



6Monats bericht 2010

beate uhse

adam & eve beate uhse

pabo

SONA
Playhouse

Christine le Duc

kondomeriet 

ZBF

Kurzübersicht Beate Uhse auf einen Blick

TEUR		6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
UMSATZENTWICKLUNG				
Einzelhandel		30.226	26.579	-12,1
Versandhandel		49.192	44.431	-9,7
Großhandel		23.867	19.678	-17,6
Entertainment		6.222	5.356	-13,9
Umsatz total		109.507	96.044	-12,3
Auslandsanteil des Umsatzes	%	64,0%	61,9%	-
ERTRAGSLAGE				
EBITDA		5.192	-1.406	-
EBIT		686	-6.146	-
EBT		-700	-7.091	-
Jahresüberschuss*		-223	-7.131	-
WEITERE ERTRAGSKENNZIFFERN				
Umsatzrendite vor Steuern	%	-0,6	-7,4	-
Umsatzrendite nach Steuern	%	-0,2	-7,4	-
Eigenkapitalrentabilität	%	-0,2	-7,6	-
Rohertragsmarge	%	56,5	55,5	-
FINANZLAGE				
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		4.101	-2.015	-149,1
Investitionen		12.454	3.273	-73,7
Abschreibungen		4.506	4.740	5,2
VERMÖGENS- UND KAPITALSTRUKTUR**				
Bilanzsumme		183.568	173.281	-5,6
Eigenkapital		100.845	93.646	-7,1
Eigenkapitalquote	%	54,9	54,0	-1,6
Langfristige Vermögenswerte		94.761	97.859	3,3
Kurzfristige Vermögenswerte		88.807	75.422	-15,1
SONSTIGE ANGABEN				
Mitarbeiter	total	1.235	1.174	-4,9
Umsatzkosten		47.651	42.749	-10,3
Vertriebskosten		54.490	52.910	-2,9
AKTIEN				
Anzahl der Aktien		78.074.696	78.074.696	0,0
Schlusskurs	EUR	0,61	0,57	-6,6
Höchstkurs	EUR	0,87	0,75	-13,8
Tiefstkurs	EUR	0,42	0,53	26,2
Ergebnis je Aktie	EUR	0,00	-0,09	-
Cash Flow je Aktie	EUR	0,05	-0,08	-

*: der fortgeführten Geschäftsbereiche

***: 2009 per 31.12.

beate uhse
6 Monatsbericht 2010

Vorwort des Vorstandes

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Umstrukturierung des Beate Uhse Konzerns ist im ersten Halbjahr 2010 vorangekommen. Viele der 2009 initiierten Prozesse wurden realisiert. Einige Beispiele: Der Großhandel hat seine internationalen Warenflüsse innerhalb des Konzerns in den letzten Monaten weiter optimiert. Im Entertainment wurde die wohl wichtigste Neuerung mit einem aufwendigen Relaunch der umsatzstärksten Website des Konzerns www.beate-uhse.com Ende Juli 2010 realisiert. Unserem Ziel, den Konzern „fit“ für die internationalen Marktgegebenheiten der Zukunft zu machen, sind wir in wichtigen Schritten bedeutend näher gekommen.

Vor dem Hintergrund, dass sich unser Konzern in einer Phase der Neuausrichtung befindet, waren wir mit dem Verlauf des ersten Quartals zufrieden. Im zweiten Quartal zeigte sich jedoch, dass einige Projekte sich nicht wie gewünscht entwickelten. Auch hier möchten wir Ihnen konkrete Beispiele nennen: Die im Versand erstmals angewandte Trennung der Werbemittel zwischen Hart- und Soft-Konzepten fand bei den Bestandskunden keine gute Resonanz. Der Bestellwert pro Kunde war zwar gut, die Bestellhäufigkeit war hingegen stark rückläufig. Der Einzelhandel kämpfte in der ersten Jahreshälfte mit rückläufigen Kundenzahlen, hingegen konnte der Bondurchschnitt verbessert werden. Der Großhandel litt unter der Kaufzurückhaltung der klassischen Erotik-Shopper. Diese Zurückhaltung konnte durch Umsatzsteigerungen mit neuen Kundengruppen wie beispielsweise Online-Shops und Handelsketten sowie mit neuen Warengruppen des Großhandels noch nicht kompensiert werden.

Aufgrund dieser Entwicklungen blieben Umsatz und Ergebnis unseres Konzerns im zweiten Quartal deutlich hinter den Erwartungen zurück. Der Konzernumsatz sank im ersten Halbjahr 2010 um 13,5 Mio. Euro auf 96 Mio. Euro (1. HJ 2009: 109,5 Mio. Euro). Zum ersten Quartal 2010 lag der Umsatz noch im Rahmen der Erwartungen mit 55,3 Mio. Euro (Q1 2009: 58,9 Mio. Euro). Im zweiten Quartal 2010 fiel der Umsatz im Vergleich zur Vorjahresperiode jedoch um weitere 10 Mio. Euro auf 40,8 Mio. Euro (Q2 2009: 50,6 Mio. Euro). Die Umsatzeinbußen resultierten im Wesentlichen aus den drei Hauptvertriebswegen Versand, Einzel- und Großhandel.

Der Umsatzrückgang war maßgeblich für ein deutlich geringeres Ergebnis im ersten Halbjahr 2010 verantwortlich. Trotz Kosteneinsparungen haben wir per 30. Juni 2010 einen operativen Verlust (EBIT) von 6,1 Mio. Euro (2. HJ 2009: 0,7 Mio. Euro) verzeichnet.

Welche Maßnahmen haben wir unmittelbar eingeleitet um auf die Situation einzugehen?

Der Versand hat, nachdem wir feststellen mussten, dass die Trennung zwischen den Konzepten Hart und Soft von den Bestandskunden nicht angenommen wurde, sofort reagiert. Die vorliegenden Daten wurden eingehend geprüft und ein neues Vollsortiment-Konzept gemäß den Ansprüchen unserer Kunden entwickelt. Der Ausbau des Web-Shoppings steht weiterhin ganz oben auf unserer Agenda. In diesem Bereich sehen wir starke Wachstumschancen, in dem wir unseren Kunden ausgefallene Sortimente, gute Preise und einen leistungsstarken, schnellen Service bieten. In den letzten Wochen zeigte sich hier schon eine positive Umsatzentwicklung. Der Einzelhandel reagierte auf die geringeren Abverkäufe, indem zusätzliche Sortimentstests in den Filialen durchgeführt wurden. Ziel der kontinuierlichen Tests ist es, noch stärker auf die Wünsche der Kunden einzugehen und neue Kundengruppen für die Produktwelt von Beate Uhse zu gewinnen. Die Reaktion der Kunden auf die Shopkonzepte City-Lage und Fun Center sind positiv.

Die Internationalisierung der Konzepte setzen wir daher fort. Im Großhandel müssen wir den sich ändernden Markt akzeptieren. Unsere Fachleute sehen jedoch großes Potential bei den Nicht-Erotik-Anbietern. Aus diesem Grund haben wir unser Vertriebssteam gestärkt, um Online-Shopper, Großmärkte und andere, neue Kundengruppen für bestimmte Teile des Erotiksortiments zu gewinnen.

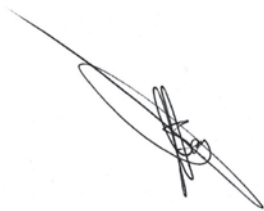
Als Folge der Entwicklungen im zweiten Quartal wird die bisher kommunizierte Zielsetzung im Geschäftsjahr 2010 (EBIT in Höhe von 3 bis 3,5 Mio. Euro) nicht mehr zu erreichen sein. Der Vorstand geht nunmehr von einem operativen Verlust von 6,5 bis 8 Mio. Euro bei einem Umsatz von 204 bis 208 Mio. Euro aus.

In der Folge der Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2010 konnte der Konzern die mit den Banken vereinbarten Finanzkennzahlen (sog. Covenants) zum 30. Juni 2010 nicht einhalten. Als Vorstand der Beate Uhse AG haben wir diverse Gespräche mit den finanzierenden Banken geführt, um eine Aussetzung der Prüfung der Finanzkennzahlen zum 30. Juni 2010 zu erwirken und damit Zeit für weitere Restrukturierungsmaßnahmen und weitere Gespräche mit den Banken zu gewinnen. Dieser Aussetzung haben alle Banken zugestimmt.

Die für den 2. August 2010 geplante Hauptversammlung haben wir abgesagt, da zum Zeitpunkt der geplanten Veranstaltung die Gespräche mit den Banken noch nicht abgeschlossen waren. Somit hätten wir Sie, liebe Aktionäre, nur unzureichend über die aktuelle Entwicklung der Beate Uhse AG informieren können. Die Hauptversammlung wird voraussichtlich im Herbst 2010 stattfinden.

Wir bedanken uns hiermit für das Vertrauen unserer Aktionäre und sind sehr zuversichtlich, dass wir gemeinsam mit den Banken und unserem erfahrenen Team den Konzern wieder auf Erfolgskurs bringen werden.

Mit freundlichen Grüßen



Serge van der Hooft
Chief Operation Officer,
Vorstandssprecher



Johan A. Boddaert
Chief Marketing Officer

Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Entwicklung

Die deutsche Wirtschaft wuchs in der ersten Jahreshälfte 2010 in moderatem Tempo. Laut Konjunkturprognose des DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung) erreichte die konjunkturelle Dynamik im zweiten Quartal 2010 ihren vorläufigen Höhepunkt mit einem Wachstum um 1,1 Prozent. Wachstumstreiber war erneut die Exportwirtschaft. Die inländische Nachfrage blieb trotz einer günstigen Situation auf dem Arbeitsmarkt zurückhaltend. Für das dritte Quartal 2010 signalisiert das DIW-Konjunkturbarometer eine Abschwächung des Wirtschaftswachstums auf 0,5 Prozent. Der ifo-Geschäftsklimaindex stieg im Juli 2010 um 4,4 Punkte auf 106,2.

In der Eurozone lag der ifo-Indikator im zweiten Quartal 2010 leicht höher, blieb aber unter seinem langfristigen Durchschnitt. Die ifo-Beurteilung der aktuellen Wirtschaftslage im Euroraum fällt weiterhin ungünstig aus. Besonders schlecht ist sie für Griechenland, Irland, Spanien, Portugal, Italien und Frankreich.

Erotikmarkt

Im Erotikmarkt bestimmen die neuen Medien zunehmend das Nutzungsverhalten der Kunden. Filme und Bilder werden online über den heimischen Computer oder mobile Endgeräte konsumiert. Produkte werden aufgrund der schnellen und unkomplizierten Abwicklung zunehmend online über den Web-Shop gekauft. Demgegenüber dienen Kataloge und Einzelhandelsgeschäfte zunehmend der Produktinformation des Kunden und als Werbeträger der Marke.

Ertragslage

Umsatzentwicklung

Der Umsatz des Beate Uhse Konzerns sank im ersten Halbjahr 2010 um 13,5 Mio. Euro auf 96 Mio. Euro. Die drei Hauptvertriebswege Versand, Groß- und Einzelhandel verzeichneten starke Umsatzrückgänge. Vergleicht man das saisonal bedingt schwache zweite Quartal 2010 mit dem Vorjahreswert, so lagen die Umsätze rund 10 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert. Welche Gründe hatte diese Entwicklung?

Im Einzelhandel fiel der Umsatz mit 26,6 Mio. Euro um 3,6 Mio. Euro niedriger aus als im ersten Halbjahr 2009. Verantwortlich für diese Entwicklung waren neben einer geringeren Anzahl an Shops (Schließung von 4 weiteren Filialen) auch rückläufige Kundenzahlen und Anlaufschwierigkeiten bei der Warenbelieferung der Filialen nach der Einführung eines neuen ERP-Systems. Die Probleme wurden analysiert und werden derzeit behoben. Im Juli 2010 zeichneten sich in den deutschen Filialen erste, deutliche Verbesserungen und moderate Umsatzsteigerungen ab.

Der Umsatz des Versandgeschäftes sank im ersten Halbjahr 2010 um 4,8 Mio. Euro auf 44,4 Mio. Euro. Die Ursache für den Rückgang waren niedrigere Auslieferungsquoten. Die Werbemaßnahmen, insbesondere die Hauptkataloge, der ersten Jahreshälfte erzielten nicht die gewünschten Rückläufe der Kunden. Die Umstellung auf getrennte hart und soft Werbe- und Sortimentskonzepte, fanden bei den Bestandskunden keine positive Resonanz, so dass der Bestellwert pro Bestellung zurückging.

Der Großhandel musste einen Umsatzrückgang von 4,2 Mio. Euro auf 19,7 Mio. Euro hinnehmen. Die Bereinigung des Erotikmarktes sowie der Preisdruck auf DVD's stellten eine weitere Herausforderung für den Großhandel dar. Verstärkt wurde diese Entwicklung durch geringere Abverkäufe im konzerneigenen Versand, der seine Waren über den Scala Playhouse Großhandel bezieht.

Umsatz nach Vertriebswegen

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Einzelhandel	30.226	26.579	-12,1
Versandhandel	49.192	44.431	-9,7
Großhandel	23.867	19.678	-17,6
Entertainment	6.222	5.356	-13,9
	109.507	96.044	-12,3

Rund 62 Prozent der Umsätze realisierte der Konzern im ersten Halbjahr 2010 in europäischen Nachbarländern. Der deutsche Markt blieb mit 36,6 Mio. Euro der wichtigste Absatzmarkt. Umsatzrückgänge verzeichnete der Konzern im Berichtszeitraum überwiegend im deutschen Einzelhandel. Marktanteile gewann der Konzern hingegen in den Niederlanden. Das leichte Wachstum, welches sich schon im ersten Quartal 2010 abzeichnete, setzt sich fort. Mit den Marken Pabo und Christine le Duc erzielte der Konzern ein Plus von 1,1 Prozent. Drittwichtigster Markt bleibt Frankreich wo die geringeren Umsätze überwiegend auf das Großhandels- und Versandgeschäft zurückzuführen sind.

Umsatz nach Regionen

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Deutschland	39.425	36.573	-7,2
Niederlande	21.628	21.868	1,1
Belgien	8.128	6.656	-18,1
Frankreich	19.728	15.511	-21,4
Großbritannien	4.004	2.354	-41,2
Österreich	4.453	2.655	-40,4
Schweiz	823	525	-36,2
Skandinavien	5.498	4.970	-9,6
Italien	1.471	1.124	-23,6
Sonst. Europa	3.992	3.489	-12,6
Übrige Regionen	358	320	-10,6
	109.507	96.044	-12,3

Ertragsentwicklung

Der Konzern senkte die Umsatzkosten im ersten Halbjahr 2010 auf 42,7 Mio. Euro (I. HJ 2009: 47,7 Mio. Euro). Dies gilt für Materialkosten (minus 3,6 Mio. Euro), Vertriebskosten (minus 0,8 Mio. Euro) und Verwaltungskosten (minus 0,8 Mio. Euro). Der Umsatzrückgang konnte damit jedoch nicht vollständig kompensiert werden, so dass der Kostenanteil an den Umsätzen auf 44,5 Prozent (I. HJ 2009: 43,5 Prozent) stieg.

Die Vertriebskosten wurden im Berichtszeitraum 2010 um 1,6 Mio. Euro auf 52,9 Mio. Euro gesenkt. Hier konnten, wie auch im ersten Quartal 2010, die Werbekosten (minus 1,3 Mio. Euro) reduziert werden. Insbesondere im Einzelhandel gingen die Vertriebskosten nachhaltig zurück. Der Anteil der Vertriebskosten am Gesamtumsatz stieg auf 55,1 Prozent (I. HJ 2009: 49,8 Prozent).

Die allgemeinen Verwaltungskosten erhöhten sich leicht um 0,6 Mio. Euro auf 13,4 Mio. Euro (1. HJ 2009: 12,8 Mio. Euro). Grund hierfür waren höhere Abschreibungen, insbesondere im Einzelhandel, und ein leichter Anstieg der Personalkosten im Verwaltungsbereich.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen verringerten sich um 0,7 Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro. Wie auch im ersten Quartal 2010 fielen geringere Aufwendungen aus Kursdifferenzen im zweiten Quartal 2010 und damit per 1. Halbjahr 2010 an.

Bereinigt um die Swapeffekte betrug der Zinsaufwand im ersten Halbjahr 2010 1,1 Mio. Euro und lag damit auf Vorjahresniveau. Die im ersten Halbjahr 2010 durchschnittlich höhere Kreditinanspruchnahme wurde durch das niedrigere Marktzinsniveau kompensiert. Kamen im ersten Halbjahr 2009 noch negative Swapeffekte zum tragen, so waren die Swapeffekte im gleichen Zeitraum 2010 positiv.

Der deutlich geringere Umsatz belastet die Ertragslage des Konzerns. Trotz der deutlichen Einsparungsmaßnahmen konnte der Beate Uhse Konzern das Ergebnis der Vorjahresperiode nicht erreichen. Das EBITDA lag im ersten Halbjahr 2010 bei minus 1,4 Mio. Euro (1. HJ 2009: 5,2 Mio. Euro), das operative Ergebnis (EBIT) verringerte sich um 6,8 Mio. Euro auf minus 6,1 Mio. (1. HJ 2009: 0,7 Mio. Euro). Der ausgewiesene Ertragsteueraufwand bestand ausschließlich aus der Auflösung und Zuführung latenter Steuern. Das Vorsteuerergebnis (EBT) sank um 6,4 Mio. Euro auf minus 7,1 Mio. Euro (1. HJ 2009: minus 0,7 Mio. Euro). Das Ergebnis je Aktie beträgt somit minus 0,09 Euro (Q 1/2009: 0,00 Euro).

Segmententwicklung

Einzelhandel

Der geringere Einzelhandelsumsatz (Q 1/2010: 14,5 Mio. Euro, Q 2/2010: 12 Mio. Euro) im ersten Halbjahr 2010 hatte direkten Einfluss auf die Ergebnissituation des Vertriebsweges. Das EBIT verschlechterte sich deutlich auf minus 1,3 Mio. Euro. Belastet wurde das Ergebnis insbesondere durch einen Anstieg der allgemeinen Verwaltungskosten im Einzelhandel. Das Filialnetzwerk wurde im Vergleich zum Vorquartal um weitere zwei Filialen auf 258 Shops verkleinert.

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Umsatz	30.226	26.579	-12,1
EBITDA	1.350	268	-80,1
EBIT	-407	-1.332	-
EBT	-1.017	-1.934	-90,2
Investitionen	721	746	3,5

In Anlehnung an die Sortimentsveränderung im Versand testete der Einzelhandel im ersten Halbjahr 2010 neue Warensortimente. Diese fanden bei den Kunden zum Teil keinen Anklang. Um neue Zielgruppen zu gewinnen, wird der Beate Uhse Konzern seine Produktwelt erweitern. Hierfür werden Einzel- und Versandhandel in der Zukunft weitere Tests durchführen.

Die Optimierung und Internationalisierung von Prozessen stand auch im zweiten Quartal 2010 im Fokus des Einzelhandels. Die bisweilen unzufriedenstellende Belieferung von Filialen konnte Ende Juli 2010 verbessert werden. Erste Tests zeigen steigende Umsätze in den Filialen, was einen vorsichtigen Optimismus zulässt. Die Einführung der konzernweiten Kassensoftware wurde im zweiten Quartal 2010 weitestgehend abgeschlossen. Sie ermöglicht schnelle und umfassende Auswertungen zur Entwicklung von Filialen, Warengruppen, Einzelprodukten und dem Kaufverhalten der Kunden.

Im ersten Halbjahr 2010 wurde das deutsche Einzelhandelsteam durch einen erfahrenen Vertriebsfachmann verstärkt. Auf Basis eines umfassenden, drei monatigen Tests im Frühjahr 2010 in mehreren Beate Uhse Filialen wurde ein Konzept zur Optimierung der Warenpräsentation, Cross- und Up-Selling Potenzialen und zur Kundenbetreuung entwickelt. Im Zentrum des Vertriebskonzeptes steht im ersten Schritt eine intensive Mitarbeiterschulung und -betreuung mit dem Ziel den Bondurchschnitt durch eine gute Kundenbetreuung zu erhöhen.

Beate Uhse Shops nach Regionen Eigene Shops

	6 Monate 30.06.2009	%	6 Monate 30.06.2010	%
Deutschland	53	39,3	54	39,7
Italien	6	4,4	7	5,1
Schweiz	1	0,7	1	0,7
Niederlande	55	40,7	55	40,4
Belgien	9	6,7	8	5,9
Frankreich	7	5,2	7	5,1
Norwegen	4	3,0	4	2,9
	135	100,0	136	100,0

Lizenz & Franchise

	6 Monate 30.06.2009	%	6 Monate 30.06.2010	%
Deutschland	62	47,3	53	43,4
Österreich	44	33,6	46	37,7
Niederlande	0	0,0	2	1,6
Norwegen	4	3,1	5	4,1
Italien	1	0,8	1	0,8
Ungarn	11	8,4	3	2,5
Polen	6	4,6	6	4,9
Slowenien	3	2,3	6	4,9
	131	100,0	122	100,0

Katalog und E-Commerce

Nach einem verhaltenen Start im ersten Quartal 2010 (Umsatz 25,2 Mio. Euro), verschlechterte sich die Situation des Versandes im zweiten Quartal 2010 (Umsatz 19,2 Mio. Euro) deutlich. Während die Umsätze im holländischen Markt um 0,3 Mio. Euro anstiegen, mussten alle anderen großen Märkte (Frankreich, Österreich, Großbritannien, Deutschland, Belgien) Einbußen hinnehmen.

Die geringen Umsätze spiegelten sich in der Ergebnissituation des Vertriebsweges wider. Trotz der schnellen Reaktion des Versandes auf die geringen Bestellquoten aus den Hauptkatalogen, konnten die diversen Online-Marketingaktionen die Situation nicht nachhaltig verbessern. Das EBIT sank auf minus 1,9 Mio. Euro (1. HJ 2009: 4,4 Mio. Euro).

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Umsatz	49.192	44.431	-9,7
EBITDA	5.210	-908	-
EBIT	4.413	-1.899	-
EBT	4.379	-2.281	-
Investitionen	1.756	715	-59,3

Grund für die schlechten Bestellquoten des ersten Halbjahres 2010 waren nach eingehender Analyse die kunden-spezifischen Werbemittel, die der Versand 2010 erstmalig einsetzte. Kataloge und Werbemittel wurden bei gleichzeitiger Erweiterung des Sortiments in die Konzepte Hart und Soft unterteilt. Ziel war es, durch zugänglichere Sortimente Neukunden für die Produktwelt des Konzerns zu gewinnen sowie den Werbemiteleinsatz effizienter zu gestalten. Die Reaktion der Bestandskunden bestätigte dieses Konzept nicht. Softkunden bestellten im ersten Halbjahr 2010 deutlich weniger, da scheinbar die Anreizwirkung durch härtere Sortimente fehlte. Zudem wurde das Ergebnis des Versandes durch Abverkaufsaktionen von preisreduzierten Überbeständen belastet.

Bestätigt hat sich dagegen die Strategie, Online-Bestellungen durch Kataloge als dauerhaft präsenten Informationsmedium zu unterstützen. Der Anteil an Online-Bestellungen nahm weiter zu und lag zum Ende des ersten Halbjahres 2010 bei 46 Prozent (Q 1/2010: 43 Prozent). Die Abrufe des Onlineshops lagen im ersten Halbjahr 2010 bei rund 38 Millionen Besuchern. Der Anteil weiblicher Kunden stieg auf 49,7 Prozent (Q 1/2010: 48,5 Prozent).

Großhandel

Der Erotikmarkt hat sich im ersten Halbjahr 2010 weiter konsolidiert. In Folge dessen verringerte sich die Kundenzahl des Scala Playhouse Großhandels, zudem bestellten verbliebene Großhandelskunden in geringerem Maße. Die Preise für DVD's und Magazine standen weiterhin unter Druck. Der Umsatz des Großhandels ging um 4,2 Mio. Euro auf 19,7 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2010 zurück (Q1/2010: 12,9 Mio. Euro, Q 2/2010: 6,8 Mio. Euro). Das operative Ergebnis sank um 1,1 Mio. Euro auf minus 2 Mio. Euro. Neben den geringeren Umsätzen resultierte dies aus einer Margenverschlechterung durch geringere Verkaufspreise für DVD's und Magazine sowie einem verstärkten Abverkauf preisreduzierter Waren vor dem Hintergrund eines verstärkten Wettbewerbsdrucks. Seit dem zweiten Quartal 2010 investiert der Großhandel verstärkt in die Optimierung der internationalen Warenströme innerhalb des Konzerns.

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Umsatz	23.867	19.678	-17,6
EBITDA	657	-268	-
EBIT	-859	-2.008	-
EBT	-1.525	-2.769	-81,6
Investitionen	1.237	1.755	41,9

Das derzeit noch kleine Projekt „Beate Uhse Ladies Night Homeparties“ nimmt weiter an Fahrt auf. Im zweiten Quartal 2010 verdoppelte sich die Anzahl an Homeparties im Vergleich zum Vorquartal. Das Vertriebsnetzwerk wurde auf 20 Mitarbeiterinnen ausgebaut. Entsprechend der Planung sollen im nächsten Schritt Berlin und Süddeutschland als Vertriebsregionen aufgebaut werden.

Entertainment

Der Entertainment-Umsatz des Konzerns lag im ersten Halbjahr 2010 bei 5,4 Mio. Euro nach 6,2 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Vergleicht man die beiden ersten Quartale 2010 so ist festzustellen, dass die Umsätze mit jeweils 2,7 Mio. Euro konstant blieben. Der Umsatzrückgang zum ersten Halbjahr 2009 resultiert aus geringeren Umsätzen in den Bereichen Online, Telefonie und B2B-Dienstleistungen.

Das B2B-Lizenzpartner und –Dienstleistungsgeschäft steuerte rund 55 Prozent, die Telefonmehrwertdienste rund 25 Prozent zum Gesamtumsatz bei. Das Endkundengeschäft im Internet sank knapp unter 20 Prozent. Das operative Ergebnis (EBIT) konnte wie auch im ersten Quartal 2010 durch eine Optimierung der Werbeausgaben gesteigert werden (1. HJ 2010: 0,7 Mio. Euro, 1. HJ 2009: 0,6 Mio. Euro).

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Umsatz	6.222	5.356	-13,9
EBITDA	758	852	12,4
EBIT	640	714	11,6
EBT	691	764	10,6
Investitionen	78	22	-71,8

Ende Juli 2010 wurde die Website www.beate-uhse.com gelauncht. Neben der neuen, modernen Gestaltung besticht die Internetseite durch eine klare Benutzerführung und Gliederung der vielfältigen Service- und Produktangebote des Konzerns. Die Hauptdomain des Konzerns generierte im ersten Halbjahr 2010 rund drei Viertel des B2C-Onlineumsatzes.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme des Beate Uhse Konzerns sank zum Bilanzstichtag 30. Juni 2010 um 5,8 Prozent auf 173,3 Mio. Euro (2009: 184,0 Mio. Euro).

Aktiva

Auf der Aktivseite verzeichnete der Beate Uhse Konzern einen Anstieg der langfristigen und eine Minderung der kurzfristigen Vermögenswerte. Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich um 3,1 Mio. Euro auf 97,9 Mio. Euro. In der Position der sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte war ein Anstieg um 5,2 Mio. Euro auf 8,4 Mio. Euro zu verzeichnen. Grund war ein Zugang von Darlehen gegenüber beteiligten Unternehmen im Berichtszeitraum.

Die kurzfristigen Vermögenswerte reduzierten sich um 13,4 Mio. Euro auf 75,4 Mio. Euro. Maßgeblich verantwortlich für diese Entwicklung waren geringere Vorräte im Versand und Großhandel, so dass die Position um 3,5 Mio. Euro auf 35,7 Mio. reduziert werden konnte. Saisonal bedingt und kongruent zum geringeren Umsatz, insbesondere im Versand und Großhandel, fielen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 6,7 Mio. Euro auf 26,8 Mio. Euro.

Passiva

Das Eigenkapital sank aufgrund des zum Halbjahr 2010 ausgewiesenen Bilanzverlustes um 7,2 Mio. Euro auf 93,6 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote lag zum Bilanzstichtag bei 54 Prozent, eine Reduzierung von einem Prozentpunkt (2009: 55 Prozent).

Durch die im Mai 2010 vereinbarte Anschlussfinanzierung mit vier kreditgebenden Banken, verlagerte sich der Schwerpunkt der Finanzierungsstruktur des Beate Uhse Konzerns auf die langfristigen Schulden. Diese stiegen zum Bilanzstichtag um 18,7 Mio. Euro auf 31,1 Mio. Euro. Die langfristigen Schulden machen 17,9 Prozent der Bilanzsumme aus (2009: 6,7 Prozent).

Die kurzfristigen Schulden wurden in der Folge der Umfinanzierung um 21,9 Mio. Euro auf 48,6 Mio. Euro gesenkt. Verstärkt wurde dieser Effekt durch geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (minus 5,0 Mio. Euro) auf 12 Mio. Euro. Grund hierfür waren geringere Warenbestände im Versand. Die kurzfristigen Schulden machen somit noch 28 Prozent der Bilanzsumme aus (2009: 38,3 Prozent).

Das kurzfristige Betriebskapital verringerte sich um 6,9 Mio. Euro auf 49,6 Mio. Euro. Wesentliche Ursache war der oben erläuterte Rückgang der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Die Nettoverschuldung des Beate Uhse Konzerns stieg aufgrund der im Mai 2010 vereinbarten Anschlussfinanzierung um 5,4 Mio. Euro auf 49,4 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2010 (2009: 44 Mio. Euro).

Cash Flow und Investitionen

Der Cash Flow aus laufender Tätigkeit lag im ersten Halbjahr 2010 bei minus 2 Mio. Euro (I. HJ 2009: 4,1 Mio. Euro). Das negative Ergebnis vor Steuern von minus 7,1 Mio. Euro konnte durch den im ersten Halbjahr 2010 erfolgten Abbau der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 6,7 Mio. Euro und durch die Reduzierung des Warenbestandes um 3,5 Mio. Euro nicht voll kompensiert werden. Gemindert wurde der Cash Flow zudem durch den Abbau der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 5 Mio. Euro und sonstiger Schulden um 4,7 Mio. Euro.

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit lag mit minus 3,8 Mio. Euro klar unter der Vorjahresperiode von minus 7,1 Mio. Euro, was auf die im ersten Halbjahr 2009 erworbene Playhouse-Gruppe zurückzuführen ist.

Die Bewegungen des Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit resultieren aus der im Mai 2010 erfolgreich platzierten Anschlussfinanzierung, die den Konsortialkredit ablöste. Die gegenüber der Vorjahresperiode höhere Inanspruchnahme der Bankkredite ist eine Folge des negativen Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit.

Der Beate Uhse Konzern reduzierte die Investitionen im ersten Halbjahr 2010 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 73,7 Prozent auf 3,3 Mio. Euro. Im Vergleich zum ersten Quartal 2010 erhöhten sich die Investitionen um 1,9 Mio. Euro, da der Großhandel in neue Lizenzen und die Optimierung der Logistik investierte. Der Einzelhandel führte die Modernisierung seiner Shops weiter fort, so dass die Investitionskosten leicht über der Vorjahresperiode und dem Vorquartal 2010 liegen.

Mitarbeiter

Im ersten Halbjahr 2010 beschäftigte der Beate Uhse Konzern 1.174 Mitarbeiter in 16 Ländern. Das waren 61 Mitarbeiter weniger als im selben Berichtszeitraum 2009. Der Konzern führte seine strikten Sparmaßnahmen in allen Vertriebskanälen fort. Der Einzelhandel reduzierte seinen Mitarbeiterstamm sowohl im administrativen Bereich als auch in den Shops durch gezielte Schließungen von Filialen, die neuen Konzepte nicht sinnvoll ergänzten. Versand und Großhandel beschäftigten weniger Mitarbeiter durch die Optimierung von Logistikabläufen und die Reduzierung von Arbeitsschichten. Das Entertainment erzielte durch eine Umverteilung von Aufgaben die Einsparung von Arbeitsplätzen. Die Zahl der Holding Service Mitarbeiter stieg leicht, da administrative Funktionen in stärkerem Maße in diesem Bereich gebündelt wurden.

Mitarbeiter Beate Uhse Konzern

NACH REGIONEN	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Deutschland	544	497	-8,6
Niederlande	499	514	3,0
Belgien	24	22	-8,3
Frankreich	61	52	-14,8
Großbritannien	9	7	-22,2
Österreich	6	5	-16,7
Skandinavien	44	34	-22,7
Sonst. Europa	48	43	-10,4
	1.235	1.174	-4,9

NACH VERTRIEBSWEGEN	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Einzelhandel	651	631	-3,1
Versandhandel	251	238	-5,2
Großhandel	219	199	-9,1
Entertainment	75	61	-18,7
Holding Services	39	45	15,4
	1.235	1.174	-4,9

Beate Uhse Aktie

Die Beate Uhse Aktie schloss das erste Halbjahr 2010 mit einem Schlusskurs von 0,57 Euro ab. Der höchste Schlusskurs der Berichtsperiode wurde im Januar mit 0,75 Euro festgestellt. Den niedrigsten Schlusskurs verzeichnete das Wertpapier im Juni mit 0,53 Euro.

Kursentwicklung		6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
Eröffnung	EUR	0,61	0,65	6,6
Schluss	EUR	0,61	0,57	-6,6
Hoch	EUR	0,87	0,75	-13,8
Tief	EUR	0,42	0,53	26,2
Entwicklung	%	0,0	-3,4	-

Basis: Xetra

Aktionäre kauften insgesamt 3,8 Mio. Beate Uhse Aktien im ersten Halbjahr 2010. Pro Tag entspricht dies einem durchschnittlichen Handelsvolumen von 31.126 Aktien.

Aktienkennzahlen		6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010	Abw. %
EPS		0,00	-0,09	-
KGV		0	-6	-
CF je Aktie		0,1	-0,2	-
Buchwert je Aktie	EUR	1,1	0,9	-15,5
Marktkapitalisierung	Mio. EUR	47,6	41,4	-13,1
Marktkapitalisierung Free Float	Mio. EUR	22,7	19,7	-12,9
Ø Umsatz / Tag	Stück	49.551	25.306	-48,9

Basis: Xetra

Risikobericht

Gegenüber den im Lagebericht und Konzernlagebericht im Jahresabschluss 2009 dargestellten Risiken ergaben sich in den ersten sechs Monaten 2010 Veränderungen der finanzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die im Mai 2010 vereinbarten Kredit- / Darlehensverträge beinhalten Vereinbarungen über zu bestimmten Stichtagen einzuhaltende Finanzkennzahlen, die der Beate Uhse Konzern zum Ende des ersten Halbjahres 2010 nicht erfüllt. Es besteht das Risiko der Kündigung einzelner oder sämtlicher Kreditverträge seitens der Banken aufgrund der Nichteinhaltung der vereinbarten Finanzkennzahlen. Zur Vermeidung möglicher Rechtsfolgen durch die Nichteinhaltung der Finanzkennzahlen hat der Vorstand der Beate Uhse AG mit den finanzierenden Banken vereinbart, die Prüfung der Einhaltung der Finanzkennzahlen für den Stichtag 30. Juni 2010 auszusetzen.

Nachtragsbericht

Die Beate Uhse AG führte am 21., 22. und 30. Juli, sowie am 5. August 2010 intensive und konstruktive Gespräche mit den kreditgebenden Banken. Die Geldinstitute stimmten dem Antrag des Vorstandes der Beate Uhse AG zu, die Prüfung der einzuhaltenden Finanzkennzahlen für den Stichtag 30. Juni 2010 auszusetzen. Der Vorstand der Beate Uhse AG steht im engen Kontakt mit den kreditgebenden Banken um die nächsten Schritte zur Restrukturierung des Unternehmens abzustimmen.

Die Gesellschaft veröffentlichte am 27. Juli 2010 im elektronischen Bundesanzeiger die Absage der für den 2. August 2010 geplanten ordentlichen Hauptversammlung. Die ordentliche Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2009 wird nicht mehr innerhalb des aktienrechtlichen acht Monatszeitraumes nach Geschäftsjahresende stattfinden.

Prognosebericht

Gesamtwirtschaftliche Lage

Für das Gesamtjahr erwartet das Ifo-Institut ein Wachstum um 2,1 Prozent für die Deutsche Wirtschaft. Aufgrund der Sparpläne der Bundesregierung rechnen die Münchner Ökonomen ab 2011 mit einer Abschwächung des Wirtschaftswachstums. Das DIW-Konjunkturbarometer signalisiert eine schwächere Wirtschaftsentwicklung bereits im dritten Quartal 2010 mit einem verminderten Wirtschaftswachstum von 0,5 Prozent.

Für die Wirtschaft der Eurozone fallen die Ifo-Einschätzungen für die kommenden sechs Monate positiv aus. Ausnahmen: Spanien, Portugal und Griechenland. Für diese Länder rechnen die Ifo-Experten mit einer weiterhin deutlichen wirtschaftlichen Verschlechterung bis Ende 2010.

Branchenentwicklung

Die Veränderung der Erotikbranche wird 2010 durch die großen Anbieter vorangetrieben. Die Branche stellt sich zunehmend auf die Zielgruppen Frauen und Paare ein, welche eine deutliche Vergrößerung potenzieller Kunden ermöglicht. Zudem sind Kundenansprüche an Produktqualität und -design, das Einkaufsambiente und den Service aller Zielgruppen gestiegen. Durch die hohe Verfügbarkeit vieler Produkte und die Möglichkeiten des schnellen Preisvergleiches im Internet bleiben die Kunden preissensibel.

Ausrichtung des Konzerns

Beate Uhse setzt seinen Modernisierungsprozess zu einem internationalen Multi-Channel-Unternehmen fort. Ziel der Umstrukturierungen ist es, die Kunden in allen Ländern und Vertriebskanälen schnell und effizient, entsprechend ihrer Produkt- und Informationswünsche zu bedienen. Unterstützt wird der Prozess durch ein straffes Restrukturierungsprogramm, welches der Vorstand aufgrund der Ergebnisse zum ersten Halbjahr 2010 erarbeitet hat. Dieses enthält operative Maßnahmen für alle Vertriebswege. Zudem werden Beteiligungsverkäufe erwogen und weitere nicht operative Maßnahmen auf den Prüfstand gestellt.

Der Versand bleibt, trotz der Einbußen im ersten Halbjahr 2010, der zukünftige Wachstumstreiber des Konzerns. Ab dem Herbst- / Winterkatalog 2010 werden alle Werbemittel des Versandes wieder auf ein Vollsortiment für alle Zielgruppen umgestellt. Das E-Commerce rückt noch stärker in den Fokus der Versandaktivitäten. Mit dem Relaunch der Website www.beate-uhse.com ist im Juli 2010 ein erster wichtiger Meilenstein realisiert worden. Projekte zur Optimierung von Partnerprogrammen und Suchmaschinenmarketing zur Stärkung des E-Commerce wurden bereits gestartet. Durch den zunehmenden Umsatzanteil des E-Commerce kann der Versand zudem seine Realisationsquote, durch eine direkte Bonitätsprüfung, verbessern. Ein weiterer zentraler Punkt im Maßnahmenplan des Versandes ist die Neukundengewinnung. Zur Ausweitung des Kundenstamms bedient sich der Versand zunehmend externer elektronischer Adressbestände wie beispielsweise E-Mail-Adressen. Erste Tests waren sehr erfolgreich. Die Rücklaufquoten sind sehr zufriedenstellend, zudem konnten die Kosten pro Neukunde deutlich gesenkt werden.

Der Einzelhandel setzt 2010 den internationalen Aus- und Umbau der Shopkonzepte Citylage (Beate Uhse, Christine le Duc, Pabo und Kondomeriet) und Fun Center fort. Im Fokus stehen hierbei die Auswahl von Shop-Standorten, die das jeweilige Konzept stärken, der Ausbau des Sortiments um neue Warengruppen sowie die intensive Betreuung der Mitarbeiter in den Filialen zur Stärkung des Vertriebs. Im Zuge des geplanten Restrukturierungskonzeptes werden alle Filialstandorte auf ihre Zukunftsfähigkeit hin überprüft. Filialen, die die neuen Konzepte nicht unterstützten, werden geschlossen. Die Realisation des Multi-Channel-Ansatzes des Gesamtkonzerns wird im Einzelhandel in der zweiten Jahreshälfte fortgesetzt. In Holland und Deutschland werden je fünf Testfilialen mit Internetterminals ausgestattet, so dass Kunden auch Waren aus dem Versandsortiment bestellen können. Für die Kunden steht somit ein noch breiteres Warenangebot zur Verfügung. Die in Holland sehr erfolgreiche Citylagen Marke Christine le Duc stellt bis Ende 2010 fünf Testfilialen auf das neue, moderne Shopkonzept um.

Ergänzend zur Anpassung an das internationale Shopkonzept veröffentlicht Christine le Duc in der zweiten Jahreshälfte 2010 erstmalig ein hochwertiges Kundenmagazin. Neben Produktinformationen bietet das moderne Magazin Kundinnen und Interessenten vielfältige Informationen zum Thema Sexualität. Das Christine le Duc Magazin ist ein wichtiges Marketinginstrument zur Schaffung einer eigenen Community. Bei Erfolg kann der Test auch auf die anderen, internationalen Marken ausgeweitet werden.

Im Großhandel werden der starke Preisdruck sowie die Marktberreinigung durch die Schließung weiterer Erotikanbieter das vorherrschende Thema der kommenden Monate sein. Ziel des Beate Uhse Großhandels ist es, die Rohermargen im Laufe des Jahres 2010 wieder zu steigern und die Logistik weiter zu optimieren, um den Kunden eine schnelle und unkomplizierte Belieferung zu garantieren. Der Niederländische Großhandel will 2010 den Kundenkreis deutlich erweitern, hierfür wird das Vertriebsteam des Großhandels weiter ausgebaut. Ziel ist es, Kunden aus neuen Marktsegmenten wie beispielsweise branchenfremde Großmärkte und Online-Shops als Kunden zu gewinnen.

Im Entertainment plant der Konzern für 2010 ein moderates Wachstum. Die Beate Uhse new media fokussiert sich in den kommenden Monaten auf die Optimierung der umsatzstärksten, konzerneigenen Erotikportale, den Aufbau eines internationalen Entertainment-Portals und den Ausbau der Dienstleistungen für Dritte.

Die Modernisierung des Konzerns erforderte in den zurückliegenden Jahren nennenswerte Investitionen in den Umbau des Filialnetzes, die Einführung neuer ERP-Systeme und den Kauf der Playhouse Gruppe. Für 2010 sind Investitionen in Höhe von rund 5 Mio. Euro geplant. Investitionsschwerpunkte sind die weitere Modernisierung des Filialnetzwerkes und der Warenlogistik sowie der Ausbau der Filmrechte-Datenbank.

Umsatz- und Ertragsentwicklung

Für das Gesamtjahr 2010 rechnet der Konzern mit einem operativen Verlust des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern zwischen 6,5 und 8,0 Mio. Euro. Effekte aus zurzeit diskutierten nicht operativen Maßnahmen sind nicht berücksichtigt. Der Umsatz wird zum Jahresende bei 204 bis 208 Mio. Euro erwartet. In einem Restrukturierungsprogramm werden die gegenwärtige Situation des Konzerns und die dahinter liegenden Gründe analysiert. Aufbauend darauf wird ein detaillierter Maßnahmenplan für alle Vertriebswege erarbeitet.

Bilanz

Aktiva TEUR	31.12.2009	30.06.2010
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Immaterielle Vermögenswerte	12.663	11.990
Geschäfts- oder Firmenwert	20.203	20.203
Sachanlagen	26.669	25.385
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	3.183	8.349
Beteiligungen	24.739	24.740
Latente Steueransprüche	7.304	7.192
	94.761	97.859
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Vorräte	39.185	35.705
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	33.580	26.836
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte und sonstige Vermögenswerte	6.903	5.166
Ertragsteuererstattungsansprüche (kurzfristig)	1.877	1.801
Flüssige Mittel	7.262	5.914
	88.807	75.422
Bilanzsumme	183.568	173.281

Passiva
TEUR

31.12.2009

30.06.2010

	31.12.2009	30.06.2010
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	78.075	78.075
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-3.463	-3.463
Kapitalrücklagen	-89	-89
Gewinnrücklagen	3.295	3.295
Bilanzgewinn	22.209	14.981
Ausgleichsposten Währungsumrechnung	362	282
Minderheitenanteile	456	564
	100.845	93.646
LANGFRISTIGE SCHULDEN		
Verzinsliche Darlehen	5.144	24.294
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.903	3.667
Sonstige Rückstellungen	1.787	1.589
Sonstige finanzielle Schulden	1.077	1.116
Latente Steuerschulden	442	384
	12.353	31.050
KURZFRISTIGE SCHULDEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17.002	11.956
Sonstige finanzielle Schulden	16.201	12.914
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	266	363
Sonstige Rückstellungen	1.830	1.465
Ertragsteuerschulden	3.468	2.701
Darlehen	2.025	14.746
Kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen	29.578	4.440
	70.370	48.585
Bilanzsumme	183.568	173.281

Gewinn- und Verlustrechnung

TEUR	Q2/2009 01.04.- 30.06.2009	Q2/2010 01.04.- 30.06.2010	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010
FORTGEFÜHRTE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT				
Umsatzerlöse	50.648	40.776	109.507	96.044
Umsatzkosten	-21.993	-16.977	-47.651	-42.749
Bruttoergebnis vom Umsatz	28.655	23.799	61.856	53.295
Sonstige betriebliche Erträge	3.717	3.713	7.275	7.313
Vertriebskosten	-27.645	-26.816	-54.490	-52.910
Allgemeine Verwaltungskosten	-6.792	-7.552	-12.845	-13.407
Sonstige betriebliche Aufwendungen	56	-146	-1.110	-437
Betriebsergebnis (EBIT)	-2.009	-7.002	686	-6.146
Finanzerträge	32	284	55	409
Finanzaufwendungen	-221	-632	-1.441	-1.354
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-2.198	-7.350	-700	-7.091
Ertragsteuer	1.619	439	477	-40
Konzernergebnis	-579	-6.911	-223	-7.131
DAVON ENTFALLEN AUF:				
Anteilseigner der Muttergesellschaft	-593	-6.965	-240	-7.228
Minderheitsgesellschafter	-14	-54	-17	-97
ERGEBNIS JE AKTIE (EPS)				
unverwässert (in Euro)			78.074.696	78.074.696
verwässert (in Euro)			78.074.696	78.074.696
EPS unverwässert, bezogen auf die fortzuführenden Geschäftsberiche			0,00	-0,09
EPS verwässert, bezogen auf die fortzuführenden Geschäftsberiche			0,00	-0,09

Konzern Gesamtergebnisrechnung

TEUR	30.06.2009	30.06.2010
Periodenergebnis	-223	-7.131
Unterschiede aus Währungsumrechnungen	83	-69
Nettoverlust aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	0	0
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	83	-69
Gesamtergebnis nach Steuern	-140	-7.200
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner der Muttergesellschaft	-408	-7.308
Minderheitsgesellschafter	268	108

Cash Flow

TEUR	6 Monate 30.06.2009	6 Monate 30.06.2010
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-700	-7.091
BERICHTIGUNGEN FÜR		
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	4.506	4.739
Verlust/Gewinn aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-16	23
VERÄNDERUNG VON		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.018	6.745
Sonstigen Vermögenswerten	256	2.278
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2.465	-5.044
Sonstigen Schulden	-2.921	-4.658
Finanzerträgen	-55	-409
Finanzaufwendungen	1.441	1.354
Gezahlten/Erhaltenen Ertragsteuern	3.037	48
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	4.101	-2.015
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	339	525
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle und sonstige langfristige Vermögenswerte	-3.716	-3.333
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	-43	-1.890
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	281	664
Auszahlungen aus dem Erwerb von Tochterunternehmen abzgl. erworbener liquider Mittel	-4.061	0
Erhaltene Zinsen	69	198
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-7.131	-3.836
Aufnahme von Bankverbindlichkeiten	7.463	34.859
Gezahlte Zinsen für Kredite/Darlehen und Sicherungsinstrumente	-1.054	-1.093
Rückzahlung von Bankverbindlichkeiten	-4.806	-29.206
Rückzahlung an Dritte		-6
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	1.603	4.554
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere	-1.427	-1.297
Wechselkursbedingte Änderungen	305	-51
Liquide Mittel und Wertpapiere zu Beginn der Periode	5.612	7.262
Liquide Mittel und Wertpapiere am Ende der Periode	4.490	5.914

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

TEUR	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen	Bilanzgewinn	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	Summe	Minderheitenanteile	Summe Eigenkapital
Saldo zum 01.01.2009	70.985	-3.463	2.653	3.295	0	20.445	548	94.463	131	94.594
Periodenergebnis						-240		-240	17	-223
Sonstiges Ergebnis	4.466		-205				37	4.298	251	4.549
Saldo zum 30.06.2009	75.451	-3.463	2.448	3.295	0	20.205	585	98.521	399	98.920
Saldo zum 01.01.2010	78.075	-3.463	-89	3.295	0	22.209	362	100.389	456	100.845
Periodenergebnis						-7.228		-7.228	97	-7.131
Sonstiges Ergebnis							-80	-80	11	-69
Saldo zum 30.06.2010	78.075	-3.463	-89	3.295	0	14.981	282	93.081	564	93.645

Segmentbericht nach Vertriebswegen

30.06.2009

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Konzernwert
Umsatzerlöse	30.580	49.217	33.042	7.134	0	-10.466	109.507
-davon mit Dritten	30.226	49.192	23.867	6.222	0	0	109.507
-davon mit anderen Segmenten	354	25	9.175	912	0	-10.466	0
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-110	-70	-716	-68	-249	0	-1.213
Abschreibungen auf Sachanlagen	-1.647	-727	-746	-50	-69	0	-3.239
außerplanmäßige Abschreibungen	0	0	-54	0	0	0	-54
Zinsergebnis	-610	-34	-666	51	-128	1	-1.386
EBT	-1.017	4.379	-1.525	691	-3.228	0	-700
Ertragsteuern	-5	-962	137	-113	1.420	0	477
Jahresergebnis	-1.022	3.417	-1.388	578	-1.808	0	-223
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	39.229	44.916	58.667	13.660	212.421	-190.172	178.721
Investitionen in das langfristige Vermögen	721	1.590	1.112	78	6.296	0	9.797
Schulden	32.621	37.181	41.034	4.327	47.234	-77.489	84.908

30.06.2010

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Konzernwert
Umsatzerlöse	27.991	43.447	30.269	6.332	1	-11.996	96.044
-davon mit Dritten	26.579	44.431	19.678	5.356	0	0	96.044
-davon mit anderen Segmenten	1.412	-984	10.591	976	1	-11.996	0
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-124	-297	-1.069	-84	-182	0	-1.756
Abschreibungen auf Sachanlagen	-1.476	-694	-671	-54	-89	0	-2.984
außerplanmäßige Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0
Zinsergebnis	-602	-382	-761	50	749	1	-945
EBT	-1.934	-2.281	-2.769	764	-871	0	-7.091
Ertragsteuern	-7	-401	616	-246	-2	0	-40
Jahresergebnis	-1.941	-2.682	-2.153	518	-873	0	-7.131
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	36.816	41.153	62.186	12.477	217.107	-205.451	164.288
Investitionen in das langfristige Vermögen	746	715	1.755	22	35	0	3.273
Schulden	30.741	35.764	41.394	1.561	57.465	-90.375	76.550

Erläuterungen

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Beate Uhse AG ist Mutterunternehmen im Sinne des § 290 HGB. Aufgrund der Emittierung von Eigenkapitaltiteln auf dem Kapitalmarkt ist die Gesellschaft nach Artikel 4 der Verordnung Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 verpflichtet, den Konzernabschluss der Gesellschaft nach den IFRS zu erstellen. Dementsprechend wurde auch dieser Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2010 in Übereinstimmung mit den geltenden IFRS-Rechnungslegungsvorschriften aufgestellt. Anpassungen bei den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden waren nicht erforderlich. Der Zwischenbericht wurde neben den Vorschriften des internationalen Bilanzierungsstandards IFRS und in Übereinstimmung mit dem DRS 16 erstellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften entsprechen denen des letzten Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr 2009. Zur Verbesserung der Klarheit und Lesbarkeit werden in der Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Cash Flow-Rechnung des Beate Uhse Konzerns einzelne Posten zusammengefasst.

Eine prüferische Durchsicht des 6-Monatsberichts 2010 durch den Abschlussprüfer hat nicht stattgefunden.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis des Beate Uhse Konzerns hat sich seit dem Jahresabschluss 2009 nicht verändert.

Segmentberichterstattung

Im vorliegenden Zwischenbericht wurde die Berichtsstruktur des vorangegangenen Jahresabschlusses unverändert beibehalten.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wurde über die Division des Netto-Ergebnisses des Konzerns (ohne Minderheitenanteile) durch die Anzahl der Aktien ermittelt.

Veränderungen in den Organen

Im ersten Halbjahr 2010 gab es keine Veränderungen bei den Organen.

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Im Berichtszeitraum 1. Januar 2010 bis 30. Juni 2010 wurden Geschäfte mit folgenden nahestehenden Unternehmen und Personen getätigt:

Reuben Rotermund
Immo Almere B.V.
Summa Finance B.V.
Crop Registeraccountants
MVW Medien-Vertriebs GmbH
Gerard Cok
Consipio Holding B.V.
Mohist B.V.

Angaben zur Beate Uhse AG

Die Beate Uhse AG verfügt über kein eigenes operatives Geschäft. Sie fungiert innerhalb des Konzerns als Holding für die Tochtergesellschaften und Beteiligungen. In der AG werden die zentralen Konzern-Management-Funktionen Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Personal, Recht und Kommunikation erbracht. Die Ertragsentwicklung der Beate Uhse AG resultiert wesentlich aus den mit den Tochtergesellschaften abgeschlossenen Gewinnabführungsverträgen sowie weiteren Beteiligungserträgen und den mit ihrer Holding-Funktion verbundenen Aufwendungen.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter gemäß § 37y WpHG i.V.m. § 37w Abs. 2 Nr. 3 WpHG

Wir versichern nach bestem Gewissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Disclaimer

Dieser Zwischenbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen bzw. Schätzungen des Managements von Beate Uhse beruhen. Trotz der Annahme, dass die vorausschauenden Aussagen realistisch sind, kann nicht dafür garantiert werden, dass diese Erwartungen sich auch als richtig erweisen werden.

Der Bericht zum ersten Quartal 2010 ist online in deutscher und englischer Sprache verfügbar.

Datum	Ereignis
12. November 2010	Zwischenbericht: neun Monate 2010
22.-24. November 2010	Eigenkapitalforum 2010

Kontakt

Beate Uhse AG
Investor Relations
Jürgen Schulz / Birte Hennig

Telefon: 0049 (0)461 / 99 66 – 307
Fax: 0049 (0)471 / 99 66 – 99307
E-Mail: ir@beate-uhse.de
Website: www.beate-uhse.ag