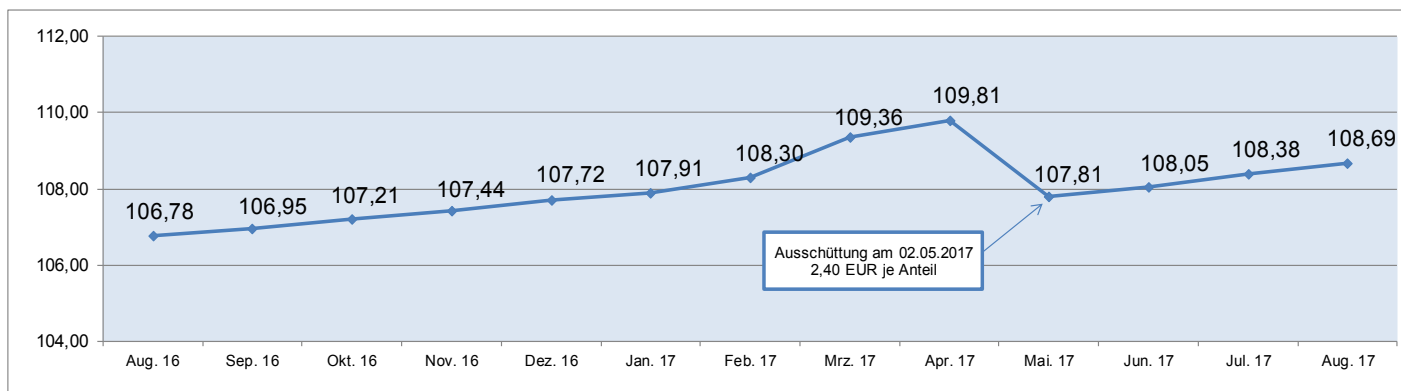
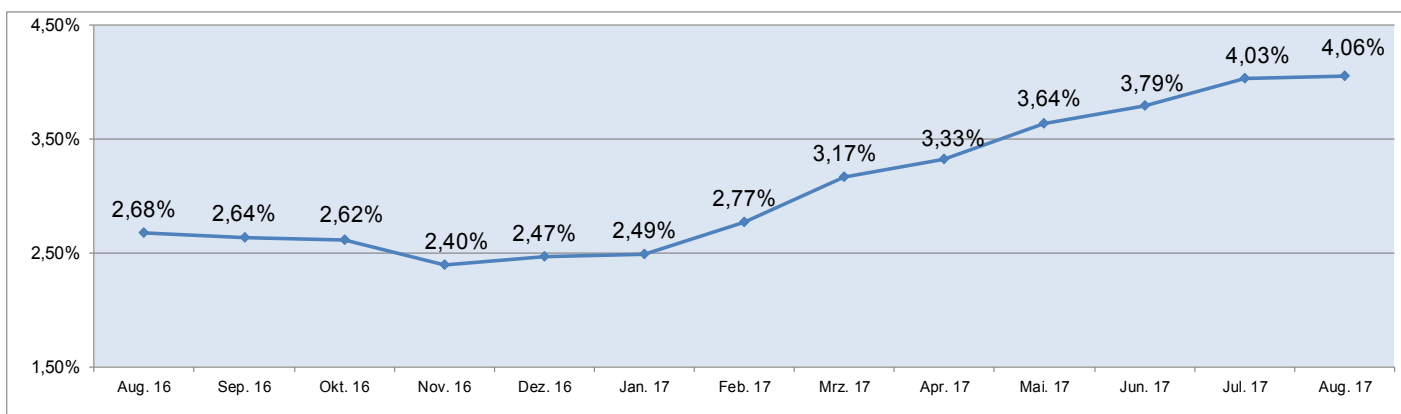




## Entwicklung des Anteilpreises (EUR)



## Entwicklung der BVI-Rendite (p.a.)



## Was Kunden am stationären Modekauf schätzen

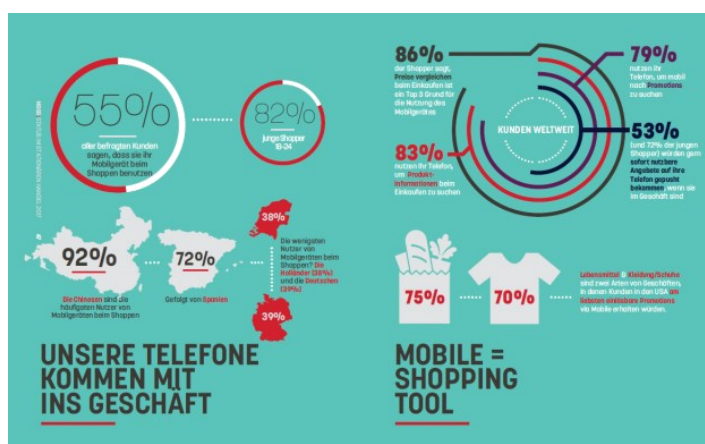
Warum ziehen Kunden den stationären dem Online-Handel vor? Besser gefragt: Warum sollten sie? Die Studie „Status im stationären Handel 2017“ von Mood Media, einem Entwickler von Instore-Medien, hat Konsumenten zu den Faktoren befragt, aufgrund derer sie den Modekauf in den Läden dem Online-Shopping vorziehen. Befragt wurden Konsumenten, die sowohl online als auch stationär shoppen.

Dabei haben 67 % der Kunden angegeben, dass der sofortige Besitz der Ware der ausschlaggebende Grund für den stationären Kauf ist. Das Bedürfnis, mit Verkaufspersonal sprechen zu können, ist ebenfalls entscheidend und steigt mit dem Alter der Kunden: So wünschen sich 21 % der 18- bis 24-Jährigen eine persönliche Beratung, während es bei den über 55-Jährigen schon 33 % sind. Läuft Musik im Store, ist dies ebenfalls ein positiver Faktor: 78 % gaben an, dass sich dadurch ihre Laune hebt.

Auch negative Faktoren wurden erfragt. Was stört die Konsumenten am meisten in Läden? Auf Platz eins der Frust-Faktoren: Warteschlangen. 60 % gaben an, hiervon genervt zu sein. Es folgen in absteigender Rei-

henfolge eine hektische Atmosphäre (47 %), Mitarbeiter, die nicht weiterhelfen können (33 %) sowie unpassende Öffnungszeiten (26 %).

Die Nutzung von Smartphones bestimmt zunehmend das Einkaufsverhalten in den Modeläden. So nutzen 55 % der Kunden es bereits im Geschäft, bei den Jungen (18 - 24 Jahre) sind es sogar 82 %. 8 von 10



Mood Media: Über die Hälfte der Befragten benutzt im Laden ein Mobiltelefon, meist zum Preisvergleich oder für Produktinfos

Kunden vergleichen damit Preise oder holen Produktinfos ein.

Wie stark die Vorlieben der Kunden zwischen den einzelnen Ländern variieren zeigt eine weitere Studie von Mood Media, „Shopper rund um die Welt 2017“. In dieser zeigt sich: Deutsche Kunden sind besonders pragmatisch, sie wollen schnell einen Store betreten und wieder verlassen (10 % vs. 19 % international) und Waren da-



Mood Media: Deutsche Shopper sind besonders pragmatisch und nutzen Smartphones vor allem zum Preisvergleich.

her am liebsten sofort mitnehmen (72 %), anstatt die Lieferung eines Online-Shops abwarten zu müssen.

Für Russen steht vor allem das Produkt im Vordergrund. Sie geben am häufigsten an, lieber stationär als online zu shoppen, da sie somit Ware sofort anfassen (87 %) oder kaufen können (76 %). Spanier zeigen sich im Europavergleich besonders technikaffin, mit 7 von 10 Kunden (global: 5 von 10) nutzt ein Großteil von ihnen ein Mobiltelefon im Laden. Doch Chinesen dominieren klar, was den weltweiten Vergleich angeht: 91 % nutzen das Handy im Geschäft, 2 aus 10 geben sogar an, es immer und in jedem Geschäft zu benutzen.

Für beide Studien wurde von Mood Media jeweils ein Pool an insgesamt 11.000 Konsumenten befragt, davon 2.000 in Deutschland. Außerdem wurden Kundenbefragungen in Europa sowie Australien, China, Russland und USA durchgeführt, jeweils mit einer Altersspanne von 18 bis 55 Jahren.

Die Studien „Shopper rund um die Welt 2017“ und „Status im stationären Handel 2017“ können kostenfrei über die Website von Mood Media eingesehen werden.

Jennifer von Deylen nach einem Presseartikel der TW Network vom 7.8.2017

**Immobilien mit den höchsten Verkehrswerten (TOP 10)**

Rang	Ort	Straße	Aktueller Verkehrswert EUR <sup>1)</sup>
(laut Vermögensaufstellung)			
1	NL-Den Haag	Wagenstraat 9	37.650.000
2	Rostock	Kröpeliner Straße 57/Hinter Lange Straße 32, 33, 34, 35	23.250.000
3	Berlin	Neue Schönhauser Straße 10/Rosenthaler Str. 46, 47	18.350.000
4	Augsburg	Bürgermeister-Fischer-Straße 5/Moritzplatz 7	15.725.000
5	NL-Amsterdam	Kalverstraat 171	15.025.000
6	Freiburg	Kaiser-Joseph-Straße 194	14.950.000
7	Leipzig	Hainstraße 5-7	14.025.000
8	CH-Biel	Florastraße 11/Nidaugasse 50/Neuengasse 42 u. 48	13.570.303 <sup>2)</sup>
9	Flensburg	Holm 70	6.875.000
10	Köln	Apostelnstraße 15-17	6.350.000
<b>SUMME</b>			<b>165.770.303</b>
<b>GESAMTES IMMOBILIENVERMÖGEN</b>			<b>185.670.303</b>

1) Arithmetisches Mittel der Verkehrswerte, die von zwei Bewertern zum jeweiligen Bewertungsstichtag unabhängig voneinander ermittelt wurden.

2) Devisenkurs CHF per 30.08.2017 (1 EUR =) 1,1422 CHF

**Mieter mit der höchsten Miete (TOP 10)**

Rang	Mieter	Monatli. Miete EUR
1	Zara	140.202
2	Wöhrl	101.440
3	Hennes & Mauritz	66.860
4	Bestseller	63.739
5	TK MAXX	50.520
6	Globus-Gruppe (einschl. SCHILD)	34.602 <sup>2)</sup>
8	Tommy Hilfiger	34.075
7	P&C Düsseldorf	31.500
9	Gries Deco	23.260
10	4everFITNESS	18.758
<b>SUMME TOP 10</b>		<b>564.956</b>
<b>GESAMTE MONATSMIETE</b>		<b>822.411</b>

**Fondsdaten zum Stichtag**

	Ende abgelaufenes Geschäftsjahr 31.03.2017	Aktuell 31.08.2017
Fondsvermögen	197.558.220 €	198.390.444 €
Immobilienquote	93,8%	93,6%
BVI-Rendite p.a. (Zeitraum 31.03.2016-31.03.2017)	3,17%	(Zeitraum 31.08.2016-31.08.2017) 4,06%
Anteilpreis/Rücknahmepreis	109,36 €	108,69 €