

**Rede von
Wilhelm Wellner (Sprecher des Vorstands)
anlässlich der ordentlichen (virtuellen) Hauptversammlung
der Deutsche EuroShop AG
am 18. Juni 2021 in Hamburg**

Es gilt das gesprochene Wort.

Chart 0: Titelblatt



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

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

Sie findet nun schon zum zweiten Mal in Folge virtuell statt. Wir erleben gerade mit großer Freude und großen Hoffnungen die Rückkehr zur Normalität des öffentlichen, kulturellen sowie des wirtschaftlichen Lebens, wobei allerdings Abstandsregeln und Einschränkungen bei Menschenansammlungen vorerst weiter notwendig sind. Die Corona-Pandemie hat seit über einem Jahr große Teile der Welt, viele Wirtschaftssektoren sowie die Menschen in ihrem Bann gehalten. Besonders betroffen war und ist noch der stationäre Einzelhandel – und damit auch die Deutsche EuroShop. Aber die gute Nachricht ist: Seit letzter Woche sind alle unsere Center – wenn auch unter Auflagen – wieder offen.

Wir stehen heute mit der deutlichen Verbesserung der Pandemielage an einem Wendepunkt – mit zwei Perspektiven:

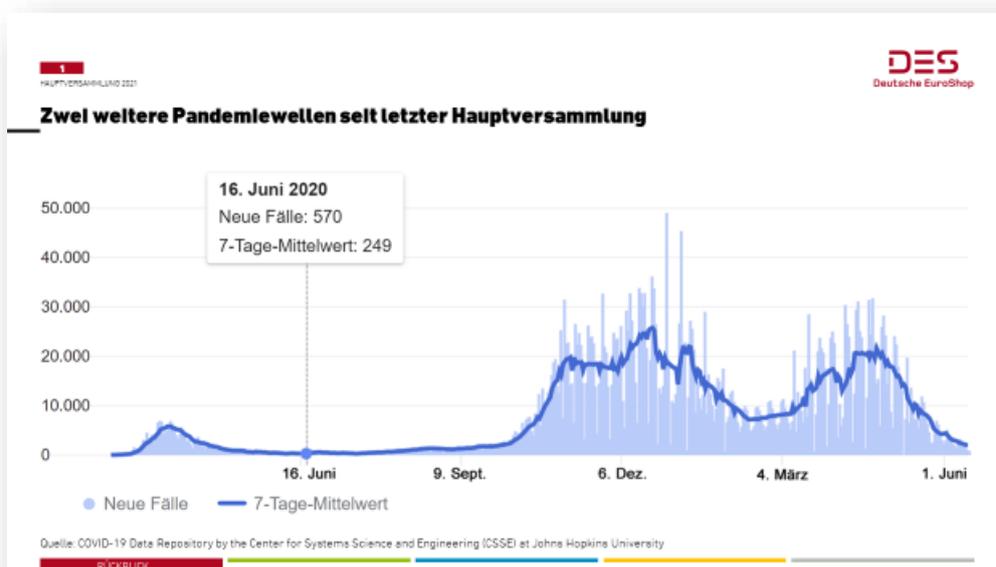
- Einerseits blicken wir zurück auf die Geschäftszahlen 2020 sowie auf die aktuellen Zahlen des laufenden Geschäftsjahres. Hier sehen wir die massiven

Auswirkungen der Pandemie auf unser Geschäft. Bei einer Bewertung dieser Zahlen sowie der von uns im Pandemieverlauf ergriffenen Maßnahmen gilt es, das Ausmaß und die Dauer der schwerwiegenden Eingriffe in unsere bzw. in die Geschäftstätigkeiten unserer Mieter vor Augen zu haben.

- Der Ausblick stellt die zweite, wichtigere Perspektive dar: Wir schauen – trotz allem – mit Zuversicht und mit großer Vorfreude auf die nun erfolgten bzw. weiter voranschreitenden Lockerungen und Geschäftsöffnungen.

Über die Zahlen der Vergangenheit werde ich Sie umfassend informieren: Sie zeigen uns, dass wir bis heute den Umständen entsprechend gut und solide durch die Krise gekommen sind, obgleich wir weiter vorsichtig sein müssen. Mit Blick nach vorn werde ich Sie zur Lage in den Centern sowie zum beobachtbaren Kunden- und Mieterverhalten informieren. Hier zeigt sich: Die Menschen kommen zurück – auch wenn noch etwas Wegstrecke bis zu einer neuen Normalität vor uns liegt.

Chart 1: Zwei weitere Pandemiewellen seit letzter Hauptversammlung



Aber chronologisch: Auf der letztjährigen Hauptversammlung berichteten wir von der Situation bezüglich der Wiedereröffnungen nach dem ersten Lockdown. Wir hatten die Hoffnung und Erwartung, dass ein zweiter Lockdown vermieden werden könne. Heute, zwölf Monate später, blicken wir zurück auf einen Pandemieverlauf, der einer Achterbahnfahrt gleicht. Momentan ebbt gerade die bereits dritte große Infektionswelle ab. Dieser Verlauf spiegelt sich auch in unseren operativen und finanziellen

Kennzahlen wider. Nach dem drastischen Geschäftseinbruch im zweiten Quartal des letzten Jahres konnten wir im Sommer und Herbst 2020 eine beeindruckende Erholung der durchschnittlichen Kundenfrequenzen und der Mieterumsätze beobachten, auch wenn diese aufgrund der weiter bestehenden Sicherheitsvorkehrungen, wie Begrenzung von Kundenzahlen oder Maskenpflicht, teilweise noch deutlich unter den Vor-Corona-Niveaus lagen.

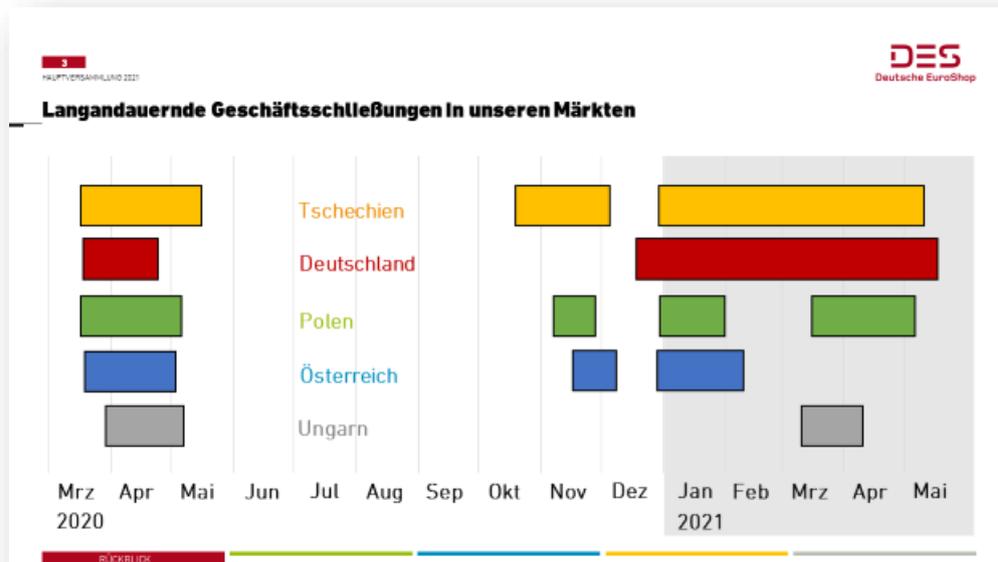
Chart 2: Lockdown ...



Parallel zu dieser Erholung verbesserten sich auch unsere Erträge und das Zahlungsverhalten unserer Mieter wieder deutlich. In einem großen Kraftakt und auf einer kooperativen Basis haben wir in einer Schicksalsgemeinschaft mit unseren Mietern regelmäßig partnerschaftliche und damit nachhaltige Lösungen zur Schadensteilung der wirtschaftlichen Auswirkungen des ersten Lockdowns gesucht – und in der ganz überwiegenden Zahl der Fälle auch gefunden. Dabei wurden mieterspezifische Situationen und wirtschaftliche Auswirkungen ebenso gewürdigt wie rechtliche Aspekte. Diese Lösungen und weitere darüber hinaus ergriffene Maßnahmen wie Kostensenkungen beim Centerbetrieb, Verschiebung bzw. Reduzierung von Investitionen sowie Streichung der Dividende für das Geschäftsjahr 2019 galten der Aufrechterhaltung eines hohen Vermietungsstandes und damit der langfristigen Bestandssicherung der Immobilien sowie darüber hinaus der Sicherstellung der bestmöglichen operativen und finanziellen Handlungsfähigkeit der Deutsche EuroShop. Heute können wir sagen, dass uns dies gelungen ist. Obwohl die

Auswirkungen auf unsere Ertragslage 2020 deutlich negativ waren, lag die Vermietungsquote zum Jahresultimo in Anbetracht der Umstände weiter bei noch guten 95,4 % nach 97,6 % im Jahr 2019. Unsere Liquidität ist ebenfalls stabil und unsere Bilanzkennzahlen sind fortgesetzt solide, auch wenn die negativen Auswirkungen der Pandemie in 2021 bis heute sogar stärker waren als in 2020.

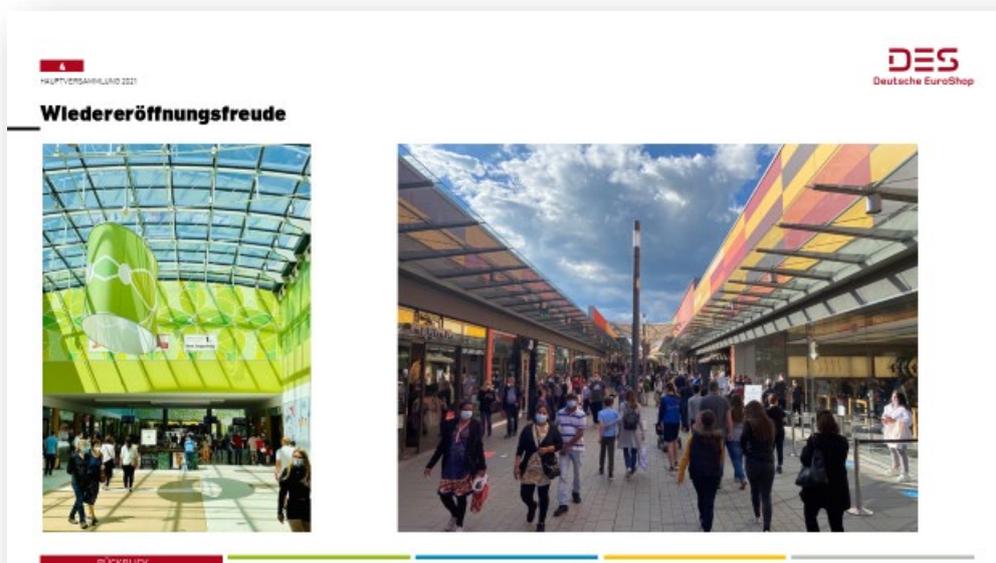
Chart 3: Langandauernde Geschäftsschließungen in unseren Märkten



Wir haben miterleben und verkraften müssen, dass nach der Geschäftserholung bis in den Spätherbst 2020 der Anstieg der Infektionszahlen ab Mitte Dezember 2020 erneut zu behördlich angeordneten, flächendeckenden Geschäftsschließungen führte. Diese dauerten für einen Großteil unseres Centerportfolios über das gesamte erste Quartal und einen großen Teil des zweiten Quartals des laufenden Jahres an. Bis zu den aktuellen Öffnungen wurden diese langen Schließungsphasen nur durch kurze Öffnungszeiträume in unseren ausländischen Centern unterbrochen. In Deutschland gab es nur im März punktuelle Öffnungen – teilweise unter weiteren Auflagen wie „Click & Collect“ oder „Click & Meet“, das heißt unter Bedingungen, unter denen für die Mehrzahl der stationären Einzelhändler ein Betrieb kaum rentabel möglich ist. Nach den Umsatzverlusten im Vorjahr ging damit auch ein wesentlicher Teil des wichtigen Ostergeschäftes dieses Jahres verloren. So viel zum Ausmaß der Herausforderungen für den stationären Einzelhandel und insbesondere die in unseren Centern anteilmäßig größten Mietpartner aus dem Modesegment.

Aber ich komme nun – im aktuellen Umfeld der erneuten Wiedereröffnungen – zu den positiven Entwicklungen und Signalen, die uns für die erwartete weitere Stabilisierung der Situation im Sommer positiv stimmen. Die Infektionszahlen sinken, die Verfügbarkeit von Impfstoffen steigt weiter und der Impfstatus der Bevölkerung verbessert sich stetig. In unseren Centern unterstützen wir eine schnellstmögliche Geschäftsnormalisierung durch umfangreiche Hygiene- und Schutzmaßnahmen und zusätzlich durch Testzentren. Verschiedene Länder haben bereits eine hohe Immunisierung der Bevölkerung erreicht und deutliche Lockerungen für den stationären Einzelhandel umgesetzt. In unseren ausländischen Märkten sind die Regierungen häufig lokal individuell und dynamisch mit Restriktionen umgegangen und haben dem Einzelhandel auf diese Weise teilweise schon deutlich früher Entlastungen verschafft. In Teilen Österreichs durften viele Geschäfte schon Anfang Februar wieder unter Auflagen öffnen. Auch in Polen, der Tschechischen Republik und Ungarn erfolgten bereits im April und Mai weitere Öffnungen.

Chart 4: Wiedereröffnungsfreude



Dabei können wir beobachten, dass sich der stationäre Handel weiter großer Beliebtheit erfreut. Wann immer Wiedereröffnungen von Geschäften erfolgten, stiegen die Kundenfrequenzen in unseren Centern dynamisch an. Auch wenn die Besucherzahlen alte Niveaus noch nicht wieder erreichten, zeigt uns dies, dass sich die Menschen darauf freuen, auszugehen und sich an belebten Plätzen zu treffen, sich auszutauschen und in den Geschäften der realen Welt zu shoppen. Die Menschen

dürsten nach Normalität und diese spürbare Vorfreude auf ein reales Einkaufserlebnis – als ganz wichtigem Teil der sich weiter entwickelnden Omnichannel-Einkaufswelt – oder das Erleben kulinarischer Genüsse in der Gastronomie fern des heimischen Herdes bzw. ohne Lieferdienst ist daher auch das Motto für unser Magazin zum Geschäftsbericht 2020: Die Vorfreude auf den Wiederanfang – den wir gerade erleben.

Für unseren Hauptmarkt Deutschland kamen die Lockerungen jedoch erst deutlich später. Die Bundesregierung hat leider ihren restriktiven und unflexiblen Weg zur Bekämpfung der Pandemie, der sich im Wesentlichen auf Inzidenzwerte stützt, fortgesetzt. Mit der Einführung der sogenannten „Bundesnotbremse“ wurde dieser sogar noch verschärft. Damit verlängern sich die negativen Auswirkungen auf unsere Mieter, auf unsere geplanten Mieteinnahmen und auf unseren Cashflow. Dies gilt insbesondere aufgrund der im Regelfall fehlenden angemessenen und zeitnahen staatlichen Unterstützung für die betroffenen Mieter – als dringend notwendige und zumindest teilweise Kompensation für die überproportionale Belastung des stationären Einzelhandels im Vergleich zu anderen Sektoren. Hier ist es dringend geboten, dass die Regierung – wie angekündigt – weiter nachbessert und die Hilfen schnell wirksam werden lässt.

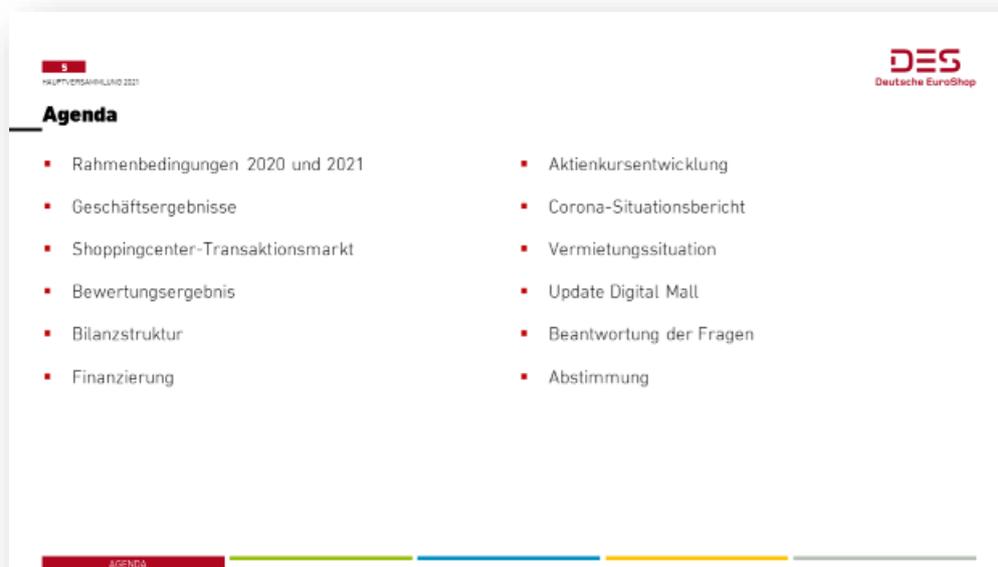
Es gilt, die beschriebene Situation und die aus ihr resultierenden bisherigen sowie nachwirkenden negativen Einflüsse – wie wir in Hamburg sagen – weiter „abzuwettern“ und entsprechend umsichtig zu agieren. Dazu gehören auch die fortgesetzte Unterstützung unserer Mieter zur Bestandssicherung der Immobilien, weitere Kostenreduzierungen im Centerbetrieb, zeitliche Verschiebungen nicht dringend notwendiger Investitionen sowie letztlich die weitgehende Herabsetzung der Dividende für das Geschäftsjahr 2020 zur nachhaltigen Liquiditätssicherung. Besonders wichtig ist in dieser Situation gleichfalls die fortgesetzte aktive und vertrauensvolle Kommunikation mit unseren finanzierenden Banken.

Kurz zusammengefasst: Wir haben die außerordentlichen Herausforderungen der Pandemie bis heute durch schnelle, konsequente und pragmatische sowie auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Maßnahmen gemeistert. Allerdings können wir die wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Deutsche EuroShop für 2021 zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht hinreichend abschätzen und unser Sektor steht weiter vor

Herausforderungen. Auf Basis unserer weiterhin guten Bilanzstruktur und soliden Liquiditätsausstattung sind wir zuversichtlich, dass unser Unternehmen auch diese Herausforderungen meistern wird. Dabei stellen die dauerhaften Öffnungen der Geschäfte einen sehr wichtigen Schritt in Richtung einer nachhaltigen Normalisierung dar.

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

Chart 5: Agenda – Hauptversammlung 2021



Beginnen werde ich mit den stark von der Corona-Pandemie beeinflussten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Jahres 2020 und mit aktuellen Prognosen für gesamtwirtschaftliche Kennzahlen für 2021. Anschließend werde ich Ihnen die Geschäftsergebnisse für 2020 erläutern. Dabei werde ich auf die Entwicklungen unserer Investments und des Transaktionsmarktes sowie deren Auswirkungen auf das Bewertungsergebnis eingehen. Danach werde ich mich zu unserer Bilanzstruktur und zu unseren Finanzierungen sowie zum Ausblick äußern.

Die Börse hat für unsere Branche sehr sensibel auf die Corona-Pandemie reagiert. Auch wenn mit der Wiedereröffnungswelle nach dem ersten Lockdown sowie der Entwicklung der ersten Impfstoffe ein Teil der Kursverluste wieder aufgeholt werden konnte, liegt unser Aktienkurs aufgrund der bestehenden Unsicherheiten noch deutlich

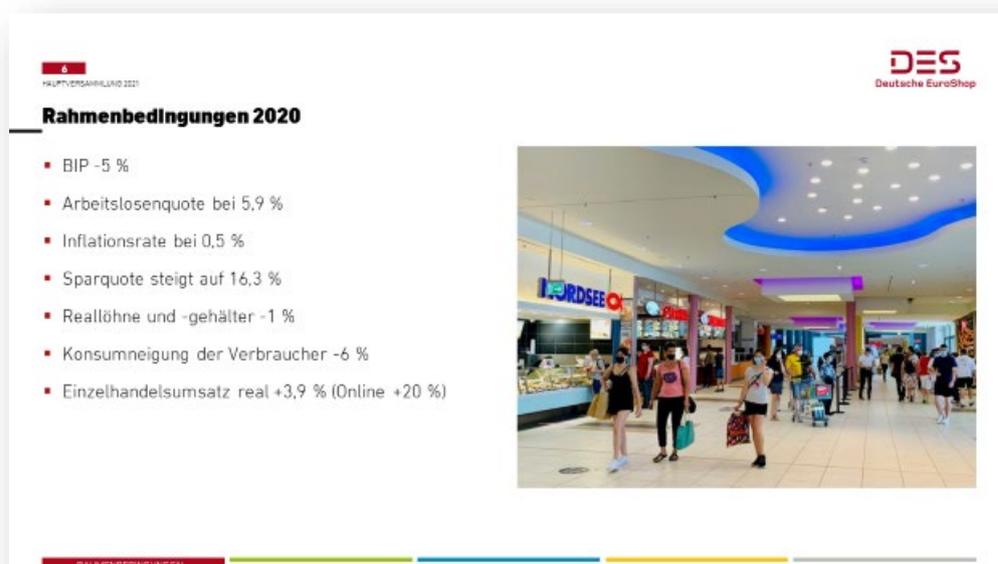
unter dem Vor-Corona-Niveau bzw. unter unserem Net Asset Value. Dazu äußere ich mich bei einem Blick auf die Aktienkursentwicklung.

Anschließend gebe ich Ihnen einen Situationsbericht aus unseren Centern und über das Management der weiter vorhandenen vielfältigen Betriebsrestriktionen. Dabei präsentiere ich Ihnen die Entwicklung der Kundenfrequenzen, der Mieterumsätze und unserer laufenden Mieteinnahmen.

Danach kommen wir zu Ihren Fragen, die uns erreicht haben. Um Ihnen die Möglichkeit zu geben, direkt auf meine Ausführungen Bezug zu nehmen, haben wir meine Rede wie im Vorjahr einige Tage vor der Hauptversammlung veröffentlicht. Dadurch konnten Sie Ihre Fragen auch auf die Inhalte meiner Rede ausrichten. Wir haben von Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären sowie den Schutzgemeinschaften, eine Reihe Fragen erhalten, die wir im Anschluss an meinen Vortrag beantworten werden.

Beginnen wir mit der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im letzten Geschäftsjahr und in Ergänzung dazu mit aktuellen Wirtschaftsprognosen, die das Ausmaß der Auswirkungen der Corona-Pandemie berücksichtigen.

Chart 6: Rahmenbedingungen 2020



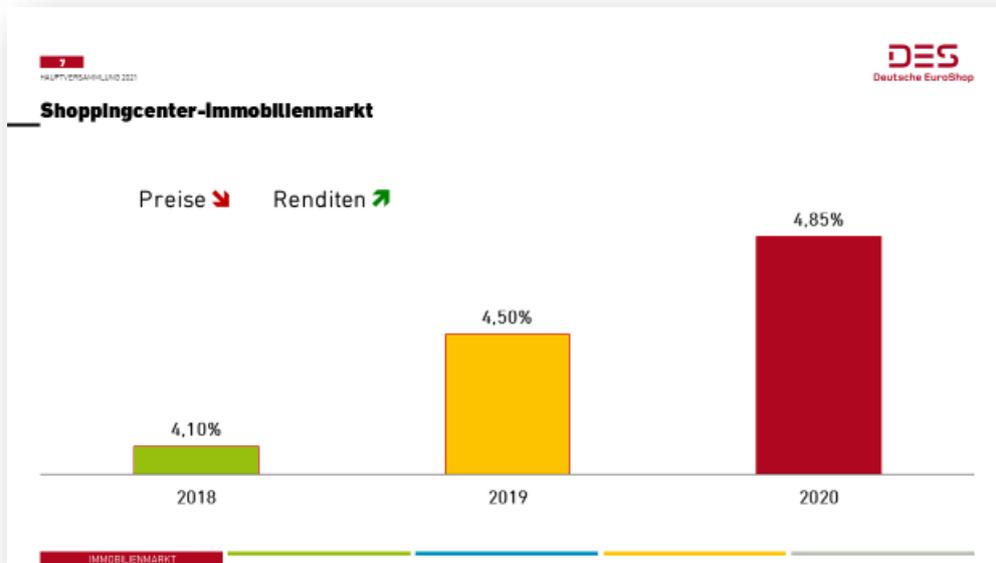
Nachdem das deutsche Bruttoinlandsprodukt 2019 noch um 0,6 % gestiegen war, ging es 2020 deutlich um 5 % zurück. Das zehnjährige ununterbrochene Wirtschafts-

wachstum wurde durch die Pandemie abrupt beendet. Auf dem Arbeitsmarkt kam der positive Trend der letzten Jahre zum Erliegen. Die Zahl der Arbeitslosen lag im Jahresdurchschnitt bei 2,7 Millionen, was einer Arbeitslosenquote von 5,9 % gegenüber 5,0 % im Vorjahr entspricht. Eine deutlich höhere Arbeitslosigkeit wurde durch Kurzarbeit verhindert; diese erreichte im April 2020 mit knapp sechs Millionen Personen, das entspricht 13,3 % der Erwerbstätigen, einen neuen historischen Höchstwert.

Die Verbraucherpreise in Deutschland stiegen 2020 nur leicht, und zwar um 0,5 %. Die Sparquote schnellte von 10,9 % auf 16,3 % des verfügbaren Einkommens, niemals zuvor war sie höher. Dazu sanken die Reallöhne der Arbeitnehmer um 1 %. Diese Entwicklungen trugen dazu bei, dass die für unser Geschäft wichtigen privaten Konsumausgaben, die rund 51,3 % des Bruttoinlandsproduktes ausmachten, preisbereinigt um 6 % zurückgingen.

In Deutschland konnte der Einzelhandel seinen Umsatz real um 3,9 % steigern. Dieses Wachstum war jedoch – aufgrund der Geschäftsschließungen nicht überraschend – durch einen Zuwachs um ca. 20 % im Onlinehandel geprägt. Der schon in der Vergangenheit kontinuierlich wachsende Onlinehandel hat durch die Corona-Pandemie und das Ausweichen der Konsumenten auf diese Einkaufsoption einen sehr deutlichen Schub erfahren.

Chart 7: Shoppingcenter-Immobilienmarkt



Am Immobilienmarkt lag nach Angaben des Beratungsunternehmens CBRE das Shoppingcenter-Transaktionsvolumen in Deutschland weiterhin auf einem niedrigen Niveau, wobei viele Transaktionen des Jahres 2020 noch ihren Ursprung im Jahr 2019 hatten. Zu der schon länger zu beobachtenden Transaktionszurückhaltung, insbesondere aufgrund des laufenden Transformationsprozesses im stationären Einzelhandel, kamen die Lockdown-bedingten Unsicherheiten. Gegenläufig dazu waren Lebensmittelmärkte bzw. lebensmittelgeankerte Fachmarktzentren auch während der Corona-Pandemie gesucht, u.a. da sie deutlich weniger von den Geschäftsschließungen betroffen waren.

Für Top-Shoppingcenter in Deutschland beobachtete das Beratungsunternehmen JLL einen deutlichen Anstieg der Spitzenrenditen auf zum Jahresende 4,85 % gegenüber 4,5 % im Vor-Corona-Jahr.

Chart 8: Rahmenbedingungen 2020 – aktuelle Entwicklungen 2021



Der aktuelle volkswirtschaftliche Ausblick sieht erfreulicherweise besser aus. Für 2021 erwartet die Bundesregierung ein Wachstum der deutschen Wirtschaft um 3,5 %. Allerdings rechnet sie mit einem signifikanten Anstieg der Unternehmensinsolvenzen. Dazu sind aktuell am Kapitalmarkt Inflations Sorgen zu beobachten, auch in Europa.

Im Mai dieses Jahres lag die Inflation in Deutschland bei 2,5 %. Aufgrund der Basiseffekte – u.a. der zeitweisen Mehrwertsteuersenkung im 2. Halbjahr 2020 – werden in diesem Jahr temporäre Inflationsraten von bis zu 4 % erwartet. Für das Gesamtjahr prognostiziert die Bundesregierung einen Wert um 2,2 %. Dies kann Auswirkungen auf die Entwicklung der Reallöhne haben, auch wenn z.B. das gewerkschaftsnahe Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK) in diesem Jahr mit einer Erholung der Löhne rechnet. Die Arbeitslosenquote lag auch im Mai weiter bei 5,9% und damit auf Vorjahresniveau, wobei die Agentur für Arbeit zuletzt von ersten Anzeichen für eine Besserung berichtete.

Volkswirte rechnen derzeit nicht damit, dass die historisch hohe Sparneigung der Konsumenten anhalten wird. Die Konsumforscher der GfK erwarten sogar einen Nachfrageschub aufgrund von möglichen Nachholeffekten in der zweiten Jahreshälfte. Das sind gute Nachrichten. Wir müssen aber insgesamt davon ausgehen, dass es für den stationären Einzelhandel schwierig wird, den Umsatzanteil, den er an den

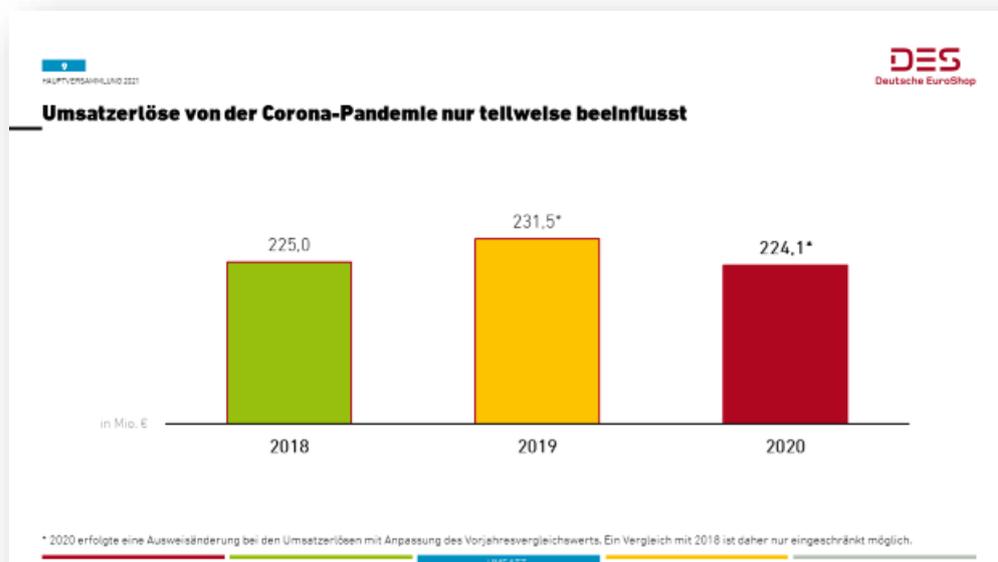
Onlinehandel verloren hat, nach Beendigung der Pandemiesituation wieder vollständig zurückzugewinnen.

Am Transaktionsmarkt für Shoppingcenter sehen wir bisher keine signifikante Belegung, so dass wir erwarten, dass die Liquidität hier zunächst noch eingeschränkt sein wird. Dies könnte vorübergehend dazu führen, dass weniger Preisreferenzpunkte aus Vergleichstransaktionen zur Verfügung stehen, was die Immobilienbewertung in diesem Segment nicht einfach macht.

Meine Damen und Herren,

dies waren viele wichtige volkswirtschaftliche Zahlen. Sie belegen, wie sich die Situation substanziell verändert hatte. Sie zeigen aber auch, dass es wieder nach oben geht. Es gibt nicht nur Schatten, es gibt auch Licht. Bevor ich Ihnen erläutere, wie wir als Vorstände unser Unternehmen ausrichten, möchte ich Ihnen zunächst die Ergebnisse der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2020 präsentieren, die – ich sagte es bereits – deutlich von den Auswirkungen der Corona-Krise gekennzeichnet sind.

Chart 9: Umsatzerlöse von der Corona-Pandemie nur teilweise beeinflusst

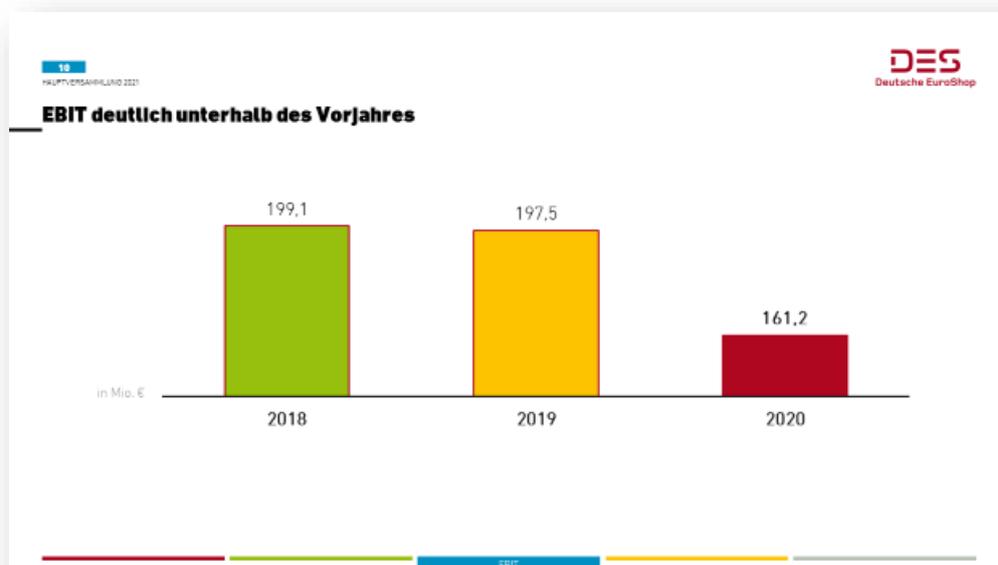


Beginnen möchte ich mit unserem Umsatz: Er sank im Konzern im Geschäftsjahr 2020 um 3,2% von 231,5 Mio. € auf 224,1 Mio. €. Hier wirkten sich in unseren ausländischen Märkten gesetzliche Regelungen zur Abfederung der negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie aus, die u.a. das temporäre Aussetzen von Mietzahlungsverpflichtungen für die von den Schließungen betroffenen Mietern

vorsahen. Des Weiteren resultieren die gesunkenen Konzernumsätze aus niedrigeren Umsatzmieten sowie höheren Leerständen. Soweit die Zahlungsverpflichtung der Mieter gesetzlich nicht ausgesetzt war, was insbesondere für die deutschen Center galt, wurden die Mieten auch für die Schließungsphasen weiter in Rechnung gestellt.

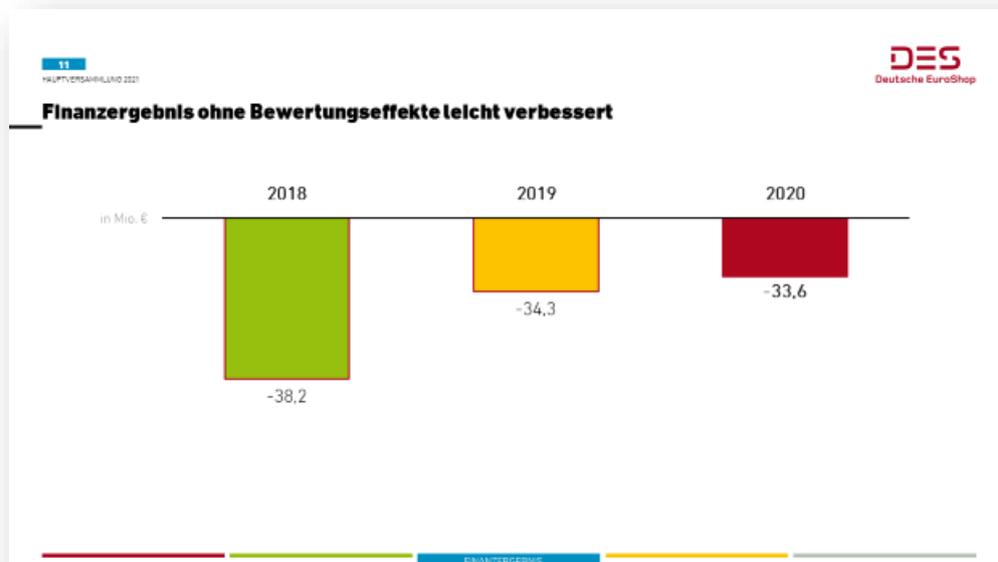
Zugeständnisse auf die so entstandenen Forderungen wurden in den Wertberichtigungen und Ausbuchungen von Forderungen berücksichtigt. Diese haben sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich von 1,7 Mio. € auf 29,2 Mio. € erhöht. Sie berücksichtigen sowohl die bis zum Bilanzstichtag vertraglich vereinbarten Mietzugeständnisse in Höhe von 8,6 Mio. € als auch die zum Bilanzstichtag erwarteten weiteren Verzichte auf bestehende Forderungen über 14,7 Mio. €. Zusätzlich mussten insbesondere insolvenzbedingt weitere Forderungen in Höhe von 5,9 Mio. € ausgebucht oder einzelwertberichtigt werden.

Chart 10: EBIT deutlich unterhalb des Vorjahres



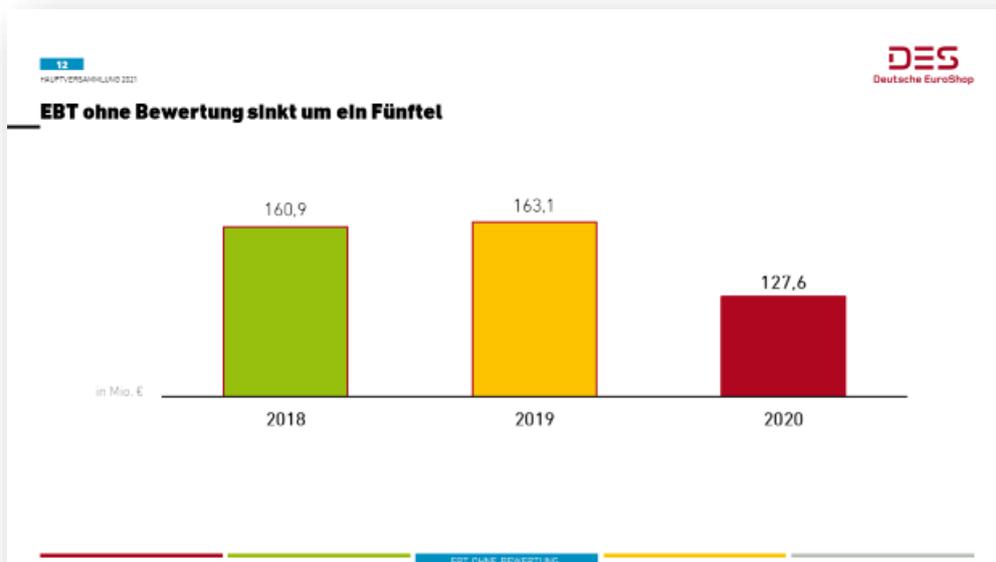
Das EBIT, d.h. das Ergebnis vor Zinsen und Steuern, lag mit 161,2 Mio. € deutlich unter dem Vorjahresergebnis von 197,5 Mio. €, was im Wesentlichen auf die eben erläuterten Ausbuchungen und Wertberichtigungen der aufgelaufenen Mietrückstände sowie auf die coronabedingten Umsatzrückgänge zurückzuführen war.

Chart 11: Finanzergebnis ohne Bewertungseffekte leicht verbessert



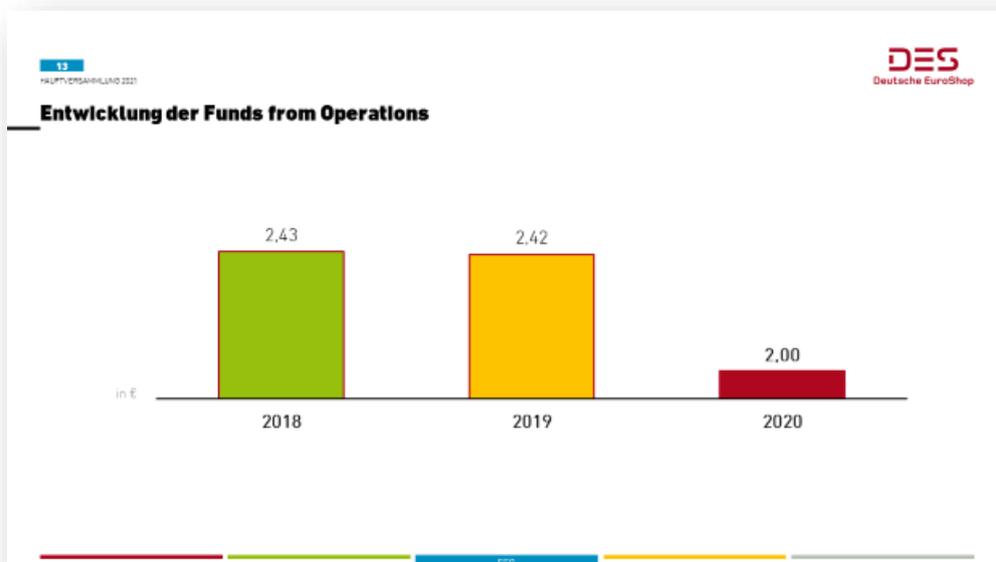
Das Finanzergebnis (ohne Bewertungsergebnis) verbesserte sich aufgrund gegenläufiger Effekte gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,7 Mio. € auf -33,6 Mio. €. Das Ergebnis unserer Joint-Venture-Gesellschaften, das operative at-equity Ergebnis, hat sich ebenfalls aufgrund coronabedingt höherer Wertberichtigungen auf Mietforderungen und Umsatzausfällen um 7,6 Mio. € reduziert. Des Weiteren hatte das übrige Finanzergebnis 2019 eine einmalige Zinserstattung von 2,7 Mio. € für eine Gewerbesteuerrückzahlung beinhaltet, der 2020 nur Zinserträge in Höhe von 0,5 Mio. € gegenüberstanden. Der Zinsaufwand der Konzerngesellschaften konnte hingegen um weitere 5,5 Mio. € gesenkt werden. Hier wirkten sich neben planmäßigen Tilgungen die günstigeren Anschlussfinanzierungen für das Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim und das A10 Center Wildau positiv aus. Der den Kommanditisten zustehende Ergebnisanteil hat sich entsprechend dem reduzierten EBIT um 4,9 Mio. € verringert.

Chart 12: EBT ohne Bewertung sinkt um ein Fünftel



Das rückläufige EBIT und at-equity Ergebnis sowie Sondereffekte aus einer steuerbedingten Zinserstattung in 2019 führten zu einem Rückgang des EBT (ohne Bewertungsergebnis) um 21,8 % von 163,1 Mio. € auf 127,6 Mio. €.

Chart 13: Entwicklung der Funds from Operations



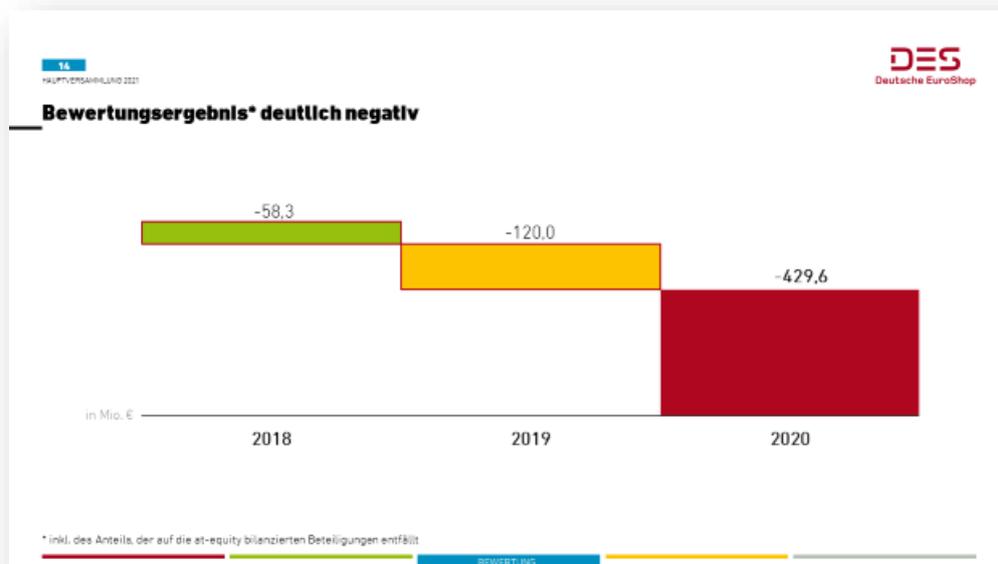
Die Funds from Operations – kurz FFO – bieten unter normalen Umständen einen guten Blick auf das operative Geschäft eines Immobilienunternehmens. Bei der Ermittlung der Kennzahl werden wesentliche nicht zur operativen Tätigkeit des

Konzerns gehörende Einmaleffekte eliminiert. Die FFO reduzierten sich von 149,6 Mio. € auf 123,3 Mio. € bzw. je Aktie um 0,42 € auf 2,00 €.

Allerdings spiegeln die FFO als ertragsbasierte Zahl den aktuell deutlichen Anstieg der Mietaußenstände nicht wider, so dass ergänzend die Analyse des Zahlungsverhaltens der Mieter, ausgedrückt in der Collection Ratio, notwendig ist. Die Collection Ratio drückt das Verhältnis der gezahlten zu den in Rechnung gestellten Mieten nach Mietreduzierungen aus. Sie betrug 2020 durchschnittlich 89,6 %. Ich gehe im späteren Verlauf meiner Präsentation noch genauer hierauf ein.

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

Chart 14: Bewertungsergebnis deutlich negativ

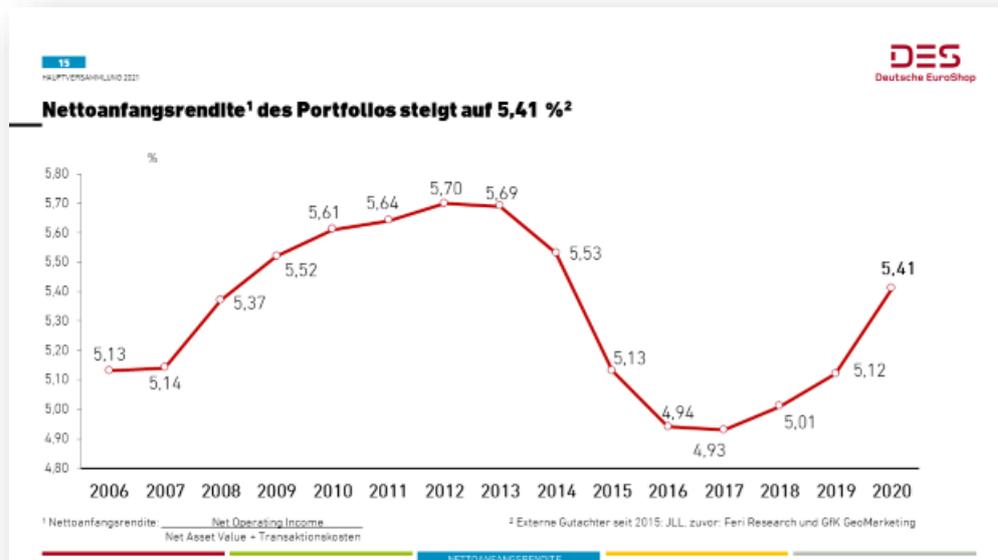


Das Bewertungsergebnis des Konzerns belief sich auf -355,8 Mio. € nach -94,2 Mio. € im Vorjahr. Hinzu kamen Abwertungen beim Immobilienvermögen der nach at-equity bilanzierten Gemeinschaftsunternehmen von 73,8 Mio. €, nach 25,8 Mio. € in 2019.

Auch hier hat Corona deutliche Spuren hinterlassen. Im Durchschnitt wurden die Konzernimmobilien nach Berücksichtigung der laufenden Investitionen um 10,7 % abgewertet, wobei die Bandbreite der Bewertungsänderungen zwischen -14,4 % und -7,4 % lag. Bei einem um 2,2 Prozentpunkte niedrigeren Vermietungsstand von 95,4

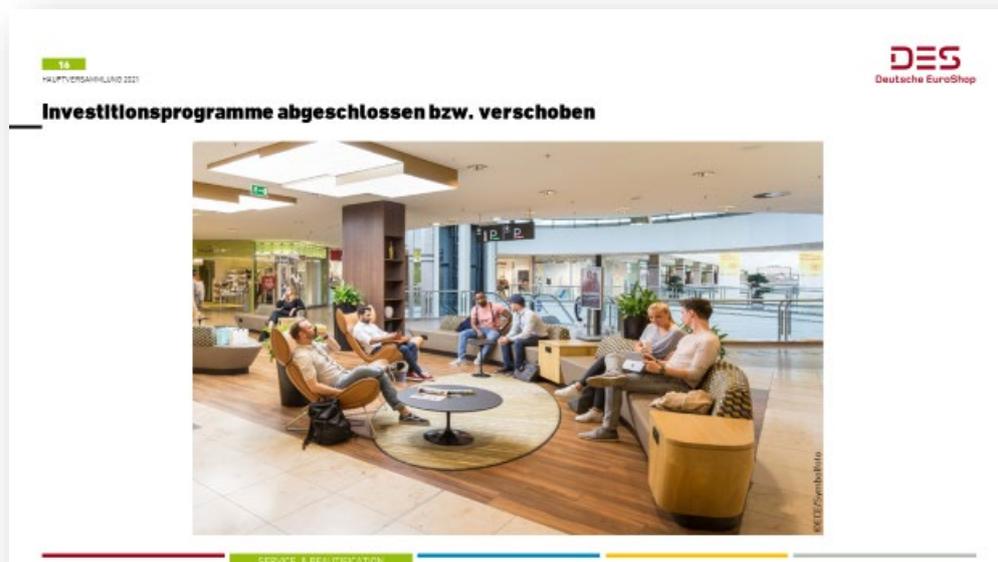
% wurde die Bewertung des Immobilienportfolios im Wesentlichen beeinflusst von im Durchschnitt gestiegenen Ankaufsrenditen für Shoppingcenter, notwendigen Investitionen in die Nachvermietung, Modernisierung und Positionierung des Bestandsportfolios sowie von angepassten Erwartungen an die Mietentwicklung und Nachvermietungszeiträume.

Chart 15: Nettoanfangsrendite des Portfolios steigt auf 5,41 %



Die gutachterliche Nettoanfangsrendite unseres Portfolios – die Net Initial Yield – erhöhte sich 2020 um rund 30 Basispunkte von 5,12 % auf 5,41 %. Die Nettoanfangsrendite ist die Rendite, die ein potenzieller Käufer unseres Shoppingcenterportfolios zu den festgestellten Buchwerten und unter Berücksichtigung üblicher Anschaffungsnebenkosten erzielen könnte.

Chart 16: Investitionsprogramme abgeschlossen bzw. Verschoben



Zur Erhaltung des Wertes unseres Bestandsportfolios sind regelmäßig Investitionen nötig, die auch bei der Immobilienbewertung eine wichtige Rolle spielen. Mit unseren mehrjährigen „At-your-Service“- und „Mall Beautification“-Investitionsprogrammen haben wir unseren Besuchern vor Pandemieausbruch in vielen Centern bereits ein vielfältigeres Komfortangebot und verbessertes Ambiente präsentieren können. 2020 haben wir diese Modernisierungsprogramme aus Liquiditätssicherungsgründen vorerst deutlich reduziert und nur die nötigsten Investitionen in unserem Bestandsportfolio getätigt.

In Summe haben wir, nach 19,3 Mio. € im Vorjahr, nur 15,1 Mio. € investiert, vor allem in Instandhaltungsmaßnahmen. Geplant waren für 2020 deutlich höhere Investitionen. Wir gehen davon aus, dass unser Investitionsbedarf coronabedingt und insbesondere aufgrund der verstärkt notwendigen Vermietungsaktivitäten in den nächsten Jahren höher sein wird.

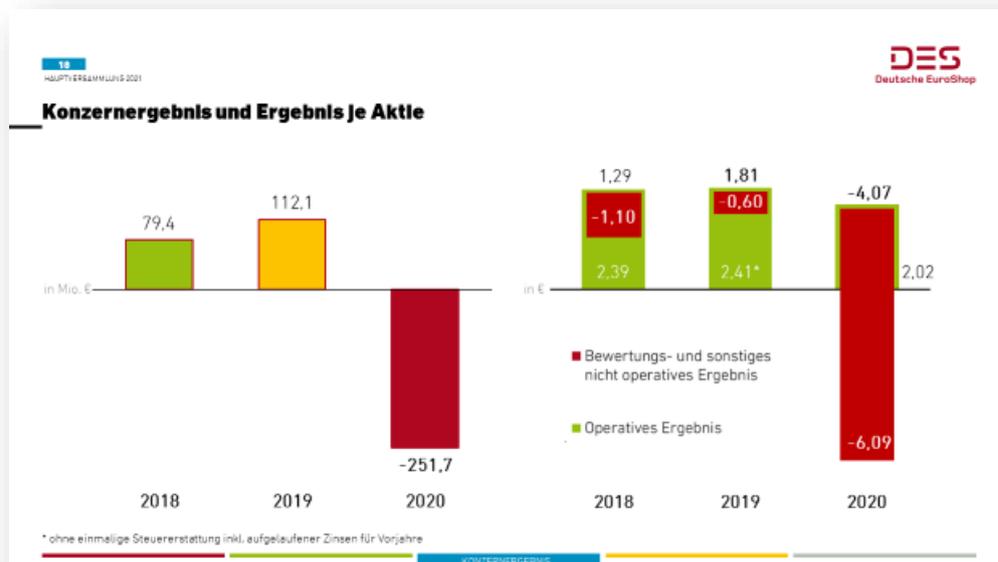
Chart 17: EBT & Steuern



Zusammenfassend ergibt sich aus dem operativen Ergebnis, dem Finanzergebnis sowie dem Bewertungsergebnis ein Gesamtergebnis des Konzerns von -302,8 Mio. € vor Steuern.

Die effektiven Ertragssteueraufwendungen lagen mit 4,3 Mio. € auf Vorjahresniveau. Die latenten Steuerrückstellungen, inklusive des im at-equity-Ergebnis enthaltenen Anteils, wurden im Berichtsjahr als Folge des erläuterten Rückgangs der Immobilienverkehrswerte um 54,6 Mio. € aufgelöst. Die Auflösung im Vorjahr war im Wesentlichen auf die 2019 vollzogene gesellschaftsrechtliche Umstrukturierung innerhalb des Konzerns zurückzuführen gewesen.

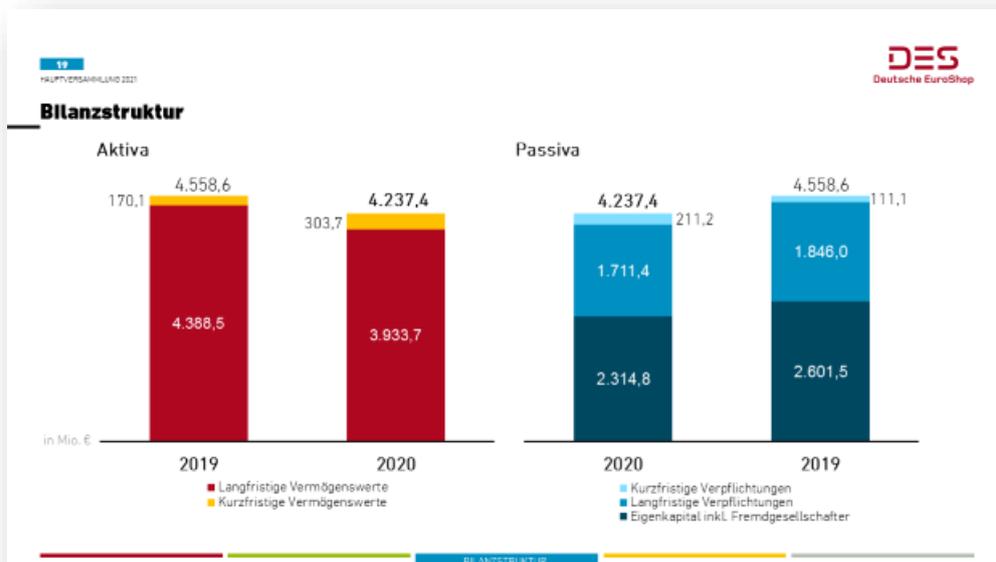
Chart 18: Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie



Durch das hohe negative Bewertungsergebnis weisen wir als Konzernergebnis einen Verlust von 251,7 Mio. € aus – nach einem Gewinn von 112,1 Mio. € im Vorjahr. Bei einem positiven operativen Ergebnis von 2,02 € je Aktie führten das negative Bewertungsergebnis sowie die Auflösung der latenten Steuern zu einem Minus von 6,09 € je Aktie so dass sich für das Konzernergebnis unter dem Strich ein Rückgang von 1,81 € auf -4,07 € je Aktie ergab.

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

Chart 19: Bilanzstruktur

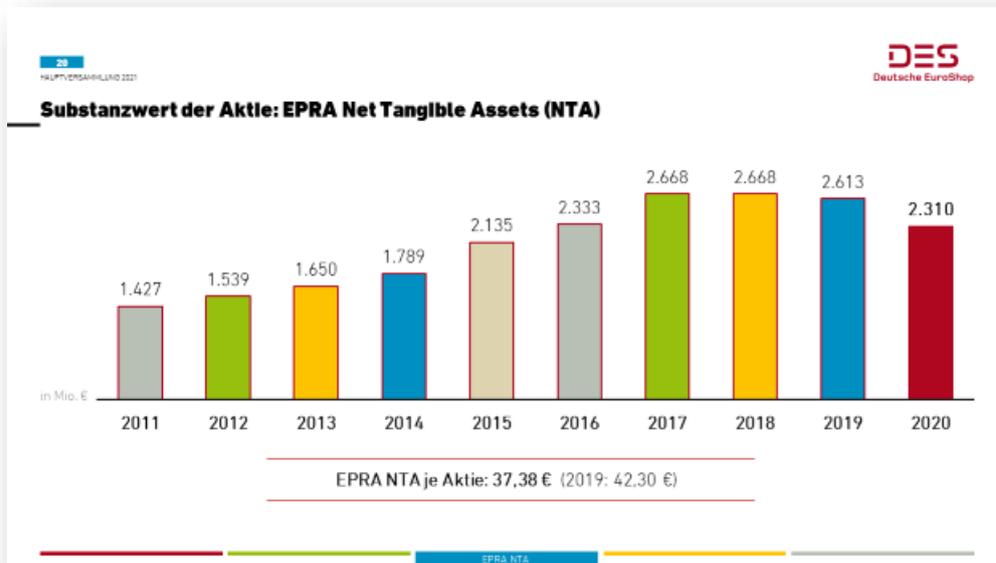


Im Berichtsjahr ist die Bilanzsumme des Konzerns um 321,2 Mio. € auf 4,24 Mrd. € zurückgegangen. Den größten Einfluss hatte der Rückgang der langfristigen Vermögenswerte aufgrund der Marktwertveränderungen der Shoppingcenter. Gegenläufig dazu stiegen die kurzfristigen Vermögenswerte an, im Wesentlichen aufgrund höherer liquider Mittel.

Das Eigenkapital des Konzerns inklusive der Fremdgesellschafter lag zum Ende des Berichtsjahres mit 2,31 Mrd. € um 286,7 Mio. € unter dem des Vorjahres. Die Eigenkapitalquote belief sich zum Jahresende weiter auf sehr solide 54,6 %.

Die langfristigen Verpflichtungen reduzierten sich um insgesamt 134,6 Mio. € auf 1,71 Mrd. €, im Wesentlichen wegen der erwähnten Auflösung passiver latenter Steuern, der Umgliederung der Mitte 2021 auslaufenden Darlehen in die kurzfristigen Verpflichtungen sowie aufgrund des Saldos aus planmäßigen Tilgungen und der Neuaufnahme von Darlehen. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen insbesondere wegen der eben erwähnten Darlehensumgliederung sowie aufgrund der kurzfristigen Inanspruchnahme der Kreditlinie um insgesamt rund 100 Mio. € an.

Chart 20: Substanzwert der Aktie: EPRA Net Tangible Assets (NTA)



Zum Abschluss meines Berichts über die Ergebnisse der Deutsche EuroShop für 2020 komme ich zum Net Asset Value, dem NAV, für unsere Aktie. Vorweg der Hinweis, dass diese Kennzahl, die nach einer vorgegebenen Definition der European Public Real Estate Association, kurz EPRA, ermittelt wird, nach einer Änderung der Berechnungsmethode der EPRA nun Net Tangible Assets oder NTA, heißt. Um es kurz zu machen: Diese Änderung hatte auf unsere Zahlen nahezu keinen Einfluss, NAV und NTA sind im Fall der Deutsche EuroShop identisch.

Der NTA, der den Substanzwert unserer Aktie darstellt, belief sich zum 31. Dezember 2020 auf 37,38 € je Aktie und liegt damit 11,6 % unter dem Vorjahresniveau. Hier spiegelt sich einerseits die deutliche Abwertung der Immobilien wider, gegenläufig dazu aber auch die höhere Liquidität. Der aktuelle Aktienkurs beinhaltet damit weiterhin einen hohen Abschlag von fast 45 % auf den NTA – ein deutlicher Ausdruck der noch bestehenden aktuellen Unsicherheiten. Heute vor einem Jahr war dieser Abschlag mit rund 65% noch höher, eine Trendumkehr ist aber bei einem zuletzt gestiegenen Kurs erkennbar.

So viel zum Geschäftsjahr 2020. Die Geschäftszahlen des 1. Quartals 2021, das bis heute am stärksten von pandemiebedingten Geschäftsschließungen betroffen war, zeigen erneut den substanziellen Einfluss der fortgesetzten Schließungen. Wir konnten in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres zwar ein positives

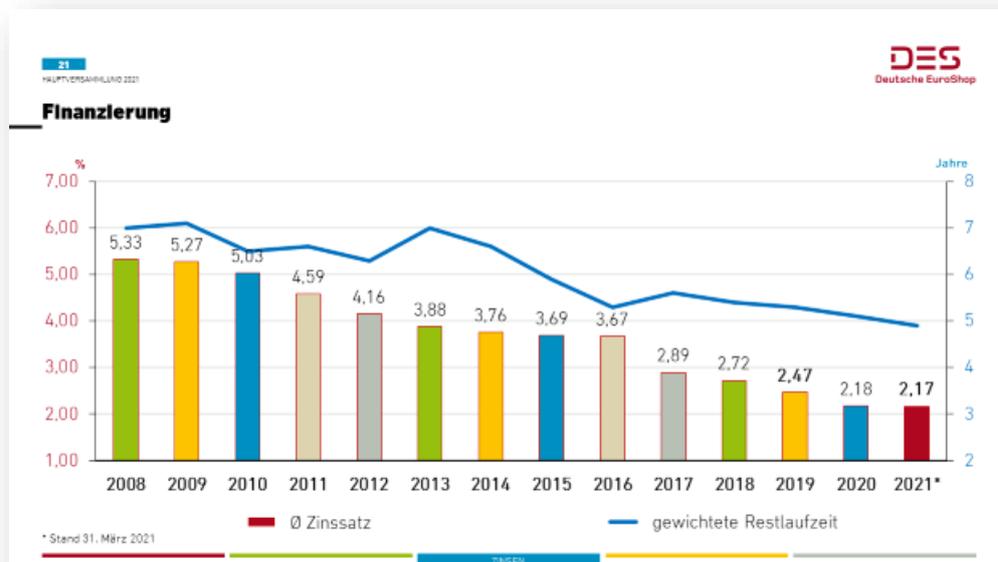
operatives Ergebnis von 23,1 Mio. € erzielen, allerdings lag es um 40,0 % unter dem Vorjahresquartal, das von Corona-Effekten noch weitgehend unbelastet war. Hier wirkten sich erneut niedrigere Umsatzerlöse und insbesondere Wertberichtigungen auf vereinbarte bzw. erwartete temporäre Mietreduzierungen sowie teilweise auch Mieterinsolvenzen negativ aus.

In Bezug auf pandemiebedingte temporäre Mietkonzessionen ist für unseren Heimatmarkt Deutschland eine wichtige Gesetzesänderung zu erwähnen, die zum 1. Januar 2021 in Kraft getreten ist. Die Bundesregierung hat die gesetzliche Grundlage für die Anwendbarkeit des § 313 BGB zu Gunsten von Mietern für behördlich angeordnete Schließungszeiträume geändert. § 313 BGB regelt allgemein Sachverhalte zu Störungen der Geschäftsgrundlage bei Mietverträgen, auch in Bezug auf mögliche Mietanpassungen. Neben der häufig faktischen Notwendigkeit, mit betroffenen Mietern schnelle und wirtschaftliche Lösungsansätze für Schließungszeiträume zu finden, gilt dies – nun umso mehr – auch im Sinne eines Rechtsfriedens. Unser Bestreben ist es, unsere Kräfte gemeinsam mit den Mietern auf die Wiedereröffnungen und die Zeit nach Corona zu fokussieren.

Zu den wesentlichen noch für das erste Quartal zu nennenden Kennzahlen gehören die bereits zuvor erwähnten Funds from Operations. Parallel zu den Ertragszahlen sanken diese von 62 Cent auf 36 Cent je Aktie. Die Konzernliquidität konnte bei einer Collection Ratio von 71 % insgesamt stabil gehalten werden.

Abschließend komme ich zu unseren Bilanzrelationen. Diese sind – wie bereits eingehend erläutert – weiter solide und die wichtige Loan-to-Value-Kennzahl, kurz LTV, die das Verhältnis der Nettoverschuldung zum Marktwert der Immobilien beschreibt, liegt aktuell bei 32,5 % bzw. bei 35,4 % auf Basis der anteiligen Beteiligungsquoten der Gesellschaft an den Immobilien. Damit ist das Verschuldungsniveau weiterhin niedrig.

Chart 21: Finanzierung



Meine Damen und Herren,

nach dieser Präsentation der Geschäftszahlen und der Bilanz komme ich zu den wichtigen Themen der Finanzierung und Liquidität.

Das Portfolio unserer konsolidierten Darlehen belief sich per 31. Dezember 2020 auf 1,5 Mrd. €, die für durchschnittlich 5,1 Jahre zu 2,18 % per annum gesichert waren. Die Deutsche EuroShop unterhält Kreditverbindungen mit 23 Banken und Sparkassen. Dabei handelt es sich um Kreditinstitute aus Deutschland, Österreich und der Tschechischen Republik. Zum Bilanzstichtag waren von 20 Darlehen im Konzern bei 14 Darlehen Kreditauflagen, sogenannte Covenants, mit den Banken vereinbart. Alle Auflagen wurden am Bilanzstichtag und auch am 31. März 2021 eingehalten. Wir werden die weitere operative Entwicklung und deren Auswirkung auf die Kreditauflagen laufend neu bewerten und überwachen. Dabei sind wir mit unseren langjährigen Bankenpartnern in regelmäßiger Abstimmung. Auf Basis des aktuellen Corona-Pandemie-Verlaufs, d.h. der weitgehenden Shop-Öffnungen und der erwarteten weiteren Lockerungsmaßnahmen, sowie auf Basis der mit unseren Finanzierungspartnern geführten Gespräche gehen wir davon aus, dass die Lage bezüglich der Kreditauflagen auch in der aktuell weiter außergewöhnlichen Situation beherrschbar ist.

Ich hatte Ihnen letztes Jahr auf der Hauptversammlung die Voraussetzungen dafür erläutert – sie gelten unverändert weiter. Dazu gehört insbesondere die Vorhaltung einer ausreichenden Liquidität, um weiterhin aus einer Position der Stabilität gleichzeitig flexibel agieren zu können. Nach den erneuten Geschäftsschließungen seit Ende 2020 und den damit einhergehenden Mietreduzierungen haben wir die Senkung der Dividende auf das gesetzliche Mindestmaß beschlossen. Dies erhält unsere Handlungsfähigkeit. Und wir senden in dieser Situation weiter positive Signale an unsere langjährigen Finanzierungspartner, mit denen wir laufend über den Abschluss von Kreditverträgen verhandeln.

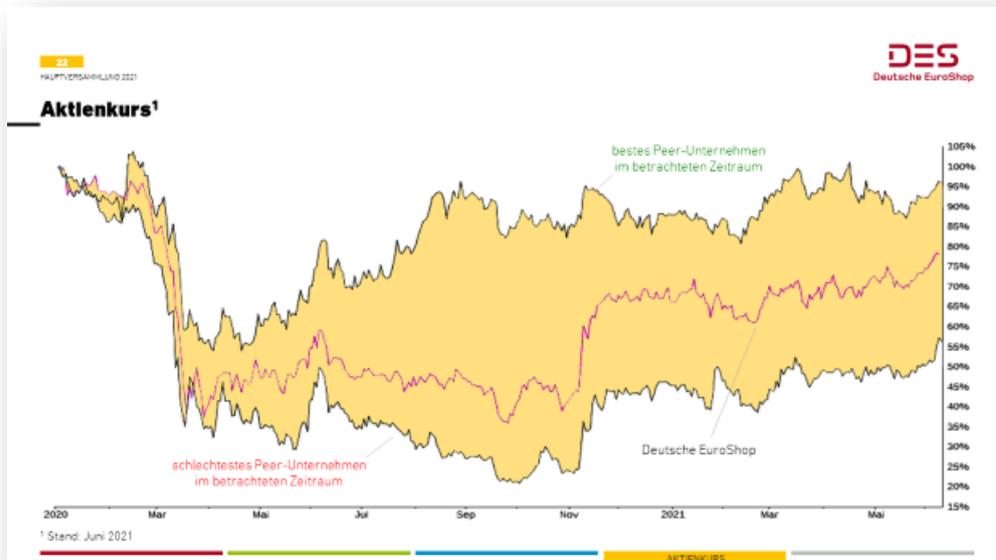
Für unser Billstedt-Center konnten wir ein am 30. Juni 2021 fälliges Darlehen in Höhe von 70 Mio. € zu einem Zinssatz von 1,47% für weitere zehn Jahre prolongieren und gleichzeitig auf 71,7 Mio. € für Investitionen erhöhen. Für die City-Galerie Wolfsburg haben wir einen neuen Bankenpartner gewonnen, mit dem wir einen Kreditvertrag zur langfristigen Refinanzierung von 70,3 Mio. € unterschrieben haben. Der Zinssatz für das ebenfalls Ende Juni zur Auszahlung anstehende Darlehen beträgt während der zehnjährigen Laufzeit 1,18%. Zwei weitere Ende Juni bzw. Ende Juli zur Refinanzierung anstehende Kredite mit einem Gesamtvolumen von 49 Mio. € stehen kurz vor dem Abschluss.

Es ist bisher gelungen, die Leerstände, beispielsweise aufgrund von Insolvenzen, verhältnismäßig gering zu halten. Aber es gilt aktuell und perspektivisch, eine Reihe von Flächen neu zu belegen bzw. auch umzubauen. Darüber hinaus wurden einige für 2020 und 2021 geplante Investitionen vorerst verschoben und stehen nun zukünftig an. Auch hierfür gilt es, einen ausreichenden finanziellen Freiraum sicherzustellen, so dass die Center auch nach Corona für unsere Kunden und Mieter interessant, vielfältig und attraktiv bleiben.

Mit Blick auf die Liquidität gibt es abschließend noch Folgendes zu sagen: Das erwartete und dauerhafte Ende des akuten Pandemieverlaufs ist hoffentlich erreicht. Das ist positiv! Allerdings sind die finanziellen Aus- und Nachwirkungen der bis vor kurzem vorherrschenden bzw. möglicherweise auch erneuten Geschäftsschließungen noch nicht hinreichend abschätzbar. Auch dafür gilt es, Reserven vorzuhalten.

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

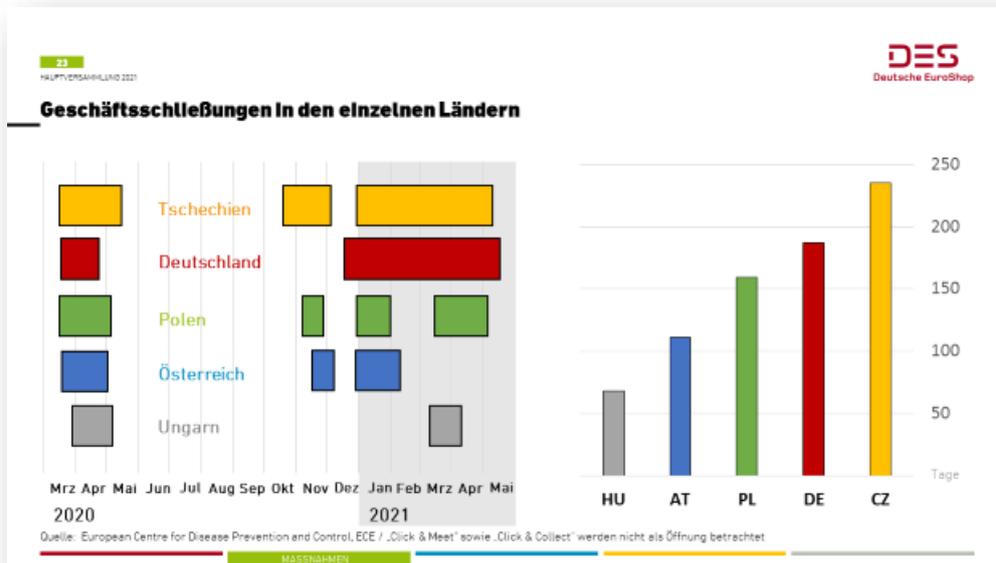
Chart 22: Aktienkurs



Viele Jahre lang galt unsere Aktie als stabiler Dividendenwert mit vergleichsweise geringen Aktienkursschwankungen. Seit Beginn der Pandemie ist aber eine zuvor nicht gekannte Volatilität in den Aktienkurs gekommen, denn Shoppingcentervermieter sind wie die meisten Einzelhändler und Gastronomen den negativen Corona-Auswirkungen besonders ausgesetzt. Daher sind die verschiedenen bisher zu beobachtenden Phasen der Pandemie leicht am Kurs ablesbar: der 1. Lockdown, die Lockerungen im Sommer, die Nachricht von ersten Impfstoffen im Herbst, der 2. Lockdown und auch die Wiederöffnungsfantasie, die 2021 erwachte.

Die DES-Aktie war mit 26,42 € ins Jahr gestartet und schloss nach einem Tiefstkurs von 9,52 € im September das Jahr am 30. Dezember 2020 mit einem Kurs von 18,45 € ab. Dies entsprach einer Performance von -30,2 %. Unsere Aktie lag damit Ende 2020 dennoch im oberen Drittel der europäischen Peer-Group-Unternehmen, auch wenn das ein schwacher Trost ist. Aber inzwischen hat sich die Aktie schon wieder von ihrem übertriebenen Tief erholt und ihren Kurs mehr als verdoppelt, so dass sich dieser erstmalig wieder dem Vor-Corona-Niveau annähert.

Chart 23: Geschäftsschließungen in den einzelnen Ländern

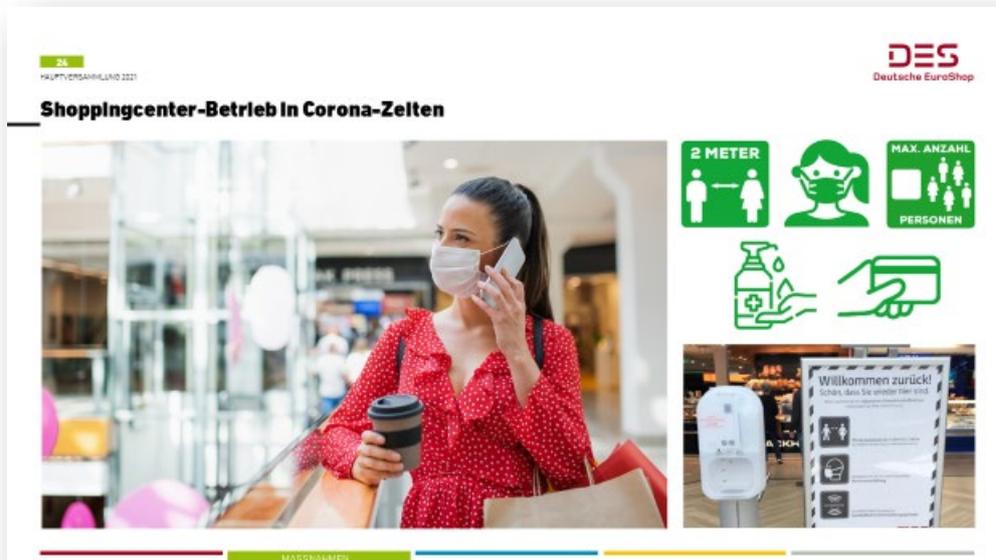


Nach diesem Blick auf die Aktie werde ich Ihnen jetzt einen Statusreport zu unseren Centern geben, denn der sichere Betrieb und die weitere, schnelle Rückkehr der Menschen in die Center ist – wie auch nach dem ersten Lockdown – die wichtigste Grundlage für eine Stabilisierung unseres Geschäftes und damit auch des Aktienkurses.

Wie berichtet war ein Großteil der stationären Geschäfte in unseren Centern viele Monate lang komplett geschlossen. Ausgenommen davon waren nur Lebensmittelgeschäfte und Geschäfte des täglichen Bedarfs. Diese machen jedoch nur rund 10 % unserer Mieter aus. Die Unterschiede der Anzahl der Schließungstage bzw. der Art der Auflagen in den Ländern, bzw. für Deutschland in den Bundesländern und einzelnen Bezirken, waren bzw. sind immer noch sehr vielfältig. Nimmt man einen zumindest grundsätzlich möglichen Geschäftsbetrieb unter Maskenpflicht und unter realitätsnahen, d.h. nicht zu strikten, Begrenzungen von Kundenzahlen in den Centern und Shops als Vergleichsmaßstab, so ergibt sich bis Ende Mai 2021 für unser Portfolio folgende Situation: Ungarn und Österreich hatten seit Beginn der Corona-Pandemie 68 bzw. 111 Schließungstage. In Polen gab es bei dieser Betrachtungsweise sogar 159 Schließungstage. Und noch einmal deutlich höher waren die Zahlen, wie eingangs bereits erwähnt, in unserem Heimatmarkt Deutschland mit 187 Tagen. Den traurigen Rekord hält die Tschechische Republik mit 235 Schließungstagen, allerdings gab es

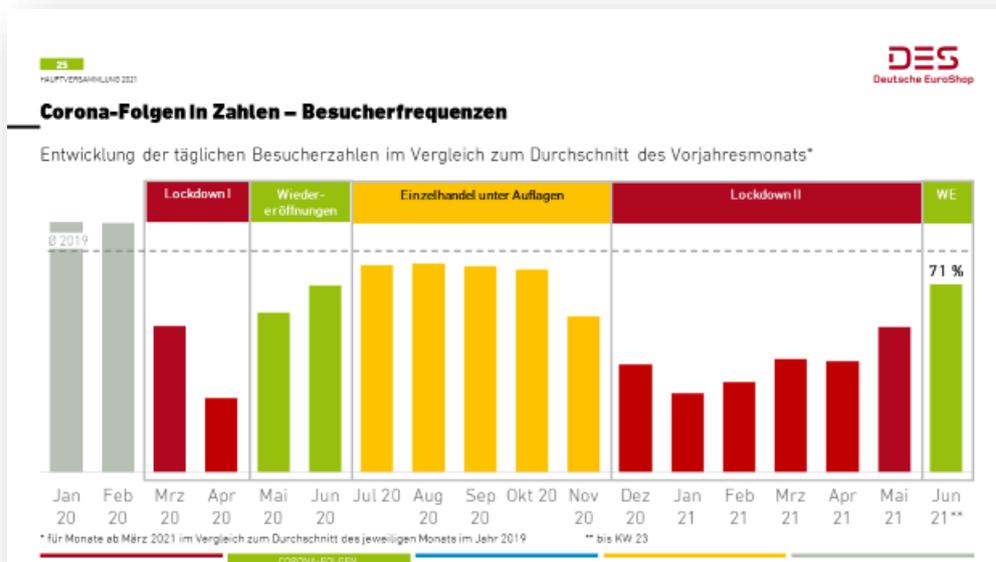
hier deutlich umfangreichere staatliche Mietenstützungsmaßnahmen, zumindest für 2020.

Chart 24: Shoppingcenter-Betrieb in Corona-Zeiten



Mittlerweile sind – ich sagte es bereits einleitend – alle unsere Center und die meisten ihrer Geschäfte wieder geöffnet. Ein sicherer Betrieb der Center und Shops sowie die Einhaltung der gesundheitlichen Auflagen sind bereits seit Frühling 2020 gewährleistet. Zu den weiter bestehenden Auflagen gehören aktuell – je nach Land, Center und zuständiger Behörde – Besucherzahlrestriktionen, auf die in den Centern mit der Einrichtung von Warteschlangenbereichen und Zutrittskontrollen durch Sicherheitspersonal reagiert wird. Darüber hinaus unterstützen Besucherinformationen effektiv die Einhaltung der Sicherheitsabstände. In Shoppingcentern und Geschäften gilt unverändert die Pflicht, eine Mund- und Nasenbedeckung zu tragen. Die Kundinnen und Kunden reagieren wie bereits zuvor mit Verständnis auf diese Maßnahmen und verhalten sich entsprechend, auch wenn dies einem völlig uneingeschränkten Einkaufsvergnügen aktuell noch zuwiderläuft.

Chart 25: Corona-Folgen in Zahlen – Besucherfrequenzen

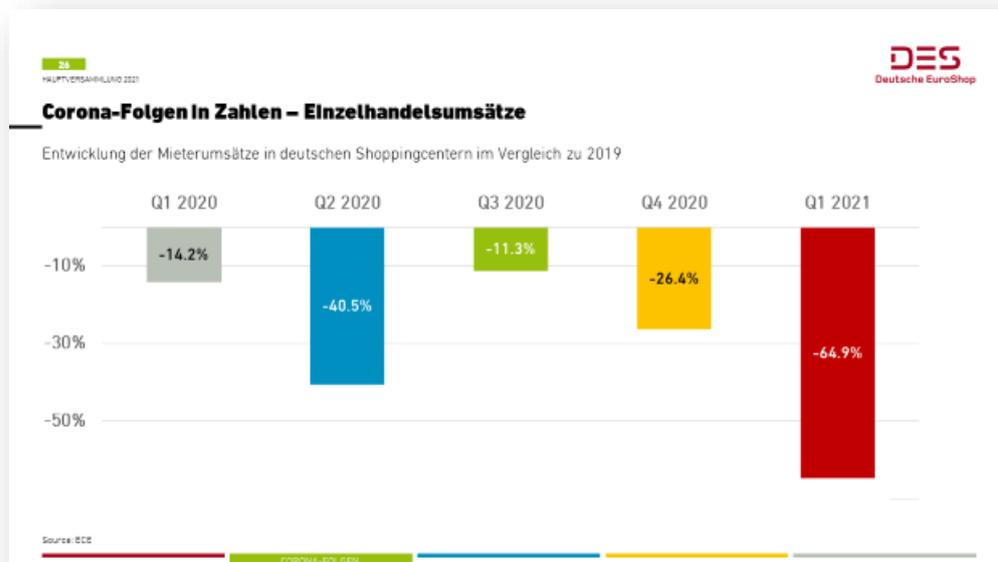


Sehr geehrte Damen und Herren,

die sehr guten Lagen unserer Shoppingcenter und ihre hohe Attraktivität gehören zu den großen Stärken der Deutsche EuroShop. Dies ändert sich nicht, auch wenn die Besucherfrequenzen – das ist die Kehrseite der Medaille – temporär durch die Ausnahmesituation der Pandemie empfindlich gesunken sind. Im letzten Jahr konnten wir immerhin 122 Mio. Menschen in unseren Centern begrüßen, nach 175 Mio. Kunden in 2019. Wie an einem Fieberthermometer lassen sich am Verlauf der Kundenzahlen in unseren Centern der Pandemieverlauf und die Geschäftsschließungen ablesen. Während des ersten Lockdowns sanken sie im Durchschnitt im April 2020 auf unter 30 % ihres Normalniveaus und erholten sich dann bis zum Herbst wieder auf ein Niveau von bis zu 80 %.

Mit Beginn der erneuten Lockdowns Ende 2020 sanken auch die Kundenzahlen wieder, und zwar um rund zwei Drittel, und steigen erst seit Ende April 2021 wieder leicht an. Mit den Wiedereröffnungen verbesserte sich die Situation weiter mit einem klar positiven Trend. In der letzten Maiwoche – in der noch eine Reihe von Geschäften geschlossen waren – stiegen die Besucherfrequenzen bereits auf durchschnittlich rund 66 % des Vor-Corona-Niveaus. Seit Anfang Juni liegen sie bereits bei über 70 %. Dabei lagen die einzelnen Center auch aufgrund der unterschiedlichen Restriktionen und Öffnungszeitpläne in einer Bandbreite von 40 bis 85 %.

Chart 26: Corona-Folgen in Zahlen – Einzelhandelsumsätze



Neben den Kundenfrequenzen sind die von unseren Mietern erzielten Umsätze eine wichtige Basis für den Geschäftserfolg. Diese Umsätze waren von den Schließungszeiten stark betroffen und sind bis heute von vielfältigen Einschränkungen – wie teilweise der Notwendigkeit der Vorlage eines negativen Coronatests oder Beschränkung auf Konzepte wie „Click & Meet“ – negativ beeinflusst.

Im ersten Quartal 2020 – nach Beginn der Pandemie in Europa im März – lagen die Umsätze in den deutschen Centern knapp 14 % unter denen des Vorjahres. Im zweiten Quartal sanken die Umsätze jener Shops, die zumindest zeitweise geöffnet und einen Umsatz realisiert haben, dann weiter – in Deutschland auf ca. 60 % des Vorjahresniveaus. Im dritten Quartal – nach der ersten Wiedereröffnung eines großen Teils der Geschäfte, jedoch noch unter dem Eindruck vielfältiger Geschäftseinschränkungen – konnten sich die Umsätze bei den umsatzmeldenden Mietern wieder auf knapp 90% der Normalniveaus erholen.

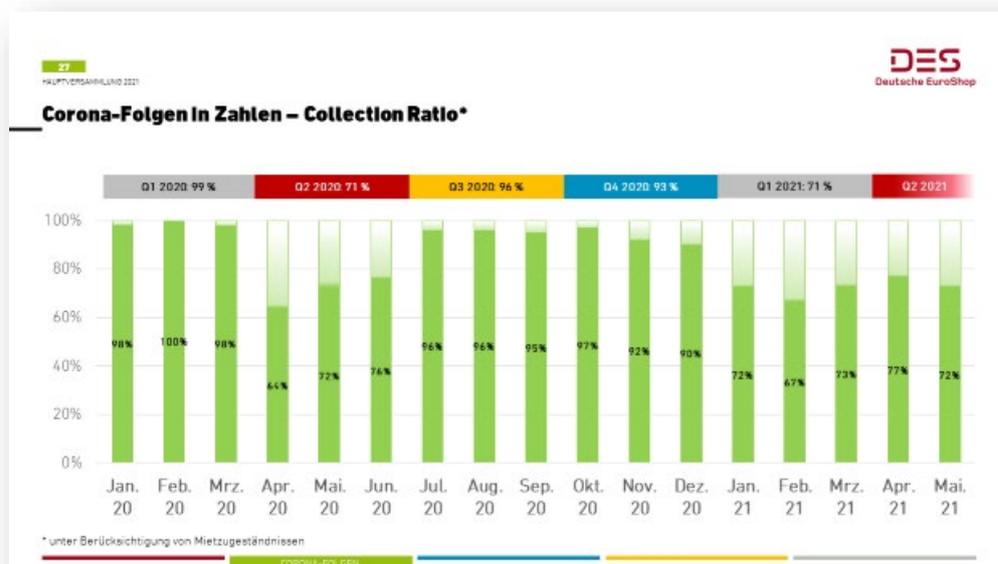
Mit den erneuten Geschäftsschließungen Ende letzten Jahres brachen sie jedoch wieder deutlich ein. Auf Basis der gemeldeten Zahlen verzeichneten unsere Mieter im ersten Quartal 2021 einen Umsatzrückgang von durchschnittlich 65%.

Dabei gab es große Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen. Lebensmittel und Gesundheit, die den Betrieb aufrechterhalten durften, verzeichneten bezogen auf

das Gesamtjahr 2020 mit -10 bis -15 % im Vergleich die geringsten Einbußen. Dem gegenüber verzeichneten der in Shoppingcentern traditionell sehr stark vertretene Bekleidungsbereich einschließlich Schuhe und Lederwaren sowie der Sport-Sektor die größten Einbußen. Im Gesamtjahr 2020 litten diese Segmente unter Umsatzrückgängen zwischen 25 und 35 %.

Nach der nun laufenden zweiten großen Wiedereröffnungsphase der Geschäfte sollten die Umsätze der Mieter – wie im Vorjahr – ab dem Öffnungsmonat Juni wieder deutlich steigen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass diese zunächst noch unter ihren früheren Niveaus aus 2019 liegen werden.

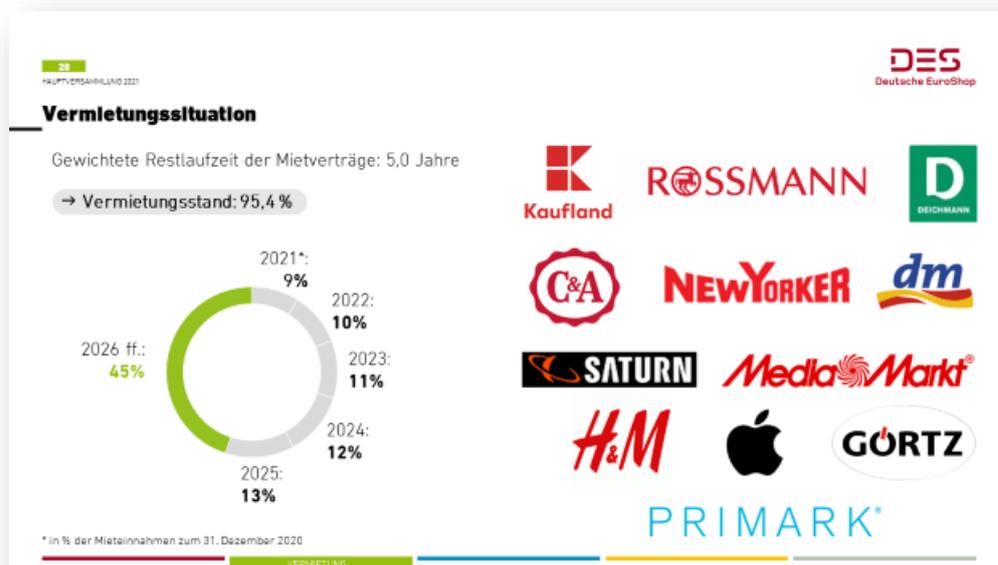
Chart 27: Corona-Folgen in Zahlen – Collection Ratio



Die zyklische Entwicklung des bisherigen Pandemieverlaufs lässt sich auch an der Kennzahl ablesen, die das Zahlungsverhalten unserer Mieter widerspiegelt. Dies wird wie bereits erwähnt in der sogenannten Collection Ratio abgebildet, also in dem Verhältnis der Zahlungseingänge zu den in Rechnung gestellten Beträgen. In diese Zahl fließen die gesamten Zahlungen nach Berücksichtigung coronabedingter Mietkonzessionen ein: d.h. die Mieten, Nebenkosten und Werbebeiträge. Normalerweise liegt diese Zahl nahe 100 %. Für die 2020 von der Krise betroffenen Monate sank die Collection Ratio jedoch im April auf 64 %, im Mai auf 72 % und im Juni auf 76 %. Parallel zur Erholung des Geschäftes in der zweiten Jahreshälfte 2020 stieg diese Zahl im vierten Quartal wieder auf rund 93 % an, bevor sie – einhergehend

mit den erneuten Schließungen – seit Anfang 2021 bei durchschnittlich rund 70 % liegt. Neben den gesetzlichen Möglichkeiten, coronabedingt Mieten stunden bzw. aussetzen zu können, sind die ausgefallenen Einzelhandelsumsätze und damit die temporär fehlende Ertragskraft und Liquidität bei den Mietern in der Regel die Ursachen für diese Situation. Nach den Geschäftsöffnungen erwarten wir, dass sich diese Zahlen – wie bereits im Sommer und Herbst 2020 – zeitnah deutlich verbessern werden.

Chart 28: Vermietungssituation



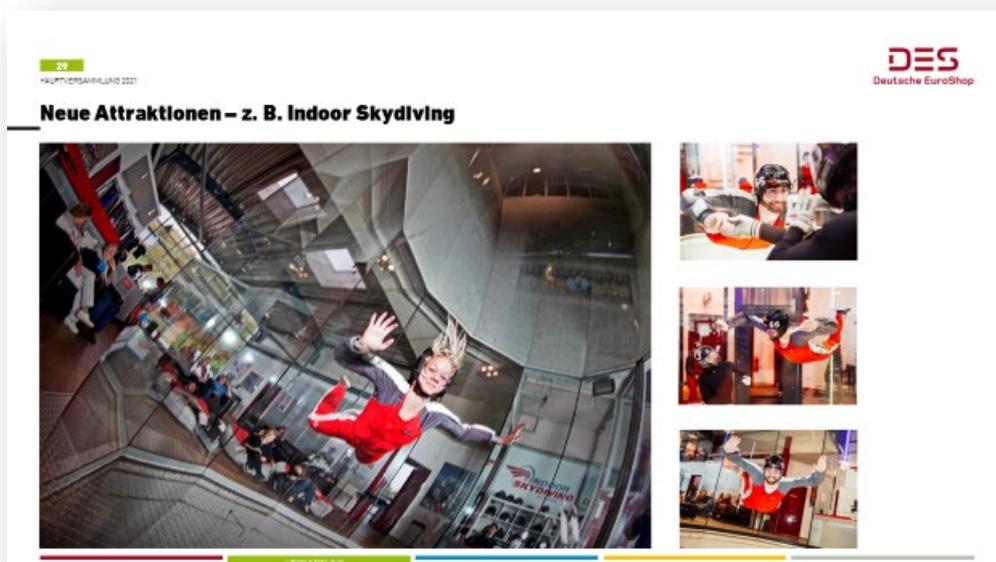
Meine sehr geehrten Damen und Herren,

meine Ausführungen zeigen eindrücklich die gegenseitigen Abhängigkeiten, aber auch die prinzipiell gemeinsamen Interessen von Vermietern und Mietern in dieser langanhaltenden und extremen Ausnahmesituation. Wir streben, wie bereits erwähnt, zeitnahe und rechtssichere Regelungen mit allen Beteiligten an. Denn unser Blick geht nach vorn. Wir konzentrieren uns auf die schnellstmögliche Normalisierung des Geschäftsbetriebes, auf die Erhaltung und Verbesserung eines interessanten Sortiments- und Branchenmix in unseren Centern sowie auf die Gewinnung von neuen Mietern. Manche Herausforderungen werden nach Corona bestehen bleiben – wir empfangen aber auch deutlich positive Signale.

Wir sind fest überzeugt, dass der stationäre Handel auch zukünftig eine wichtige Rolle spielen wird – trotz der Herausforderungen, die von einem pandemiebedingt weiter

beschleunigten Wachstum des Onlinehandels ausgehen. Diese Überzeugung wird uns von unseren Mietern bestätigt. Im abgelaufenen Jahr konnten trotz Pandemielage viele Mietverträge abgeschlossen bzw. verlängert werden, so dass die durchschnittliche Mietvertragslaufzeit des Portfolios weiterhin bei rund fünf Jahren liegt. Dabei kamen insbesondere eine große Anzahl von kurzfristigen Verlängerungen von Mietverträgen im Gegenzug für Mietkonzessionen zum Tragen, aber auch reguläre Mietvertragsverlängerungen. Dies gilt auch für unsere Top-10-Mieter bzw. führende Brands wie Apple, H&M, Saturn und MediaMarkt, New Yorker, C&A, dm, Rossmann, Deichmann und Görtz und viele andere. Hinzu kommen die laufenden Neuansiedlungen prominenter Namen wie Kaufland oder Primark, aber auch ganz neue Konzepte, beispielsweise aus dem Bereich Entertainment.

Chart 29: Neue Attraktionen – z. B. Indoor Skydiving



So konnten wir eine Vereinbarung für die Ansiedlung eines Indoor-Skydiving-Centers in unserem Rhein-Neckar-Zentrum unterzeichnen. In diesem können abenteuerlustige Kunden ab Ende 2021 in einem Windkanal den simulierten „freien Fall“ erleben. Dieses Angebot wird sicher eine Besucherattraktion weit über die Region hinaus, die dem Center zusätzliche Aufmerksamkeit bringen wird. Darüber hinaus verhandeln wir über weitere aufregende Konzepte für Kids-Entertainment und aus dem Bereich der „Modern Mobility“, beispielsweise mit einem modernen, großflächigen und zeitgemäßen Shop, in dem es alles rund ums Bike – bzw. heute ja verstärkt um das E-Bike – geben soll.

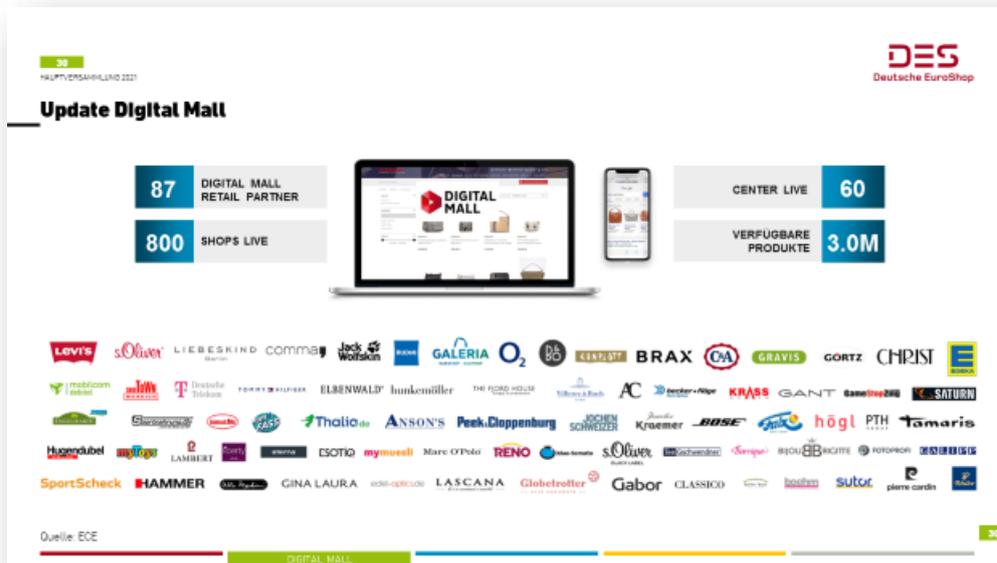
Sie sehen, uns gehen die Ansätze nicht aus und es ist weiter ein Interesse seitens des Einzelhandels vorhanden. Gleichwohl müssen wir damit rechnen, dass der Expansionsdrang von Einzelhändlern, Gastronomie- und Entertainmentbetreibern in der unmittelbaren Nach-Corona-Zeit noch verhalten sein wird. Das gilt auch im Hinblick eine durch die Gesamtauswirkungen der Pandemie veränderte Marktsituation, in der sich das Mietniveau in Teilen den aktuellen Herausforderungen und Realitäten anpassen wird.

In dieser Nach-Corona-Zeit haben wir teilweise auch Lücken in unseren Centern zu schließen, die vor allem insolvenzbedingt sind. Bis Ende des Jahres 2020 lagen die Mieterinsolvenzen in unserem Portfolio, gemessen am Anteil der Mieten, bei 8,9 %. Bitte beachten Sie, dass dies nicht gleichbedeutend ist mit Leerstand. Die meisten dieser Mieter streben eine Fortführung ihrer Geschäfte nach einer Restrukturierung an, so dass viele Flächen auch zukünftig betrieben werden, wenn auch häufig auf einer neuen wirtschaftlichen Basis. Die Leerstandsquote ist 2020 in Anbetracht der Schwere der Pandemieauswirkungen nur moderat um 2,2 Prozentpunkte gestiegen. Sie kann aber aufgrund der negativen Nachwirkungen der Pandemie zunächst noch weiter ansteigen.

Die anstehenden Vermietungen gehen wir proaktiv an und stellen die dazu nötigen Investitionsmittel zur Verfügung. Neben der Nachvermietung bestehender Mietflächen werden auch ganz neue und umfassende Ansätze geprüft. Beispielsweise planen wir, das insolvenzbedingt leerstehende ehemalige Karstadt-Gebäude im Main-Taunus-Zentrum bereits dieses Jahr abzureißen und dadurch Raum zu schaffen für neue Konzepte. Für dieses im Herzen des Centers liegende Areal gibt es attraktive Ansätze rund um die Themen Erlebnisastronomie und Lebensmittel oder auch für interessante Flagship-Stores.

Soweit meine Ausführungen zu der Situation in den Centern sowie zu unseren Besuchern und Mietern. Ich komme nun zum Thema Omnichannel, also zur Verbindung der Online- und Offline-Shoppingwelten. Die Pandemie hat diesbezüglich noch einmal ganz deutlich gezeigt, wie essenziell ein integrierter Vertriebsansatz über alle Kanäle für den Einzelhandel ist.

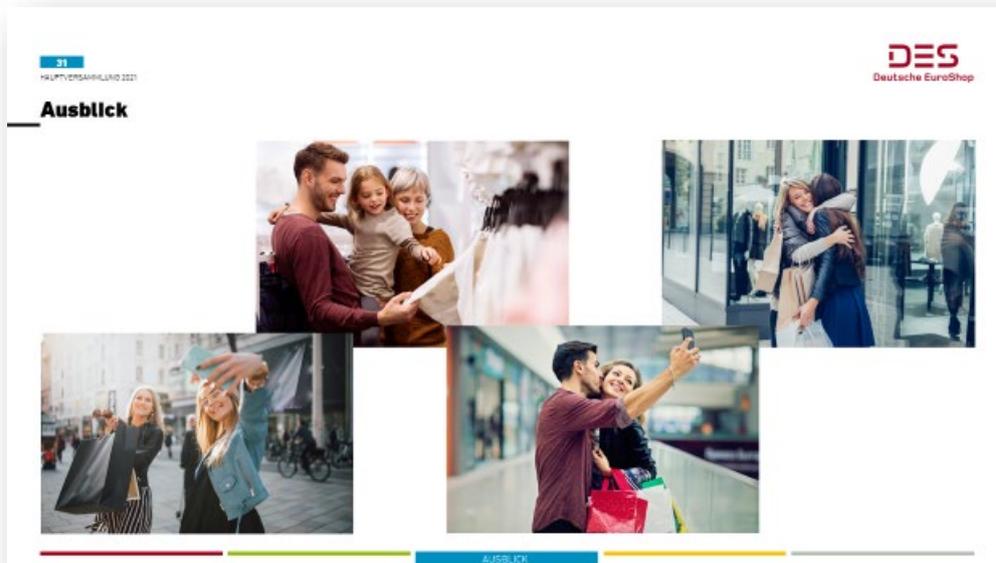
Chart 30: Update Digital Mall



Wir begleiten diese unaufhaltsame Entwicklung durch die Anbindung unserer Center an die Digital Mall. Nachdem bereits alle unsere deutschen Center im Jahr 2019 an diese Plattform angebunden wurden, konnte Ende März dieses Jahres auch unser erstes ausländisches Center, die City Arkaden in Klagenfurt, angedockt werden.

Und die Digital Mall macht weiter Fortschritte. Mittlerweile präsentieren in Deutschland 800 Geschäfte ein Angebot von 3,0 Millionen Produkten auf dieser digitalen Plattform. Eine Zahl, die stetig weiterwachsen soll und muss. Die Pandemie hat dabei einerseits zu einem weiter gestiegenen Interesse auf Seiten der Mieter geführt, sich zeitnah an die Plattform anzudocken. Andererseits verursacht sie aktuell aber auch temporäre Verzögerungen, da bei vielen Mietern krisenbedingt akutere Themen priorisiert werden müssen bzw. aktuell die Investitionsmittel eingeschränkt sind. Aber das Thema wird sich weiterentwickeln. Zukünftig sollen die auf der Digital Mall gefundenen Produkte auch reserviert werden können. Und ultimativ ist es das Ziel, aus den Shops der Center auszuliefern zu können. Ein erstes Testprojekt hierzu läuft bereits.

Chart 31: Ausblick



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Corona-Pandemie hat uns im Geschäftsjahr 2020 und auch in der ersten Jahreshälfte 2021 operativ und finanziell vor große Herausforderungen gestellt. Wir haben in diesem Umfeld der Unsicherheit jeweils schnell und konsequent die richtigen – wenn auch teilweise schmerzhaften – Maßnahmen ergriffen. Aber, das können wir sagen, die Deutsche EuroShop ist bis heute trotz der substanziellen negativen Auswirkungen der Geschäftsschließungen und deren Auswirkungen auf unsere Ertrags- und Liquiditätslage insgesamt gut durch die Pandemie gekommen.

Wegen der erst seit kurzem wieder erfolgten Entspannung der Öffnungssituation und der noch nicht abschätzbaren Folgewirkungen der Pandemie können wir die wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Deutsche EuroShop zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abschätzen. Wir erwarten jedoch aufgrund der deutlich längeren Schließungszeiten im ersten Halbjahr 2021, dass die Geschäftszahlen dieses Jahres unter denen des Vorjahres liegen werden. Eine neue Prognose werden wir veröffentlichen, sobald dies möglich ist.

Wie bereits einleitend erwähnt, sind wir auf Basis unserer guten Bilanzstruktur und soliden Liquiditätsausstattung weiter zuversichtlich, dass unser Unternehmen die fortgesetzten Herausforderungen meistern wird. Wie bereits einleitend erwähnt stellen

dabei die nun erfolgten, bzw. anstehenden, hoffentlich dauerhaften vollständigen Öffnungen der Geschäfte, der Gastronomie, der Kinos sowie der Entertainmentbereiche in unseren Centern sehr wichtige Schritte in Richtung einer nachhaltigen Stabilisierung und Normalisierung dar.

Chart 32: Herzlichen Dank!



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

zum Abschluss meines Berichts möchte ich mich – auch im Namen meines Vorstandskollegen Olaf Borkers – bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken. 2020 war – für uns alle – ein besonderes Jahr und es wurde in diesem Jahr und bis heute hervorragende Arbeit geleistet. Denn in der Pandemie funktionierten viele eingespielte Routinen nicht mehr. Es mussten neue Lösungen schnell gefunden und umgesetzt werden und natürlich galt es, die Kommunikation zu unseren Stakeholdern, den Mietern, Dienstleistern, Banken und natürlich insbesondere Ihnen, unseren Aktionären, jeweils zeitnah, transparent und vertrauensvoll sicherzustellen. Ganz herzlichen Dank dafür an unser Team!

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

Der Dank gilt auch Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Im Namen der Deutsche EuroShop möchte ich mich für Ihr Vertrauen bedanken und dafür, dass Sie uns so weit durch diese durch die Corona-Pandemie ausgelöste Krise begleitet haben. Aufgrund der fortschreitenden Zahl der Impfungen und sinkenden Ansteckungsraten spricht aktuell viel für eine nachhaltige Besserung der Situation. Nach vorn schauend sind wir daher optimistisch und bleiben bis zu einem sicheren Ende der Pandemielage in unseren Handlungen und Maßnahmen weiterhin vorsichtig. Darauf können Sie sich verlassen.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns weiter Ihr Vertrauen schenken.

Herzlichen Dank.
