitig als Geschäftsführer und Verwaltungsrat verschiedener Gesellschaften im Deutsche EuroShop-Konzern.

### Olaf Borkers

geb. am 10. Dezember 1964  
Erste Bestellung: 2005  
Bestellt bis: 2016

Olaf Borkers wurde mit seinem Eintritt in die Deutsche EuroShop in 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 dreiköpfigen **Aufsichtsratspräsidium** (gleichzeitig als Nominierungsausschuss wirkend) und einem dreiköpfigen **Prüfungsausschuss** wurde ein ebenfalls dreiköpfiger **Kapitalmarktausschuss** gebildet.

Dem Aufsichtsrat gehören an:

**Manfred Zaß**, Vorsitzender  
**Dr. Michael Gellen**, stellvertretender Vorsitzender  
**Thomas Armbrust**  
**Karin Dohm**  
**Dr. Jörn Kreke** (bis 20.06.2013)  
**Dr. Henning Kreke** (ab 20.06.2013)  
**Alexander Otto**  
**Reiner Strecker**  
**Klaus Striebich**  
**Dr. Bernd Thiemann**

Dem **Aufsichtsratspräsidium** gehören Herr Zaß, Herr Dr. Gellen und Herr Armbrust an. Vorsitzender des Präsidiums ist der Aufsichtsratsvorsitzende. Das Präsidium berät bei eiligen Geschäftsangelegenheiten und fasst entsprechende Beschlüsse. Zudem ist es zuständig für die 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 Zaß und Armbrust an. Der Prüfungsausschuss ist für Fragen zur Rechnungslegung, Prüfung und Aufstellung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses zuständig. Ehemalige Vorstandsmitglieder der Gesellschaft und der Aufsichtsratsvorsitzende übernehmen generell nicht den Vorsitz des Bilanzsausschusses, damit Interessenkonflikte vermieden werden.

Dem **Kapitalmarktausschuss** gehören Herr Zaß, Herr Armbrust und Herr Strecker an. Vorsitzender des Kapitalmarktausschusses ist Herr Zaß, sein Stellvertreter ist Herr Armbrust. Die dem Aufsichtsrat im Zusammenhang mit der Ausnutzung eines genehmigten und eines bedingten Kapitals zustehenden Befugnisse wurden dem Ausschuss zur Entscheidung und Erledigung übertragen.

## Aktienbesitz

### VORSTAND

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2013 insgesamt 13.000 Stück Aktien und damit weniger als 1 % am Grundkapital der Deutsche EuroShop.

### AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2013 insgesamt 5.286.262 Stück Aktien und damit mehr als 1 % am Grundkapital der Deutsche EuroShop.

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

## Directors' Dealings

Der Deutsche EuroShop sind im Geschäftsjahr 2013 folgende Wertpapiertransaktionen von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats bzw. von bestimmten den Organmitgliedern nahestehenden Personen gemäß § 15a WpHG gemeldet worden:

		Datum	Kurs in €	Stück- zahl
Claus-Matthias Böge	Verkauf	03.05.2013	33,63	6.000
Carlotta Böge	Verkauf	03.05.2013	33,30	2.500
Thomas Armbrust	Kauf	24.06.2013	29,64	3.600
Annette Armbrust	Kauf	24.06.2013	29,49	1.250
Gabriele Cattarius-Armbrust	Kauf	24.06.2013	29,44	600
Klaus Striebich	Kauf	24.06.2013	29,55	500
AROSA Vermögensver- waltungsgesellschaft m. b. H.	Kauf	25.06.2013	29,91	60.000
AROSA Vermögensver- waltungsgesellschaft m. b. H.	Kauf	26.06.2013	29,93	1.000

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

## Ausblick

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats wird sich 2014 im Hinblick auf die Empfehlungen und Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex weiter verändern.

## Entsprechenserklärung

Im November 2013 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 2013 abgegeben. Die Erklärung wurde auf der Internetseite der Gesellschaft unter [www.deutsche-euroshop.de](http://www.deutsche-euroshop.de) dauerhaft öffentlich zugänglich gemacht.

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

Vorstand und Aufsichtsrat der Deutsche EuroShop AG erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz am 4. Juli 2003 im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 13. Mai 2013 mit wenigen nachfolgenden Ausnahmen entsprechen wurde und wird.

- **Die D & O-Versicherung beinhaltet keinen Selbstbehalt des Aufsichtsrats (Kodex Ziff. 3.8)**  
Vorstand und Aufsichtsrat der Deutsche EuroShop AG handeln seit Gründung der Gesellschaft und damit bereits vor der offiziellen Einführung einer Corporate Governance verantwortlich und für eine auf Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle der Gesellschaft. Daher ist aus Sicht der Gesellschaft die Vereinbarung eines Selbstbehaltes entbehrlich, zumal dieses keinen Einfluss auf die Höhe der Versicherungsprämie hat.
- **Der Aufsichtsrat hat keinen oberen Führungskreis zum Vergütungsvergleich abgegrenzt (Kodex Ziff. 4.2.2)**  
Die Belegschaft der Deutsche EuroShop AG besteht nur aus vier 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 Vorstandsmitglieder ist keine Altersgrenze festgelegt (Kodex Ziff. 5.1.2)**  
Der Aufsichtsrat ist der Auffassung, dass für Vorstandsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten. Eine Altersgrenze könnte eine qualifizierte und erfolgreiche Vorstandsarbeit beenden.
- **Für Aufsichtsratsmitglieder ist keine Altersgrenze festgelegt (Kodex Ziff. 5.4.1)**  
Der Aufsichtsrat ist der Auffassung, dass für Aufsichtsratsmitglieder die wesentlichen Kriterien „Qualifikation“ und „Fähigkeit“ gelten. Eine Altersgrenze könnte eine qualifizierte und erfolgreiche Aufsichtsratsarbeit beenden.
- **Die Aufsichtsratsvergütung enthält keine erfolgsorientierten Elemente (Kodex Ziff. 5.4.6)**  
Die Gesellschaft ist der Auffassung, dass eine feste Vergütung des Aufsichtsrats das Geschäftsmodell am besten abbildet. Der langfristige Unternehmenserfolg resultiert wesentlich aus der Wahl der zu erwerbenden und im Bestand zu haltenden Einkaufszentren sowie der Qualität der langfristigen Mietverträge.
- **Der Konzernabschluss wird binnen 120 Tagen nach Geschäftsjahresende veröffentlicht (Kodex Ziff. 7.1.2)**  
Die Gesellschaft legt Wert darauf, geprüfte und vom Aufsichtsrat festgestellte Jahresabschlüsse zu veröffentlichen. Aufgrund der zeitlichen Abläufe für die Erstellung, Prüfung und Feststellung des Jahresabschlusses ist ein früherer Termin für die Veröffentlichung nicht möglich. Untestierete, aber für den Kapitalmarkt wesentliche Kennzahlen werden vorab veröffentlicht.

Hamburg, 28. November 2013

Vorstand und Aufsichtsrat  
Deutsche EuroShop AG

# Konzernlage- bericht

118	Grundlagen des Konzerns
119	Wirtschaftsbericht
128	Nachtragsbericht
128	Prognosebericht
130	Risikobericht
134	Vergütungsbericht
135	Übernahmerelevante Angaben
136	Erklärung zur Unternehmensführung (§ 289a HGB)

# Grundlagen des Konzerns

## **GESCHÄFTSMODELL DES KONZERNS, ZIELE UND STRATEGIE**

Die Deutsche EuroShop AG ist Deutschlands einzige Aktiengesellschaft, die ausschließlich in Shoppingcenter an erstklassigen Standorten investiert. Sie war am 31. Dezember 2013 an 19 Einkaufszentren in Deutschland, Österreich, Polen und Ungarn beteiligt. Die ausgewiesenen Umsätze erzielt der Konzern aus den Mieterlösen der vermieteten Flächen in den Einkaufszentren.

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

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

### **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. Zur Erreichung dieser Ziele wird das Kapital der Gesellschaft nach dem Grundsatz der Risikosteuerung 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 verfügt über ein ausgewogen diversifiziertes Portfolio aus deutschen und europäischen Shoppingcentern. Bei Investitionen konzentriert sich die Unternehmensführung auf 1A-Lagen von Städten mit einem Einzugsgebiet von mindestens 300.000 Einwohnern, um weiterhin einen hohen Grad an Investitionsicherheit zu gewährleisten.

### **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 des 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 jede Wettbewerbssituation einstellen. Parallel dazu engagiert sich die Konzernleitung für die Wertoptimierung der vorhandenen Objekte im Portfolio.

### **DIFFERENZIIERTES 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 Einzelhandlungsangebot 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 AG durch indexierte Mindestmieten (Basis: Verbraucherpreisindex) nach unten abgesichert.

### **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 189 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 19 DES-Center besuchen, lassen sich von der Branchenvielfalt, aber auch 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, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

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 erzielen und einen hohen Liquiditätsüberschuss aus deren langfristiger Vermietung zu erwirtschaften, leiten sich die Steuerungsgrößen ab. Dies sind Umsatz, EBT (Earnings before Taxes) ohne Bewertungsergebnis und FFO (Funds from Operations).

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

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

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

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

## Wirtschaftsbericht

### GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHEN-BEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN

Das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist 2013 nach Berechnungen des Statistischen Bundesamts um 0,4 % gestiegen. Dabei profitierte die deutsche Wirtschaft erneut von einem guten Außenhandel sowie einer stabilen Binnennachfrage. Auf dem Arbeitsmarkt hat sich die positive Lage auch im letzten Jahr weiter fortgesetzt. Die Zahl der Arbeitslosen lag im Jahresdurchschnitt bei 2,95 Mio., was einer Quote von 6,9 % entsprach. Die Verbraucherpreise in Deutschland stiegen gegenüber 2012 im Jahresdurchschnitt um 1,5 %. Der wesentliche Treiber für die gute Binnennachfrage waren die privaten Konsumausgaben, die das dritte Jahr in Folge gestiegen sind.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts sind die Bruttolöhne und -gehälter je Arbeitnehmer 2013 um 1,3 % gestiegen. In einem Umfeld mit hoher Beschäftigung und niedrigen Zinsen stieg die Konsumneigung der Verbraucher weiter an. Die Sparquote sank 2013 auf 10,0 % des verfügbaren Einkommens (2012: 10,3 %) – niedriger war die Sparquote zuletzt 2001 (9,5 %). Die privaten Konsumausgaben, die 57,5 % des BIP ausmachten, erhöhten sich 2013 nominal um 2,5 % (real: +0,9 %). Wir rechnen für 2014 insgesamt mit einer ähnlichen Entwicklung. Die Bundesregierung geht für das kommende Jahr von einem Wachstum der deutschen Wirtschaft von 1,8 % aus.

Basierend auf vorläufigen Berechnungen des Statistischen Bundesamtes erzielte der deutsche Einzelhandel im Jahre 2013 nominal 1,4 % und real 0,1 % mehr Umsatz als 2012. Für Deutschland prognostiziert der Handelsverband Deutschland (HDE) 2014 einen Umsatzzuwachs von etwa 1,5 %. Preisbereinigt würde dies einer Stagnation auf dem Vorjahresniveau entsprechen.

Für die Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels ist die weitere Zunahme im Onlinehandel von weiterhin großem Interesse. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz im Onlinegeschäft nach Berechnungen des HDE erneut überdurchschnittlich um rund 12 % auf nunmehr ca. 33,1 Mrd. €. Für 2014 rechnet der Handelsverband Deutschland mit einem weiteren Anstieg des Onlineumsatzes auf 38,7 Mrd. €, was einem Zuwachs von ca. 17 % gegenüber dem Vorjahr entspräche. Eine Intensivierung des Wettbewerbs mit Onlineanbietern ist in einigen Branchen bereits jetzt festzustellen. So betrug der Onlineanteil am Gesamtumsatz im Weihnachtsgeschäft 2013 in den Bereichen (Unterhaltungs-)Elektronik, Spielwaren und Bücher jeweils bereits deutlich über 25 %.

Als Folge der nur gering steigenden beziehungsweise stagnierenden verfügbaren Einkommen sind dem möglichen Umsatzwachstum im stationären Einzelhandel sehr enge Grenzen gesetzt. Da für immer mehr Kunden beim Einkauf die Komponenten „Freizeit“ und „Erlebnis“ im Vordergrund stehen, werden für die Inszenierung von „Shopping-Erlebnissen“ mehr Flächen als für den reinen Warenverkauf benötigt. Steigende Nebenkosten beispielsweise infolge der Erhöhung der EEG-Umlage üben zusätzlichen Margendruck auf die Einzelhändler aus. Dagegen stehen Investitionen unter immer größeren Renditeerwartungen.

Die Konkurrenzsituationen der Center werden zum einen durch die Geschäfte der jeweiligen Innenstädte bestimmt sowie im Fall des Billstedt-Centers Hamburg oder des Herold-Centers Norderstedt durch weitere Einkaufszentren in benachbarten Stadtteilen von Hamburg. Des Weiteren 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 zusätzlich durch die zunehmende Ansiedlung von Factory- / Designer-Outlet-Center außerhalb der Stadtgrenzen auf der grünen Wiese. Aktuell werden Projektentwicklungen neuer Outlet-Center in der Umgebung der Objekte in Hamm und Dessau verfolgt oder im Fall von Wolfsburg ein bestehendes Objekt erweitert.

## EINZELHANDEL

Nach Berechnungen von Jones Lang LaSalle ist im Jahr 2013 der Vermietungsumsatz von Einzelhandelsflächen in Deutschland um 17 % auf 492.000 m<sup>2</sup> zurückgegangen. Der Anteil der Vermietungsabschlüsse über 1.000 m<sup>2</sup> lag bei 12 %. Mit einem Anteil von 53 % blieb die Bedeutung der Nachfrage nach kleineren Ladenflächen unter 250 m<sup>2</sup> jedoch unverändert groß.

Der Textilhandel war mit einem Flächenanteil von 39 % die größte Nachfragegruppe. Innerhalb dieser Gruppe dominieren die Segmente Bekleidung Allgemein und Damenbekleidung. Nach dem Textilhandel folgen auf Rang 2 Gastronomie / Lebensmittel mit 21 % und danach Gesundheit / Beauty mit 12 %.

## IMMOBILIENMARKT

Mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens um 21 % auf 30,7 Mrd. € setzte der Investmentmarkt für Gewerbeimmobilien in Deutschland nach Angaben von Jones Lang LaSalle seinen Expansionskurs 2013 fort. Auf Einzelhandelsimmobilien entfiel ein Anteil von knapp 26 %. Investitionen in deutsche Shoppingcenter summierten sich im Gesamtjahr 2013 auf 2,8 Mrd. €. Der Vorjahreswert mit 3,0 Mrd. € konnte damit annähernd erreicht werden, wobei dies nicht die Nachfrage widerspiegelt, die weitaus größer war als das Angebot geeigneter Verkaufsobjekte. Nach einem Anteil von fast 40 % 2012 wurde 2013 mehr als jeder dritte in Handelsimmobilien investierte Euro in Shoppingcenter angelegt.

Vor dem Hintergrund der weiterhin sicherheitsorientierten Anlagestrategie der Immobilieninvestoren verweilten die Spitzenrenditen für Shoppingcenter-Investments in Deutschland 2013 auf ihrem Rekordniveau. Nach Jones Lang LaSalle lagen sie Ende 2013 mit 4,70 % leicht unter Vorjahr (4,75 %).

## ENTWICKLUNG DES AKTIENKURSES

Die Aktie der Deutsche EuroShop startete 2013 mit einem Kurs von 31,64 €. In den ersten vier Monaten pendelte die Aktie zwischen 30,50 € und 32,00 €, bevor sie Mitte Mai ein neues Allzeithoch erreichte (34,48 € Xetra-Schlusskurs am 20. Mai 2013). In einem rückläufigen Börsenumfeld ging der Kurs der Shoppingcenter-Aktie bis auf 29,45 € am 24. Juni zurück. Kurz nach der Dividendenausschüttung erreichte die Aktie auf diesem Niveau auch das Jahrestief. In den darauffolgenden Wochen schwankte sie in einem etwas erweiterten Korridor zwischen 30,50 € und 33,20 €. Zum Ende des Jahres lag der Kurs bei 31,83 € und konnte das Jahr im Plus mit einer Performance von +4,5 % (inkl. Dividende) abschließen (2012: +32,7 %).

## ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG DES GESCHÄFTS-JAHRES

Der Vorstand der Deutsche EuroShop ist mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr zufrieden. Einen maßgeblichen Beitrag zum Wachstum leistete das Herold-Center in Norderstedt, das wir zum 1. Januar 2013 übernommen haben. Daneben trug auch die Übernahme der Fremdanteile an der Altmarkt-Galerie Dresden zum 1. Mai 2013 positiv zum Ergebnis bei.

Aus diesem Grund haben wir unsere im Geschäftsbericht 2012 veröffentlichte Prognose im Mai 2013 angepasst. Die Umsatzerlöse wurden danach mit 186 bis 189 Mio. € geplant und beliefen sich zum Stichtag auf 188,0 Mio. € (2012: 178,2 Mio. €), was einem Plus von 5,5 % entsprach. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sollte zwischen 162 und 165 Mio. € liegen. Mit 165,8 Mio. € übertraf es letztlich sogar leicht die Prognosebandbreite und das Vorjahr (151,6 Mio. €) um 9,4 %. Beim Ergebnis vor Steuern (EBT) ohne Bewertungsergebnis (inkl. at-equity-Beteiligungen) wurde mit 113 bis 116 Mio. € geplant. Mit 129,2 Mio. € lag es auch dank eines einmaligen Veräußerungsergebnis von 15,8 Mio. € deutlich oberhalb der Prognosebandbreite und 41 % über dem Vorjahreswert (2012: 95,1 Mio. €). Auch der FFO, der mit 1,99 bis 2,03 € je Aktie geplant war, lag mit 2,08 € über der Planung.

Damit konnte die Deutsche EuroShop einmal mehr beweisen, dass sie über ein erstklassiges Shoppingcenter-Portfolio verfügt und gut aufgestellt ist.

## GESCHÄFTSVERLAUF

Wie in der Vergangenheit mehrfach berichtet, sind nunmehr die Änderungen der internationalen Rechnungslegungsvorschriften im Hinblick auf die Zulässigkeit der quotalen Konsolidierung unserer Gemeinschaftsunternehmen verbindlich verabschiedet, aber erst ab 2014 verpflichtend anzuwenden. Unabhängig davon haben wir, wie angekündigt, in Ausübung eines Wahlrechtes des IAS 31 bereits ab dem 1. Januar 2013 auf die Einbeziehung dieser Gesellschaften at-equity umgestellt.

Dies bedeutet, dass Umsatz- und Kostenanteile dieser Gesellschaften nicht mehr in den Konzernabschluss einbezogen werden, stattdessen werden nur noch die anteiligen Ergebnisse dieser Shoppingcenter im Finanzergebnis ausgewiesen. Diese Umstellung betrifft vier bisher als Gemeinschaftsunternehmen quotale einbezogene Gesellschaften. Diese Bilanzierungsänderung hatte eine retrospektive Umstellung des Konzernabschlusses 2012 zur Folge, die auch die Vergleichszahlen des nachfolgenden Berichtes betrifft. Die Änderungen des Konzernabschlusses 2012 werden im Anhang (Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden) detailliert erläutert.

Darüber hinaus wurden die Stadt-Galerie Passau KG und die Immobilien KG FEZ Harburg, die bisher auf Basis einer Stimmrechtsbindungsvereinbarung voll in den Konzernabschluss einbezogen wurden, zum 1. Januar 2013 als Gemeinschaftsunternehmen auf at-equity umgestellt, nachdem die Stimmrechtsbindungsvereinbarungen zum Jahresende 2012 einvernehmlich aufgehoben wurden.

## LAGE

Die Deutsche EuroShop blickt erneut auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Umsatz und Ergebnis konnten gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert werden. Wesentlich hierzu beigetragen hat das Herold-Center in Norderstedt, das wir zum 1. Januar 2013 übernommen haben. Aber auch der Verkauf unserer 1/3-Beteiligung an der Galeria Dominikanska in Breslau hat sich sehr positiv auf das Ergebnis ausgewirkt. Mit der Übernahme der in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden und der damit verbundenen Vollkonsolidierung konnten wir zudem die Voraussetzung schaffen, die Konzernstruktur weiter zu optimieren.

Die Vermögenslage und Finanzstruktur ist weiterhin solide. Günstige Refinanzierungen haben positiv zum Ergebnis beigetragen.

Die Umsatzerlöse sind um 5,5% auf 188,0 Mio. € gestiegen und das Konzernergebnis lag bei 171,0 Mio. € gegenüber 122,5 Mio. € im Vorjahr. Dies führte zu einem Gewinn je Aktie von 3,17 € gegenüber 2,36 € je Aktie im Jahr 2012. Dabei erhöhte sich der operative Gewinn je Aktie von 1,36 € um 28% auf 1,74 €.

Das Bewertungsergebnis erhöhte sich 2013 gegenüber dem Vorjahr (13,9 Mio. €) deutlich auf 56,0 Mio. €. Daneben lag auch das Bewertungsergebnis der at-equity-konsolidierten Gemeinschaftsunterneh-

men mit 2,4 Mio. € um 8,4 Mio. € über dem Vorjahr (-6,0 Mio. €). Das operative Ergebnis vor Steuern konnte von 95,1 Mio. € im Vorjahr um rund 36% auf 129,2 Mio. € gesteigert werden. Bereinigt um den Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf der Anteile an der Ilwro Sp. z o.o. (Galeria Dominikanska) in Höhe von 15,8 Mio. € erhöhte sich das operative Ergebnis vor Steuern um rund 19% auf 113,4 Mio. €.

Der EPRA Net Asset Value je Aktie erhöhte sich um 7,2% von 28,53 € auf 30,59 €.

## ERTRAGSLAGE

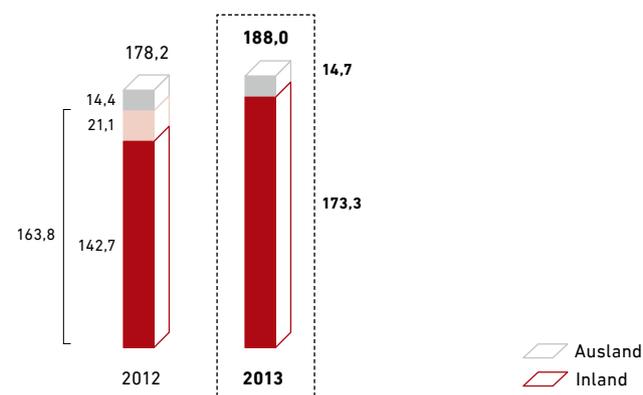
Im Berichtsjahr sind die Umsätze im deutschen Einzelhandel (ohne Kfz-Handel) nominal um 1,4% gewachsen. Die Umsätze der in unseren deutschen Shoppingcentern ansässigen Mieter sind dagegen um 0,1% gesunken. In den Auslandsobjekten erhöhten sie sich dagegen um 3,3%.

### UMSATZERLÖSE DES KONZERNS UM 5,5% GESTIEGEN

Die Umsatzerlöse im Konzern erhöhten sich im Geschäftsjahr um 5,5% von 178,2 Mio. € auf 188,0 Mio. €. Zum Umsatzwachstum haben im Wesentlichen das Herold-Center Norderstedt, das zum 1. Januar 2013 übernommen wurde, sowie die Altmarkt-Galerie Dresden, die seit dem 1. Mai 2013 voll konsolidiert wird, beigetragen. Demgegenüber wurden die Umsatzerlöse der Stadt-Galerie Passau und des Phoenix-Centers in Hamburg aufgrund der Umstellung auf at-equity im Berichtsjahr nicht mehr erfasst. Im Vorjahr leisteten diese noch einen Umsatzbeitrag von 21,1 Mio. €.

### UMSATZERLÖSE

IN MIO. €



Bei zehn Objekten erhöhten sich die Umsatzerlöse überwiegend im Rahmen von indexbedingten Mieterhöhungen. Dem standen umbaubedingt leichte Umsatzeinbußen beim Rhein-Neckar-Zentrum sowie aufgrund eines Einmaleffektes beim A10 Center gegenüber. Insgesamt stiegen die vergleichbaren Umsatzerlöse im Berichtsjahr um 1,4% (Inland 1,3%, Ausland 2,4%).

**UMSATZERLÖSE IN T€**

	<b>31.12.2013</b>	<b>31.12.2012</b>	<b>Differenz</b>	<b>Abw. in %</b>
Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach	33.646	33.184	462	1,4
A10 Center, Wildau	20.216	20.646	-430	-2,1
Rhein-Neckar-Zentrum, Viernheim	17.382	17.654	-272	-1,5
Altmarkt-Galerie, Dresden	16.129	0	16.129	
Herold-Center, Norderstedt	13.199	0	13.199	
Billstedt-Center, Hamburg	11.366	11.040	326	3,0
Allee-Center, Hamm	10.194	9.975	219	2,2
City-Galerie, Wolfsburg	9.647	9.290	357	3,8
Forum, Wetzlar	9.164	8.992	172	1,9
City-Arkaden, Wuppertal	9.016	8.929	87	1,0
Rathaus-Center, Dessau	8.291	8.166	125	1,5
City-Point, Kassel	8.141	7.934	206	2,6
Stadt-Galerie, Hameln	6.891	6.889	2	0,0
Phoenix-Center, Hamburg	0	12.003	-12.003	
Stadt-Galerie, Passau	0	9.101	-9.101	
<b>Summe Inland</b>	<b>173.282</b>	<b>163.803</b>	<b>9.478</b>	<b>5,8</b>
Galeria Baltycka, Danzig	14.489	14.017	472	3,4
Caspia	216	341	-125	-36,7
<b>Summe Ausland</b>	<b>14.705</b>	<b>14.358</b>	<b>347</b>	<b>2,4</b>
<b>Summe gesamt</b>	<b>187.987</b>	<b>178.161</b>	<b>9.825</b>	<b>5,5</b>

**LEERSTANDSQUOTE WEITERHIN UNTER 1 %**

Die Leerstandsquote der Einzelhandelsflächen lag wie schon in den Vorjahren stabil unter 1 %. Der Wertberichtigungsbedarf aus Mietausfällen war mit 0,6 Mio. € (2012: 0,6 Mio. €) oder 0,3 % (2012: 0,4 %) der Umsatzerlöse erneut auf einem sehr niedrigen Niveau.

**ANSTIEG DER GRUNDSTÜCKSBETRIEBS- UND -VERWALTUNGSKOSTEN**

Die Grundstücksbetriebskosten lagen mit 8,5 Mio. € (2012: 10,0 Mio. €) um 1,5 Mio. € unter dem Vorjahr, während die Grundstücksverwaltungskosten mit 9,3 Mio. € (2012: 8,5 Mio. €) um 0,8 Mio. € über dem Vorjahreswert lagen. Der Rückgang bei den Grundstücksbetriebskosten ist insbesondere auf deutlich geringere Instandhaltungskosten (-2,6 Mio. €) im Berichtsjahr zurückzuführen. Diesen Einsparungen standen höhere nicht umlagefähige Nebenkosten gegenüber. Außerdem veränderten sich die Grundstücksbetriebskosten durch die im Berichtsjahr erstmals einbezogenen Objekte (Herold-Center ab 1. Januar 2013 und Altmarkt-Galerie ab 1. Mai 2013) sowie die im Berichtsjahr nicht mehr konsolidierten Objekte (Passau, Hamburg-Harburg). Auch die höheren Grundstücksverwaltungskosten sind im Wesentlichen auf die Berücksichtigung dieser vier Objekte zurückzuführen. In Summe belief sich die Kostenquote auf 9,5 % vom Umsatz (2012: 10,4 %).

**SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN**

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen mit 2,8 Mio. € leicht über dem Vorjahresniveau (2,7 Mio. €). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken hingegen deutlich um 3,5 Mio. € auf 7,3 Mio. € (2012: 10,8 Mio. €). Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus einmaligen Grunderwerbsteuern in Höhe von 2,9 Mio. € im Vorjahr, die im Zusammenhang mit einer Konzern-Umstrukturierung anfielen sowie aus niedrigeren Finanzierungsnebenkosten.

**FINANZERGEBNIS DEUTLICH BESSER**

Das Finanzergebnis verbesserte sich deutlich um 28,0 Mio. € auf -34,1 Mio. € (2012: -62,1 Mio. €). Dies ist auf den Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf der Anteile an der Ilwro Sp. z o.o. (Galeria Dominińska) in Höhe von 15,8 Mio. € ebenso zurückzuführen wie auf den Einfluss der Bilanzierungsumstellung sowie auf die Erstkonsolidierung der Altmarkt-Galerie Dresden.

Die Zinserträge (0,4 Mio. €) lagen auf Vorjahresniveau. Aufgrund der Entkonsolidierung der Objekte in Passau und Hamburg-Harburg entfielen Zinsaufwendungen in Höhe von 5,8 Mio. €, sodass diese auf vergleichbarer Basis mit 57,8 Mio. € um 0,5 Mio. € über dem Vorjahr lagen. Im Rahmen der Erstkonsolidierung der Altmarkt-Galerie Dresden zum 1. Mai 2013 ergab sich ein einmaliger Aufwand aus der Ausbuchung einer kumulierten und bis dahin erfolgsneutral erfassten Wertveränderung eines Zinssicherungsgeschäftes (Swap) in Höhe von 6,8 Mio. €, dem ein laufender Ertrag aus der Bewertung dieses Swaps bis zum Bilanzstichtag von 2,3 Mio. € gegenübersteht. Per Saldo belief sich der Aufwand aus diesem Swap daher im Berichtsjahr auf 4,5 Mio. €. Diesem Aufwand werden bis zum Ende der Zinssicherung 2018 entsprechende Erträge gegenüber stehen.

Das Ergebnis der at-equity einbezogenen Beteiligungsunternehmen verbesserte sich entsprechend deutlich um 12,7 Mio. € und lag bei 27,0 Mio. € (2012: 14,3 Mio. €). Dies ist auch auf ein deutlich höheres Bewertungsergebnis zurückzuführen, das mit 2,4 Mio. € um 8,4 Mio. € über dem Vorjahr lag (2012: -6,0 Mio. €). Außerdem wirkt sich die geänderte Bilanzierung auf diese Zahlen aus.

Die Ergebnisanteile der Fremdgesellschafter erhöhten sich von 15,3 Mio. € um 0,6 Mio. € auf 15,9 Mio. €.

## BEWERTUNGSERGEBNIS ÜBER VORJAHR

Das Bewertungsergebnis verbesserte sich um 42,0 Mio. € gegenüber dem Vorjahr (13,9 Mio. €) auf 56,0 Mio. €. Im Durchschnitt wurden die Konzernimmobilien nach Berücksichtigung der laufenden Investitionen um 2,1 % aufgewertet, wobei die Bandbreite der Bewertungsergebnisse zwischen 0,0 % und 4,8 % lag.

Die Bewertung der Bestandsobjekte führte zu einem Bewertungsgewinn in Höhe von 60,5 Mio. €. Der Anteil der Fremdgesellschafter am Bewertungsergebnis betrug im Berichtsjahr 4,5 Mio. € (2012: 18,7 Mio. €).

## STEUERPOSITION ERNEUT DEUTLICH VERÄNDERT

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag lagen bei 16,6 Mio. € gegenüber einem Steuerertrag im Vorjahr von 19,1 Mio. €. Nachdem im Vorjahr latente Gewerbesteuerrückstellungen in Höhe von 49,1 Mio. € aufgelöst wurden, konnten im Berichtsjahr die latenten Gewerbesteuerrückstellungen um 12,6 Mio. € reduziert werden, nachdem für eine weitere Gesellschaft die Voraussetzungen für die Inanspruchnahme der erweiterten gewerbesteuerlichen Kürzung geschaffen wurden. Demgegenüber stehen Aufwendungen aus der Zuführung zu den latenten Ertragsteuern des Berichtsjahres von 28,7 Mio. €. Der Steueraufwand aus den Ertragssteuerzahlungen des Berichtsjahres belief sich auf 2,4 Mio. € (Inland: 1,5 Mio. €, Ausland: 0,9 Mio. €).

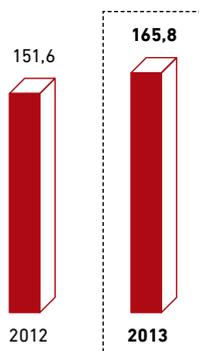
IN T€	31.12.2013	31.12.2012	Differenz	Abw. in %
Allee-Center, Magdeburg	7.945	7.762	183	2,4
Phoenix-Center, Hamburg	6.144	0	-6.144	100
Stadt-Galerie, Passau	6.938	0	6.938	100
Altmarkt-Galerie, Dresden	5.636	16.096	-10.460	-65,0
City-Arkaden, Klagenfurt	5.890	5.635	255	4,5
Árkád, Pécs	3.487	3.577	-90	-2,5
sonstige	676	678	-2	-0,3
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>36.716</b>	<b>33.748</b>	<b>2.969</b>	<b>8,8</b>
Grundstücksbetriebskosten	-1.739	-1.415	-324	
Grundstücksverwaltungskosten	-1.904	-2.079	175	
<b>Nettobetriebsergebnis</b>	<b>33.073</b>	<b>30.253</b>	<b>2.820</b>	
sonstige betriebliche Erträge	65	204	-139	
sonstige betriebliche Aufwendungen	-322	-906	584	
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>32.816</b>	<b>29.551</b>	<b>3.265</b>	
Zinserträge	19	40	-21	
Zinsaufwendungen	-8.147	-9.110	963	
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-8.127</b>	<b>-9.070</b>	<b>942</b>	
<b>Bewertungsergebnis</b>	<b>2.410</b>	<b>-6.029</b>	<b>8.439</b>	
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>27.099</b>	<b>14.453</b>	<b>12.646</b>	
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-76	-107	32	
<b>Gewinn- oder Verlustanteil der Gemeinschaftsunternehmen</b>	<b>27.024</b>	<b>14.346</b>	<b>12.678</b>	

## KONZERNERGEBNIS SIGNIFIKANT ÜBER VORJAHR

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erhöhte sich im Berichtsjahr von 151,6 Mio. € um 9,4 % auf 165,8 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag aus den vorbenannten Gründen mit 187,6 Mio. € um 81 % über dem Vorjahreswert (103,4 Mio. €). Das Konzernergebnis betrug 171,0 Mio. € und lag damit 40 % über dem Vorjahreswert (122,5 Mio. €).

### EBIT

IN MIO. €

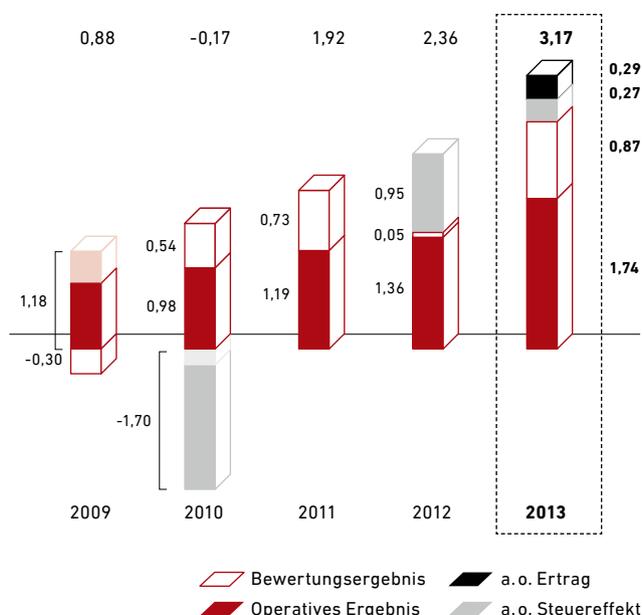


## STARKES OPERATIVES GESCHÄFT TREIBT DAS ERGEBNIS JE AKTIE

Der Gewinn je Aktie (Konzernjahresüberschuss je Aktie) erreichte im Berichtsjahr 3,17 € gegenüber 2,36 € im Vorjahr (+34 %). Davon entfielen 1,74 € (2012: 1,36 €) auf das operative Geschäft und 0,87 € (2012: 0,05 €) auf das Bewertungsergebnis. Darüber hinaus war der Gewinn je Aktie des Geschäftsjahres 2013 durch Steuererträge in Höhe 0,27 € (2012: 0,95 €) sowie den Veräußerungsgewinn in Höhe von 0,29 € positiv beeinflusst.

### ERGEBNIS JE AKTIE

IN €, UNVERWÄSSERT



IN € JE AKTIE	2013	2012
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>3,17</b>	<b>2,36</b>
Bewertung IAS 40	-1,03	-0,27
Bewertung at-equity-Gesellschaften	-0,04	0,12
latente Steuer	0,20	0,10
Steuerertrag Vorjahre	-0,27	-0,95
Veräußerungsgewinn	-0,29	0,00
<b>EPRA* Earnings</b>	<b>1,74</b>	<b>1,36</b>
Gewichtete Aktienanzahl in Tsd.	53.946	51.935

\* European Public Real Estate Association

## FUNDS FROM OPERATIONS (FFO) UM 24 % GESTEIGERT

Die Funds From Operations (FFO) dienen der Finanzierung unserer laufenden Investitionen in Bestandsobjekte, der planmäßigen Tilgung unserer langfristigen Bankdarlehen sowie der Dividende. Im Berichtsjahr wurde ein FFO von 112,0 Mio. € gegenüber 87,0 Mio. € im Vorjahr erwirtschaftet. Der FFO je Aktie stieg um 24 % von 1,68 € auf 2,08 €.

IN T€	2013	2012
Konzernergebnis	171.043	122.484
Veräußerungsgewinn	-15.799	0
Bewertungsergebnis	-55.982	-13.934
Bewertungsergebnis at-equity-Gesellschaften	-2.410	6.029
Aufwand Wandlungsrecht	940	0
Latente Steuern	14.208	-27.545
<b>FFO</b>	<b>112.000</b>	<b>87.034</b>

**FFO je Aktie** 2,08 € 1,68 €

## DIVIDENDENVORSCHLAG: 1,25 € JE AKTIE

Das erfolgreiche Geschäftsjahr bildet die Basis für eine Fortsetzung der auf Kontinuität ausgerichteten Dividendenpolitik. Daher werden der Vorstand und der Aufsichtsrat den Aktionären auf der Hauptversammlung, die am 18. Juni 2014 in Hamburg stattfindet, für das Geschäftsjahr 2013 eine gegenüber dem Vorjahr um 4 % oder 0,05 € höhere Dividende von 1,25 € je Aktie vorschlagen. Aus der Dividende wird ein Anteil von voraussichtlich 0,40 € je Aktie dem Kapitalertragssteuerabzug unterliegen.

## 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. Durch die gute Bonität der Deutsche EuroShop können erfahrungsgemäß Vorteile bei den Darlehensbedingungen erreicht werden. Darüber hinaus kann der Konzern seine Finanzierung unabhängig und flexibel gestalten.

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 Fremdanteilen) 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.

### FINANZIERUNGSANALYSE: ZINSKONDITIONEN VERBESSERT

Zum 31. Dezember 2013 wies der Deutsche EuroShop-Konzern folgende Finanzkennzahlen aus:

IN MIO. €	2013	2012	Veränderung
Bilanzsumme	3.394,9	3.347,6	+47,3
Eigenkapital (inkl. Fremdgesellschafter)	1.642,4	1.606,1	+36,3
Eigenkapitalquote in %	48,4	48,0	0,4
Nettofinanzverbindlichkeiten	1.445,9	1.306,6	+139,3
Loan to value in %	43	41	2

Das wirtschaftliche Eigenkapital des Konzerns in Höhe von 1.642,4 Mio. €, das sich aus dem Eigenkapital der Konzernaktionäre (1.428,9 Mio. €) und dem Eigenkapital der Fremdgesellschafter (213,4 Mio. €) zusammensetzt, stieg gegenüber dem Vorjahr um 36,3 Mio. €. Die Eigenkapitalquote lag mit 48,4 % leicht über dem Vorjahr.

FINANZVERBINDLICHKEITEN IN T€	2013	2012
Wandelanleihe	93.556	91.943
Langfristige Bankverbindlichkeiten	1.295.996	1.184.360
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	97.207	191.298
<b>Summe</b>	<b>1.486.759</b>	<b>1.467.601</b>
<b>Liquide Mittel</b>	<b>-40.810</b>	<b>-161.006</b>
<b>Nettofinanzverbindlichkeiten</b>	<b>1.445.949</b>	<b>1.306.595</b>

Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten erhöhten sich im Berichtsjahr von 1.467,6 Mio. € um 19,2 Mio. € auf 1.486,8 Mio. €. Dem gegenüber verringerten sich die liquiden Mittel um 120,2 Mio. €, sodass die Nettofinanzverbindlichkeiten um 139,4 Mio. € von 1.306,6 Mio. € auf 1.445,9 Mio. € stiegen. Durch die vollständige Übernahme der Altmarkt-Galerie in Dresden und der daraus resultierenden Vollkonsolidierung erhöhten sich die Finanzverbindlichkeiten um 187,1 Mio. €. Dem gegenüber wurden Kredite in Höhe von 109,9 Mio. € entkonsolidiert. Zurückgeführt wurden Kredite in Höhe von 59,7 Mio. €.

Im Berichtsjahr wurden 13 Bestandsdarlehen, die zur Finanzierung des Main-Taunus-Zentrums in der Vergangenheit aufgenommen wurden, durch ein neues Darlehen in Höhe von 220,0 Mio. € abgelöst. Während die durchschnittliche Restlaufzeit dieser Darlehen zum Ablösezeitpunkt bei 0,9 Jahren und der Durchschnittszinssatz bei 3,88 % lagen, wurde das neue Darlehen über 10,0 Jahre zu einem Zinssatz von 2,99 % abgeschlossen. Damit haben wir die Fälligkeits- und Zinsstruktur unseres Darlehensportfolios erneut verbessert.

Die zum Jahresende bestehenden Nettofinanzverbindlichkeiten dienen ausschließlich der Finanzierung der langfristigen Vermögenswerte. Damit waren im Berichtsjahr 43 % des langfristigen Vermögens fremdfinanziert.

Dem Konzern steht eine Kreditlinie in Höhe von 150 Mio. € bis Ende 2016 zur Verfügung. Zum Bilanzstichtag waren hiervon 77,0 Mio. € in Anspruch genommen.

Insgesamt waren die Fremdfinanzierungskonditionen (einschließlich Wandelanleihe) zum 31. Dezember 2013 noch für durchschnittlich 7,0 Jahre (2012: 6,4 Jahre) zu 3,88 % p.a. (2012: 4,25 % p.a.) gesichert. Die Deutsche EuroShop unterhält Kreditverbindungen zu 21 Banken. Dabei handelt es sich ausschließlich um deutsche Kreditinstitute.

**DARLEHENSSTRUKTUR PER 31. DEZEMBER 2013**

	IN % DER DARLEHEN	IN MIO. €	Ø RESTLAUFZEIT IN JAHREN	DURCHSCHNITTS- ZINSSATZ
bis 1 Jahr 	6,4	95,2	1,0	1,67
1 bis 5 Jahre 	25,2	372,5	3,4	3,88
5 bis 10 Jahre 	62,3	924,4	7,9	3,72
über 10 Jahre 	6,1	91,0	13,7	5,07
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>1.483,1</b>	<b>7,0</b>	<b>3,88</b>

Von 19 Darlehen im Konzern sind bei zwölf Darlehen Kreditauflagen mit den finanzierenden Banken vereinbart. Dabei handelt es sich um insgesamt 18 einzelne Auflagen zur Kapitaldienstfähigkeit (DSCR), zur Zinszahlungsfähigkeit (ICR), zur Höhe von Mieteinnahmen 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 2014 erfolgen planmäßige Tilgungen, die aus dem laufenden Cashflow finanziert werden, in Höhe von 18,2 Mio. €. In den Jahren 2015 bis 2018 liegt die durchschnittliche Tilgungsleistung bei 17,0 Mio. € p. a.

Im Geschäftsjahr 2014 laufen keine Darlehen aus. Im Jahr 2015 steht dann ein Darlehen in Höhe von 61,9 Mio. € und im Jahr 2016 ein weiteres Darlehen in Höhe von 77,0 Mio. € zur Prolongation an. Im Jahr 2017 ist die Wandelanleihe zurückzuzahlen, sofern die Wandelanleihegläubiger bis dahin nicht von ihrem Wandlungsrecht Gebrauch gemacht haben. 2018 ist dann ein weiteres Darlehen in Höhe von 72,0 Mio. € zu prolongieren.

In der Bilanz werden zum Stichtag kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 1.486,8 Mio. € ausgewiesen. Bei der Differenz der Gesamtsumme zu den hier angegebenen Beträgen in Höhe von 3,7 Mio. € handelt es sich um abgegrenzte Zins- und Tilgungsleistungen, die Anfang 2014 beglichen wurden.

#### INVESTITIONSANALYSE: INVESTITIONEN ÜBER VORJAHRESNIVEAU

Im Geschäftsjahr 2013 lagen die Investitionen bei 89,4 Mio. € nach 197,4 Mio. € im Vorjahr. Abzüglich der übernommenen liquiden Mittel entfielen auf die vollständige Übernahme der Altmarkt-Galerie Dresden 59,4 Mio. €. Die laufenden Investitionen in die Bestandsobjekte beliefen sich auf 18,1 Mio. €. Auf übrige Investitionen entfielen 1,1 Mio. €.

#### LIQUIDITÄTSANALYSE: FINANZIERUNGSBEDINGTE HÖHERE LIQUIDITÄT

Der operative Cashflow des Konzerns in Höhe von 129,8 Mio. € (2012: 99,8 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 sowie die Auszahlungen an Fremdgesellschafter zu finanzieren.

Der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit betrug 99,3 Mio. € (2012: 121,9 Mio. €) und beinhaltet neben dem operativen Cashflow auch die Veränderungen der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sowie der sonstigen Verbindlichkeiten und der Rückstellungen. Die Verminderung ist im Wesentlichen auf die Zahlung von Steuerverbindlichkeiten zurückzuführen.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit ist von 178,9 Mio. € auf -136,8 Mio. € gesunken. Der Mittelabfluss aus Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 59,7 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Rückführung einer im Vorjahr in Anspruch genommenen Kreditlinie. Die Dividendenzahlung an die Aktionäre betrug 64,7 Mio. €. An die Fremdgesellschafter wurden 12,3 Mio. € ausgeschüttet.

Der Finanzmittelbestand verringerte sich im Berichtsjahr um 120,2 Mio. € auf 40,8 Mio. € (2012: 161,0 Mio. €).

## VERMÖGENSLAGE

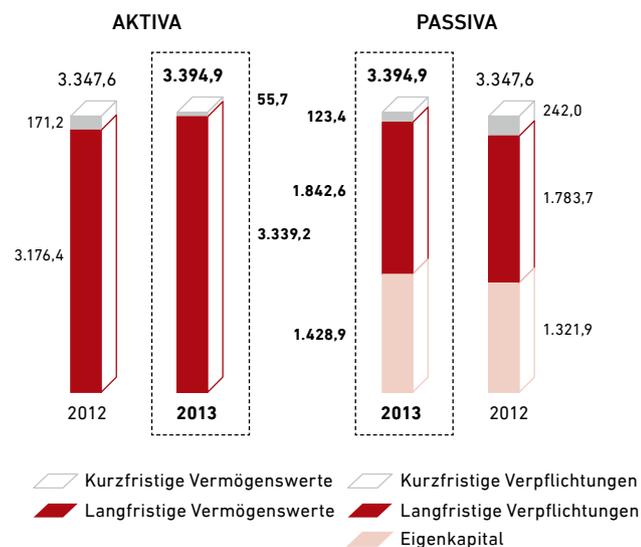
### BILANZANALYSE

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um 47,3 Mio. € von 3.347,6 Mio. € auf 3.394,9 Mio. € gestiegen.

IN T€	2013	2012	Veränderung
kurzfristige Vermögenswerte	55.698	171.160	-115.462
langfristige Vermögenswerte	3.339.165	3.176.400	162.765
kurzfristige Verpflichtungen	123.353	241.958	-118.605
langfristige Verpflichtungen	1.842.561	1.783.688	58.873
Eigenkapital	1.428.949	1.321.914	107.035
<b>Bilanzsumme</b>	<b>3.394.863</b>	<b>3.347.560</b>	<b>47.303</b>

### BILANZSTRUKTUR

IN MIO. €



Abweichungen von der Summe durch Rundungsdifferenzen möglich

### KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE DEUTLICH NIEDRIGER

Die kurzfristigen Vermögenswerte beliefen sich zum Jahresende auf 55,7 Mio. €. Das entsprach einem Rückgang von 115,5 Mio. € gegenüber dem Vorjahr (171,2 Mio. €). Diese Abnahme resultiert ausschließlich aus den niedrigeren liquiden Mitteln zum Bilanzstichtag. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen hingegen lagen mit 5,6 Mio. € um 1,8 Mio. € über dem Vorjahr (3,8 Mio. €). Die sonstigen Vermögenswerte reduzierten sich leicht von 6,4 Mio. € um 0,1 Mio. € auf 6,3 Mio. €.

Die liquiden Mittel betragen am Bilanzstichtag 40,8 Mio. € und damit

120,2 Mio. € weniger als zum Ende des Vorjahres (161,0 Mio. €). Darüber hinaus bestand zum Bilanzstichtag ein Termingeld, das als sonstige Finanzinvestition ausgewiesen wird.

### LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE HÖHER DURCH INVESTITIONEN

Im Berichtsjahr haben sich die langfristigen Vermögenswerte von 3.176,4 Mio. € auf 3.339,2 Mio. € und somit um 162,8 Mio. € erhöht.

Die Investment Properties erhöhten sich dabei um 138,0 Mio. €. Hier-von entfielen auf die Altmarkt-Galerie 392,7 Mio. €, denen Abgänge aus der Entkonsolidierung der Objekte in Passau und Hamburg-Harburg von 333,4 Mio. € gegenüberstehen. Die Investitionskosten der Bestandsobjekte betragen 18,1 Mio. €. Aus der Bewertung des Immobilienbestandes ergaben sich Aufwertungen in Höhe von 60,5 Mio. €.

Die at-equity bilanzierten Finanzanlagen erhöhten sich von 321,5 Mio. € um 20,4 Mio. € auf 341,9 Mio. €. Einem Zugang aus der Erfassung der Beteiligungen an den Objekten in Passau und Hamburg-Harburg von 148,9 Mio. € steht dabei ein Rückgang bedingt durch die Vollkonsolidierung der Altmarkt-Galerie zum 1. Mai 2013 von 134,6 Mio. € gegenüber. Aus der Differenz zwischen den anteiligen Ergebnissen und den Entnahmen resultiert ein Zugang zu den at-equity bilanzierten Finanzanlagen von 6,1 Mio. €.

Die übrigen langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich per Saldo gegenüber dem Vorjahr um 4,4 Mio. €.

### KURZFRISTIGE VERPFLICHTUNGEN GESUNKEN

Die kurzfristigen Verpflichtungen sind um 118,6 Mio. € von 242,0 Mio. € auf 123,4 Mio. € gesunken. Das ist insbesondere auf den Rückgang der kurzfristigen Bankverbindlichkeiten (-94,1 Mio. €) sowie der Steuerverbindlichkeiten (-23,2 Mio. €) zurückzuführen.

Die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten verminderten sich per Saldo um 1,3 Mio. €.

### LANGFRISTIGE VERPFLICHTUNGEN FINANZIERUNGS-BEDINGT ANGESTIEGEN

Die langfristigen Verpflichtungen erhöhten sich von 1.783,7 Mio. € um 58,9 Mio. € auf 1.842,6 Mio. €. Dies ist ganz wesentlich auf die erstmalige Vollkonsolidierung der Altmarkt-Galerie Dresden sowie die Entkonsolidierungsmaßnahmen zurückzuführen (73,7 Mio. €). Insgesamt erhöhten sich die langfristigen Finanzverbindlichkeiten um 113,3 Mio. €. Daneben erhöhten sich auch die passiven latenten Steuern um 18,0 Mio. € auf 198,5 Mio. €. Die Anteile der Fremdgesellschafter am Eigenkapital der Objektgesellschaften lagen hingegen aufgrund der Entkonsolidierungen mit 213,4 Mio. € um 70,8 Mio. € unter dem Vorjahr. Die sonstigen Verbindlichkeiten verminderten sich insbesondere durch die Bewertung der Zinsswaps um 1,6 Mio. € auf 41,1 Mio. € (2012: 42,7 Mio. €).

## EIGENKAPITAL

Das Eigenkapital des Konzerns lag zum Ende des Berichtsjahres mit 1.428,9 Mio. € um 107,0 Mio. € über dem Eigenkapital des Vorjahres (1.321,9 Mio. €).

Die Veränderungen im Berichtsjahr ergaben sich im Wesentlichen aus der Differenz zwischen dem Konzernergebnis von 171,0 Mio. € und der im Juni 2013 gezahlten Dividende von 64,7 Mio. €.

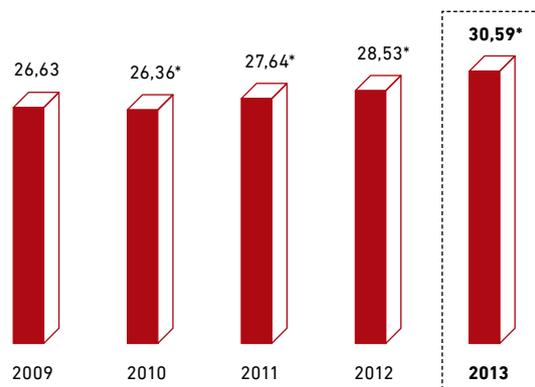
## NET ASSET VALUE NACH EPRA WEITER GESTEIGERT

Der Net Asset Value (NAV) zum 31. Dezember 2013 lag bei 1.650,4 Mio. € oder 30,59 € je Aktie gegenüber 1.538,9 Mio. € oder 28,53 € je Aktie im Vorjahr. Damit ist der Net Asset Value um 7,2 % je Aktie gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Eigenkapital	1.428.949	1.321.914
latente Steuern	198.491	180.525
negative Swapwerte	30.760	49.496
darauf entfallende latente Steuern	-7.762	-13.057
EPRA NAV	1.650.438	1.538.878
<b>EPRA NAV je Aktie</b>	<b>30,59 €</b>	<b>28,53 €</b>

## NET ASSET VALUE JE AKTIE

IN €



\* EPRA NAV

Darüber hinaus empfiehlt die EPRA die Berechnung eines EPRA NNNNAV (Triple NAV), der in etwa dem Liquidationswert der Gesellschaft entsprechen soll. Dabei wird der EPRA NAV um stille Lasten bzw. stille Reserven aus der Marktbewertung der Bankverbindlichkeiten sowie um latente Steuern bereinigt. Zum 31. Dezember 2013 lag der EPRA NNNNAV bei 1.377,7 Mio. € gegenüber 1.250,3 Mio. € im Vorjahr. Je Aktie ergab sich ein EPRA NNNNAV von 25,54 € gegenüber 23,18 € im Vorjahr. Das entspricht einer Erhöhung um 10,2%.

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
EPRA NAV	1.650.438	1.538.878
negative Swapwerte	-30.760	-49.496
negative Barwerte Bankverbindlichkeiten	-62.862	-89.522
Summe latente Steuern	-179.080	-149.607
EPRA NNNNAV	1.377.736	1.250.253
<b>EPRA NNNNAV je Aktie</b>	<b>25,54 €</b>	<b>23,18 €</b>

## GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

Das abgelaufene Geschäftsjahr hat wiederum den Erfolg des Geschäftsmodells des Deutsche EuroShop-Konzerns bestätigt. Die ursprünglichen Prognosen haben wir erneut erreicht.

## Nachtragsbericht

Zwischen dem Bilanzstichtag und dem Tag der Konzernabschlussstellung sind keine Ereignisse von wesentlicher Bedeutung eingetreten.

## Prognosebericht

Die Bundesregierung geht für Deutschland in ihrem Wirtschaftsbericht für das Jahr 2014 von einem positiven Szenario aus – auch wenn sich in der Eurozone der Zustand wirtschaftlicher Ungleichgewichte fortsetzen dürfte. Demnach soll das Bruttoinlandsprodukt um 1,8 % wachsen. Die Wachstumsimpulse sollen von einer anhaltend guten Binnennachfrage und einem deutlich anziehenden Exportgeschäft ausgehen. Dabei soll die Arbeitslosenquote auf dem jetzigen Niveau bei gleichzeitig moderater Inflation verharren. Die Erwerbsquote könnte noch einmal leicht auf 42,1 Mio. Erwerbstätige zunehmen und die Arbeitseinkommen leicht steigen. Der Handelsverband HDE erwartet ein Plus von 1,1 % bei den Einzelhandelsumsätzen.

Der im Jahr 2012 zwischen den EU-Mitgliedsstaaten geschlossene Wachstumspakt und die damit verbundene Schuldenbremse führte vorrangig dazu, dass in einigen Ländern der Staat als Nachfrager von Investitionen ausfällt und so auch künftig keine großen Wachstumsimpulse in den südeuropäischen Mitgliedstaaten erwartet werden.

Die Weltwirtschaft zeichnet sich nach wie vor durch eine anhaltend hohe Fragilität aus. Obgleich sich die Turbulenzen an den Finanzmärkten im letzten Jahr deutlich gelegt haben, bleibt doch unerschwinglich immer noch das Misstrauen vieler Marktteilnehmer und der Bevölkerung, dass diese Krise noch nicht bewältigt ist.

Vor diesem Hintergrund besteht weltweit unverändert der Wunsch nach wertgesicherten Kapitalanlagen insbesondere in finanziell solide aufgestellten Ländern wie der Bundesrepublik Deutschland. Darüber hinaus führt das niedrige Zinsniveau dazu, dass insbesondere Lebensversicherungsgesellschaften weiter nach Anlagemöglichkeiten im Immobilienbereich suchen, um die Ansprüche der Versicherten langfristig erfüllen zu können. Die Nachfrage nach Immobilien wird dadurch auf einem Rekordniveau gehalten, der aber nur ein begrenztes Angebot gegenüber steht. Insbesondere Einzelhandelsimmobilien stehen bei vielen institutionellen Investoren unverändert im Fokus des Interesses. Dies führt bei sogenannten Core-Immobilien weiterhin zu sehr hohen Transaktionspreisen und entsprechend niedrigen Renditeerwartungen. Wir beobachten die Entwicklung des Immobilienmarktes intensiv. Neue Investments werden wir – wie in der Vergangenheit – nur dann tätigen, wenn die langfristig erzielbare Rendite in einem vernünftigen Verhältnis zu den Risiken der Investition steht.

## **GUTE PERSPEKTIVEN FÜR UNSERE SHOPPING-CENTER**

Wir gehen von einer weiter positiven Entwicklung unserer Shoppingcenter aus. Der Vermietungsstand über alle Shoppingcenter wird aus heutiger Sicht weiterhin bei rund 99 % liegen. Zum Jahresende 2013 lag dieser über alle Flächen mit 98,6 % auf dem Niveau des Vorjahres (98,6 %). Bei den Einzelhandelsflächen lag der Vermietungsstand stabil bei 99,5 %. Die Leerstände resultieren im Wesentlichen aus Büro- und Lagerflächen.

Die Mietaußenstände als auch erforderliche Wertberichtigungen befinden sich stabil auf einem niedrigen Niveau. Wir haben 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 2014 und 2015 beinhaltet keine 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 Ertragssituation unseres Konzerns basiert auf

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

## **UMSATZ STEIGT 2014 UM 6 %**

Für das Geschäftsjahr 2014 erwarten wir einen Umsatzanstieg um rund 6 % auf 198 bis 201 Mio. €. Hier wird sich insbesondere der Umsatzbeitrag der Altmarkt-Galerie positiv auswirken, die erstmals ganzjährig zu den Umsatzerlösen beiträgt. Im Geschäftsjahr 2015 sollte der Umsatz weiter leicht auf 202 bis 205 Mio. € steigen.

## **WEITERES ERGEBNISWACHSTUM IN DEN KOMMENDEN BEIDEN JAHREN**

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag 2013 bei 165,8 Mio. €. Nach unserer Prognose wird das EBIT im laufenden Jahr bei 174 bis 177 Mio. € (+6 %) liegen. 2015 sollte das EBIT weiter auf 177 bis 180 Mio. € (+2 %) steigen.

Im Berichtsjahr lag das operative Ergebnis vor Steuern und bereinigt um den einmaligen Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf der Galeria Dominikanska in Breslau (EBT ohne Bewertungsergebnis) bei 113,4 Mio. €. Für das Geschäftsjahr 2014 kalkulieren wir mit 120 bis 123 Mio. € (+7 %) und mit 125 bis 128 Mio. € für das Geschäftsjahr 2015 (+4 %).

**UMSATZ**

IN MIO. €

**EBIT**

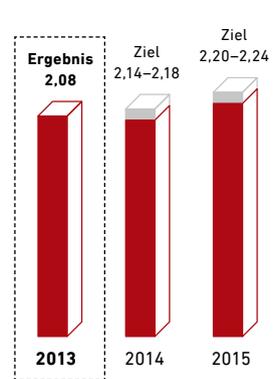
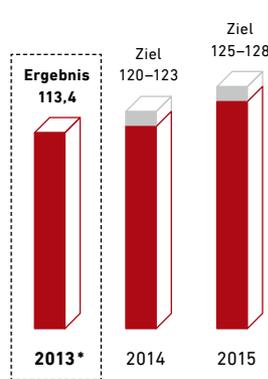
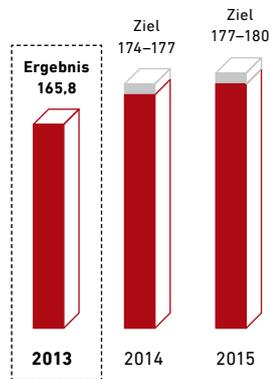
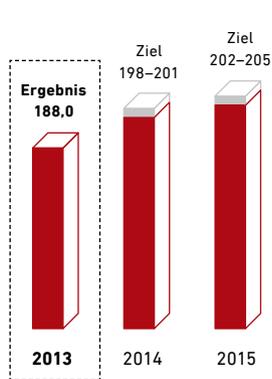
IN MIO. €

**EBT**  
ohne Bewertung

IN MIO. €

**FFO**  
je Aktie

IN €



\* Bereinigt um Verkaufserlöse

**LEICHTE STEIGERUNG DES FFO**

Die Funds From Operations (FFO) beliefen sich im Berichtsjahr auf 2,08 € je Aktie. Für 2014 erwarten wir diese Kennzahl in einer Größenordnung zwischen 2,14 € und 2,18 € (+4 %) und für das Geschäftsjahr 2015 zwischen 2,20 € und 2,24 € (+3 %).

**DIVIDENDENPOLITIK**

Wir beabsichtigen, unsere nachhaltig planbare Dividendenpolitik fortzuführen und gehen davon aus, für das Jahr 2014 eine Dividende von 1,30 € pro Aktie und für das Jahr 2015 von 1,35 € je Aktie an unsere Aktionäre ausschütten zu können.

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.

# Risikobericht

**GRUNDSÄTZE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS UND DES KONZERNWEITEN 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.

**WESENTLICHE MERKMALE**

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

1. Bestandsobjekte
  - Entwicklung der Außenstände
  - Entwicklung der Vermietungsstände
  - Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in den Shoppingcentern
  - Abweichungen von geplanten Objektergebnissen
2. Im Bau befindliche Objekte
  - Entwicklung der Vorvermietung
  - Bautenstand
  - Budgetstand

Im Rahmen der Segmentbildung und -berichterstattung werden gemäß IFRS 8.12 geografische Segmente (Inland und Ausland) gebildet.

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 das Konsumklima oder die Entwicklung der Einzelhandelsumsätze fließen in das Risikomanagement ein. Ebenso werden Aktivitäten der Wettbewerber laufend beobachtet.

## PROZESS DER ABSCHLUSSERSTELLUNG

Die Abschlusserstellung ist ein weiterer wichtiger Bestandteil des internen Kontrollsystems, deren Überwachungs- und Kontrollfunktionen 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 und daher die Anwendung der eingesetzten Systeme keine absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der Konzernrechnungslegung gewährleisten kann.

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

## DARSTELLUNG WESENTLICHER EINZELRISIKEN

### KONJUNKTURELLE UND VOLKSWIRTSCHAFTLICHE RISIKEN

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2013 nur moderat gewachsen. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes erhöhte sich das preis-, saison- und kalenderbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 0,4 % gegenüber 0,7 % im Jahr zuvor. Hauptimpulsgeber waren dabei der starke Export und die robuste Binnennachfrage. Die Bundesregierung rechnet für 2014 mit einem Anstieg des deutschen Bruttoinlandsprodukts um 1,8 %.

Der Arbeitsmarkt zeichnete sich weiterhin durch seine relative Stärke aus. Noch nie zuvor waren so viele Menschen erwerbstätig (42,0 Mio.). Die jahresdurchschnittliche Arbeitslosenquote, auf Basis aller zivilen Erwerbspersonen, belief sich 2013 auf 6,9 % (2012: 6,8 %). Für 2014 wird ein leichter Rückgang der Arbeitslosenquote erwartet.

Das Bruttoinlandsprodukt im Euroraum fiel hingegen um 0,4 %. Dabei ist die wirtschaftliche Entwicklung in den einzelnen EU-Mitgliedstaaten sehr unterschiedlich. Gerade die südeuropäischen Länder haben nach wie vor mit hohen Defizitquoten und mangelnder Wettbewerbsfähigkeit zu kämpfen. Bisher ist es nicht gelungen, den Schuldenstand signifikant zu reduzieren. Die Arbeitslosenquote in der Eurozone ist mit 12 % auf Rekordniveau. Insbesondere die Jugendarbeitslosigkeit in Ländern wie Griechenland oder Spanien ist mit rund 50 % besorgniserregend. Allerdings soll es 2014 auch in der Eurozone wieder aufwärts gehen. Die Weltbank rechnet mit einem Anziehen der Wirtschaftsleistung um 1,1 %.

Der Preisauftrieb hat sich gegenüber dem Vorjahr 2013 verlangsamt. Die Inflationsrate war mit +1,5 % in Deutschland und in der Eurozone identisch. Besondere Preistreiber sind nach wie vor die Energiekosten und die Lebensmittelpreise.

Die wirtschaftlichen Ungleichgewichte in der Eurozone werden weiter anhalten. Der im Jahr 2012 zwischen den EU-Mitgliedsstaaten geschlossene Wachstumspakt und die damit verbundene Schuldenbremse führte vorrangig dazu, dass der Staat als Nachfrager von Investitionen ausfällt und so auch künftig keine großen Wachstumsimpulse von den südeuropäischen Mitgliedstaaten erwartet werden.

Die Deutsche EuroShop AG ist mit Blick auf ihr Geschäftsmodell, der langfristigen und inflationsgesicherten Vermietung von Einzelhandelsflächen sowie den damit verbundenen Risiken, nicht so stark von der kurzfristigen Wirtschaftsentwicklung abhängig wie Unternehmen anderer Branchen. Dennoch ist vor dem Hintergrund der Staatsschuldenkrise nicht auszuschließen, dass eine Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Einfluss auf das Geschäft der Deutsche EuroShop AG haben könnte.

Die Entwicklungen der Vergangenheit haben bisher gezeigt, dass wir mit der Ansiedlung unserer Shoppingcenter in erstklassigen Lagen und mit einer breiten Branchendiversifikation innerhalb der Center auch in wirtschaftlich schwierigeren Phasen Geschäftserfolge erzielen konnten.

## MARKT- UND BRANCHENRISIKEN

Durch ein sich wandelndes Nachfrageverhalten und veränderte Angebotsformen hat sich der Einzelhandel in den letzten Jahren strukturell gewandelt. Erfolgreich sind vor allem großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die dem Kunden ein breites Sortimentsangebot bieten können. Die Deutsche EuroShop profitiert mit ihrem Geschäftsmodell von dieser Entwicklung, zumal die Erlebniskomponente des Einkaufens an Bedeutung gewonnen hat und ein Trend zum Vergnügungs- oder Lifestyleshopping zu beobachten ist.

Die Umsätze im stationären Einzelhandel konnten 2013 nominal um 1,4 % und real um 0,1 % (2012: +1,9 % nominal, -0,3 % real) gesteigert werden. Für 2014 erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) ein nominales Umsatzwachstum von 1,5 % auf 439,7 Mrd. €.

Das Internet und der Onlinehandel sind mittlerweile wichtige Bestandteile unserer Wirtschaft. Die stationären Einzelhändler müssen sich mit den damit verbundenen Fragestellungen und Herausforderungen auseinandersetzen. Die Entwicklung und der immer größere Erfolg des E-Commerce werden nach und nach zu einem weiteren Strukturwandel im stationären Einzelhandel beitragen, denen die Händler u. a. mit veränderten Preismodellen, Sonderaktionen und vor allem dem Aufbau einer eigenen Internetpräsenz begegnen können. Mittelfristig wird aber auch das Standortnetz auf den Prüfstand gestellt werden müssen. Dabei können die Standorte in 1A-Lagen von dieser Entwicklung profitieren.

Der Online-Handel ist im Jahr 2013 um 12 % auf 33,1 Mrd. € gestiegen. Der Handelsverband Deutschland rechnet für das kommende Jahr noch einmal mit einem Anstieg um weitere 17 % auf dann 38,7 Mrd. €.

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

Die Deutsche EuroShop AG ist mit Blick auf ihr Geschäftsmodell, der langfristigen und inflationsgesicherten Vermietung von Einzelhandelsflächen sowie den damit verbundenen Risiken nicht so stark von der kurzfristigen Wirtschaftsentwicklung abhängig wie Unternehmen anderer Branchen. Längerfristige Trends wie die wachsende Bedeutung des Online-Handels für den stationären Einzelhandel werden sich aber mittelfristig auf unser Geschäft auswirken. Die Entwicklungen der Vergangenheit haben bisher gezeigt, dass wir mit der Ansiedlung unserer Shoppingcenter in erstklassigen Lagen und mit einer breiten Branchendiversifikation innerhalb der Center auch in stagnierenden Phasen Geschäftserfolge erzielen können. Sofern der stationäre Einzelhandel beginnt, sein Standortnetz aufgrund des zunehmenden Online-Handels zu überprüfen und sich auf die starken Standorte zu konzentrieren, könnten unsere erstklassigen Shoppingcenter-Standorte gestärkt aus dem Strukturwandel hervorgehen.

## MIETAUSFALLRISIKO

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

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

## KOSTENRISIKO

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

## BEWERTUNGSRISIKO

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

## WÄHRUNGSRISSIKO

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

## FINANZIERUNGS- UND ZINSÄNDERUNGSRISSIKEN

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

Auch ist nicht völlig auszuschließen, dass etwa im Zuge einer Verschlechterung der Ertragslage der Gesellschaft Kreditinstitute nicht zur Gewährung einer Anschlussfinanzierung oder Verlängerung von Kreditlinien bereit sind. Das Zinsumfeld wird eng überwacht, um auf Zinsänderungen angemessen durch Finanzierungsalternativen oder gegebenenfalls Absicherungen reagieren zu können. Damit ist aus heutiger Sicht bei einem Durchschnittszinssatz von 3,88 % (2012: 4,25 %) im Konzern kein wesentliches Risiko verbunden, zumal die letzten Anschlussfinanzierungen zu niedrigeren Zinssätzen als die Ursprungsfinanzierungen und dem gegenwärtigen Durchschnittszinssatz abgeschlossen werden konnten.

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

## SCHADENSRISSIKO

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

## IT-RISIKO

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

## PERSONALRISSIKO

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 laufende Tagesgeschäft temporär beeinträchtigen.

## RECHTLICHES RISIKO

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

## EINSCHÄTZUNG DER GESAMTRISIKOPOSITION

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

# Vergütungsbericht

Das Vergütungsmodell der Deutsche EuroShop AG wurde 2010 vom Aufsichtsrat zuletzt überprüft und an das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütungen (VorstAG) und den Corporate Governance Kodex 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 und 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 erhält Herr Böge 0,5 % und Herr Borkers 0,2 % als Tantieme. Die Tantieme ist der Höhe nach begrenzt auf 150 % der jährlichen Grundvergütung.

Die erfolgsunabhängige Jahresgrundvergütung für Herrn Böge beträgt 300.000 € und für Herrn Borkers 168.000 €. Für das Geschäftsjahr 2013 ergibt sich darüber hinaus für Herrn Böge eine Tantieme von 450.000 € (Tantiemegrenze) und für Herrn Borkers voraussichtlich von 231.000 €. Die endgültige Höhe der Tantieme 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 Anstellungsvertrags 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.

Als Komponente mit langfristiger Anreizwirkung wurde 2010 erstmalig ein sogenannter Long Term Incentive (LTI) vereinbart. Die Höhe des LTI basiert auf der Veränderung der Marktkapitalisierung der Deutsche EuroShop AG im Zeitraum vom 1. Juli 2010 und dem 30. Juni 2015. Die Marktkapitalisierung ergibt sich aus der Multiplikation des Aktienkurses mit der Anzahl der ausgegebenen Aktien der Gesellschaft. Zum 1. Juli 2010 hat die Marktkapitalisierung entsprechend den Angaben der Deutsche Börse 983,5 Mio. € betragen.

Bei einer positiven Veränderung der Marktkapitalisierung in dem vorbenannten fünfjährigen Zeitraum von bis zu 500 Mio. € erhält Herr Böge 0,2 % und Herr Borkers 0,025 % der Veränderung. Für eine darüber hinausgehende Veränderung werden 0,1 % bei Herrn Böge und 0,0125 % bei Herrn Borkers vergütet. Die Auszahlung des LTI erfolgt bei Herrn Borkers im Dezember 2015, bei Herrn Böge in fünf gleichen Jahresraten, erstmals am 1. Januar 2016. Im Falle einer vorzeitigen Beendigung des Anstellungsvertrages durch die Gesellschaft werden bis dahin entstandene etwaige Ansprüche aus dem LTI vorzeitig ausbezahlt.

Seit dem 1. Juli 2010 erhöhte sich die Marktkapitalisierung der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2013 auf 1.717,1 Mio. € (31. Dezember 2012: 1.706,8 Mio. €). Sie lag damit um 733,6 Mio. € (31. Dezember 2012: 723,3 Mio. €) über dem Stand vom 1. Juli 2010. Der Barwert des sich daraus ergebenden potenziellen Anspruchs aus dem LTI belief sich zum Jahresende auf 1.302 T€ (31. Dezember 2012: 1.272 T€). Im Geschäftsjahr wurde hierfür eine Zuführung zur Rückstellung in Höhe von 306 T€ (2012: 305 T€) berücksichtigt.

## VERGÜTUNG DES VORSTANDS 2013

Die Bezüge des Vorstands betragen 1.237 T€ und verteilen sich wie folgt:

IN T€	Erfolgsunabhängige Vergütung	Erfolgsbezogene Vergütung	Nebenleistungen	Gesamt	Gesamt Vorjahr
Claus-Matthias Böge	300	447	80	827	829
Olaf Borkers	168	230	12	410	364
	<b>468</b>	<b>677</b>	<b>92</b>	<b>1.237</b>	<b>1.193</b>

Die erfolgsbezogene Vergütung beinhaltet neben den voraussichtlichen Tantiemen des Berichtsjahres auch die Differenz zwischen der voraussichtlichen und der endgültigen Tantieme des Vorjahres (-4 T€).

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

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

## SYSTEM DER AUFSICHTSRATVERGÜTUNG

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 2013

Die Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats beliefen sich im Geschäftsjahr auf 312 T€ und verteilen sich wie folgt:

IN T€	2013	2012
Manfred Zaß	59,50	59,50
Dr. Michael Gellen	44,62	44,62
Thomas Armbrust	29,75	29,75
Karin Dohm	29,75	13,98
Dr. Jörn Kreke	13,94	29,75
Dr. Henning Kreke	15,81	0
Alexander Otto	29,75	29,75
Reiner Strecker	29,75	13,98
Klaus Striebich	29,75	13,98
Dr. Bernd Thiemann	29,75	29,75
<b>inkl. 19 % Umsatzsteuer</b>	<b>312,37</b>	<b>265,06</b>

Vorschüsse und Kredite wurden diesem Personenkreis nicht gewährt.

## SONSTIGES

Es bestehen keine Vereinbarungen mit Mitgliedern des Vorstands, die bei Ablauf des bestehenden Anstellungsvertrages eine Abfindungszahlung vorsehen.

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 2013 zu 9,73 % im Besitz von Herrn Alexander Otto (2012: 9,57 %).

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.

Der Vorstand ist 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. Die Deutsche EuroShop hat im November 2012 eine Wandelschuldverschreibung mit fünf Jahren Laufzeit emittiert, die einen Nennbetrag von 100.000.000 € hat und für die aktuell rund 2,9 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](http://www.deutsche-euroshop.de/ezu).

Hamburg, 15. April 2014

### 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 Veränderungsdaten richtet sich nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten: Verbesserungen werden mit Plus (+) bezeichnet, Verschlechterungen mit Minus (-).



# Konzern- abschluss

138	Konzernbilanz
140	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
141	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
142	Kapitalflussrechnung
143	Eigenkapitalveränderungsrechnung
144	Anhang
190	Bestätigungsvermerk

# Konzernbilanz

AKTIVA IN T€	Anhang	31.12.2013	31.12.2012 nach Umstellung	01.01.2012 nach Umstellung
<b>VERMÖGENSWERTE</b>				
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>				
Immaterielle Vermögenswerte	1.	8	16	20
Sachanlagen	2.	413	112	137
Investment Properties	3.	2.962.163	2.824.133	2.596.131
Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen	4.	341.907	321.534	326.699
Übrige Finanzanlagen	5.	34.519	30.293	27.815
Sonstige langfristige Vermögenswerte	6.	155	312	459
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		<b>3.339.165</b>	<b>3.176.400</b>	<b>2.951.261</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.	5.595	3.772	4.912
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	8.	6.293	6.382	14.207
Sonstige Finanzinvestitionen	9.	3.000	0	0
Liquide Mittel	10.	40.810	161.006	57.613
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		<b>55.698</b>	<b>171.160</b>	<b>76.732</b>
<b>Summe Aktiva</b>				
		<b>3.394.863</b>	<b>3.347.560</b>	<b>3.027.993</b>

<b>PASSIVA IN T€</b>	<b>Anhang</b>	<b>31.12.2013</b>	<b>31.12.2012 nach Umstellung</b>	<b>01.01.2012 nach Umstellung</b>
<b>EIGENKAPITAL UND SCHULDPOSTEN</b>				
<b>Eigenkapital und Rücklagen</b>				
Gezeichnetes Kapital		53.945	53.945	51.631
Kapitalrücklagen		961.970	961.987	890.482
Gewinnrücklagen		413.034	305.982	250.928
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>11.</b>	<b>1.428.949</b>	<b>1.321.914</b>	<b>1.193.041</b>
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>				
Finanzverbindlichkeiten	12.	1.389.552	1.276.303	1.185.613
Passive latente Steuern	13.	198.491	180.525	210.587
Abfindungsansprüche von Kommanditisten		213.422	284.176	280.078
Sonstige Verbindlichkeiten	18.	41.096	42.684	32.288
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>		<b>1.842.561</b>	<b>1.783.688</b>	<b>1.708.566</b>
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>				
Finanzverbindlichkeiten	12.	97.207	191.298	97.962
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14.	3.351	2.135	2.389
Steuerverbindlichkeiten	15.	1.357	24.569	5.913
Sonstige Rückstellungen	16.	6.804	12.495	8.281
Sonstige Verbindlichkeiten	17.	14.634	11.461	11.841
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>		<b>123.353</b>	<b>241.958</b>	<b>126.386</b>
<b>Summe Passiva</b>		<b>3.394.863</b>	<b>3.347.560</b>	<b>3.027.993</b>

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

IN T€	Anhang	2013	2012 nach Umstellung
Umsatzerlöse	19.	187.987	178.161
Grundstücksbetriebskosten	20.	-8.452	-9.983
Grundstücksverwaltungskosten	21.	-9.323	-8.502
<b>Nettobetriebsergebnis (NOI)</b>		<b>170.212</b>	<b>159.676</b>
Sonstige betriebliche Erträge	22.	2.837	2.733
Sonstige betriebliche Aufwendungen	23.	-7.285	-10.830
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>		<b>165.764</b>	<b>151.579</b>
Erträge aus Beteiligungen	24.	16.688	1.400
Zinserträge		448	500
Zinsaufwendungen		-57.827	-63.066
Übrige Finanzaufwendungen		-4.550	0
Erträge aus dem Abgang von Finanzanlagen		23	0
Gewinn oder Verlustanteile von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen, die nach at-equity bilanziert werden	25.	27.024	14.346
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	26.	-15.939	-15.271
<b>Finanzergebnis</b>		<b>-34.133</b>	<b>-62.091</b>
<b>Bewertungsergebnis</b> davon Unterschiedsbeträge gemäß IFRS 3 T€ 0 (Vj. T€ 4.410)	27.	<b>55.982</b>	<b>13.934</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>		<b>187.613</b>	<b>103.422</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	28.	-16.570	19.062
<b>Konzernergebnis</b>		<b>171.043</b>	<b>122.484</b>
Ergebnis je Aktie (€), unverwässert	32.	3,17	2,36
Ergebnis je Aktie (€), verwässert	32.	3,05	2,35

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung

IN T€	Anhang	2013	2012 nach Umstellung
<b>Konzernergebnis</b>		<b>171.043</b>	<b>122.484</b>
<b>Posten, die unter bestimmten Bedingungen zukünftig in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden:</b>			
Veränderungen Cashflow Hedge	11., 30.	11.217	-12.073
Veränderung der at-equity bilanzierten Finanzanlagen	11.	7.519	-2.395
Veränderung IAS 39 Bewertung von Beteiligungen	4., 11., 30.	3.606	2.478
Abgang IAS 39 Bewertung von Beteiligungen	11., 30.	-15.799	0
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	11., 13.	-5.354	1.344
<b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>		<b>1.189</b>	<b>-10.646</b>
<b>Gesamtergebnis</b>		<b>172.232</b>	<b>111.838</b>
Anteil Konzernaktionäre		172.232	111.838

# Konzern-Kapitalflussrechnung

IN T€

Anhang

2013

2012

	Anhang	2013	2012
<b>Ergebnis nach Steuern</b>		<b>171.043</b>	<b>122.484</b>
Aufwendungen / Erträge aus der Anwendung von IFRS 3	27.	0	-5.289
Erträge aus der Veräußerung von Beteiligungen	24.	-15.822	0
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	26., 27.	20.431	33.946
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1., 2.	65	40
Unrealisierte Marktwertveränderungen der Investment Properties	27.	-60.539	-36.518
Nettoverlust aus Derivaten		4.550	0
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge		1.662	484
Jahresergebnisse von Gemeinschafts- und assoziierten Unternehmen	25., 31.	-5.849	2.984
Dem Cashflow aus der Investitionstätigkeit zuzuordnende Aufwendungen	27.	64	9.198
Latente Steuern	28.	14.208	-27.545
<b>Operativer Cashflow</b>		<b>129.813</b>	<b>99.784</b>
Veränderungen der Forderungen	6., 7., 8., 30.	-1.402	-128
Veränderung Sonstige Finanzinvestitionen		-3.000	0
Veränderungen kurzfristiger Rückstellungen	16.	-29.657	22.871
Veränderungen der Verbindlichkeiten	14., 15., 17., 18., 30.	3.642	-667
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>		<b>99.396</b>	<b>121.860</b>
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen / Investment Properties	2., 3.	-18.491	-11.735
Dem Cashflow aus der Investitionstätigkeit zuzuordnende Aufwendungen		-64	-9.198
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an konsolidierten Unternehmen und Geschäftseinheiten		-59.438	-176.250
Ein-/Auszahlungen in das Finanzanlagevermögen		-600	-210
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>		<b>-78.593</b>	<b>-197.393</b>
Auszahlung aus der Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	12.	-59.739	190.684
Einzahlungen von Konzernaktionären	11., 29.	0	66.198
Auszahlungen an Kommanditisten	29.	-12.285	-21.161
Auszahlungen an Konzernaktionäre	11., 29.	-64.735	-56.795
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>		<b>-136.759</b>	<b>178.926</b>
<b>Veränderungen des Finanzmittelbestandes</b>		<b>-115.956</b>	<b>103.393</b>
<b>Finanzmittelbestand am Anfang der Periode</b>		<b>161.006</b>	<b>57.613</b>
Konsolidierungskreisbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds		-4.240	0
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>		<b>40.810</b>	<b>161.006</b>

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

IN T€	Anhang	Anzahl Aktien im Umlauf	Grund- kapital	Kapital- rücklage	Andere Gewinn- rücklagen	Gesetz- liche Gewinn- rücklage	Gewinn- rücklage Available- For-Sale	Gewinn- rücklage Cashflow- Hedges	Summe
<b>01.01.2012</b>		<b>51.631.400</b>	<b>51.631</b>	<b>890.482</b>	<b>262.538</b>	<b>2.000</b>	<b>9.715</b>	<b>-23.325</b>	<b>1.193.041</b>
IAS 8 Anpassung					-3.136			3.136	0
<b>01.01.2012 nach Anpassung</b>		<b>51.631.400</b>	<b>51.631</b>	<b>890.482</b>	<b>259.402</b>	<b>2.000</b>	<b>9.715</b>	<b>-20.189</b>	<b>1.193.041</b>
Summe des direkt im Eigen- kapital erfassten Ergebnisses					-1.968		2.478	-11.156	-10.646
Konzernergebnis					122.484				122.484
Gesamtergebnis					120.516	0	2.478	-11.156	111.838
Dividendenauszahlungen	11.				-56.795				-56.795
Wandlungsrecht Anleihe	12.			7.140					7.140
Kapitalerhöhung		2.314.136	2.314	64.365					66.679
Übrige Veränderungen					11				11
<b>31.12.2012</b>		<b>53.945.536</b>	<b>53.945</b>	<b>961.987</b>	<b>323.134</b>	<b>2.000</b>	<b>12.193</b>	<b>-31.345</b>	<b>1.321.914</b>
<b>01.01.2013</b>		<b>53.945.536</b>	<b>53.945</b>	<b>961.987</b>	<b>323.134</b>	<b>2.000</b>	<b>12.193</b>	<b>-31.345</b>	<b>1.321.914</b>
Summe des direkt im Eigen- kapital erfassten Ergebnisses				0	5.034		-12.193	8.348	1.189
Konzernergebnis					171.043				171.043
Gesamtergebnis			0	0	176.077	0	-12.193	8.348	172.232
Dividendenauszahlungen	11.				-64.735				-64.735
Übrige Veränderungen				-17	-445				-462
<b>31.12.2013</b>		<b>53.945.536</b>	<b>53.945</b>	<b>961.970</b>	<b>434.031</b>	<b>2.000</b>	<b>0</b>	<b>-22.997</b>	<b>1.428.949</b>

# KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2013

## 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 aufgestellt. Dabei wurde von der going-concern-Prämisse ausgegangen. Es wurden alle IFRS und IFRIC beachtet, die zum 31. Dezember 2013 von der EU-Kommission übernommen wurden und verpflichtend anzuwenden sind.

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

Die Darstellung der Beträge erfolgt grundsätzlich in T€.

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

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 wird vom Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats am 15. April 2014 freigegeben. Die Billigung des Konzernabschlusses erfolgt voraussichtlich in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 23. April 2014. Bis zum Zeitpunkt der Feststellung besteht die Möglichkeit einer Änderung des Konzernabschlusses.

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

Die Jahresabschlüsse der einbezogenen Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses, den 31. Dezember 2013, erstellt.

# KONSOLIDIERUNGSKREIS UND KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

## KONSOLIDIERUNGSKREIS

### TOCHTERUNTERNEHMEN

In den Konzernabschluss werden alle Tochtergesellschaften einbezogen, an denen der Deutsche EuroShop AG direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte zustehen.

Zum 31. Dezember 2013 umfasst der Konsolidierungskreis neben dem Mutterunternehmen zwölf (i. Vj. zwölf) vollkonsolidierte in- und ausländische Tochterunternehmen.

### Aufhebung der Stimmrechtsbindungsvereinbarung bei zwei Objektgesellschaften

Bis zum 31. Dezember 2012 bestand bei der Immobilien Kommanditgesellschaft FEZ Harburg und bei der Stadt-Galerie Passau KG eine Stimmrechtsbindungsvereinbarung mit einem Mitgesellschafter, durch die die Deutsche EuroShop beherrschenden Einfluss bei diesen Unternehmen erlangte. Diese Stimmrechtsbindungsvereinbarungen wurden einvernehmlich mit Ablauf des 31. Dezember 2012 aufgehoben. Damit besitzt die Deutsche EuroShop nicht mehr die jeweils erforderliche Stimmrechtsmehrheit. Die beiden Gesellschaften, an denen die Deutsche EuroShop AG mit 50 % bzw. 75 % beteiligt ist, wurden bisher voll konsolidiert und wurden ab 1. Januar 2013 nach ihrer Entkonsolidierung auf die Einbeziehung at-equity umgestellt. Dabei sind folgende Vermögens- und Schuldposten aus der Konzernbilanz erfolgsneutral abgegangen:

<b>IN T€</b>	
Investment Properties	333.370
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	1.114
Liquide Mittel	2.812
Rückstellungen	124
Finanzverbindlichkeiten	109.872
Übrige Verbindlichkeiten	581
Anteile in Fremdbesitz	77.666

Der beizulegende Zeitwert des abgegangenen Nettovermögens wurde als „Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen“ bilanziert.

### Ausscheiden der Deutsche EuroShop AG aus dem DB Immobilienfonds 12 Main-Taunus-Zentrum KG, Hamburg

Die Deutsche EuroShop ist mit Ablauf des 31. Dezember 2012 aus der DB Immobilienfonds 12 Main-Taunus-Zentrum KG (DB 12 KG) als Kommanditistin ausgeschieden. Als Abfindung hat die Deutsche EuroShop ihre bisher über die DB 12 KG mittelbar gehaltene Kommanditbeteiligung an der Main-Taunus-Zentrum KG und darüber hinaus anteilige liquide Mittel in Höhe von 1,5 Mio. € erhalten. Die DB 12 KG wurde bisher vollkonsolidiert. Die Gesellschaft wurde auf den 1. Januar 2013 entkonsolidiert. Dabei sind folgende Vermögens- und Schuldposten aus der Konzernbilanz per 31. Dezember 2012 abgegangen:

IN T€

Liquide Mittel	-2.973
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	155
Entkonsolidierungsbetrag	-2.818

Ergebniseffekte entstanden aus diesem Vorgang nicht. Die direkt an der Main-Taunus-Zentrum KG gehaltene Beteiligung erhöht sich damit von 5,74% auf 52,01%.

#### Aufstockung der Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden KG

Mit Wirkung zum 1. Mai 2013 hat die Deutsche EuroShop AG 33% an der Altmarkt-Galerie Dresden KG erworben und ihren Anteil auf 100% aufgestockt. Der Kaufpreis betrug 70,2 Mio. €. Die Objektgesellschaft wurde ab 1. Mai 2013 vollkonsolidiert. Aus der Erstkonsolidierung entstand kein Unterschiedsbetrag. Im Gesamtjahr 2013 erzielte die Gesellschaft einen Umsatz in Höhe von 24.540 T€ und einen Jahresüberschuss in Höhe von 31.639 T€. In der Zeit vom 1. Mai bis 31. Dezember 2013 betrug der Umsatz 16.129 T€ und der Jahresüberschuss 28.592 T€.

IN T€	Buchwerte	beizulegender Zeitwert
Kaufpreis	70.216	70.216
Fair Value Nettovermögen vor Anteilserwerb	111.637	111.637
Gesamtbetrag der Gegenleistung	<b>181.853</b>	<b>181.853</b>
Erworbenes Nettovermögen:		
Immobilienvermögen	392.735	392.735
Liquide Mittel	10.778	10.778
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.342	1.342
Darlehensverbindlichkeiten	187.107	187.107
Latente Steuern	21.743	21.743
Rückstellungen	885	885
Sonstige Verbindlichkeiten	13.267	13.267
<b>Unterschiedsbetrag</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

#### Verkauf der Kommanditgesellschaft PANTA Achtundvierzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co.

Mit Wirkung zum 30. September 2013 wurden die Anteile an der Kommanditgesellschaft PANTA Achtundvierzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg für einen Kaufpreis von 25 T€ verkauft. Der bis dahin at-equity bilanzierte Net Asset Value in Höhe von 437 T€ wurde mit noch zu leistenden Einlageverpflichtungen in Höhe von 435 T€ verrechnet, sodass ein Veräußerungsgewinn in Höhe von 23 T€ entstand. Die Gesellschaft erzielte bis 30. September 2013 einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 6 T€, der im Finanzergebnis enthalten ist.

#### GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Gemeinschaftsunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG zusammen mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt, werden at-equity bilanziert. Es handelt sich am Bilanzstichtag um sechs Unternehmen. Wir verweisen hierzu auch auf die Erläuterungen der „Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“.

#### 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. Es handelt sich am Bilanzstichtag um fünf Unternehmen.

## 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. Hierzu zählt die Beteiligung an der Ilwro Holding B.V., Amsterdam, in die im Berichtsjahr die Beteiligung an der Ilwro Joint Venture Sp zo.o. eingebracht wurde.

## 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- und Aufwands- und Ertragskonsolidierung eliminiert.

## WÄHRUNGSUMRECHNUNG

---

Konzernwährung ist der Euro (€).

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

Daher werden die monetären Werte zum Stichtagskurs und die nichtmonetären Posten zum Kurs des Erstverbuchungszeitpunktes umgerechnet. Nichtmonetäre Posten, die zum beizulegenden Zeitwert anzusetzen sind, sind zum Stichtagskurs umzurechnen. Die Posten der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, die erfolgswirksam erfasst werden, werden zu Jahresdurchschnittskursen bzw. bei stärkeren Schwankungen mit dem Kurs am Transaktionstag umgerechnet. Eine Umrechnungsdifferenz, die entstehen kann, wenn die Umrechnungskurse der Bilanz und der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung differieren, wird erfolgswirksam berücksichtigt.

Für die Umrechnung der ungarischen Abschlussbestandteile der Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg von Forint in Euro wurde ein Stichtagskurs von 296,91 HUF (i. Vj. 291,29 HUF) und ein Durchschnittskurs von 296,92 HUF (i. Vj. 289,42 HUF) angewandt. Bei der Umrechnung des Einzelabschlusses der polnischen Objektgesellschaft wurde ein Stichtagskurs von 4,1472 PLN (i. Vj. 4,0822 PLN) und ein Durchschnittskurs von 4,1975 PLN (i. Vj. 4,185 PLN) zugrunde gelegt.

# ÄNDERUNGEN VON BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

## Umstellung von der Quotenkonsolidierung auf die at-equity-Bilanzierung ab 1. Januar 2013

Gemeinschaftsunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG zusammen mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt, wurden bisher als Joint Venture quotaal in den Konzernabschluss einbezogen. Mit der Einführung des IFRS 11 ist die Quotenkonsolidierung nicht mehr zulässig. Gemeinschaftsunternehmen sind künftig at-equity zu bilanzieren. Der Standard ist verpflichtend ab 1. Januar 2014 anzuwenden. Unabhängig davon wurde in Ausübung des Wahlrechts des IAS 31 bereits am 1. Januar 2013 rückwirkend auf at-equity umgestellt.

Die Vergleichsbeträge des Geschäftsjahres 2012 sind so angepasst worden, als ob schon in 2012 und in Vorperioden at-equity bilanziert worden ist. Hierdurch wird dem Kapitalmarkt bereits jetzt im Hinblick auf die bevorstehenden Änderungen durch IFRS 11 ein klareres Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns gegeben.

Der Übergang von der Quotenkonsolidierung zur at-equity-Bewertung hat Auswirkungen auf die Struktur des Konzernabschlusses. Die Vermögenswerte, Schulden, Aufwendungen und Erträge werden nicht mehr anteilig in den entsprechenden Bilanz- und GuV-Posten ausgewiesen.

Folgende Gesellschaften sind von der Umstellung betroffen:

- Altmarkt-Galerie Dresden KG, Hamburg (bis 30. April 2013)
- Allee-Center Magdeburg KG, Hamburg
- CAK City Arkaden Klagenfurt KG, Hamburg
- EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H. & Co OG, Wien
- Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg

## KONZERNBILANZ ÜBERLEITUNG AUF AT-EQUITY ZUM 1. JANUAR 2012

AKTIVA IN T€	01.01.2012 vor Umstellung	01.01.2012 Umstellung	01.01.2012 nach Umstellung
VERMÖGENSWERTE			
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	20	0	20
Sachanlagen	137	0	137
Investment Properties	3.106.832	-510.701	2.596.131
Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen	4.514	322.185	326.699
Übrige Finanzanlagen	27.815	0	27.815
Sonstige langfristige Vermögenswerte	459	0	459
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.139.777</b>	<b>-188.516</b>	<b>2.951.261</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.606	-694	4.912
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	15.334	-1.127	14.207
Liquide Mittel	64.408	-6.795	57.613
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>85.348</b>	<b>-8.616</b>	<b>76.732</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>3.225.125</b>	<b>-197.132</b>	<b>3.027.993</b>

PASSIVA IN T€	01.01.2012 vor Umstellung	01.01.2012 Umstellung	01.01.2012 nach Umstellung
EIGENKAPITAL UND SCHULDPOSTEN			
<b>Eigenkapital und Rücklagen</b>			
Gezeichnetes Kapital	51.631	0	51.631
Kapitalrücklagen	890.482	0	890.482
Gewinnrücklagen	250.928	0	250.928
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>1.193.041</b>	<b>0</b>	<b>1.193.041</b>
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>			
Finanzverbindlichkeiten	1.335.986	-150.373	1.185.613
Passive latente Steuern	210.587	0	210.587
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	280.078	0	280.078
Sonstige Verbindlichkeiten	38.451	-6.163	32.288
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>	<b>1.865.102</b>	<b>-156.536</b>	<b>1.708.566</b>
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>			
Bankverbindlichkeiten	136.163	-38.201	97.962
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.835	-446	2.389
Steuerverbindlichkeiten	5.935	-22	5.913
Sonstige Rückstellungen	8.859	-578	8.281
Sonstige Verbindlichkeiten	13.190	-1.349	11.841
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>	<b>166.982</b>	<b>-40.596</b>	<b>126.386</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>3.225.125</b>	<b>-197.132</b>	<b>3.027.993</b>

## KONZERNBILANZ ÜBERLEITUNG AUF AT-EQUITY ZUM 31. DEZEMBER 2012

<b>AKTIVA IN T€</b>	<b>31.12.2012 vor Umstellung</b>	<b>31.12.2012 Umstellung</b>	<b>31.12.2012 nach Umstellung</b>
<b>VERMÖGENSWERTE</b>			
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	16	0	16
Sachanlagen	112	0	112
Investment Properties	3.330.289	-506.156	2.824.133
Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen	4.109	317.425	321.534
Übrige Finanzanlagen	30.293	0	30.293
Sonstige langfristige Vermögenswerte	316	-4	312
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.365.135</b>	<b>-188.735</b>	<b>3.176.400</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.738	-966	3.772
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7.115	-733	6.382
Sonstige Finanzinvestitionen	4.355	-4.355	0
Liquide Mittel	167.511	-6.505	161.006
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>183.719</b>	<b>-12.559</b>	<b>171.160</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>3.548.854</b>	<b>-201.294</b>	<b>3.347.560</b>

<b>PASSIVA IN T€</b>	<b>31.12.2012 vor Umstellung</b>	<b>31.12.2012 Umstellung</b>	<b>31.12.2012 nach Umstellung</b>
<b>EIGENKAPITAL UND SCHULDPOSTEN</b>			
<b>Eigenkapital und Rücklagen</b>			
Gezeichnetes Kapital	53.945	0	53.945
Kapitalrücklagen	961.987	0	961.987
Gewinnrücklagen	305.982	0	305.982
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>1.321.914</b>	<b>0</b>	<b>1.321.914</b>
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>			
Finanzverbindlichkeiten	1.463.097	-186.794	1.276.303
Passive latente Steuern	180.525	0	180.525
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	284.176	0	284.176
Sonstige Verbindlichkeiten	51.242	-8.558	42.684
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>	<b>1.979.040</b>	<b>-195.352</b>	<b>1.783.688</b>
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>			
Bankverbindlichkeiten	194.137	-2.839	191.298
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.331	-196	2.135
Steuerverbindlichkeiten	24.572	-3	24.569
Sonstige Rückstellungen	12.749	-254	12.495
Sonstige Verbindlichkeiten	14.111	-2.650	11.461
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>	<b>247.900</b>	<b>-5.942</b>	<b>241.958</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>3.548.854</b>	<b>-201.294</b>	<b>3.347.560</b>

## KONZERN GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ÜBERLEITUNG AUF AT-EQUITY ZUM 31. DEZEMBER 2012

IN T€	01.01.–31.12.2012 vor Umstellung	01.01.–31.12.2012 Umstellung	01.01.–31.12.2012 nach Umstellung
Umsatzerlöse	211.231	-33.070	178.161
Grundstücksbetriebskosten	-11.256	1.273	-9.983
Grundstücksverwaltungskosten	-10.547	2.045	-8.502
<b>Nettobetriebsergebnis (NOI)</b>	<b>189.428</b>	<b>-29.752</b>	<b>159.676</b>
Sonstige betriebliche Erträge	2.905	-172	2.733
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-11.316	486	-10.830
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>181.017</b>	<b>-29.438</b>	<b>151.579</b>
Erträge aus Beteiligungen	1.400	0	1.400
Zinserträge	540	-40	500
Zinsaufwendungen	-72.064	8.998	-63.066
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	-15.271	0	-15.271
Gewinn- oder Verlustanteile von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen, die nach at-equity bilanziert werden	-589	14.935	14.346
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-85.984</b>	<b>23.893</b>	<b>-62.091</b>
<b>Bewertungsergebnis</b>			
davon Unterschiedsbeträge gemäß IFRS 3 T€ 4.410	<b>8.495</b>	<b>5.439</b>	<b>13.934</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>103.528</b>	<b>-106</b>	<b>103.422</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	18.956	106	19.062
<b>Konzernergebnis</b>	<b>122.484</b>	<b>0</b>	<b>122.484</b>
Ergebnis je Aktie (€), unverwässert	2,36	0	2,36
Ergebnis je Aktie (€), verwässert	2,35	0	2,35

## KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG ÜBERLEITUNG AUF AT-EQUITY ZUM 31. DEZEMBER 2012

IN T€	01.01.–31.12.2012 vor Umstellung	01.01.–31.12.2012 Umstellung	01.01.–31.12.2012 nach Umstellung
Veränderungen Cashflow Hedge	-14.468	2.395	-12.073
Veränderung der at-equity bilanzierten Finanzanlagen	0	-2.395	-2.395

## ANWENDUNG DER BISHERIGEN RECHNUNGSLEGUNGSMETHODE

Der Konzernabschluss wurde unter Ausübung des Wahlrechts nach IAS 31 ab 2012 auf at-equity umgestellt. Bei Anwendung der bisherigen Rechnungslegungsmethode wären die auf at-equity umgestellten Unternehmen quotal in den Konzernabschluss einbezogen worden. Die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung für das Jahr 2013 hätten sich dann wie folgt dargestellt:

## KONZERNBILANZ

<b>AKTIVA IN T€</b>	<b>31.12.2013 vor Umstellung</b>	<b>31.12.2013 Umstellung</b>	<b>31.12.2013 nach Umstellung</b>
<b>VERMÖGENSWERTE</b>			
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	8		8
Sachanlagen	413		413
Investment Properties	3.413.203	-451.040	2.962.163
Nach at-equity bilanzierte Finanzanlagen	4.080	337.827	341.907
Übrige Finanzanlagen	34.519		34.519
Sonstige langfristige Vermögenswerte	155		155
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.452.378</b>	<b>-113.213</b>	<b>3.339.165</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.327	-732	5.595
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7.006	-713	6.293
Sonstige Finanzinvestitionen	3.000		3.000
Liquide Mittel	44.624	-3.814	40.810
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>60.957</b>	<b>-5.259</b>	<b>55.698</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>3.513.335</b>	<b>-118.472</b>	<b>3.394.863</b>

<b>PASSIVA IN T€</b>	<b>31.12.2013 vor Umstellung</b>	<b>31.12.2013 Umstellung</b>	<b>31.12.2013 nach Umstellung</b>
<b>EIGENKAPITAL UND SCHULDPOSTEN</b>			
<b>Eigenkapital und Rücklagen</b>			
Gezeichnetes Kapital	53.945		53.945
Kapitalrücklagen	961.970		961.970
Gewinnrücklagen	413.034		413.034
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>1.428.949</b>	<b>0</b>	<b>1.428.949</b>
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>			
Finanzverbindlichkeiten	1.505.054	-115.502	1.389.552
Passive latente Steuern	198.491		198.491
Abfindungsansprüche von Kommanditisten	213.422		213.422
Sonstige Verbindlichkeiten	41.096		41.096
<b>Langfristige Verpflichtungen</b>	<b>1.958.063</b>	<b>-115.502</b>	<b>1.842.561</b>
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>			
Finanzverbindlichkeiten	98.657	-1.450	97.207
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.495	-144	3.351
Steuerverbindlichkeiten	1.357		1.357
Sonstige Rückstellungen	7.074	-270	6.804
Sonstige Verbindlichkeiten	15.740	-1.106	14.634
<b>Kurzfristige Verpflichtungen</b>	<b>126.323</b>	<b>-2.970</b>	<b>123.353</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>3.513.335</b>	<b>-118.472</b>	<b>3.394.863</b>

## KONZERN GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN T€	01.01.–31.12.2013 vor Umstellung	01.01.–31.12.2013 Umstellung	01.01.–31.12.2013 nach Umstellung
Umsatzerlöse	224.027	-36.040	187.987
Grundstücksbetriebskosten	-10.081	1.629	-8.452
Grundstücksverwaltungskosten	-11.191	1.868	-9.323
<b>Nettobetriebsergebnis (NOI)</b>	<b>202.755</b>	<b>-32.543</b>	<b>170.212</b>
Sonstige betriebliche Erträge	2.899	-62	2.837
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7.572	287	-7.285
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>198.082</b>	<b>-32.318</b>	<b>165.764</b>
Erträge aus Beteiligungen	16.688	0	16.688
Zinserträge	467	-19	448
Zinsaufwendungen	-65.866	8.039	-57.827
Aufwand Derivate	-4.550	0	-4.550
Erträge aus dem Abgang von Finanzanlagen	23	0	23
Gewinn oder Verlustanteile von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen, die nach at-equity bilanziert werden	428	26.596	27.024
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	-15.939		-15.939
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-68.749</b>	<b>34.616</b>	<b>-34.133</b>
<b>Bewertungsergebnis</b> davon Unterschiedsbeträge gemäß IFRS 3 T€ 0 (Vj. T€ 4.410)	<b>58.355</b>	<b>-2.373</b>	<b>55.982</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>187.688</b>	<b>-75</b>	<b>187.613</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-16.645	75	-16.570
<b>Konzernergebnis</b>	<b>171.043</b>	<b>0</b>	<b>171.043</b>

IN T€	01.01.–31.12.2013 vor Umstellung	01.01.–31.12.2013 Umstellung	01.01.–31.12.2013 nach Umstellung
Veränderungen Cashflow Hedge	18.736	-7.519	11.217
Veränderung der at-equity bilanzierten Finanzanlagen	0	7.519	7.519

## GRUNDLAGEN DER BERICHTERSTATTUNG

Die folgenden Standards und Interpretationen bzw. Änderungen an diesen waren im Geschäftsjahr 2013 erstmals anzuwenden:

1. Darstellung von Posten des Other Comprehensive Income (Änderung an IAS 1)
2. Leistungen an Arbeitnehmer (Änderungen an IAS 19)
3. IFRS 13 Bewertung zum beizulegenden Zeitwert
4. Latente Steuern: Realisation zugrundeliegender Vermögenswerte (Änderung an IAS 12)
5. Hochinflation und Beseitigung des fixen Anwendungsdatums für Erstanwender (Änderung an IFRS 1)
6. Anhangangaben – Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Änderung an IFRS 7)
7. Darlehen der öffentlichen Hand (Änderung an IFRS 1)
8. Jährliche Verbesserungen an den IFRS 2009–2011
9. IFRIC 20 Bilanzierung von Abraumbeseitigungskosten im Tagebau

## **ÜBERARBEITUNG VON IAS 1: DARSTELLUNG VON POSTEN DES OTHER COMPREHENSIVE INCOME (SEIT 1. JULI 2012)**

Durch die Änderungen an IAS 1 wird eine neue Terminologie für die vormals als Gesamtergebnisrechnung bezeichnete Ergebnisrechnung eingeführt. Demnach wurde der Begriff der Gesamtergebnisrechnung durch „Gewinn- und Verlustrechnung und sonstiges Ergebnis“ ersetzt. Diese ist jedoch nicht verpflichtend. Die Gesellschaft hat die neue Terminologie nicht übernommen.

Der geänderte IAS 1 behält die Möglichkeit zum Ausweis der Gewinn- und Verlustrechnung und des sonstigen Ergebnisses in einer Ergebnisrechnung oder in zwei direkt aufeinander folgenden Ergebnisrechnungen bei. Gleichwohl verlangen Änderungen an IAS 1 die Gruppierung der Posten des sonstigen Ergebnisses in zwei Kategorien:

- a) Posten, die nicht nachträglich in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden und
- b) Posten, die unter bestimmten Bedingungen nachträglich in die Gewinn- und Verlustrechnung umzugliedern sind.

Den Posten des sonstigen Ergebnisses sind die auf diese entfallenden Ertragsteuern zuzuordnen. Dies schließt die Möglichkeit der Darstellung von Posten des sonstigen Ergebnisses vor Steuern indes nicht aus. Die Änderungen wurden vom Konzern rückwirkend angewendet und die Posten des sonstigen Ergebnisses entsprechend angepasst. Abgesehen von den o.g. Darstellungsänderungen ergeben sich aus der Anwendung des geänderten IAS 1 keine Konsequenzen für die Darstellung der Gewinn- und Verlustrechnung und des sonstigen Ergebnisses.

## **LEISTUNGEN AN ARBEITNEHMER, ÄNDERUNGEN AN IAS 19 (SEIT 1. JULI 2012)**

Die Neufassung von IAS 19 verlangt eine sofortige erfolgsneutrale Erfassung der versicherungsmathematischen Gewinne / Verluste aus Pensionsverpflichtungen im Other Comprehensive Income. Auch darf das Management u. a. zukünftig den Planvermögensbestand nicht mehr mit der erwarteten Rendite des Planvermögens verzinsen, sondern mit dem für die Verbindlichkeit verwendeten Diskontierungszinssatz. Außerdem müssen Unternehmen zukünftig mehr Anhangangaben leisten. So ist u. a. die Finanzierungsstrategie zu beschreiben und zu quantifizieren. Zudem wird eine Sensitivitätsanalyse gefordert, um den Einfluss von wesentlichen Parameteränderungen auf die Pensionsverbindlichkeit zu verdeutlichen.

## **IFRS 13 BEWERTUNG ZUM BEIZULEGENDEN ZEITWERT (SEIT 1. JANUAR 2013)**

In IFRS 13 werden einheitliche Leitlinien hinsichtlich der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert sowie zu den damit verbundenen Angaben geregelt. Der Anwendungsbereich von IFRS 13 ist weitreichend und umfasst sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Posten. IFRS 13 gelangt immer dann zur Anwendung, wenn ein anderer IFRS eine Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorschreibt oder gestattet bzw. Angaben über die Bemessung des beizulegenden Zeitwerts verlangt werden. Dies gilt nicht bei anteilsbasierten Vergütungen, die in den Anwendungsbereich von IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung fallen, Leasingverhältnissen, die in den Anwendungsbereich von IAS 17 Leasingverhältnisse fallen und Bewertungen, die Ähnlichkeiten mit einem beizulegenden Zeitwert aufweisen, aber kein beizulegender Zeitwert sind (z. B. Nettoveräußerungswert in IAS 2 Vorräte oder der Nutzungswert in IAS 36 Wertminderung von Vermögenswerten).

IFRS 13 definiert den beizulegenden Zeitwert als den Preis, den der Bilanzierende in einer gewöhnlichen Transaktion zwischen Marktteilnehmern auf dem Hauptmarkt (oder dem vorteilhaftesten Markt) am Bewertungsstichtag unter aktuellen Marktbedingungen beim Verkauf eines Vermögenswertes erhalten würde oder bei der Übertragung einer Schuld zu zahlen hätte. Der beizulegende Zeitwert gemäß IFRS 13 ist ein Preis auf dem Absatzmarkt, unabhängig davon, ob dieser Preis direkt beobachtbar ist oder unter Verwendung eines anderen Bewertungsverfahrens zu schätzen ist. Daneben enthält IFRS 13 weitreichende Angabepflichten. IFRS 13 ist ab dem 1. Januar 2013 prospektiv anzuwenden.

## **LATENTE STEUERN: REALISATION ZUGRUNDELIEGENDER VERMÖGENSWERTE, ÄNDERUNGEN AN IAS 12**

**(Anwendungszeitpunkt: Beginn des ersten bei oder nach Inkrafttreten der Verordnung beginnenden Geschäftsjahres)**

Die Bewertung von latenten Steuerschulden und -ansprüchen hängt davon ab, ob der Buchwert des Vermögenswerts durch die Nutzung oder die Veräußerung realisiert wird. Immobilien, die als Finanzinvestition, zum fair value bewertet, gehalten werden, unterliegen in besonderer Weise der Beurteilungsproblematik bzw. einem besonders hohem Ermessen. Die Änderung führt die widerlegbare Vermutung ein, dass auch solche Immobilien durch Veräußerung realisiert werden. Dies gilt allerdings nicht für Vermögenswerte, die nach IAS 16 oder 38 Neubewertet werden.

## **AUSGEPRÄGTE HOCHINFLATION UND BESEITIGUNG DER FESTEN ZEITPUNKTE FÜR ERSTANWENDER, ÄNDERUNGEN AN IFRS 1**

**(Anwendungszeitpunkt: Beginn des ersten bei oder nach Inkrafttreten der Verordnung beginnenden Geschäftsjahres)**

Durch die Änderung wurde u. a. der bislang verwendete Verweis auf das Datum 1.1.2004 als fester Umstellungszeitpunkt durch die allgemeine Formulierung „Zeitpunkt des Übergangs auf IFRS“ ersetzt. Zudem werden erstmals Regelungen geschaffen für Fälle, in denen Unternehmen einige Zeit vor der Umstellung die IFRS Regelungen nicht befolgen konnten, weil die funktionale Währung hochinflationär war (Hochinflation).

## **SALDIERUNG FINANZIELLER VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN, ÄNDERUNG AN IFRS 7 (SEIT 1. JANUAR 2013)**

Die Änderung führt umfangreiche Anhangangabepflichten ein, die das Ziel verfolgen, die Wirkungsweise der Aufrechnungsvereinbarungen deutlicher zu machen.

## **DARLEHEN DER ÖFFENTLICHEN HAND, ÄNDERUNG AN IFRS 1 (SEIT 1. JANUAR 2013)**

Die Änderungen beziehen sich auf Darlehen der öffentlichen Hand zu Zinssätzen, die nicht marktüblichen Zinssätzen entsprechen. IFRS-Erstanwender wird durch die Änderung eine Ausnahmeregelung zur vollen retrospektiven Anwendung der IFRS bei der Bilanzierung solcher Darlehen im Übergang auf IFRS geboten.

## **JÄHRLICHE VERBESSERUNGEN AN DEN IFRS 2009-2011 (SEIT 1. JANUAR 2013)**

### **IFRS 1 ERSTMALIGE ANWENDUNG DER INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS: WIEDERHOLTE ANWENDUNG VON IFRS 1 UND FREMDKAPITALZINSEN**

Wiederholte Anwendung von IFRS 1 – Klarstellung des Anwendungsbereichs: IFRS ist auch von Unternehmen anzuwenden, deren letzter Abschluss nicht im Einklang mit den IFRS stand. Fremdkapitalzinsen – Aktivierte Fremdkapitalkosten in Bezug auf qualifizierte Vermögenswerte, bei denen der Aktivierungszeitpunkt vor dem Übergang auf IFRS liegt, dürfen fortgeführt werden. Ab dem Übergangszeitpunkt dürfen nur noch Fremdkapitalkosten im Einklang mit IAS 23 aktiviert werden.

### **IAS 1 DARSTELLUNG DES ABSCHLUSSES: VORJAHRESZAHLEN**

Klarstellung der Frage, wann die Aufstellung einer dritten Bilanz auf den Beginn der Vergleichsperiode und die dazugehörigen Anhangangaben erforderlich sind. Durch die Änderungen an IAS 1 wird klargestellt, dass eine Verpflichtung zur Aufstellung einer dritten Bilanz nur dann besteht, wenn

- (a) ein Unternehmen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze rückwirkend anwendet oder Bilanzposten rückwirkend anpasst oder umgliedert und
- (b) sich eine rückwirkende Änderung, Anpassung oder Umgliederung wesentlich auf die Informationen der dritten Bilanz auswirkt.

Ferner wird klargestellt, dass Anhangangaben zur dritten Bilanz nicht vorgenommen werden müssen.

Im aktuellen Geschäftsjahr hat der Konzern eine Änderung der Bilanzierungsmethode durchgeführt, was zu einer wesentlichen Auswirkung auf die Informationen in der Konzernbilanz zum 1. Januar 2012 geführt hat. In Übereinstimmung mit dem geänderten IAS 1 hat der Konzern deshalb eine dritte Bilanz zum 1. Januar 2012 aufgestellt. Anhangangaben, die über die Anforderungen von IAS 8 hinausgehen, wurden nicht vorgenommen.

#### IAS 16 SACHANLAGEVERMÖGEN: KLASSIFIZIERUNG VON WARTUNGS- / ERSATZTEILEN

Wartungsgeräte werden zukünftig gem. IAS 16.8 als Sachanlagen bilanziert, sofern diese erwartungsgemäß länger als eine Periode genutzt werden. Andernfalls stellen diese Vorräte dar.

#### IAS 32 FINANZINSTRUMENTE: ANGABEN UND DARSTELLUNG

Klarstellung von IAS 32.35a, dass die Bilanzierung von Steuereffekten bei Ausschüttungen an Eigenkapitalgeber und bei Kosten im Zusammenhang mit einer Eigenkapitaltransaktion im Einklang mit IAS 12 zu erfolgen hat. Hierbei handelt es sich um die Beseitigung einer Redundanz.

#### IAS 34 ZWISCHENBERICHTERSTATTUNG: GESAMTVERMÖGEN DER SEGMENTE

Klarstellung in IAS 34.16A (iv) hinsichtlich des Gesamtvermögens der Segmente in der Zwischenberichterstattung. Dieses muss nur dann dargestellt werden, wenn das Vermögen der verantwortlichen Unternehmensinstanz zur Verfügung gestellt wird und wesentlich vom Wert im Abschluss für das letzte Geschäftsjahr abweicht.

#### IFRIC 20 BILANZIERUNG VON ABRAUMBESEITIGUNGSKOSTEN IM TAGEBAU (SEIT 1. JANUAR 2013)

Die Interpretation bezieht sich ausschließlich auf die Kosten der Abraumbeseitigung in der Abbauphase einer Tagebauminne. Deren unterschiedliche bilanzielle Behandlung in der Praxis erfordert einheitliche Leitlinien. IFRIC 20 beschreibt die Aktivierungsvoraussetzungen für Abraumbeseitigungskosten und die Erst- bzw. Folgebewertung. Im Umfang, in dem der Nutzen aus der Abraumbeseitigung als erwirtschafteter Vorrat anzusehen ist, sind die damit verbundenen Kosten als Vorräte zu aktivieren (IAS 2). Spiegelt der Nutzen einen verbesserten Zugang zu den abbaubaren Erzen oder Mineralien wider, sind die Kosten des Abbaus ggf. als langfristiger Vermögenswert anzusetzen. Die Interpretation ist anzuwenden auf Abraumbeseitigungskosten, die zu Beginn der frühesten dargestellten Berichtsperiode oder danach anfallen.

Die Änderungen oder neuen Verlautbarungen hatten keine beziehungsweise keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

In 2013 hat das IASB Standards sowie Interpretationen und Änderungen zu bestehenden Standards herausgegeben, die im Konzernabschluss für diesen Zeitraum noch nicht verpflichtend anzuwenden waren.

### KONZERNBILANZ

Änderung / Standard	Datum der Veröffentlichung	Datum der Übernahme in EU-Recht	Anwendungszeitpunkt EU
IFRS 10 Konzernabschlüsse	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IFRS 11 Gemeinsame Vereinbarungen	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IFRS 12 Angaben zu Beteiligungen an Unternehmen	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IAS 27 Separate Abschlüsse	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IAS 28 Anteile an assoziierten Unternehmen	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
Angaben zum erzielbaren Betrag bei nicht-finanziellen Vermögenswerten (Änderungen an IAS 36)	29. Mai 2013	20. Dezember 2013	1. Januar 2014
Novation von Derivaten und Fortsetzung der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften (Änderungen an IAS 39)	27. Juni 2013	20. Dezember 2013	1. Januar 2014
Übergangleitlinien (Änderung an IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12)	28. Juni 2012	4. April 2013	1. Januar 2014
Investmentgesellschaften (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 27)	31. Oktober 2012	20. November 2013	1. Januar 2014
Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und Schulden (Änderungen an IAS 32)	16. Dezember 2011	13. Dezember 2012	1. Januar 2014

Die Umsetzung der in 2013 noch nicht anzuwendenden Verlautbarungen erfolgt im Jahr der erstmalig verpflichtenden Anwendung. Die einzelnen Auswirkungen der Änderungen werden vom Konzern geprüft. Aufgrund der Umstellung der Gemeinschaftsunternehmen von der Quotenkonsolidierung auf die at-equity-Bilanzierung in 2013 werden aus der Erstanwendung von IFRS 11 keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzern erwartet.

Folgende Standards sowie Interpretationen und Änderungen zu bestehenden Standards wurden vom IASB herausgegeben, sind aber im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 noch nicht verpflichtend anzuwenden. Die Anwendung setzt voraus, dass sie im Rahmen des IFRS-Übernahmeverfahrens („Endorsement“) der EU angenommen werden.

Änderung / Standard	Datum der Veröffentlichung	Erwartete Übernahme in EU-Recht	Anwendungszeitpunkt IASB
IFRS 9 Financial Instruments and subsequent amendments (Amendments to IFRS 9 and IFRS 7)	2. November 2009 / 16. Dezember 2011	aufgeschoben	–
Defined Benefit Plans: Employee Contributions (Amendments to IAS 19)	21. November 2013	Q3 / 2014	1. Juli 2014
Annual Improvements to IFRSs 2010-2012 Cycle	12. Dezember 2013	Q3 / 2014	1. Juli 2014
Annual Improvements to IFRSs 2011-2013 Cycle	12. Dezember 2013	Q3 / 2014	1. Juli 2014
IFRIC Interpretation 21 Levies	20. Mai 2013	Q2 / 2014	1. Januar 2014

Die Umsetzung der in 2013 noch nicht anzuwendenden Verlautbarungen erfolgt im Jahr der erstmalig verpflichtenden Anwendung. Die einzelnen Auswirkungen der Änderungen werden vom Konzern geprüft.

## 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.

### 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 fünf Jahren verteilt und entsprechend linear mit 20 % abgeschrieben. Die Abschreibungsmethode und die Abschreibungsdauer werden jährlich zum Ende des Geschäftsjahres überprüft.

### SACHANLAGEN

Das Sachanlagevermögen ist mit den 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.

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

Im Durchschnitt aller Objekte wurden von den Mieterträgen Bewirtschaftungs- und Verwaltungskosten in Höhe von 10,9 % (2012: 11,0 %) abgezogen, sodass sich Einzahlungsüberschüsse von 89,1 % (2012: 89,0 %) ergaben. Im Geschäftsjahr lagen die tatsächlichen Bewirtschaftungs- und Verwaltungskosten bei 9,5 % (2012: 10,3 %) der Mieterträge.

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

Der Kapitalisierungszinssatz betrug durchschnittlich 6,65 % gegenüber 6,67 % im Vorjahr. Dieser setzte sich zusammen aus einer Rendite 10-jähriger Bundesanleihen von durchschnittlich 4,24 % (2012: 4,30 %) und einem Risikozuschlag von 2,41 % (2012: 2,37 %).

Auf Basis der Gutachten ergibt sich für das Geschäftsjahr 2014 eine Nettoanfangsrendite des Immobilienportfolios von 5,97 % gegenüber 5,98 % im Vorjahr.

Eine Differenzierung zwischen In- und Ausland unterbleibt, da die Unterschiede nicht wesentlich sind.

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.

Aufgrund der nachrangigen Bedeutung der Immobilie der CASPIA Investments Sp.z o.o, Warschau, für den Konzern wurde kein Bewertungsgutachten erstellt. Die Immobilie wurde ebenfalls mit dem Verkehrswert gemäß IAS 40 bilanziert.

Nachfolgend sind gemäß IFRS 13 Einzelheiten und Angaben zu den Hierarchiestufen der beizulegenden Zeitwerte der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien des Konzerns zum 31. Dezember 2013 dargestellt:

 IN T€	Level 1	Level 2	Level 3
Investment Properties			2.962.163

Im aktuellen Geschäftsjahr wurden keine Umgliederungen zwischen den Stufen der Hierarchie vorgenommen.

### LEASINGVEREINBARUNGEN

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

### FINANZINSTRUMENTE

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

Finanzinstrumente werden generell 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 zu Grunde liegende Geschäftsvorfall auf einem Hauptmarkt, zu dem der Konzern Zugang hat, stattfindet. Der Preis bemisst sich anhand der Annahmen, die Marktteilnehmer bei der Preisbildung zu Grunde legen würden.

Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes wird gemäß IFRS 13 zwischen drei Bewertungskategorien unterschieden:

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

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

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

Bei Finanzinstrumenten, 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. Bei mit fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Finanzinstrumenten erfolgt die Bestimmung des Zeitwerts auf Grundlage der erwarteten Zahlungsströme unter Anwendung der zum Bilanzstichtag herrschenden risiko- und laufzeitkongruenten Referenzzinssätze.

#### A. DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Zur Absicherung von Zinsänderungsrisiken werden derivative Finanzinstrumente eingesetzt, die die Kriterien des Hedge-Accounting in Bezug auf die Bilanzierung nach IAS 39 erfüllen. Es handelt sich hierbei um Festsatzswaps zur Begrenzung des Zinsänderungsrisikos variabel verzinslicher Darlehen, deren Laufzeit bis 2026 reicht. Diese Zinssicherungsgeschäfte werden mit dem beizulegenden Zeitwert angesetzt (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.

#### B. FINANZANLAGEN

Die Finanzanlagen sind der Bewertungskategorie „Available-for-Sale“ zugeordnet und umfassen die Beteiligung an einer holländischen Kapitalgesellschaft, die von der Deutsche EuroShop gemeinschaftlich mit Partnerunternehmen als Joint Venture geführt wird. Da die Deutsche EuroShop mit Blick auf die gesellschaftsvertraglichen Regelungen weder einen maßgeblichen noch einen beherrschenden Einfluss an dieser Gesellschaft hat, wird die Beteiligung gemäß den Vorschriften des IAS 39 mit ihrem beizulegenden Zeitwert (wiederkehrende Fair Value Bewertung) bewertet. Die Beteiligungsgesellschaft hat im Berichtsjahr ihr wesentliches Vermögen veräußert. Der Beteiligungsbuchwert entspricht im Wesentlichen den anteiligen Guthaben bei Kreditinstituten.

#### C. FORDERUNGEN UND SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

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

#### D. ABFINDUNGSANSPRÜCHE VON KOMMANDITISTEN

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

#### E. 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 in Höhe der Differenz zwischen dem effektiven Zinsaufwand und dem Nominalzins.

## **F. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN**

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

## **G. SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN**

Die sonstigen Verbindlichkeiten sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

## **H. 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. Wir verweisen hierzu auch auf die Erläuterungen der „Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“.

## **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 die ausländischen Gesellschaften werden die lokal gültigen Steuersätze 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 KONZERNBILANZ – AKTIVA

## 1. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

### KONZESSIONEN, GEWERBL. SCHUTZRECHTE U. Ä. RECHTE SOWIE LIZENZEN AN SOLCHEN RECHTEN U. WERTEN

IN T€	2013	2012
<b>Anschaffungskosten Stand 01.01.</b>	64	64
Zugänge	4	9
Abgänge	-4	-9
<b>Stand 31.12.</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
<b>Abschreibungen Stand 01.01.</b>	-48	-44
Zugänge	-11	-12
Abgänge	3	8
<b>Stand 31.12.</b>	<b>-56</b>	<b>-48</b>
<b>Buchwert 01.01.</b>	<b>16</b>	<b>20</b>
<b>Buchwert 31.12.</b>	<b>8</b>	<b>16</b>

In dieser Position werden im Wesentlichen Softwarelizenzen ausgewiesen.

## 2. SACHANLAGEN

### ANDERE ANLAGEN, BETRIEBS- UND GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

IN T€	2013	2012
<b>Anschaffungskosten Stand 01.01.</b>	205	204
Zugänge	361	2
Abgänge	-36	-1
<b>Stand 31.12.</b>	<b>530</b>	<b>205</b>
<b>Abschreibungen Stand 01.01.</b>	-93	-67
Zugänge	-54	-28
Abgänge	30	2
<b>Stand 31.12.</b>	<b>-117</b>	<b>-93</b>
<b>Buchwert 01.01.</b>	<b>112</b>	<b>137</b>
<b>Buchwert 31.12.</b>	<b>413</b>	<b>112</b>

Hierunter fallen die Büroausstattung der Deutsche EuroShop AG, zwei Firmenfahrzeuge sowie Mietereinbauten.

### 3. INVESTMENT PROPERTIES

IN T€	2013	2012
<b>Buchwert zum 01.01.</b>	<b>2.824.133</b>	<b>2.596.131</b>
Zugänge	18.127	11.724
Abgänge aus Entkonsolidierungen	-333.370	0
Zugänge zum Konsolidierungskreis	392.735	179.760
Unrealisierte Marktwertveränderungen	<b>60.538</b>	<b>36.518</b>
<b>Buchwert zum 31.12.</b>	<b>2.962.163</b>	<b>2.824.133</b>

Die Objekte sind grundpfandrechtlich besichert. Es bestehen Grundschulden in Höhe von 1.393.203 T€ (Vj. 1.375.658 T€). Die Mieteinnahmen der nach IAS 40 bewerteten Objekte betragen 187.987 T€ (Vj. 178.161 T€). Die direkt zurechenbaren betrieblichen Aufwendungen betragen 17.775 T€ (i.Vj. 18.485 T€).

Die Zugänge beinhalten im Wesentlichen laufende Investitionen in die Bestandsobjekte.

Die Abgänge aus Entkonsolidierungen betreffen die Stadt-Galerie Passau und die Immobilienkommanditgesellschaft FEZ Harburg, die zum 1. Januar 2013 auf at-equity umgestellt wurden.

Durch die Aufstockung der Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden KG wird die Gesellschaft seit 1. Mai 2013 vollkonsolidiert und als Zugang zum Konsolidierungskreis ausgewiesen.

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

### 4. NACH AT-EQUITY BILANZIERTE FINANZANLAGEN

IN T€	2013	2012
<b>Buchwert zum 01.01.</b>	<b>321.534</b>	<b>326.699</b>
Zugänge at-equity	148.949	0
Einlagen / Entnahmen	-21.188	-17.117
Anteiliges Ergebnis	27.024	14.344
Erfolgsneutrale Auf- / Abwertungen	670	-2.392
Abgänge	<b>-135.082</b>	<b>0</b>
<b>Buchwert zum 31.12.</b>	<b>341.907</b>	<b>321.534</b>

Die Stadt-Galerie Passau und die Immobilienkommanditgesellschaft FEZ Harburg wurden am 1. Januar 2013 auf at-equity umgestellt und sind in den Zugängen enthalten.

Des Weiteren werden in dieser Position geleistete Ausschüttungen, anteilige Jahresergebnisse sowie sonstige Eigenkapitalveränderungen der betroffenen Gesellschaften ausgewiesen.

Durch die Aufstockung der Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden KG wird die Gesellschaft seit 1. Mai 2013 vollkonsolidiert und ist in den Abgängen mit 134.639 T€ enthalten.

## 5. ÜBRIGE FINANZANLAGEN

IN T€	2013	2012
<b>Anschaffungskosten Stand 01.01.</b>	<b>15.381</b>	<b>15.381</b>
Zugänge	34.519	0
Abgänge	-15.381	0
<b>Stand 31.12.</b>	<b>34.519</b>	<b>15.381</b>
<b>Zu- / Abschreibungen Stand 01.01.</b>	<b>14.912</b>	<b>12.434</b>
Zuschreibungen	3.606	2.478
Zugänge	0	0
Abgänge	-18.518	0
<b>Stand 31.12.</b>	<b>0</b>	<b>14.912</b>
<b>Buchwert 01.01.</b>	<b>30.293</b>	<b>27.815</b>
<b>Buchwert 31.12.</b>	<b>34.519</b>	<b>30.293</b>

Für das Berichtsjahr wurde auf die Beteiligung an der Ilwro Joint Venture Sp. zo.o. eine ergebnisneutrale Zuschreibung in Höhe von 3.606 T€ vorgenommen.

Die Beteiligung an der Ilwro Joint Venture Sp. zo.o. wurde im Berichtsjahr in die Ilwro Holding B.V. zum Fair Value eingebracht und Einlagen in Höhe von 620 T€ geleistet.

## 6. SONSTIGE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Sonstige langfristige Vermögenswerte	155	312
	<b>155</b>	<b>312</b>

Diese Position enthält im Wesentlichen den Barwert einer langfristigen Forderung in Höhe von 127 T€ (i. Vj. 282 T€) der polnischen Objektgesellschaft.

## 7. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.880	4.760
Wertberichtigungen auf zweifelhafte Forderungen	-1.285	-988
	<b>5.595</b>	<b>3.772</b>

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 Beträge erfolgt durch Bürgschaften, Barkautionen sowie Patronatserklärungen.

**8. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE**

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Forderungen aus Umsatzsteuer	230	43
Anrechenbare Kapitalertragsteuer / Solidaritätszuschlag	0	136
Zinsswap	207	207
Übrige Vermögenswerte	5.856	5.996
	<b>6.293</b>	<b>6.382</b>

Die übrigen Vermögenswerte beinhalten überwiegend sonstige Forderungen gegen Mieter sowie vorausgezahlte Standortsicherungskosten.

**FORDERUNGSSPIEGEL**

IN T€	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.595 (3.772)	5.595 (3.772)	0 (0)
Sonstige Vermögenswerte	6.448 (6.694)	6.293 (6.382)	155 (312)
	<b>12.043</b>	<b>11.888</b>	<b>155</b>
Vorjahreswerte in Klammern	(10.466)	(10.154)	(312)

**FÄLLIGKEIT VON FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND SONSTIGEN VERMÖGENSWERTEN**

IN T€	Buchwert	nicht überfällig
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.595 (3.772)	5.595 (3.772)
Sonstige Vermögenswerte	6.448 (6.694)	6.448 (6.694)
	<b>12.043</b>	<b>12.043</b>
Vorjahreswerte in Klammern	(10.466)	(10.466)

**9. SONSTIGE FINANZINVESTITIONEN**

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Festgelder mit einer Laufzeit von mehr als 3 Monaten	3.000	0

## 10. LIQUIDE MITTEL

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Termin- / Festgelder kurzfristig	24.378	29.462
Konten in laufender Rechnung	16.419	131.531
Kassenbestände	13	13
	<b>40.810</b>	<b>161.006</b>

# ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ – PASSIVA

## 11. 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.

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.

Der Vorstand ist 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 wie bei einer Gewinnschuldverschreibung vollständig oder teilweise von der Höhe der Dividende der Gesellschaft abhängig sein kann.

Die Deutsche EuroShop AG als Konzernmutter weist einen Bilanzgewinn von 67.432 T€ aus. Der Vorstand und der Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 18. Juni 2014 vorschlagen, diesen Betrag zur Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,25 € je Aktie zu verwenden.

Der Bilanzgewinn des Vorjahres in Höhe von 80.643 T€ wurde in Höhe von 64.735 T€ an die Aktionäre ausgeschüttet. Die geleistete Dividende betrug 1,20 € 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 Kapitalerhöhung in Höhe von 1.441 T€ enthalten.

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

Das sonstige Gesamteinkommen gliedert sich auf die folgenden Komponenten:

2013 IN T€	vor Steuer	Steuern	Netto
Bewertung von Beteiligungen (AfS) IAS 39	3.606	0	3.606
Veränderung von Beteiligungen (AfS) IAS 39	-15.799	0	-15.799
Cashflow-Hedges	11.217	-2.869	8.348
At-equity bilanzierte Finanzanlagen	7.519	-2.427	5.092
Übrige	0	-58	-58
	<b>6.543</b>	<b>-5.354</b>	<b>1.189</b>

2012 IN T€	vor Steuer	Steuern	Netto
Bewertung von Beteiligungen (AfS) IAS 39	2.478	0	2.478
Cashflow-Hedges	-12.073	917	-11.156
At-equity bilanzierte Finanzanlagen	-2.395	438	-1.957
Übrige	0	-11	-11
	<b>-11.990</b>	<b>1.344</b>	<b>-10.646</b>

## 12. LANGFRISTIGE UND KURZFRISTIGE FINANZVERBINDLICHKEITEN

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Langfristige Bankverbindlichkeiten	1.295.996	1.184.360
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	97.207	191.298
Anleihen	93.556	91.943
	<b>1.486.759</b>	<b>1.467.601</b>

Die Bankverbindlichkeiten werden mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten am Bilanzstichtag angesetzt. Die Barwerte der Darlehen werden jeweils zum Bilanzstichtag neu ermittelt. Dabei werden die bis zu diesem Zeitpunkt fälligen Annuitäten sowie Restvaluten gemäß Tilgungsplan mit den Marktzinssätzen am Bilanzstichtag zuzüglich einer Marge abgezinst. Diese wiederkehrende Fair Value Bewertung erfolgt nach Level 2 der Fair Value Hierarchie des IFRS 13.

Der Fair Value der Bankverbindlichkeiten am Bilanzstichtag beläuft sich auf 1.446.517 T€ (i.Vj. 1.470.844 T€).

Bei den Bankverbindlichkeiten handelt es sich um Darlehen, die zur Finanzierung von Grundstückskäufen und Investitionsmaßnahmen aufgenommen wurden. Als Sicherheit dienen Grundschulden auf die Objekte der Gesellschaften in Höhe von 1.393.203 T€ (i.Vj. 1.375.658 T€).

Disagien werden über die Laufzeit der Darlehen ergebniswirksam gebucht. Im Berichtsjahr wurden 1.531 T€ (i.Vj. 2.141 T€) aufwandswirksam erfasst.

Gegenwärtig enthalten zwölf von insgesamt 19 Darlehensverträgen Regelungen zu Kreditauflagen. Dabei handelt es sich um insgesamt 18 einzelne Auflagen zur Kapitaldienstfähigkeit (DSCR), zur Zinszahlungsfähigkeit (ICR), zur Veränderung von Mieteinnahmen, zur Eigenkapitalquote oder zum Verhältnis zwischen Darlehen zu Marktwerten (LTV). Die Kreditauflagen wurden bisher nicht verletzt und werden nach den aktuellen Planungen auch 2014 bis 2016 nicht verletzt werden.

Die Deutsche EuroShop hat am 14. November 2012 eine Wandelanleihe emittiert. Insgesamt wurden Wandelanleihen mit einer Laufzeit von fünf Jahren und einem Gesamtbetrag von 100 Mio. € platziert. Der aktuelle Wandlungspreis beträgt 33,79 €; 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 2.959.455 Aktien der Deutsche EuroShop AG wandelbar. Der Emissionserlös betrug 100 Mio. €. Bis zum 31. Dezember 2013 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.

### 13. PASSIVE LATENTE STEUERN

IN T€	Stand 01.01.2013	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2013
Latente Steuer auf Immobilien	194.316	0	-14.556	28.666	208.426
Latente Steuer auf Derivate	0	0	2.300	-3.799	-1.499
Ergebnisneutrale latente Steuer	-13.791	0	5.355		-8.436
	<b>180.525</b>	<b>0</b>	<b>-6.901</b>	<b>24.867</b>	<b>198.491</b>

Die passiven latenten Steuerrückstellungen entfallen im Wesentlichen auf die Immobilien, die nach IAS 40 mit dem Marktwert angesetzt werden. Sie betragen am Bilanzstichtag 220.754 T€ (i. Vj. 206.012 T€) und wurden mit aktiven latenten Steuern auf körperschaftsteuerliche Verlustvträge in Höhe von 12.329 T€ (i. Vj. 11.696 T€) verrechnet.

Die latente Steuer auf Derivate betrifft einen Zinsswap, der infolge des Erwerbs der restlichen Anteile an der Altmarkt-Galerie Dresden zum 1. Mai 2013 erfolgswirksam zu bewerten ist.

Die ergebnisneutralen latenten Steuern werden für Zinsswaps gebildet, die aufgrund einer effektiven Sicherungsbeziehung mit dem Grundgeschäft erfolgsneutral bewertet werden.

Eine weitere Objektgesellschaft erfüllt ab 2014 die Voraussetzungen für die Inanspruchnahme der erweiterten gewerbesteuerlichen Kürzung. Aus diesem Grund konnten die bisher gebildeten latenten Gewerbesteuerrückstellungen in Höhe von 12.619 T€ aufgelöst werden.

IN T€	Stand 01.01.2013	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2013
Latente Steuer auf Inlandsgesellschaften	153.427	0	-6.901	22.317	168.843
Latente Steuer auf Auslandsgesellschaften	27.098	0	0	2.550	29.648
	<b>180.525</b>	<b>0</b>	<b>-6.901</b>	<b>24.867</b>	<b>198.491</b>

**14. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN**

<b>IN T€</b>	<b>31.12.2013</b>	<b>31.12.2012</b>
Bauleistungen	976	418
Übrige	2.375	1.717
	<b>3.351</b>	<b>2.135</b>

**15. STEUERVERBINDLICHKEITEN**

<b>IN T€</b>	<b>Stand 01.01.2013</b>	<b>Verbrauch</b>	<b>Auflösung</b>	<b>Zuführung</b>	<b>Stand 31.12.2013</b>
Ertragsteuern	12.731	12.646	12	423	496
Grunderwerbsteuer	11.750	11.210	0	0	540
Grundsteuer	88	0	0	233	321
	<b>24.569</b>	<b>23.856</b>	<b>12</b>	<b>656</b>	<b>1.357</b>

**16. SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN**

<b>IN T€</b>	<b>Stand 01.01.2013</b>	<b>Verbrauch</b>	<b>Zu- / Abgang Konsolidie- rungskreis</b>	<b>Auflösung</b>	<b>Zuführung</b>	<b>Stand 31.12.2013</b>
Bereits erbrachte, noch nicht abgerechnete Instandhaltungs- und Bauleistungen	3.179	2.546	43	553	2.731	2.854
Honorare	150	150	0	0	2	2
Übrige	9.166	7.863	10	506	3.141	3.948
	<b>12.495</b>	<b>10.559</b>	<b>53</b>	<b>1.059</b>	<b>5.874</b>	<b>6.804</b>

Die übrigen Rückstellungen enthalten den Barwert (1.069 T€) für einen Long-Term-Incentive-Plan, der mit Wirkung zum 1. Juli 2010 mit dem Vorstand und Mitarbeitern der Deutsche EuroShop AG vertraglich vereinbart wurde. Die Laufzeit beträgt fünf Jahre und richtet sich nach der Entwicklung der Marktkapitalisierung der Gesellschaft bis zum 30. Juni 2015. Wir verweisen hier auch auf die Angaben im Vergütungsbericht des Lageberichts.

Alle anderen Rückstellungen haben eine Laufzeit bis ein Jahr.

## 17. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Umsatzsteuer	2.414	3.751
Mietkautionen	1.001	895
Verbindlichkeiten aus Dienstleistungsverträgen	1.045	404
Kreditorische Debitoren	685	77
Übrige	9.489	6.334
	<b>14.634</b>	<b>11.461</b>

Die Übrigen beinhalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus Heiz- und Nebenkostenabrechnungen, Mietvorauszahlungen für das Folgejahr sowie Steuervorauszahlungen, die erst Anfang 2014 geleistet wurden.

## 18. SONSTIGE LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Zinsswaps	40.481	42.339
Übrige	615	345
	<b>41.096</b>	<b>42.684</b>

Zur Absicherung gegen steigende Kapitalmarktzinsen wurden im Zusammenhang mit Darlehensaufnahmen Zinsicherungsgeschäfte (Zinsswaps) abgeschlossen, deren Barwerte am Bilanzstichtag 40.481 T€ betragen.

## VERBINDLICHKEITENSPIEGEL

IN T€	Gesamt	kurzfristig	langfristig
Finanzverbindlichkeiten	1.486.759 (1.467.601)	97.207 (191.298)	1.389.552 (1.276.303)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.351 (2.135)	3.351 (2.135)	0 (0)
Sonstige Verbindlichkeiten	55.730 (54.145)	14.634 (11.461)	41.096 (42.684)
davon aus Steuern	4.080 (3.865)	4.080 (3.865)	0 (0)
	<b>1.545.840</b>	<b>115.192</b>	<b>1.430.648</b>
Vorjahreswerte in Klammern	(1.523.881)	(204.894)	(1.318.987)

# ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

## 19. UMSATZERLÖSE

IN T€	2013	2012
Mindestmieteinnahmen	185.818	174.640
Umsatzmieteinnahmen	1.591	2.571
Übrige	578	950
	<b>187.987</b>	<b>178.161</b>
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare Mieteinnahmen	187.987	178.161

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

Die hier ausgewiesenen Mieteinnahmen stammen aus Operatingleasingverhältnissen und beziehen sich auf die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien mit langfristigen Mietzeiträumen. Die künftigen Mindestleasingzahlungen aus unkündbaren Mietverträgen weisen folgende Fälligkeiten auf:

IN T€	2013	2012
Fälligkeit innerhalb eines Jahres	194.474	186.576
Fälligkeit von 1 bis 5 Jahren	635.747	632.234
Fälligkeit nach 5 Jahren	366.143	368.939
	<b>1.196.364</b>	<b>1.187.749</b>

## 20. GRUNDSTÜCKSBETRIEBSKOSTEN

IN T€	2013	2012
Center-Marketing	-2.636	-2.590
Nicht umlegbare Nebenkosten	-2.297	-1.277
Instandhaltungen und Reparaturen	-1.462	-4.057
Grundsteuer	-651	-653
Versicherungen	-312	-275
Wertberichtigungen auf Mietforderungen	-583	-626
Übrige	-511	-505
	<b>-8.452</b>	<b>-9.983</b>
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen	-8.452	-9.983

## 21. GRUNDSTÜCKSVERWALTUNGSKOSTEN

IN T€	2013	2012
<b>Centermanagement / Geschäftsbesorgungskosten</b>	<b>-9.323</b>	<b>-8.502</b>
davon den gemäß IAS 40 Investment Properties direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen	-9.323	-8.502

## 22. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

IN T€	2013	2012
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.059	692
Währungsgewinne	231	903
Übrige	1.547	1.138
	<b>2.837</b>	<b>2.733</b>

## 23. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

IN T€	2013	2012
Grunderwerbsteuer	-22	-2.937
Personalaufwand	-2.153	-2.135
Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten	-1.238	-1.735
Finanzierungsnebenkosten	0	-1.391
Währungsverluste	-331	-367
Marketingkosten	-363	-399
Gutachterkosten	-277	-330
Aufsichtsratsvergütungen	-312	-265
Abschreibungen	-65	-40
Übrige	-2.524	-1.231
	<b>-7.285</b>	<b>-10.830</b>

In der Position Rechts- und Beratungskosten, Steuerberatungs- und Prüfungskosten sind Aufwendungen für die Prüfung von Konzerngesellschaften in Höhe von 293 T€ (328 T€) enthalten.

**24. ERTRÄGE AUS BETEILIGUNGEN**

IN T€	2013	2012
<b>Erträge aus Beteiligungen</b>	<b>16.688</b>	<b>1.400</b>

Ausgewiesen werden der Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf der Ilwro Sp. zo.o. sowie Restausschüttungen für das Vorjahr.

**25. GEWINNE ODER VERLUSTANTEILE VON ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN, DIE AT-EQUITY BILANZIERT WERDEN**

IN T€	2013	2012
<b>Ergebnisse aus at-equity-Gesellschaften</b>	<b>27.024</b>	<b>14.346</b>

Ausgewiesen werden die anteiligen Jahresergebnisse von Gemeinschafts- und assoziierten Unternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG nur gemeinsam mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt. Es handelt sich um sechs Shoppingcentergesellschaften sowie um fünf kleinere Grundstücksgesellschaften.

**26. KOMMANDITISTEN ZUSTEHENDE ERGEBNISANTEILE**

IN T€	2013	2012
<b>Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile</b>	<b>-15.939</b>	<b>-15.271</b>

**27. BEWERTUNGSERGEBNIS**

IN T€	2013	2012
Unrealisierte Marktwertveränderungen	60.538	36.518
Kommanditisten zustehende Ergebnisanteile	-4.492	-18.675
Anschaffungsnebenkosten	-64	-9.198
Unterschiedsbetrag IFRS 3 (Anteilsaufstockungen)	0	5.289
	<b>55.982</b>	<b>13.934</b>

## 28. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

IN T€	2013	2012
Tatsächlicher Steueraufwand	-2.362	-8.483
Latenter Steueraufwand Inland	-11.636	28.791
Latenter Steueraufwand Ausland	-2.572	-1.246
	<b>-16.570</b>	<b>19.062</b>

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 Jahr 2013 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 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag beinhalten die Auflösung von in Vorjahren gebildeten passiven latenten Gewerbesteuern in Höhe von 12,6 Mio. €.

### STEUERLICHE ÜBERLEITUNGSRECHNUNG

Die Ertragsteuern im Berichtsjahr in Höhe von -16.570 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€	2013	2012
<b>Konzernergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>187.613</b>	<b>103.422</b>
<b>Theoretische Ertragsteuer 32,28 %</b>	<b>-60.561</b>	<b>-33.379</b>
Steuersatzunterschiede bei ausländischen Konzernunternehmen	1.226	2.190
Steuersatzunterschiede bei inländischen Konzernunternehmen	20.568	2.057
Steuerfreie Erträge / Nicht abzugsfähige Aufwendungen	4.705	531
Effekt aus Steuersatzänderungen	12.619	49.357
Aperiodischer Steuerertrag	4.843	0
Übrige	30	-1.694
<b>Tatsächliche Ertragsteuer</b>	<b>-16.570</b>	<b>19.062</b>

Nachdem die Voraussetzungen der erweiterten gewerbsteuerlichen Kürzung für eine weitere Objektgesellschaft geschaffen wurden, konnte ein Teilbetrag der in den Vorjahren gebildeten passiven latenten Gewerbesteuern in Höhe von 12.619 T€ aufgelöst werden. Im aperiodischen Steuerertrag ist eine Gewerbesteuererstattung in Höhe von 2.334 T€ enthalten.

Im Geschäftsjahr 2013 ergibt sich ein effektiver Ertragsteuersatz von 18,1 %. Dabei wurden der Effekt aus Steuersatzänderungen und der aperiodische Steuerertrag in Höhe von 17.462 T€ nicht mit einbezogen.

## 29. ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

### ANGABEN ZUR KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

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

### ZUSAMMENSETZUNG DES FINANZMITTELBESTANDS

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
<b>Liquide Mittel</b>	40.810	161.006

### OPERATIVER CASHFLOW

Nach Korrektur des Jahresergebnisses um zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge ergibt sich ein operativer Cashflow in Höhe von 129.813 T€. Die gesamte Mittelveränderung aus dem Finanzergebnis wird der operativen Geschäftstätigkeit zugerechnet.

### CASHFLOW AUS BETRIEBLICHER TÄTIGKEIT

Die Veränderung der Forderungen, Rückstellungen und Verbindlichkeiten gehen in den Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit ein.

Im Mittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit sind u. a. enthalten:

- Zinseinnahmen in Höhe von 0,4 Mio. € (i. Vj. 0,5 Mio. €)
- Zinsausgaben in Höhe von 56,1 Mio. € (i. Vj. 62,5 Mio. €)
- Gezahlte Ertragsteuern in Höhe von 1,8 Mio. € (i. Vj. 1,0 Mio. €)
- Nettozuführungen zu Rückstellungen in Höhe von 4,8 Mio. € (i. Vj. 11,2 Mio. €)

### CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT

Es werden die liquiditätswirksamen Zu- und Abgänge zu den langfristigen Vermögenswerten des laufenden Jahres gezeigt.

Im Berichtsjahr wurden Investitionen bei den Bestandsobjekten in Höhe von 18,1 Mio. € getätigt. Daneben fielen Investitionen in die Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 0,4 Mio. € an.

Der Kaufpreis für die Anteile der Altmarkt-Galerie Dresden betrug 70,2 Mio. € und wurde Ende April 2013 gezahlt. Bei der Erstkonsolidierung wurden liquide Mittel in Höhe von 10,8 Mio. € übernommen.

## CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT

Des Weiteren erfolgte ein Mittelabfluss aus der Rückführung von Bankdarlehen in Höhe von 59,7 Mio. €.

Die Auszahlungen an Fremdgegesellschafter beinhalten geleistete Ausschüttungen in Höhe von 12,3 Mio. €.

Im Geschäftsjahr 2013 wurde an die Aktionäre eine Dividende in Höhe von 64,7 Mio. € ausgeschüttet.

## SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Deutsche EuroShop AG hält als Holdinggesellschaft Beteiligungen an Einkaufszentren innerhalb der Europäischen Union. Bei den jeweiligen Beteiligungsgesellschaften handelt es sich um reine Immobilien-Haltegesellschaften ohne eigenes Personal. Das operative Management ist an externe Dienstleister im Rahmen von Geschäftsbesorgungsverträgen vergeben, so dass die Gesellschaften ausschließlich vermögensverwaltend tätig sind. Die Gesellschaften werden individuell gesteuert.

Aufgrund der einheitlichen Geschäftstätigkeit innerhalb einer relativ homogenen Region (Europäische Union) erfolgt gemäß IFRS 8.12 eine Segmentdifferenzierung nach Inland und Ausland.

Der Vorstand der Deutsche EuroShop AG als Hauptentscheidungsträger des Konzerns beurteilt im Wesentlichen die Leistungen der Segmente nach dem EBT der einzelnen Objektgesellschaften. 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
<b>Umsatzerlöse</b> (Vorjahreswerte)	<b>173.282</b> (163.803)	<b>14.705</b> (14.358)	<b>0</b> (0)	<b>187.987</b> (178.161)

IN T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
<b>EBIT</b> (Vorjahreswerte)	<b>156.577</b> (142.057)	<b>13.435</b> (13.507)	<b>-4.248</b> (-3.985)	<b>165.764</b> (151.579)

IN T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
<b>Zinsergebnis</b> (Vorjahreswerte)	<b>-49.587</b> (-56.926)	<b>-3.834</b> (-3.881)	<b>-3.958</b> (-1.759)	<b>-57.379</b> (-62.566)

IN T€	Inland	Ausland	Überleitung	Gesamt
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b> (Vorjahreswerte)	<b>155.064</b> (90.025)	<b>7.142</b> (7.405)	<b>25.407</b> (5.992)	<b>187.613</b> (103.422)

In der Überleitung sind im Wesentlichen die Jahresergebnisse der nach at-equity bilanzierten Unternehmen in Höhe von 27.024 T€ enthalten. Davon entfallen auf das Inland 19.529 T€ und auf das Ausland 7.495 T€.

IN T€	Inland	Ausland	Gesamt
<b>Segmentvermögen</b> (Vorjahreswerte)	<b>3.172.348</b> (3.128.778)	<b>222.515</b> (218.782)	<b>3.394.863</b> (3.347.560)
<b>davon Investment Properties</b> (Vorjahreswerte)	<b>2.746.320</b> (2.610.110)	<b>215.843</b> (214.023)	<b>2.962.163</b> (2.824.133)

# Sonstige Angaben

## 30. FINANZINSTRUMENTE UND RISIKOMANAGEMENT

### BUCHWERTE, WERTANSÄTZE UND BEIZULEGENDE ZEITWERTE NACH BEWERTUNGSKATEGORIEN

		Wertansatz Bilanz nach IAS 39			
IN T€	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwerte 31.12.2013	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgsneutral
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>					
Finanzanlagen**	AFS	34.519		34.519	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen*	LaR	5.595	5.595		
Sonstige Vermögenswerte*	LaR	1.587	1.228		359
Sonstige Finanzinvestitionen*	HtM	3.000	3.000		
Liquide Mittel*	LaR	40.810	40.810		
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>					
Finanzverbindlichkeiten*	FLAC	1.486.759	1.486.759		
Abfindungsansprüche von Kommanditisten*	FLAC	213.422	213.422		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen*	FLAC	3.351	3.351		
Sonstige Verbindlichkeiten*	FLAC	8.508	8.508		
Erfolgsneutral bewertete Zinssicherungsgeschäfte*	FLAC	31.007			31.007
Erfolgswirksam bewertete Zinssicherungsgeschäfte**	FVTPL	9.474			
Aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:					
Loans and Receivables (LaR)		47.992	47.633		359
Held to Maturity (HtM)		3.000	3.000		
Available-for-Sale (Afs)		34.519	0	34.519	0
Financial Liabilities measured at amortised cost (FLAC)		1.743.047	1.712.040		31.007
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum Fair Value bewertet werden (FVTPL)		9.474			

\* Entspricht Level 1 der Fair Value-Hierarchie des IFRS 7

\*\* Entspricht Level 2 der Fair Value-Hierarchie des IFRS 7

Die nach at-equity bewerteten Beteiligungen sind mit ihrem beizulegenden Zeitwert ausgewiesen. Im Berichtsjahr wurden keine zusätzlichen Auf- oder Abwertungen vorgenommen, da diese bereits im Periodenergebnis der jeweiligen Beteiligungsgesellschaft enthalten sind.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die sonstigen Vermögenswerte sowie die liquiden Mittel und sonstige Finanzinvestitionen haben bis auf die Zinsswaps, die mit ihrem Barwert bilanziert sind, überwiegend kurze Restlaufzeiten. Daher entsprechen die Buchwerte dem beizulegenden Zeitwert. Die Barwertveränderung des langfristig angesetzten Zinsswaps betrug 155 T€ (i. Vj. 140 T€).

Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten beinhalten Verpflichtungen aus Wandelanleihen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode bewertet wurden. Die angefallenen Zinsaufwendungen betragen 3.363 T€ (i. Vj. 483 T€) und sind im Finanzergebnis erfasst.

## Wertansatz Bilanz nach IAS 39

Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2013	Buchwerte 31.12.2012	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2012
	34.519	30.293		15.381	14.912		30.293
	5.595	3.772	3.772				3.772
	1.587	1.972	1.482		490		1.972
	3.000	0					0
	40.810	161.006	161.006				161.006
	1.540.073	1.467.601	1.467.601				1.562.787
	213.422	284.176	284.176				284.176
	3.351	2.135	2.135				2.135
	8.508	6.380	6.380				6.380
	31.007	42.339			42.339		42.339
9.474	9.474						
	47.992	166.750	166.260		490		166.750
	3.000	0	0				0
	34.519	30.293	0	15.381	14.912		30.293
	1.796.361	1.802.631	1.760.292		42.339		1.897.817
9.474	9.474						

Die Bankverbindlichkeiten haben kurz- und langfristige Laufzeiten und wurden mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Der Zeitwert für die Konzerndarlehen wurde im Anhang unter Position 12. Finanzverbindlichkeiten angegeben. Insgesamt sind Zinsaufwendungen in Höhe von 57.827 T€ (i. Vj. 63.066 T€) im Finanzergebnis enthalten.

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

Zinsen aus Finanzinstrumenten, die nicht erfolgswirksam bewertet werden, sind als Zinsertrag oder Zinsaufwand ausgewiesen. Die Wertveränderungen der erfolgswirksam zum Fair Value bewerteten Verbindlichkeiten werden in den übrigen Finanzaufwendungen (4.550 T€) ausgewiesen. Im Berichtsjahr wurden 6.849 T€ aus dem sonstigen Ergebnis in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert.

Der beizulegende Zeitwert der oben aufgeführten Schulden in Level 2 wurde in Übereinstimmung mit allgemein anerkannten Bewertungsverfahren basierend auf dem Discounted-Cashflow-Verfahren berechnet. Dabei wurden die zum Abschlussstichtag gültigen Zins- und Marktpreisparameter verwendet.

Des Weiteren sind Ergebnisanteile von FremdgeSELLschaftern in Höhe von 15.939 T€ (i.Vj. 15.271 T€) im Finanzergebnis enthalten.

Wertberichtigungen auf Forderungen (583 T€ ) werden in den Grundstücksbetriebskosten 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 kurzfristig Kreditlinien sowie Kontokorrentkredite in Anspruch genommen werden.

Die vertraglich vereinbarten künftigen Zins- und Tilgungszahlungen der originären finanziellen Verbindlichkeiten und derivativen Finanzinstrumente stellten sich zum 31. Dezember 2013 wie folgt dar:

IN T€	Buchwert 31.12.2013	Cashflows 2014	Cashflows 2015 bis 2018	Cashflows ab 2019
Wandelanleihe	93.556	1.750	105.053	0
Bankverbindlichkeiten	1.393.203	151.635	481.074	1.142.475

Die Angaben beziehen sich auf alle am Bilanzstichtag bestehenden vertraglichen Verpflichtungen. Von den zum Geschäftsjahresende ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und übrigen finanziellen Verbindlichkeiten wird der wesentliche Teil 2013 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 583 T€ (i.Vj. 626 T€) in den Grundstücksbetriebskosten enthalten.

Das maximale Ausfallrisiko der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Vermögenswerte beläuft sich am Stichtag insgesamt auf 12.043 T€ (i.Vj. 10.466 T€).

## WÄHRUNGS- UND BEWERTUNGSRIKIO

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

Eine Veränderung wesentlicher Parameter der Immobilienbewertung um 25 Basispunkte hätte folgende Auswirkungen auf das Bewertungsergebnis vor Steuern:

IN MIO. €	Basis	-0,25 %	+0,25 %
Mietsteigerungsrate	1,70 %	-111,5	116,8
Diskontierungsrate	6,65 %	104,7	-99,6
Kostenquote	10,90 %	9,7	-9,7

## ZINSRIKIO

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 Marktzinssatzes um 100 Basispunkte würde zu einer Eigenkapitalerhöhung um 17.444 T€ (i. Vj. 19.112 T€) führen. Der wesentliche Teil der Darlehensverbindlichkeiten hat feste Zinskonditionen. Am Bilanzstichtag waren Kredite in Höhe von 215.500 T€ (i. Vj. 194.651 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€	31.12.2013	31.12.2012
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.642.371</b>	<b>1.606.090</b>
Eigenkapitalquote in %	48,4	48,0
<b>Nettofinanzverschuldung</b>	<b>1.445.949</b>	<b>1.306.595</b>

Ausgewiesen wird hier das Eigenkapital einschließlich der Abfindungsansprüche von Kommanditisten.

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

## 31. NACH AT-EQUITY BILANZIERTE FINANZANLAGEN

Gemeinschaftsunternehmen, bei denen die Deutsche EuroShop AG zusammen mit Dritten über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt, wurden bisher als Joint Venture quotal in den Konzernabschluss einbezogen. Im Zusammenhang mit der rückwirkenden Anwendung der at-equity-Bilanzierung sind folgende Gesellschaften von der Umstellung betroffen:

- Altmarkt-Galerie Dresden KG, Hamburg (bis 30. April 2013)
- Allee-Center Magdeburg KG, Hamburg
- CAK City Arkaden Klagenfurt KG, Hamburg
- EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H. & Co. OG, Wien
- Einkaufs-Center Pécs KG, Hamburg

Ergänzend weisen wir auf die detaillierten Erläuterungen zu „Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ hin.

Die Immobilienkommanditgesellschaft FEZ Harburg und die Stadt-Galerie Passau KG wurden nach Aufhebung der Stimmrechtsbindungsvereinbarung mit einem Mitgesellschafter seit 1. Januar 2013 ebenfalls at-equity bilanziert.

Im Berichtsjahr weisen die nach at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen folgende Vermögens- und Schuldposten sowie Aufwendungen und Erträge aus:

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Langfristige Vermögenswerte	451.469	506.584
Kurzfristige Vermögenswerte	5.282	12.565
Langfristige Schulden	115.502	195.353
Kurzfristige Schulden	2.970	5.942
Erträge	40.024	35.529
Aufwendungen	-13.407	-20.588

Des Weiteren gehören kleinere Grundstücksgesellschaften zum Konzern, an denen die Deutsche EuroShop entweder mittelbar oder unmittelbar beteiligt ist. Sie übt bei diesen Gesellschaften gemeinsam mit anderen Anteilseignern einen beherrschenden Einfluss aus. Sie sind jedoch für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns unwesentlich.

Im Berichtsjahr weisen die nach at-equity bilanzierten assoziierten Unternehmen folgende Vermögens- und Schuldposten sowie Aufwendungen und Erträge aus:

IN T€	31.12.2013	31.12.2012
Langfristige Vermögenswerte	8.603	8.551
Kurzfristige Vermögenswerte	1.490	1.577
Langfristige Schulden	0	5.940
Kurzfristige Schulden	6.025	93
Erträge	774	826
Aufwendungen	-345	-1.416

**32. ERGEBNIS JE AKTIE**

	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Anteil der Konzernaktionäre am Jahresergebnis (T€)	171.043	122.484
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	53.945.536	51.934.893
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (€)	3,17	2,36
Anteil der Konzernaktionäre am Jahresergebnis (T€)	171.043	122.484
Anpassung des Zinsaufwandes für die Wandelanleihe (T€)	2.277	327
Jahresergebnis zur Bestimmung des verwässerten Ergebnisses je Aktie (T€)	173.320	122.811
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	53.945.536	51.934.893
Gewichtete Anpassung der potenziell umwandelbaren Stückaktien	2.909.710	326.935
Durchschnittliche gewichtete Anzahl von Aktien für das verwässerte Ergebnis je Aktie	56.855.246	52.261.828
Verwässertes Ergebnis je Aktie (€)	3,05	2,35

**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. Im Berichtsjahr bestanden 2,9 Mio. Optionsrechte. Aufgrund der unterjährigen Emission der Wandelanleihe wurden die daraus resultierenden Optionsrechte der Wandelanleihe in 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 81,7 Mio. €.

Für die Investitionsmaßnahmen, die 2014 in unseren Shoppingcentern anfallen werden, bestehen finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 9,3 Mio. €.

## **SONSTIGE ANGABEN**

Im Geschäftsjahr waren im Konzern durchschnittlich vier (i.Vj. vier) Angestellte beschäftigt.

## **EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG**

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

# Aufsichtsrat und Vorstand

## AUFSICHTSRAT

---

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

**Manfred Zaß**, Königstein / Ts., Vorsitzender  
Bankkaufmann

**Dr. Michael Gellen**, Köln, stellvertretender Vorsitzender  
Selbstständiger Rechtsanwalt

**Thomas Armbrust**, Reinbek  
Mitglied der Geschäftsführung der CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H., Hamburg

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

**Karin Dohm**, Kronberg / Ts.  
Head of Group External Reporting der Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main

**Dr. Jörn Kreke**, Hagen (bis 20.06.2013)  
Kaufmann

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

**Dr. Henning Kreke**, Hagen (seit 20.06.2013)  
Vorsitzender des Vorstands der Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen

**Reiner Strecker**, Wuppertal  
Geschäftsführender Gesellschafter der Vorwerk & Co. KG, Wuppertal

- b) akf Bank GmbH & Co. KG, Wuppertal

**Klaus Striebich**, Besigheim  
Managing Director Leasing der Verwaltung ECE Projektmanagement G.m.b.H., Hamburg

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

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

- a) Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg
- b) Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf

**Dr. Bernd Thiemann**, Münster

Unternehmensberater

- a) Deutsche Pfandbriefbank AG, Unterschleißheim (Vorsitz)  
VHV Lebensversicherungs AG, Hannover  
Hypo Real Estate Holding AG, Unterschleißheim (Vorsitz)  
VHV Vereinigte Hannoversche Versicherung a.G., Hannover  
Wave Management AG, Hamburg (stellvertretender Vorsitz)  
IVG Immobilien AG, Bonn  
M.M. Warburg & Co. KG aA, Hamburg (stellvertretender Vorsitz)  
Hannoversche Direktversicherungs AG, Hannover
- b) Würth Gruppe, Künzelsau (stellvertretender Vorsitz)  
Würth Finance International B.V., Amsterdam

## **VORSTAND**

---

**Claus-Matthias Böge**, Hamburg

Sprecher des Vorstands

- a) Douglas Holding AG, Hagen / Westfalen (bis 28.05.2013)  
Bijou Brigitte modische Accessoires AG, Hamburg (stellvertretender Vorsitz) (seit 25.06.2013)

**Olaf G. Borkers**, Hamburg

Mitglied des Vorstands

Die Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats beliefen sich im Geschäftsjahr auf insgesamt 312 T€ (i.Vj. 265 T€).

Die Bezüge des Vorstands betragen insgesamt 1.237 T€ (i.Vj. 1.193 T€). Darin enthalten sind erfolgsbezogene Vergütungen von 677 T€. (i.Vj. 650 T€). Diese Bezüge sind kurzfristig fällig.

Der Long Term Incentive Rückstellung (LTI-anteilsbasierte Vergütung) für den Vorstand wurden im Berichtsjahr 306 T€ (i.Vj. 305 T€) zugeführt. Der Aufzinsungsbetrag betrug 19 T€.

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 2013 den Aktionären zugänglich gemacht worden.

## NAHESTEHENDE PERSONEN NACH IAS 24

Die Tochtergesellschaften, Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen sowie die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der Deutsche EuroShop AG gelten als nahestehende Personen im Sinne des IAS 24. Die Bezüge des Aufsichtsrats und des Vorstands sind im Abschnitt Aufsichtsrat und Vorstand sowie im Vergütungsbericht des Konzernlageberichts erläutert.

Die Honorare für Dienstleistungsverträge mit der ECE-Unternehmensgruppe beliefen sich im Berichtsjahr auf 15.561 T€ (i. Vj. 16.719 T€). Demgegenüber standen Einnahmen aus Mietverträgen mit der ECE-Unternehmensgruppe in Höhe von 5.655 T€ (i. Vj. 5.797 T€). Die Forderungen gegenüber der ECE beliefen sich auf 3.982 T€ und die Verbindlichkeiten betragen 1.457 T€.

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

Hamburg, 15. April 2014

Deutsche EuroShop AG  
Der Vorstand

Claus-Matthias Böge

Olaf Borkers

# Sonstige Angaben

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

Aktionär	Bestands- meldung zum	Vorgang	Neuer Stimm- rechts- anteil in %	davon im Eigen- besitz in %	davon zuzu- rechnen in %
Benjamin Otto, Hamburg	02.04.2002	Schwellenüberschreitung (5 %)	7,74	0,00	7,74
„Bravo-Alpha“ Beteiligungs-G.m.b.H., Hamburg	02.04.2002	Schwellenüberschreitung (5 %)	7,74	3,71	4,03
Gemeinnützige Hertie-Stiftung, Frankfurt	15.08.2011	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,02	3,02	0,00
Alexander Otto, Hamburg	14.11.2012	Schwellenunterschreitung (10 %)	9,57	0,65	8,92
Société Fédérale de Participations et d'Investissement SA / Federale Participatie- en Investeringsmaatschappij NV, Brüssel, Belgien	11.01.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,08	0,00	3,08
Ministerium für Finanzen des Königreichs Belgien, Brüssel, Belgien	11.01.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,08	0,00	3,08
Société Fédérale de Participations et d'Investissement SA / Federale Participatie- en Investeringsmaatschappij NV, Brüssel, Belgien	08.04.2013	Schwellenunterschreitung (3 %)	2,93	0,00	2,93
Ministerium für Finanzen des Königreichs Belgien, Brüssel, Belgien	08.04.2013	Schwellenunterschreitung (3 %)	2,93	0,00	2,93
BlackRock Advisors Holdings, Inc., New York, USA	30.10.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,0003	0,00	3,0003
BlackRock International Holdings, Inc., New York, New York, USA	30.10.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,0003	0,00	3,0003
BR Jersey International Holdings, L.P., St. Helier, Jersey, Kanalinseln	30.10.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,0003	0,00	3,0003
BlackRock Group Limited, London, Vereinigtes Königreich	14.11.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,01	0,00	3,01
BlackRock Group Limited, London, Vereinigtes Königreich	18.11.2013	Schwellenunterschreitung (3 %)	2,96	0,00	2,96
BlackRock Group Limited, London, Vereinigtes Königreich	29.11.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,01	0,00	3,01
BlackRock Group Limited, London, Vereinigtes Königreich	12.12.2013	Schwellenunterschreitung (3 %)	2,999	0,00	2,999
BlackRock Group Limited, London, Vereinigtes Königreich	17.12.2013	Schwellenüberschreitung (3 %)	3,002	0,00	3,002

Das von dem Abschlussprüfer des Konzernabschlusses im Geschäftsjahr 2013 berechnete Gesamthonorar beläuft sich auf 310 T€. Davon betreffen 293 T€ (i. Vj. 328 T€) Abschlussprüferleistungen. Des Weiteren wurden sonstige Bestätigungsleistungen in Höhe von T€ 17 durch den Abschlussprüfer erbracht.

# Anteilsbesitz

## AUFSTELLUNG DES ANTEILSBESITZES GEMÄSS § 313 ABS. 2 NR. 1 BIS 4 HGB ZUM 31. DEZEMBER 2013:

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil am Eigenkapital	davon mittelbar	davon unmittelbar	Eigenkapital zum 31.12.2013	HGB-Ergebnisse 2013
<b>Vollkonsolidierte Unternehmen:</b>				<b>in €</b>	<b>in €</b>
DES Verwaltung GmbH, Hamburg	100,00 %	–	100,00 %	29.240.672,13	2.900.264,83
DES Management GmbH, Hamburg	100,00 %	–	100,00 %	52.951,03	27.951,03
DES Shoppingcenter GmbH & Co. KG, Hamburg	100,00 %	–	100,00 %	417.424.414,29	16.067.052,71
A10 Center Wildau GmbH, Hamburg	100,00 %	–	100,00 %	86.023.371,98	3.277.515,98
Objekt City-Point Kassel GmbH & Co. KG, Pullach	100,00 %	100,00 %	–	-24.024.805,44	2.747.557,39
Stadt-Galerie Hameln KG, Hamburg	100,00 %	–	100,00 %	24.450.503,65	2.349.882,21
Altmarkt-Galerie Dresden GmbH & Co. KG, Hamburg	100,00 %	–	100,00 %	40.562.836,19	3.345.348,38
Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co.KG, Hamburg	74,00 %	–	74,00 %	40.562.027,75	5.020.995,50
Forum Wetzlar KG, Hamburg	65,00 %	–	65,00 %	9.888.976,60	2.670.443,33
Main-Taunus-Zentrum KG, Hamburg	52,01 %	–	52,01 %	-91.320.990,02	18.122.394,95
				<b>in PLN</b>	<b>in PLN</b>
Einkaufs-Center Galeria Baltycka G.m.b.H. & Co. KG, Sp. kom., Warschau, Polen	99,99 %	99,99 %	–	564.636.737,01	46.922.149,44
CASPIA Investments Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00 %	100,00 %	–	19.878.432,49	760.043,64
<b>Gemeinschaftsunternehmen:</b>				<b>in €</b>	<b>in €</b>
Stadt-Galerie Passau KG, Hamburg	75,00 %	–	75,00 %	112.787.455,07	4.734.039,77
Allée-Center Magdeburg KG, Hamburg	50,00 %	–	50,00 %	72.445.194,45	10.429.633,87
Immobilien Kommanditgesellschaft FEZ Harburg, Hamburg	50,00 %	–	50,00 %	-19.998.292,26	2.237.215,97
CAK City Arkaden Klagenfurt KG, Hamburg	50,00 %	–	50,00 %	4.748.040,81	1.375.792,60
EKZ Eins Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H. & Co OG, Wien, Österreich	50,00 %	50,00 %	–	-4.646.295,48	1.413.563,79
Einkaufs-Center Arkaden Pécs KG, Hamburg	50,00 %	–	50,00 %	22.737.326,55	1.646.903,18
<b>Assoziierte Unternehmen:</b>				<b>in €</b>	<b>in €</b>
Kommanditgesellschaft Sechzehnte ALBA Grundstücksgesellschaft mbH & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %	–	1.832.141,19	-52.639,12
EKZ Vier Errichtungs- und Betriebs Ges.m.b.H., Wien, Österreich	50,00 %	50,00 %	–	795.702,87	32.592,35
Kommanditgesellschaft PANTA Fünfundsechzigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %	–	2.243.204,28	87.408,91
Kommanditgesellschaft PANTA Dreiunddreißigste Grundstücksgesellschaft m.b.H. & Co., Hamburg	50,00 %	50,00 %	–	2.793.654,54	349.746,72
City-Point Beteiligungs GmbH, Pullach	40,00 %	–	40,00 %	27.974,94	2.410,34
<b>Beteiligungsunternehmen:</b>				<b>in €</b>	<b>in €</b>
Ilwro Holding B.V., Amsterdam, Niederlande	33,00 %	–	33,00 %	103.555.930,00	15.169.948,00

# 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 2013 bis zum 31. Dezember 2013 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, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, 15. April 2014

BDO AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dyckerhoff  
Wirtschaftsprüfer

gez. Dr. Probst  
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, 15. April 2013



Claus-Matthias Böge



Olaf Borkers

# GLOSSAR

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

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

**ASSETKLASSE.** Einteilung des Kapital- und Immobilienmarkts in unterschiedliche Anlagesegmente.

**B BENCHMARK.** Vergleichsmaßstab, z. B. ein Index, der als Orientierungsgröße dient.

**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.

**C CASHFLOW PER SHARE (CFPS).** Englische Bezeichnung für „Liquiditätsüberschuss je Aktie“. Er berechnet sich folgendermaßen: Cashflow, dividiert durch die ausgegebenen Aktien einer Gesellschaft. Der Cashflow je Aktie dient als Grundlage zur Berechnung des Kurs-Cashflow-Verhältnisses (KCV).

**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.

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

**DISCOUNTED-CASHFLOW-MODELL (DCF).** Methode zur Bewertung von Unternehmen, bei 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.

**E EARNINGS PER SHARE (EPS).** Englische Bezeichnung für „Ergebnis je Aktie“.

**EBIT.** Earnings before Interest and Taxes. Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

**EBT.** Earnings before Taxes. Ergebnis vor Steuern.

**E-COMMERCE.** Unmittelbare Handels- oder Dienstleistungsbeziehung zwischen Anbieter und Abnehmer über das Internet.

**EPRA.** European Public Real Estate Association. Die EPRA ist eine Organisation mit Sitz in Brüssel, die die Interessen der großen europäischen Immobilien-Aktiengesellschaften in der Öffentlichkeit vertritt und die Entwicklung und Marktpräsenz dieser unterstützt. Der gleichnamige und international anerkannte EPRA-Index beschreibt die Performance der größten europäischen und nordamerikanischen börsennotierten Immobiliengesellschaften.

**F FAIR VALUE.** Ein nach IFRS hypothetischer Marktpreis unter idealisierten Bedingungen, zu dem ein Vermögenswert zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern getauscht oder eine Verpflichtung beglichen werden kann.

**FERI-RATING.** Kurzform für FERI Immobilien Rating. Ein wissenschaftlich basiertes System zur Ermittlung eines nachhaltig erzielbaren Marktwerts (Kriterien: prognostizierte Nettoeinnahmen unter Berücksichtigung von Standort- und Objektattraktivität) und eines Objektratings (Rendite-Risiko-Relation).

**FUNDS FROM OPERATIONS (FFO).** Mittelzufluss aus der operativen Tätigkeit. DES-Berechnung: Periodenüberschuss, bereinigt um das Bewertungsergebnis und die Aufwendungen für latente Ertragsteuern.

**G 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.

**H HEDGE ACCOUNTING.** Bilanzielle Abbildung zweier oder mehrerer Finanzinstrumente, die in einem Sicherungszusammenhang stehen.

**I 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.

**J 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.

**L LEBENSHALTUNGSKOSTENINDEX.** Auch „Preisindex für die Lebenshaltung“, der vom Statistischen Bundesamt monatlich berechnet wird. Wichtigste statistische Messzahl für die Veränderung der Preise im sogenannten Warenkorb zusammengefasster Güter innerhalb eines bestimmten Zeitraums und bezogen auf ein bestimmtes Basisjahr. Diese Veränderung wird auch als Inflationsrate bezeichnet.

**LOAN TO VALUE (LTV).** Verhältnis des Kreditbetrags zum Marktwert einer Immobilie.

**M 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.

**MULTICHANNELLING.** Die Nutzung einer Kombination von Online- und Offline-Kommunikationsmethoden in der Wirtschaft.

**N 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).

**P 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.

**R REIT.** Abkürzung für „Real Estate Investment Trust“. REITs sind börsennotierte Immobilienaktiengesellschaften, die auf Ebene der Gesellschaft steuerbefreit sind. Dafür müssen ihre Erlöse zu mindestens 75 % aus Vermietung, Verpachtung und Verkauf von Immobilien stammen und die Gewinne zu 90 % als Dividende an die Investoren ausgeschüttet werden.

**ROADSHOW.** Unternehmenspräsentationen vor institutionellen Investoren.

**S SPARQUOTE.** Anteil der Ersparnis am verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte.

**T TECDAX.** Nachfolger des NEMAX 50, der die 30 nach Marktkapitalisierung und Börsenumsatz größten Technologiewerte umfasst.

**U UMSATZMIETE.** Mietbetrag, der sich nicht auf die Mietfläche, sondern auf den Umsatz bezieht, der auf dieser Fläche erzielt wird.

**V VERKAUFSFLÄCHE.** Fläche, die von einem Handelsbetrieb zum Verkauf in einem Gebäude und / oder auf einem Freigelände genutzt wird und den Kunden zugänglich ist. Betrieblich und gesetzlich notwendige Nebenflächen sowie Treppenhäuser und Schaufenster werden nicht dazugerechnet. Die Verkaufsfläche ist ein Teil der Mietfläche des Geschäfts.

**VOLATILITÄT.** Statistisches Maß für Kurschwankungen. Je stärker ein Wert schwankt, desto höher ist seine Volatilität.

**X 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.

**Z ZINSSWAP.** Tausch von festen und variablen Zinsverpflichtungen auf zwei nominellen Kapitalbeträgen für einen festgelegten Zeitraum. Durch einen Zinsswap können Zinsänderungsrisiken aktiv gemanagt werden.

# Finanzkalender 2014

09. – 10.01. Oddo Midcap Forum, Lyon  
15.01. J.P. Morgan European Real Estate CEO Conference, London  
22.01. Kepler Cheuvreux European Corporate Conference, Frankfurt
- 20.03. VORLÄUFIGE ERGEBNISSE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2013**
- 24.03. Roadshow Paris, Kepler Cheuvreux  
24.03. Roadshow Zürich, Berenberg Bank  
25.03. Roadshow Brüssel, DZ Bank  
26.03. Roadshow München, Baader Bank  
27.03. Bank of America Merrill Lynch Real Estate Conference, London
- 03.04. HSBC Real Estate Conference, Frankfurt  
09.04. Roadshow Hamburg, Montega  
15.04. Prüfungsausschusssitzung, Hamburg  
23.04. Aufsichtsratssitzung, Hamburg
- 25.04. VERÖFFENTLICHUNG GESCHÄFTSBERICHT 2013**
- 14.05. ZWISCHENBERICHT Q1 2014**
- 15.05. Donner & Reuschel Hamburger Investmentkonferenz, Hamburg  
20.05. Roadshow London, M.M. Warburg
- 05.06. Kempen & Co. European Property Seminar, Amsterdam  
11. – 13.06. db Access Conference, Berlin
- 18.06. HAUPTVERSAMMLUNG, HAMBURG**
- 18.06. Aufsichtsratssitzung, Hamburg
- 12.08. HALBJAHRESFINANZBERICHT 2014**
- 11.09. ESN European Conference, Frankfurt  
17.09. Roadshow Luxemburg, Bankhaus Lampe  
22.09. Berenberg Bank and Goldman Sachs German Corporate Conference, München  
23.09. Baader Bank Investment Conference, München  
24.09. Aufsichtsratssitzung, Hamburg  
30.09. Roadshow London, Berenberg Bank
- 01.10. Societe Generale Real Estate Conference, London  
06.10. ExpoREAL, München
- 13.11. NEUNMONATSBERICHT 2014**
- 17.11. Roadshow Paris, Deutsche Bank  
18.11. Roadshow Amsterdam, Kempen & Co.  
19.11. Roadshow Zürich, Baader Bank  
26.11. Aufsichtsratssitzung, Hamburg  
27.11. Roadshow Düsseldorf / Köln, DZ Bank  
01.12. – 02.12. Berenberg European Conference, Pennyhill

Unser Finanzkalender wird ständig erweitert.  
Die neuesten Termine erfahren Sie auf unserer  
Internetseite unter

[www.deutsche-euroshop.de/jir](http://www.deutsche-euroshop.de/jir)



## ★ Index ★

<b>A</b>		<b>G</b>		<b>P</b>	
Abfindungsanspruch	139, 149 ff., 160, 178	Gewinn- und Verlustrechnung	140, 151 ff.	Performance	96 ff.
Aktie	10 ff., 96 ff., 120 f., 124, 128, 166, 183	<b>I</b>		Portfolio	10 ff., 52 ff., 118
Aktionärsstruktur	101	Immobilienmarkt	120	Prognose	120, 128 ff.
Anhang	144	Investitionen	118, 124, 126 f., 175	<b>R</b>	
Anteilsbesitz	189	Investment Properties	127, 138, 142, 158 ff.	Rechnungslegung	115
Aufsichtsrat	14 ff., 112 ff., 134 f., 185	Investor Relations	96 ff.	Risiken	130 ff., 180 f.
Ausschüsse	15, 17 f., 113 f., 135	<b>K</b>		Rücklagen	166 f.
<b>B</b>		Kapitalflussrechnung	142, 175	Rückstellungen	161, 169
Bestätigungsvermerk	190	Kennzahlen	2, 98	<b>S</b>	
Bewertungsergebnis	11, 121 ff., 140, 158, 173	Konsolidierungskreis	145	Segmentberichterstattung	176
Bilanz	138, 145, 149 ff., 162 ff.	Konzernbilanz	138, 149 ff., 156, 162 ff.	Shoppingcenter	6, 8 ff., 29 ff., 52 ff., 118, 129
Bilanzgewinn	166	<b>L</b>		Strategie	112, 118, 130
Bruttoinlandsprodukt	50, 119, 128, 131	Latente Steuern	161, 168	<b>U</b>	
Buchwerte	178	Liquidität	126	Umsatz(-erlöse)	9, 120 ff., 129 f., 171
<b>C</b>		<b>M</b>		<b>V</b>	
Cashflow	126, 142, 175 f., 180	Marketing	108 ff.	Verbindlichkeiten	161, 169 f.
Centermanagement	6, 57, 113	Mieter	53 ff.	Vergütung	116, 134 f.
Core	47, 129	<b>N</b>		Vermögenslage	127
Corporate Governance	16, 112 ff., 136, 186	Nachhaltigkeit	63	Vermögenswerte	138, 149 ff., 157, 160, 162 ff.
<b>D</b>		Net Asset Value	128, 146	Vorstand	14 f., 113 ff., 119, 185
Dividende	10 ff., 96, 102, 112, 118, 124, 130, 166	<b>W</b>		Währung	147
Dividendenvorschlag	102, 124	Website	100, 109		
<b>E</b>					
Eigenkapital	118, 125 ff., 143, 166				
Eigenkapitalquote	125, 181				
Einzelhandel	29 ff., 119 ff., 132				
Entsprechenserklärung	116, 186				
Erträge	122 ff., 140, 150 ff., 172 ff.				
Ertragslage	121				
<b>F</b>					
FFO	2, 124, 130				
Finanzierung	112, 125				
Finanzlage	125 ff.				
Forderungen	127, 138, 142, 160, 164 ff.				



# 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

## DISCLAIMER

## AUTORENBEITRÄGE

Namentlich gekennzeichnete Texte geben nicht unbedingt die Meinung der Deutsche EuroShop AG wieder. Für den Inhalt der Texte sind die jeweiligen Autoren verantwortlich.

## MARKEN

Alle in diesem Geschäftsbericht erwähnten Marken- und Warenzeichen oder Produkt-namen 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 VERÄNDERUNGSRATEN

Bei Prozentangaben und Zahlen in diesem Bericht können Rundungsdifferenzen auftreten. Die Vorzeichenangabe der Veränderungs-raten 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)
- Zwischenberichte zum ersten, zweiten und dritten Quartal (deutsch und englisch)

## GESCHÄFTSBERICHT IM INTERNET

Der Geschäftsbericht der Deutsche EuroShop ist im Internet unter [www.deutsche-euroshop.de](http://www.deutsche-euroshop.de) als PDF-Datei und als interaktiver Online-Geschäftsbericht abrufbar.

## CHEFREDAKTEUR

Patrick Kiss

## REDAKTIONSLEITUNG

Nicolas Lissner

## GASTREDAKTEURE

Manfred Becht, Gerd Bovensiepen,  
Rolf Bürkl, Raimund Ellrott,  
Manuel Jahn, Dirk Riedel,  
Dr. Stephanie Rumpff,  
Rahel Willhardt

## KONZEPT

Deutsche EuroShop AG

## ART DIRECTION

Whitepark GmbH & Co.

## GRAFIK

Whitepark GmbH & Co.

## ILLUSTRATIONEN

Sarah Knorr

## FOTOS

Deutsche EuroShop,  
Douglas, ECE, Uwe Hüttner,  
Christian Schmid,  
istockphoto.com

## DIGITALE VORSTUFE

Albert Bauer Companies, Hamburg

## PRODUKTION

EBERL PRINT GmbH, Immenstadt

## VERANTWORTLICH FÜR DEN REDAKT. INHALT

Deutsche EuroShop AG, Hamburg

## KLIMANEUTRAL GEDRUCKT



# Mehrjahresübersicht

IN MIO. €	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 <sup>1</sup>	2013 <sup>1</sup>
Umsatzerlöse	61,4	72,1	92,9	95,8	115,3	127,6	144,2	190,0	178,2	188,0
EBIT	49,8	57,5	86,3	78,5	98,1	110,7	124,0	165,7	151,6	165,8
Finanzergebnis	-19,2	-39,3	-41,0	-39,6	-49,4	-55,9	-60,2	-79,1	-62,1	-34,1
Bewertungsergebnis	8,0	40,0	68,8	39,0	38,3	-14,8	33,1	50,1	13,9	56,0
EBT	38,6	68,1	117,7	77,8	87,0	40,1	97,0	136,7	103,4	187,6
Konzernergebnis	27,7	48,7	100,3	94,2	68,9	34,4	-7,8	99,0	122,5	171,0
FFO je Aktie in €	0,86	0,97	1,08	1,12	1,38	1,40	1,35	1,61	1,68	2,08
Ergebnis je Aktie in € <sup>2</sup>	0,89	1,55	2,92	2,74	1,96	0,88	-0,17	1,92	2,36	3,17
Eigenkapital <sup>3</sup>	684,4	787,4	897,9	974,0	977,8	1.044,4	1.441,5	1.473,1	1.606,1	1.642,4
Verbindlichkeiten	685,8	756,1	898,3	1.002,3	1.029,1	1.067,8	1.522,1	1.752,0	1.741,5	1.752,5
Bilanzsumme	1.370,2	1.543,6	1.796,2	1.976,3	2.006,8	2.112,1	2.963,6	3.225,1	3.347,6	3.394,9
Eigenkapitalquote in % <sup>3</sup>	49,9	51,0	50,0	49,3	48,7	49,5	48,6	45,7	48,0	48,4
Gearing in % <sup>3</sup>	100	96	100	103	105	102	106	119	108	107
Liquide Mittel	150,3	197,2	94,2	109,0	41,7	81,9	65,8	64,4	161,0	40,8
Net Asset Value <sup>4</sup>	686,8	794,5	877,4	925,1	942,8	1.006,9	1.361,1	1.427,3	1.538,9	1.650,4
Net Asset Value je Aktie in € <sup>4</sup>	21,98	23,11	25,53	26,91	27,43	26,63	26,36	27,64	28,53	30,59
Dividende je Aktie in €	0,96	1,00	1,05	1,05	1,05	1,05	1,10	1,10	1,20	1,25 <sup>5</sup>

<sup>1</sup> At-equity-Konsolidierung

<sup>2</sup> unverwässert

<sup>3</sup> inkl. Fremdtypeile am Eigenkapital

<sup>4</sup> seit 2010: EPRA

<sup>5</sup> Vorschlag

2013 IN MIO. €	Q1 / 2013	Q2 / 2013	Q3 / 2013	Q4 / 2013
Umsatzerlöse	42,4	46,4	49,3	49,9
EBIT	37,3	39,9	43,3	45,3
Finanzergebnis	-10,1	-12,5	2,5	-14,0
Bewertungsergebnis	-1,4	-1,1	-4,3	62,8
EBT	25,8	26,4	41,5	93,9
Konzernergebnis	20,1	21,7	35,4	93,8
Ergebnis je Aktie in € <sup>2</sup>	0,37	0,40	0,66	1,74





**DES**

Deutsche EuroShop

[www.shoppingcenter.ag](http://www.shoppingcenter.ag)