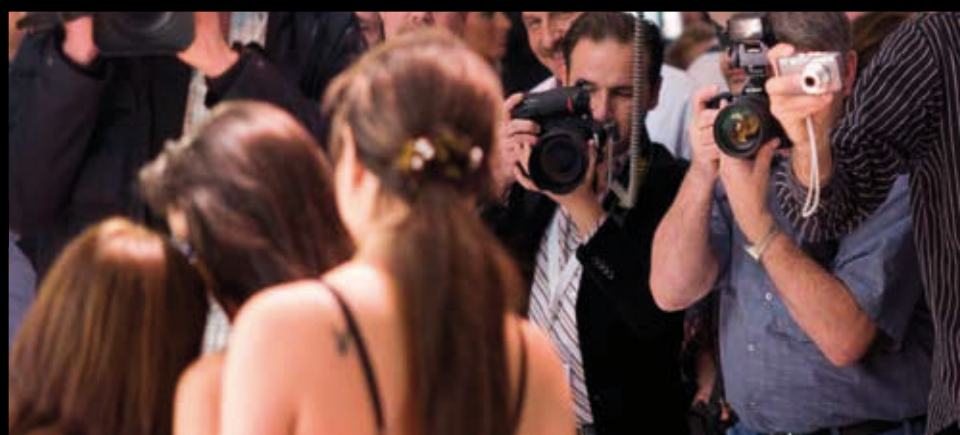


beate uhse

9-MONATSBERICHT 2009



Neue Medien und Digitalisierung eröffnen interessante Absatzchancen für die Erotik.



AUF DEM WEG ZUM DIGITALEN MARKTPLATZ FÜR EROTIK

Seit der Erfindung des Buchdrucks durch Gutenberg, die 1452 in Europa eine wahre Medienrevolution auslöste, hat das Internet so rasant wie kein anderes Medium die Welt und das Konsumverhalten verändert. Noch nie waren Menschen so global vernetzt wie heute. Historisch gesehen hat gleichzeitig kein anderes Thema die Medienerfindungen so stark beflügelt wie die Erotik. So zählten erotische Verse mit illustrativen Kupferstichen zu den allerersten Druckerzeugnissen, noch ein Jahr vor Erscheinen des ersten Hollywood-Spielfilms 1978 wurde der erste Sexfilm auf VHS-Kassette verkauft und das web 2.0 lebt in erster Linie von den erotischen Webcam-Aufnahmen, die sowohl von Profis als auch Amateuren ins Netz gestellt werden. Beate Uhse selbst hat diese Entwicklung angetrieben und war mit eigenen Community-Plattformen dieser Zeit weit voraus. Das gilt auch für den E-Commerce: Schon zu BTX Zeiten konnte man bei Beate Uhse im Jahre 1992 bequem am Bildschirm Erotikartikel bestellen.

Auch für die Zukunft sieht der Konzern in den multimedialen Kanälen großes Vermarktungspotenzial für seine Produkte und Filme. Mit der Akquisition der Playhouse-Gruppe Anfang des Jahres kaufte Beate Uhse hohe Expertise in den Neuen Medien und mehr als 8.000 bekannte Filmlabels ein, die die Filmbibliothek bereichern und die Wettbewerbsfähigkeit sowohl im Großhandel als auch im Internet-Geschäft stärken. Indem die Filme nicht nur auf der klassischen DVD, sondern über alle Kanäle der neuen Medien vertrieben werden, können die Rechte mehrfach verwertet und die Wertschöpfungskette optimal ausgenutzt werden. Dabei arbeitet Beate Uhse mit namhaften Partnern der Telekommunikationsbranche zusammen, über deren Plattformen und Dienste die Filme angeboten werden. Von dem üblichen Angebot setzt sich Beate Uhse erfolgreich mit High-End-Produktionen ab. Das Eigenlabel Daring! zählt zu den beliebtesten Titeln, die mehrfach prämiert und ausgezeichnet wurden. Die aufwändigen und im Zeitgeist gedrehten Szenen werden von einer neuen Konsumentengruppe gern gekauft, die Wert auf eine überzeugende Handlung, ein ansprechendes Ambiente und professionelle Darsteller legen. Auf der Venus in Berlin, dem Erotik-Mekka für 400 Aussteller aus 36 Ländern und 27.500 Besuchern jährlich, ist der Großhandelsstand von Scala ein wichtiger Treffpunkt für das „Who-is-Who“ der Branche.

KURZÜBERSICHT – BEATE UHSE AUF EINEN BLICK

TEUR		9 Monate 30.09.2008	9 Monate 30.09.2009	Abw. %
Umsatzentwicklung				
Einzelhandel		54.105	46.449	-14,2
Versandhandel		81.032	77.368	-4,5
Großhandel		41.098	38.015	-7,5
Entertainment		10.542	9.421	-10,6
Umsatz total		186.777	171.253	-8,3
Auslandsanteil des Umsatzes	%	61,8	64,5	4,3
Ertragslage				
EBITDA		18.375	7.857	-57,2
EBIT		10.108	522	-94,8
EBT		8.471	-1.636	-
Jahresüberschuss		8.240	266	-96,8
Weitere Ertragskennziffern				
Umsatzrendite vor Steuern	%	4,5	-1,0	-
Umsatzrendite nach Steuern	%	4,4	0,2	-96,5
Eigenkapitalrentabilität	%	8,7	0,3	-96,9
Rohertragsmarge	%	58,8	56,7	-3,5
Finanzlage				
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		7.080	6.357	-10,2
Investitionen		5.273	14.294	171,1
Abschreibungen		8.266	7.336	-11,3
Vermögens- und Kapitalstruktur (2008: per 31.12.)				
Bilanzsumme		176.441	191.819	8,7
Eigenkapital		94.594	99.219	4,9
Eigenkapitalquote	%	53,6	51,7	-3,5
Langfristige Vermögenswerte		92.249	95.415	3,4
Kurzfristige Vermögenswerte		83.442	96.404	15,5
Sonstige Angaben				
Mitarbeiter	total	1.339	1.206	-9,9
Personalaufwand		33.792	30.811	-8,8
Umsatzkosten		76.948	74.083	-3,7
Vertriebskosten		93.087	85.005	-8,7
Aktien				
Anzahl der Aktien		70.984.696	78.074.696	10,0
Schlusskurs	EUR	0,93	0,68	-26,9
Höchstkurs	EUR	2,03	0,87	-57,1
Tiefstkurs	EUR	0,93	0,42	-54,8
Ergebnis je Aktie	EUR	0,11	0,00	-100,0
Cash Flow je Aktie	EUR	0,23	0,10	-56,5

VORWORT DES VORSTANDS

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE DER BEATE UHSE AG,

noch nie gingen die Meinungen der Wirtschaftsexperten über den Ausgang der Finanzkrise so weit auseinander wie heute. Während die einen bereits vom Aufschwung sprechen, warnen die anderen vor zu verfrühtem Optimismus. Manche sind sogar überzeugt, dass der Beginn der echten Krise erst noch bevorsteht. Das macht es umso schwieriger, verlässliche Prognosen für die Zukunft abzugeben. So müssen wir uns auf unsere eigenen Beobachtungen und Erfahrungen stützen. Die Geschäftsentwicklung war in den letzten Monaten sehr uneinheitlich und die Umsätze variierten von Tag zu Tag und von Woche zu Woche. Während im Juli und August eine leichte Tendenz nach oben zu erkennen war, flachte hingegen im September die Konsumfreudigkeit unserer Kunden wieder ab. Wie sich der Verbraucher im Weihnachtsgeschäft verhält, ist schwer abzuschätzen.

Trotz der Herausforderungen des wirtschaftlichen Umfelds haben wir unsere Pläne konsequent umgesetzt. In diesem Jahr sind unsere Produkte und Aktionen interessanter denn je. Und die ersten Zahlen zeigen: Sie werden hervorragend angenommen. Das Wagnis, Elektronikartikel, Fitnessprodukte und Wohnaccessoires in den Katalog aufzunehmen, scheint aufzugehen. Nach den ersten Verkaufsergebnissen übertreffen die Absatzzahlen dieser Produkte und Katalogseiten unsere Erwartungen.

Im stationären Handel geht die Schere zwischen Premium-Shops und den traditionellen Shops immer weiter auseinander. Die Umsätze in den Premium-Shops, die sich mit einem offenen Styling und einem breit gefächerten Angebot von Wäsche, Liebespielzeugen und Wellnessprodukten an eine neue Zielgruppe von Frauen und Paaren wenden, entwickeln sich trotz der Konjunkturschwäche erfreulich gut. Hingegen sind die traditionellen Geschäfte mit Fokus auf Kabinen und Film stark rückläufig. Auch die Konzentration auf die Ländermarken zahlt sich aus. Die belgischen Shops, die auf die starke Marke Pabo umgestellt wurden, stehen deutlich besser da als die No Name Filialen. Unser Filialnetz in ganz Europa zu vereinheitlichen und dem Kunden in allen Ländern dasselbe Käuferlebnis zu bieten, ist die große Aufgabe. Dabei sollen auch unsere Lizenznehmer in diesen Prozess integriert werden. Um dies effizienter und professioneller zu gestalten, haben wir ein Franchise-Konzept entwickelt. Der erste Vertrag für die Niederlande konnte unter der Marke Christine le Duc in diesen Tagen bereits abgeschlossen werden. Für Deutschland, unseren größten und wichtigsten Markt, haben wir mit der personellen Neubesetzung der Geschäftsleitung des deutschen Einzelhandels zugleich einen Franchise-Experten für uns gewinnen können.

Im Marketing wurde die Vereinheitlichung der Vertriebswege vorangetrieben. Im Oktober hat das Team um Channel-Manager Erwin Cok mit Sandra Broeren professionelle Verstärkung bekommen. Mit marktadäquaten Konzepten und Kampagnen werden wir verstärkt die Kunden ansprechen, die für unsere Zukunft wichtig sind: selbstbewusste Frauen und experimentierfreudige Pärchen. Diese Zielgruppe erreichen wir punktgenau mit unserer Erlebnis-Ausstellung Amora, die wir Anfang Juli aus London in unser Beate Museum nach Berlin geholt und mit einem großen Presseaufgebot eröffnet haben. Hier fand im November der erste Sextalk statt, ein Liebesworkshop mit der bekannten Autorin Christine Janson. Der Stand auf Hannovers

großer Verbrauchermesse infa war ein weiteres Novum, um außerhalb der üblichen Verkaufsplattformen in den direkten Kontakt mit neuen Konsumenten zu treten. Die Resonanz der meist weiblichen Besucher war durchaus positiv.

Auch unsere traditionelle Präsenz auf der weltgrößten Erotik-Messe, der Venus in Berlin, wurde vom Fachpublikum honoriert. Längst hat sich der 330 Quadratmetergroße Stand, mit dem wir uns unter unserer Großhandelsmarke Scala präsentieren, zu einem beliebten Treffpunkt der Branche etabliert. An den fünf Messetagen wurden persönliche Kontakte vertieft und neue Geschäfte angebahnt.


In der gesamten Branche hat ein Umdenken eingesetzt: zwar hängen einige Anbieter, die vom Boom der Pornofilme profitierten, noch alten Zeiten nach, jedoch stellen sich auch immer mehr Anbieter auf einen neuen Markt ein. Während das Filmgeschäft mehr und mehr einbricht, wird das Angebot bei den Liebesspielzeugen immer bunter, innovativer und variationsreicher. Dennoch: Filme werden auch in Zukunft konsumiert werden – aber anders. Zum einen wird sich das Qualitätsniveau deutlich anheben. Unsere Filmproduktionen unter eigenem Label „Daring!“, das bereits mehrfach ausgezeichnet wurde, haben sich im Markt sehr gut etabliert und durch die Aufnahme der bekannten Filme von Playhouse haben wir unsere Bibliothek um viele qualitativ hochwertige Titel bereichert. Neben der Integration von Playhouse, mit der wir Synergieeffekte in Großhandel und Entertainment heben, haben wir in den Benelux-Ländern eine Vertriebskooperation mit der Private Media Group, einem weiteren bekannten Unternehmen der erotischen Unterhaltungsbranche, geschlossen. Zum anderen eröffnen sich mit den elektronischen Medien neue technische Vertriebskanäle, die von der jüngeren Generation gut angenommen werden. Diese verstärkt zu nutzen, insbesondere auch in Kooperation mit Telekommunikationsunternehmen, darin sehen wir gute Perspektiven.

Unsere Strategie für die Zukunft ist klar definiert und stützt sich auf vier Eckpfeiler:

- 1. Akquisition von neuen Zielgruppen mit Fokus auf Frauen und Paare**
- 2. Optimierung der bestehenden Vertriebswege und Erschließung neuer Absatzkanäle**
- 3. Erweiterung des Produktsortiments um Lifestyle-Angebote**
- 4. Multi-Channel-Ausrichtung der Vertriebswege mit Fokus auf drei Ländermarken**

Unser Ziel ist ganz klar: Beate Uhse als Lifestyle Unternehmen zu positionieren und zu dem universellen Marktplatz für Erotik für die ganze Welt aufzubauen.

Ihr



Serge van der Hoof
COO und Vorstandssprecher



Jan Boddaert
CMO

ZWISCHENLAGEBERICHT

GESCHÄFTS- UND RAHMENBEDINGUNGEN

Konjunkturelle Entwicklung

Die Finanzmärkte haben sich weiter stabilisiert, die Talsohle der Wirtschaftskrise scheint durchschritten. Ein leichter Anstieg der Industrieproduktion und die Zunahme von Auftragseingängen deuten auf eine konjunkturelle Erholung hin. Das Bruttoinlandsprodukt in der Eurozone lag im dritten Quartal laut Euro-zone economic outlook allerdings noch um 4,0 Prozent unter dem Vorjahr, im Vergleich zum Vorquartal hat es sich jedoch mit einem leichten Plus von 0,4 Prozent leicht erholt. Der private Konsum, mit 0,8 Prozent unter dem Vorjahreswert, legte mit 0,2 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal 2009 nur wenig zu.

In Deutschland zeigen die von den Konjunkturpaketen zur Verfügung gestellten Mittel langsam Wirkung. Der BIP-Rückgang von 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal verdeutlicht, dass sich die Wirtschaft noch auf einem niedrigen Niveau befindet. Insgesamt erwarten die Institute der Forschungsgruppe Gemeinschaftsdiagnose für das dritte Quartal 2009 jedoch einen BIP-Anstieg von 0,7 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Der deutsche Einzelhandel, zu dem auch der Versandhandel gehört, verzeichnete in den ersten neun Monaten 2009 mit -2,2 Prozent rückläufige Umsätze. Hier wirkte sich die Abwrackprämie nachteilig aus, da das Geld für den Autokauf an anderer Stelle eingespart wurde. Auch die verschlechterten Beschäftigungsaussichten trüben die Konsumausgaben.

Erotikmarkt

Neben den Auswirkungen der Wirtschaftskrise ist die Erotikindustrie zusätzlich von den Veränderungen innerhalb der Branche betroffen. Nur wenige Anbieter reagieren professionell auf den Wandel des Marktes und leiden verstärkt unter dem Verfall des ehemals umsatzträchtigen DVD-Geschäfts. Branchenfremde Anbieter drängen mit Sexspielzeugen, Dessous oder Wellnessartikeln zusätzlich in den Markt. Das Filmgeschäft hat sich weitestgehend ins Internet verlagert, wo kostenfreier Content meist geringer Qualität angeboten wird.

Beate Uhse hat sich auf den Wandel in der Branche eingestellt und wandelt sich zum Lifestyle-Unternehmen – mit einem trendigen Produktsortiment und modernen Shops, die dem Lebensgefühl neuer Zielgruppen, vor allem Paaren und Frauen, entsprechen. Die Vision ist, sich als der universelle Marktplatz für Erotik zu etablieren.

ERTRAGSLAGE

Umsatzentwicklung

Beate Uhse erzielte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2009 Umsatzerlöse in Höhe von 171,3 Mio. Euro. Damit liegt der Konzern wie erwartet unter dem Vorjahresniveau von 186,8 Mio. Euro. Im dritten Quartal – separat betrachtet – beläuft sich der Umsatz auf 61,7 Mio. Euro gegenüber 65,4 Mio. Euro im Vorjahr. Der Rückgang ist neben der generellen Konsumzurückhaltung der Verbraucher vor allem auf die Schließung unrentabler Filialen im Rahmen der erfolgreich abgeschlossenen Restrukturierung zurückzuführen.

Bei den Ländermärkten überzeugte vor allem der wichtige niederländische Markt mit einem deutlichen Umsatzplus von 5,0 Prozent. Hier konnte die positive Entwicklung des ersten Halbjahres im dritten Quartal dank der guten Entwicklung der Online-Shops noch gesteigert werden. Auch der belgische Markt entwickelte sich mit einem Umsatzzuwachs von 5,2 Prozent sehr positiv. Hier wirkte sich vor allem die Umstellung der Shops auf die Ländermarke Pabo positiv aus. Die großen Ländermärkte Deutschland und Frankreich leiden dagegen unter der rezessionsbedingten Konsumzurückhaltung der Verbraucher. Hier macht sich insbesondere die staatlich geförderte Abwrackprämie nachteilig bemerkbar, da die Konsumenten zugunsten des neuen Autos bei anderen Ausgaben sparen.

UMSATZ NACH REGIONEN

TEUR	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Deutschland	71.339	60.823	-14,7
Niederlande	33.302	34.977	5,0
Belgien	11.785	12.393	5,2
Frankreich	32.733	30.515	-6,8
Großbritannien	7.706	5.901	-23,4
Österreich	8.200	6.908	-15,8
Skandinavien	9.799	8.225	-16,1
Italien	1.500	2.104	40,3
Übrige Regionen	10.412	9.406	-9,7
	186.777	171.253	-8,3

Ertragsentwicklung

Die Umsatzkosten sanken im Berichtszeitraum unterproportional zum Umsatz um 3,7 Prozent auf 74,1 Mio. Euro (2008: 76,9 Mio. Euro). Ursache dafür sind die Margenverluste vor allem im Großhandel, die durch den stärkeren Preiswettbewerb im Filmgeschäft eingetreten sind, und ein höherer Wareneinsatz. Das Bruttoergebnis zum Umsatz verringerte sich somit um 11,5 Prozent auf 97,2 Mio. Euro, gegenüber 109,8 Mio. Euro im Vorjahr. Dies entspricht einer Bruttomarge

von 56,7 Prozent (2008: 58,8 Prozent). Die sonstigen betrieblichen Erträge reduzierten sich deutlich von 13,9 Mio. Euro im Vorjahr auf 9,0 Mio. Euro aufgrund der 2008 erhaltenen Versicherungsleistung in Höhe von 4,0 Mio. Euro. Die Vertriebskosten konnten dank einer optimierten Belieferung im Versandhandel überproportional um 8,7 Prozent auf 85,0 Mio. Euro gesenkt werden (2008: 93,1 Mio. Euro). Gleichzeitig fielen geringere Aufwendungen im Einzelhandel durch die Filialbereinigung an. Die allgemeinen Verwaltungskosten sind dagegen nur leicht auf 19,8 Mio. Euro (2008: 20,0 Mio. Euro) gesunken. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich durch Kursdifferenzen im Zusammenhang mit Darlehen im Konzernverbund von 0,7 Mio. Euro auf 0,8 Mio. Euro. Der gleiche Effekt führte in den Monaten Juli bis September 2009 zu einem Ertrag bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 0,3 Mio. Euro.

Der Vergleich der Ergebniszahlen wird durch die im Vorjahr erhaltene Versicherungsleistung für den Wasserschaden erschwert, die sich mit 4,0 Mio. Euro positiv auf das Vorjahresergebnis auswirkte. Das EBIT sank deutlich von 10,1 Mio. Euro auf 0,5 Mio. Euro. Das Finanzergebnis verschlechterte sich von -1,6 Mio. Euro auf -2,2 Mio. Euro, vor allem aufgrund des Swap-Effektes von -0,5 Mio. Euro. Somit liegt das Vorsteuerergebnis mit -1,6 Mio. Euro deutlich unter dem Vorjahr von 8,5 Mio. Euro. Der Steueraufwand wurde durch eine Steuererstattung ausgeglichen, so dass das Ergebnis mit 1,9 Mio. Euro positiv beeinflusst wurde. Das Konzernergebnis für die ersten drei Quartale 2009 liegt damit bei 0,3 Mio. Euro gegenüber 8,2 Mio. Euro im Vorjahr. Das Ergebnis je Aktie beträgt 0,00 Euro (2008: 0,11 Euro).

Segmententwicklung

Einzelhandel

TEUR	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Umsatz	54.105	46.449	-14,2
EBITDA	4.428	2.069	-53,3
EBIT	970	-543	-
EBT	-141	-1.490	956,7
Investitionen	1.542	1.439	-6,7

Der Umsatz im Einzelhandel sank erwartungsgemäß von 54,1 Mio. Euro auf 46,4 Mio. Euro, da im Vergleich zum Vorjahr das Filialnetz um 11 Filialen bereinigt wurde. Die Strategie, sich auf zwei Ladenmodelle – Premium-Erotikstores und Fun Center unter starken Ländermarken – zu konzentrieren, zeigt positive Effekte. Diese entwickeln sich im Vergleich zu den No Name-Shops deutlich besser. Die ersten beiden eröffneten Outlet-Stores (1. September in Wageningen, Holland und 28. August in Hannover) haben sich für den Abverkauf von Überhängen bewährt. Während bei den neuen Sortimentsangeboten mit Toys, Wellnessartikeln und Dessous die Nachfrage steigt, sind der Absatz bei den DVDs und das Kabinen- und Kinogeschäft weiterhin rückläufig.

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN EIGENE SHOPS

	9 Monate		9 Monate	
	30.09.2008	%	30.09.2009	%
Deutschland	60	40,8	54	39,7
Italien	6	4,1	6	4,4
Niederlande	58	39,5	55	40,4
Belgien	11	7,5	9	6,6
Frankreich	7	4,8	7	5,1
Schweiz	1	0,7	1	0,7
Norwegen	4	2,7	4	2,9
	147	100,0	136	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	9 Monate		9 Monate	
	30.09.2008	%	30.09.2009	%
Deutschland	60	46,5	59	45,4
Österreich	44	34,1	44	33,8
Norwegen	4	3,1	5	3,8
Italien	1	0,8	1	0,8
Polen	12	9,3	12	9,2
Slowenien	6	4,7	6	4,6
Ungarn	2	1,6	3	2,3
	129	100,0	130	100,0

Das Vorsteuerergebnis im Einzelhandel beläuft sich nach neun Monaten auf -1,4 Mio. Euro (2008: -0,1 Mio. Euro). Belastet wird das Ergebnis vornehmlich durch den sinkenden Konsum von Filmen auf DVD und in den Kabinen.

Die Investitionen in Höhe von 1,4 Mio. Euro (2008: 1,5 Mio. Euro) betrafen vor allem die Shopumbauten.

Versandhandel

TEUR	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Umsatz	81.032	77.368	-4,5
EBITDA	10.911	6.119	-43,9
EBIT	9.427	4.738	-49,7
EBT	9.190	4.605	-49,9
Investitionen	1.084	2.056	89,7

Der Umsatz im Versandhandel verringerte sich trotz wirtschaftsbedingter Konsumzurückhaltung nur leicht von 81,0 Mio. Euro auf 77,4 Mio. Euro. Die eingeleiteten Strategien für ein optimiertes Kundenmanagement sowie die Sortimentserweiterung um neue Produkte rund um die Themen Wohnen, Kochen, Wellness zeigen positive Effekte. Speziell in Holland und Belgien machen sich die Maßnahmen mit einem Umsatzplus von 8 bzw. 7 Prozent bemerkbar. Im britischen Markt sind dagegen deutliche Umsatzeinbußen durch weniger Bestellungen und den Kursrückgang des britischen Pfunds zu verzeichnen. Die Online-Bestellungen konnten weiterhin gesteigert werden und machen inzwischen einen Anteil von 40 Prozent, in den Niederlanden sogar schon von 49 Prozent aus.

Der Versandhandel erzielte ein Vorsteuerergebnis von 4,6 Mio. Euro nach 5,2 Mio. Euro (ohne Versicherungsleistung) im Vorjahr. Der Rückgang ist auf die Konsumzurückhaltung insbesondere in den großen Märkten Deutschland und Frankreich zurückzuführen.

Investiert wurden im Berichtszeitraum insgesamt 2,1 Mio. Euro (2008: 1,1 Mio. Euro), vor allem in Software.

Großhandel

TEUR	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Umsatz	41.098	38.015	-7,5
EBITDA	4.113	1.715	-58,3
EBIT	1.452	-902	-
EBT	482	-1.927	-
Investitionen	2.180	1.553	-28,8

Der Großhandel erwirtschaftete in den ersten neun Monaten 2009 Umsatzerlöse in Höhe von 38,0 Mio. Euro nach 41,1 Mio. Euro im Vorjahr. Nachdem im ersten Halbjahr die negativen Auswirkungen der wirtschaftsbedingten Konsumschwäche sowie die Probleme der Abnehmer durch den Wandel im Erotikmarkt den Umsatz deutlich belasteten, konnte dieser Trend im dritten Quartal gestoppt und wieder ein leichtes Umsatzplus generiert werden. Die Synergieeffekte aus der Playhouse-Übernahme wirkten sich hier positiv aus: Einkaufsvorteile, Reduzierung der Vertriebskosten, Ergänzung des Produktsortiments um bekannte Playhouse-Labels.

Aufgrund des Umsatzrückgangs und geringerer Margen liegt das EBT mit -1,9 Mio. Euro deutlich unter dem Vorjahr von 0,5 Mio. Euro.

Die Investitionen in Höhe von 1,6 Mio. Euro (2008: 2,2 Mio. Euro) betrafen vor allem den Einkauf von Filmrechten.

Entertainment

TEUR	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Umsatz	10.542	9.421	-10,6
EBITDA	2.103	1.257	-40,2
EBIT	1.905	1.077	-43,5
EBT	2.026	1.141	-43,7
Investitionen	204	221	8,5

Die Umsatzverluste des Entertainments konnten im Verlauf des Jahres zwar abgebremst werden, jedoch blieb der Umsatz mit 9,4 Mio. Euro unter dem Vorjahresniveau von 10,5 Mio. Euro. Besonders im Telefoniegeschäft ist die Konsumzurückhaltung der Kunden deutlich zu spüren, die nur durch höhere Werbeaufwendungen kompensiert werden konnte und somit das Ergebnis stark belastete. Die Integration der Playhouse-Filme in die eigenen Erlösmodelle sowie die Digitalisierung schreiten planmäßig voran.

Das Vorsteuerergebnis verringerte sich durch den Umsatzrückgang auf 1,1 Mio. Euro (2008: 2,0 Mio. Euro). Darüber hinaus belasteten Aufwendungen zur Analyse des Userverhaltens das Ergebnis.

Der Entertainment-Bereich investierte insgesamt 0,2 Mio. Euro (2008: 0,2 Mio. Euro), davon den Großteil in die Internationalisierung.

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die Vermögenslage im Beate Uhse Konzern wurde maßgeblich durch die Integration der Playhouse-Gruppe zum 1. April 2009 beeinflusst. Die Bilanzsumme stieg dadurch zum 30. September 2009 deutlich von 176,4 Mio. Euro auf 198,8 Mio. Euro.

Aktiva

Die langfristigen Vermögensgegenstände sind um 3,2 Mio. Euro auf 95,4 Mio. Euro gewachsen (2008: 92,2 Mio. Euro). Durch die Playhouse-Akquisition ist dabei vor allem der Geschäfts- oder Firmenwert von 15,2 Mio. Euro auf 20,2 Mio. Euro gestiegen. Auch die immateriellen Vermögenswerte erhöhten sich im Zuge der Transaktion auf 13,0 Mio. Euro (2008: 11,0 Mio. Euro). Aufgrund planmäßiger Abschreibungen sanken die Sachanlagen um 2,1 Mio. Euro auf 26,1 Mio. Euro (2008: 28,2 Mio. Euro). Von den latenten Steueransprüchen wurden 1,5 Mio. Euro aufgelöst, so dass sich diese nun auf 6,6 Mio. Euro beziffern lassen (2008: 8,1 Mio. Euro).

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen deutlich von 83,4 Mio. Euro zum 31. Dezember 2009 auf 96,4 Mio. Euro. Verantwortlich für diesen Anstieg sind vor allem die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die sich von 27,4 Mio. Euro auf 36,6 Mio. Euro erhöht haben. Hintergrund ist neben einem Anstieg der Forderungen im Versandhandel auch die Konsolidierung der Playhouse-Gruppe sowie im dritten Quartal 2009 durchgeführte Messen im Großhandel. Die Vorräte sind angesichts der Playhouse-Akquisition um 4,6 Mio. Euro auf 44,8 Mio. Euro angestiegen (2008: 40,2 Mio. Euro). Die Ertragsteuererstattungsansprüche sanken durch erhaltene Zahlungen deutlich von 3,4 Mio. Euro auf 1,3 Mio. Euro. Die flüssigen Mittel erhöhten sich von 5,6 Mio. Euro auf 7,0 Mio. Euro.

Passiva

Die Veränderungen auf der Passivseite sind neben der Playhouse-Übernahme auch auf die anstehende Ablösung des Konsortialkreditvertrages zurückzuführen.

Das Eigenkapital erhöhte sich um 4,6 Mio. Euro auf 99,2 Mio. Euro (2008: 94,6 Mio. Euro). Verantwortlich für den Anstieg ist die im Zuge der Playhouse-Übernahme durchgeführte Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital um 7.090.000 Aktien. Da gemäß IFRS im Konzern der Wert der Aktien zum Stichtag der Übernahme am 1. April 2009 angesetzt werden muss (0,63 Euro), erhöhte sich das gezeichnete Kapital von 71,0 Mio. Euro auf 75,5 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote zum 30. September 2009 lag bei 51,7 Prozent (2008: 53,6 Prozent).

Die langfristigen Schulden sanken durch die anstehende Ablösung des Konsortialkreditvertrages deutlich von 39,6 Mio. Euro auf 13,3 Mio. Euro. Der Konsortialkredit wurde daher von den langfristigen Darlehen in den kurzfristigen Teil der langfristigen Darlehen umgegliedert. Die verzinslichen Darlehen belaufen sich somit auf 5,4 Mio. Euro (2008: 32,3 Mio. Euro). Die sonstigen finanziellen Schulden stiegen durch die negative Zinsswapbewertung von 0,8 Mio. Euro auf 1,3 Mio. Euro.

Bei den kurzfristigen Schulden wirkt sich bei dem Anstieg von 42,3 Mio. Euro auf 79,3 Mio. Euro der gegenläufige Effekt aus der Umgliederung des Konsortialkredits aus. Die Position kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen erhöhte sich somit von 0,8 Mio. Euro auf 31,3 Mio. Euro. Im Rahmen der Erstkonsolidierung von Playhouse stiegen auch die sonstigen finanziellen Schulden von 14,2 Mio. Euro auf 18,0 Mio. Euro, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 20,2 Mio. Euro auf 22,6 Mio. Euro und die kurzfristigen Darlehen von 0,3 Mio. Euro auf 2,6 Mio. Euro. Die sonstigen Rückstellungen sanken durch die Auflösung einer Videosteuer von 2,7 Mio. Euro auf 1,0 Mio. Euro.

Cash Flow und Investitionen

Der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit verringerte sich im Berichtszeitraum leicht von 7,1 Mio. Euro auf 6,4 Mio. Euro und setzt sich aus stark gegenläufigen Effekten zusammen. Zum einen wurde der Cash Flow durch den Zuwachs der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 6,8 Mio. Euro gemindert. Zum anderen wirkte sich eine Steuererstattung aus den Niederlanden positiv auf den Cash Flow aus.

Im Wesentlichen bedingt durch die Playhouse-Akquisition erhöhte sich der Cash Flow aus Investitionstätigkeit von -3,4 Mio. Euro auf -8,6 Mio. Euro. Die Investitionen stiegen von 5,3 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 14,3 Mio. Euro.

Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit erhöhte sich durch eine verstärkte Ausnutzung der Kreditlinien von -4,2 Mio. Euro auf 3,5 Mio. Euro. Analog zum Vorjahr beliefen sich die liquiden Mittel zum Ende der Periode auf 6,9 Mio. Euro.

INVESTITIONEN NACH REGIONEN

TEUR	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Deutschland	1.416	10.204	620,7
Niederlande	2.448	3.013	23,1
Belgien	206	56	-72,8
Frankreich	92	182	98,2
Großbritannien	56	67	20,2
Österreich	3	9	214,1
Sonst. Europa	1.054	763	-27,6
	5.273	14.294	171,1

MITARBEITER

Die Mitarbeiteranzahl im Beate Uhse Konzern reduzierte sich gegenüber dem Vorjahresstichtag von 1.339 auf 1.206 Beschäftigte. Hier wirkten sich vor allem die Filialschließungen im Einzelhandel aus.

MITARBEITER BEATE UHSE KONZERN

Nach Regionen	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Deutschland	634	532	-16,1
Niederlande	490	489	-0,2
Belgien	28	21	-25,0
Frankreich	70	59	-15,7
Großbritannien	6	7	16,7
Österreich	12	6	-50,0
Skandinavien	50	42	-16,0
Italien	15	15	0,0
Sonst. Europa	49	35	-28,6
	1.354	1.206	-10,9

Nach Segmenten	9 Monate	9 Monate	Abw. %
	30.09.2008	30.09.2009	
Einzelhandel	759	643	-15,3
Versandhandel	247	235	-4,7
Großhandel	219	215	-1,8
Entertainment	82	73	-11,0
Holding Services	32	40	25,0
	1.339	1.206	-9,9

AKTIE

Performance & Liquidität

Die internationalen Kapitalmärkte haben sich im dritten Quartal 2009 weiter von den Turbulenzen der Finanzkrise erholt. Der DAX hat seit seinem Jahrestiefststand im März 2009 deutlich zugelegt und notierte zum 30. September 2009 mit 5.675 Punkten sogar 16,8 Prozent über dem Jahresanfangskurs. Der deutsche Small Cap Index SDAX konnte zwar ebenfalls seit Jahresbeginn ein deutliches Plus von 23,5 Prozent verbuchen, ist aber noch weit von den Höchstständen vor der Finanzkrise entfernt. Die Beate Uhse Aktie entwickelte sich ebenfalls positiv. Mit einem Kurs von 0,68 Euro zum 30. September 2009 liegt die Aktie 11,5 Prozent über dem Jahreseröffnungskurs von 0,61 Euro. Die Marktkapitalisierung zum Stichtag beträgt 53,1 Mio. Euro. Durchschnittlich wurden 47.447 Beate Uhse Aktien pro Tag in den ersten neun Monaten 2009 auf XETRA gehandelt.

Investor Relations

Auch im dritten Quartal 2009 standen der Vorstand und das Investor Relations Team wieder in regem Dialog mit Aktionären, Analysten und Journalisten und informierten über die neuesten Ereignisse und die Lage von Beate Uhse.

Auf dem Deutschen Eigenkapitalforum in Frankfurt, mit 5.000 Teilnehmern Europas größte Investoren- und Analystenkonferenz, präsentierte Serge van der Hooft Anfang November das Unternehmen und erläuterte die vier strategischen Eckpfeiler, um Beate Uhse zum Lifestyle-Unternehmen zu positionieren und erfolgreich die Marktführerschaft zu behaupten.

KURSENTWICKLUNG

EUR	9 Monate	9 Monate
	30.09.2008	30.09.2009
Eröffnung	1,85	0,61
Schluss	0,93	0,68
Hoch	2,03	0,87
Tief	0,93	0,42
Entwicklung (in Prozent)	-49,7	11,5

Basis: Xetra

KENNZAHLEN ZUR BEATE UHSE AKTIE

		9 Monate	9 Monate
		30.09.2008	30.09.2009
EPS	EUR	0,11	0,00
KGV		6	150
KCF		3,0	5,3
Kurs/Umsatz		0,3	0,2
Kurs/EBITDA		2,7	5,1
Kurs/Buchwert		0,8	0,7
Buchwert je Aktie	EUR	1,2	1,0
Grundkapital	Stück	70.984.696	78.074.696
Marktkapitalisierung gesamt	in Mio. EUR	66,0	53,1
Marktkapitalisierung Free Float	in Mio. EUR	34,9	25,3
Ø Umsatz/Tag	Stück	42.069	47.447

Basis: Xetra

RISIKOBERICHT

Seit Erstellung des Geschäftsberichts 2008 haben sich keine abweichenden Risikofaktoren zu den im Kapitel Risikobericht erläuterten Risiken für den Beate Uhse Konzern ergeben.

NACHTRAGSBERICHT

Zwischen dem Ende des Berichtszeitraums und der Erstellung dieses Berichts sind keine Ereignisse von besonderer Bedeutung eingetreten, über die an dieser Stelle zu berichten wäre.

PROGNOSEBERICHT

Die Aussichten auf eine konjunkturelle Belebung in der Eurozone haben sich dank der staatlichen Konjunkturpakete deutlich verbessert, wenngleich die Unterauslastung der Kapazitäten und restriktive Kreditkonditionen nach wie vor belastend wirken. Für das Gesamtjahr 2009 rechnen die Experten des Euro-zone economic outlooks mit einer Verringerung des BIP von 4,1 Prozent. Der private Konsum soll im vierten Quartal 2009 leicht um 0,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal zurückgehen, da sich die Lage am Arbeitsmarkt zunehmend verschärft.

In Deutschland rechnen die Experten der Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose für das Gesamtjahr 2009 mit einer Verringerung des BIP von 5,0 Prozent. Erst im kommenden Jahr soll sich die auf einem niedrigen Niveau befindende Konjunktur wieder langsam beleben. Für 2010 erwarten die Experten einen leichten Anstieg des BIP von 1,2 Prozent. Angesichts einer schrittweisen Rückführung der Kurzarbeit ist für die kommenden Monate ein weiterer Anstieg der Arbeitslosigkeit zu erwarten, der sich auch auf den privaten Konsum auswirkt. Im Gesamtjahr 2009 soll der private Konsum noch mit einer Rate von 0,7 Prozent zulegen, im kommenden Jahr erwarten die Experten jedoch einen leichten Rückgang von 0,2 Prozent.

Beate Uhse wird trotz des wirtschaftlich schwierigen Umfelds die strategischen Ziele konsequent weiter umsetzen und die Multi-Channel-Ausrichtung aller B2C-Kanäle vorantreiben. Die Strategie auf starke Ländermarken und Premium-Konzepte zu setzen erweist sich als richtig. Mit individuellen Konzepten und Marketingkampagnen werden insbesondere Frauen und Paare angesprochen – hier sieht Beate Uhse großes Potential für die Zukunft. Der Konzern arbeitet weiter daran, das Filialnetz in ganz Europa zu vereinheitlichen und dem Kunden überall das gleiche Einkaufserlebnis zu bieten. Darüber hinaus wird im Einzelhandel das Franchise-Konzept vorangetrieben. Der erste Vertrag konnte bereits in diesem Jahr in den Niederlanden abgeschlossen werden.

Das vierte Quartal ist mit dem Weihnachtsgeschäft traditionell der umsatzstärkste Zeitraum für Beate Uhse. Ein neu konzipierter Katalog, der erstmals neue Themenwelten wie Wohnaccessoires und Elektronikartikel beinhaltet, findet eine sehr positive Resonanz. Nach ersten Verkaufszahlen übertrifft der Absatz der erstmals angebotenen Produktgruppen, insbesondere der elektronischen Gadgets, die Erwartungen. Wie sich der Verbraucher in diesem Jahr zu Weihnachten verhält, ist aufgrund der weiterhin gedämpften Wirtschaftsstimmung schwer einzuschätzen. Dennoch hält Beate Uhse an seiner Prognose vorerst fest. Bei gegenüber dem Vorjahr geringeren Umsätzen wird ein positives EBIT in Höhe von rund 3 Mio. Euro erwartet.

BILANZ**AKTIVA**

TEUR	31.12.2008	30.09.2009
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	11.010	12.990
Geschäfts- oder Firmenwert	15.230	20.223
Sachanlagen	28.211	26.130
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	3.935	3.513
Beteiligungen	25.757	25.947
Latente Steueransprüche	8.106	6.612
	92.249	95.415
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	40.201	44.778
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.356	36.601
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte und sonstige Vermögenswerte	6.859	6.700
Ertragsteuererstattungsansprüche (kurzfristig)	3.414	1.333
Flüssige Mittel	5.612	6.992
	83.442	96.404
Vermögenswerte die zur Veräußerung gehalten werden	750	0
Bilanzsumme	176.441	191.819

PASSIVA

TEUR	31.12.2008	30.09.2009
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	70.985	75.451
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-3.463	-3.463
Kapitalrücklagen	2.653	2.535
Gewinnrücklagen	3.295	3.295
Bilanzgewinn	20.445	20.646
Ausgleichsposten Währungsumrechnung	548	289
Minderheitenanteile	131	466
	94.594	99.219
Langfristige Schulden		
Verzinsliche Darlehen	32.344	5.368
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.968	3.911
Sonstige Rückstellungen	2.156	2.133
Sonstige finanzielle Schulden	778	1.332
Latente Steuerschulden	333	584
	39.579	13.328
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20.176	22.591
Sonstige finanzielle Schulden	14.241	18.045
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	259	259
Sonstige Rückstellungen	2.724	1.033
Ertragsteuerschulden	3.803	3.488
Darlehen	255	2.587
Kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen	810	31.269
	42.268	79.272
Bilanzsumme	176.441	191.819

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG KONZERN

TEUR	Q3/2008 01.07.-30.09.2008	Q3/2009 01.07.-30.09.2009	9 Monate 30.09.2008	9 Monate 30.09.2009
FORTGEFÜHRTE GESCHÄFTSBEREICHE				
Umsatzerlöse	65.393	61.746	186.777	171.253
Umsatzkosten	-26.473	-26.432	-76.948	-74.083
Bruttoergebnis vom Umsatz	38.920	35.314	109.829	97.170
Sonstige betriebliche Erträge	3.445	1.712	13.920	8.987
Vertriebskosten	-32.295	-30.515	-93.087	-85.005
Allgemeine Verwaltungskosten	-6.849	-6.964	-20.019	-19.809
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-13	289	-740	-821
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	54	0	190	0
Übriges Beteiligungsergebnis	0	0	15	0
Betriebsergebnis (EBIT)	3.262	-164	10.108	522
Finanzerträge	-189	87	392	142
Finanzaufwendungen	-665	-859	-2.029	-2.300
Ergebnis vor Steuern (EBT)	2.408	-936	8.471	-1.636
Ertragssteuer	2.815	1.425	-231	1.902
Konzernergebnis	5.223	489	8.240	266
DAVON ENTFALLEN AUF:				
Anteilseigner der Muttergesellschaft	5.102	408	8.110	202
Minderheitsgesellschafter	-121	-81	-130	-64
ERGEBNIS JE AKTIE (EPS)				
unverwässert (in EUR)			0,11	0,00
verwässert (in EUR)			0,11	0,00

CASH FLOW

TEUR	9 Monate 30.09.2008	9 Monate 30.09.2009
CASH FLOW AUS DER LAUFENDEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT		
Betriebsergebnis (EBIT) fortgeführte und eingestellte Geschäftsbereiche	10.108	522
BERICHTIGUNGEN FÜR:		
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus IFRS 2	48	0
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	8.252	7.336
Verlust/Ertrag aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	56	-10
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	-185	0
VERÄNDERUNGEN DER:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	417	-6.754
Sonstigen Vermögenswerte	-3.304	4.844
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-6.458	1.168
Sonstigen Schulden	-231	-3.891
Erhaltenen Zinsen	392	207
Gezahlten Zinsen für Kredite/Darlehen und Sicherungsinstrumente	-2.280	-1.805
Erstatteten/Gezahlten Ertragssteuern	266	4.740
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	7.080	6.357
CASH FLOW AUS DER INVESTITIONSTÄTIGKEIT		
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	4.398	673
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle und sonstige langfristige Vermögenswerte	-6.313	-6.161
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	-1.431	327
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	6	475
Auszahlung aus dem Erwerb von Tochterunternehmen abzüglich erworbener liquider Mittel	-98	-3.876
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-3.438	-8.562
CASH FLOW AUS DER FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT		
Kapitalzuführung (Verkauf eigener Aktien)	25.516	0
Aufnahme von Bankverbindlichkeiten	28.009	8.413
Rückzahlung von Bankverbindlichkeiten	-57.686	-4.895
Rückzahlung an Dritte	0	-9
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-4.161	3.509
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere	-520	1.304
Wechselkursbedingte Änderungen	101	76
Liquide Mittel und Wertpapiere zu Beginn der Periode	7.408	5.612
Liquide Mittel und Wertpapiere am Ende der Periode	6.990	6.992
ZUSAMMENSETZUNG DES FINANZMITTELBESTANDES AM ENDE DER PERIODE		
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks, Wertpapiere	6.977	6.992
Kurzfristige Geldanlage	13	0
	6.990	6.992

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

TEUR	Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital									
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen	Bilanzgewinn	Ausgleichs-Währungsumrechnung	Summe	Minderheitenanteile	Summe Eigenkapital
Saldo zum 1. Januar 2008	47.324	-3.463	745	3.295	133	18.235	-41	66.228	139	66.367
Fremdwährungsumrechnung							101	101	-73	28
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses							101	101	-73	28
Konzernergebnis						8.110		8.110	130	8.240
Gesamtes Periodenergebnis						8.110	101	8.211	57	8.268
Kapitalerhöhung	23.661		1.903					25.564		25.564
Saldo zum 30. September 2008	70.985	-3.463	2.648	3.295	133	26.345	60	100.003	196	100.199
Saldo zum 1. Januar 2009	70.985	-3.463	2.653	3.295	0	20.445	548	94.463	131	94.594
Fremdwährungsumrechnung							-259	-259	271	12
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses							-259	-259	271	12
Konzernergebnis						201		201	64	265
Kapitalerhöhung	4.466		-118					4.348		4.348
Saldo zum 30. September 2009	75.451	-3.463	2.535	3.295	0	20.646	289	98.753	466	99.219

KONZERN-AUFSTELLUNG DER ERFASSTEN ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

TEUR	30.09.2008	30.09.2009
Erfolgswirksame Eigenkapitalveränderungen:		
Quartalsüberschuss	8.240	265
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen:		
Fremdwährungsumrechnung	28	12
Kapitalerhöhung	25.564	4.348
Direkt im Eigenkapital erfasste Wertänderungen	25.592	4.360
Gesamtergebnis des III. Quartales	33.832	4.625
Anteile Minderheiten	57	335
Anteil Beate Uhse Konzern	33.775	4.290

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.09.2008

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Konzernwert
Umsatzerlöse	54.482	81.084	58.279	12.350	0	-19.418	186.777
-davon mit Dritten	54.105	81.032	41.098	10.542	0	0	186.777
-davon mit anderen Segmenten	377	52	17.181	1.808	0	-19.418	0
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-248	-59	-1.434	-121	-323	0	-2.185
Abschreibungen auf Sachanlagen	-3.210	-1.425	-1.137	-77	-128	0	-5.977
Außerplanmäßige Abschreibungen	0	0	-90	0	0	0	-90
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0	0	0	-15	0	-15
Zinsergebnis	-1.111	-237	-970	121	561	-1	-1.637
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	190	0	190
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	0	0	15	0	0	0	15
EBT	-141	9.190	482	2.026	-3.086	0	8.471
Ertragsteuern	-14	-580	-51	-474	888	0	-231
Jahresergebnis	-155	8.610	431	1.552	-2.198	0	8.240
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	42.833	36.877	53.385	14.641	193.195	-171.712	169.219
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	1.678	0	1.678
Investitionen in das langfristige Vermögen	1.542	1.084	2.180	204	265	0	5.275
Schulden	37.704	25.710	36.037	4.523	43.843	-70.535	77.282

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.09.2009

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Konzernwert
Umsatzerlöse	46.952	77.764	52.493	10.824	0	-16.780	171.253
-davon mit Dritten	46.449	77.368	38.015	9.421	0	0	171.253
-davon mit anderen Segmenten	503	396	14.478	1.403	0	-16.780	0
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-166	-111	-1.454	-100	-446	0	-2.277
Abschreibungen auf Sachanlagen	-2.446	-1.270	-1.091	-80	-99	0	-4.986
Außerplanmäßige Abschreibungen	0	0	-72	0	0	0	-72
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0	0	0	0	0	0
Zinsergebnis	-947	-133	-1.025	64	-116	-1	-2.158
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	0	0	0
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	0	0	0	0	0	0	0
EBT	-1.490	4.605	-1.927	1.141	-3.965	0	-1.636
Ertragsteuern	-34	-964	229	-240	2.911	0	1.902
Jahresergebnis	-1.524	3.641	-1.698	901	-1.054	0	266
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	38.109	54.781	61.366	14.084	213.612	-198.078	183.874
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	0	0	0
Investitionen in das langfristige Vermögen	1.366	1.847	3.201	221	5.608	0	12.243
Schulden	31.925	45.537	41.562	3.969	50.241	-84.706	88.528

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. September 2009 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 2008. 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 9-Monatsberichts 2009 durch den Abschlussprüfer hat nicht stattgefunden.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Zum 1. April 2009 wurden erstmals die Gesellschaften

Global Distributors Netherland BV
 Global Internet BV
 Global Novelities BV
 Ladies Night Deutschland BV

mit Sitz in Tiel, Niederlande in den Konzern einbezogen. Alle Gesellschaften sind 100 prozentige Tochterunternehmen der Beate Uhse AG.

Die Global Distributors Netherland BV erzielte in der Periode April bis September 2009 Umsatzerlöse von 1.188 TEUR bei einem Jahresfehlbetrag von 952 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte in Höhe von 5.189 TEUR.

Die Global Internet BV erzielte in der Periode April bis September 2009 Umsatzerlöse von 705 TEUR bei einem Jahresfehlbetrag von 69 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte von 769 TEUR.

Die Global Novelities BV erzielte in der Periode April bis September 2009 Umsatzerlöse von 733 TEUR bei einem Jahresüberschuss von 17 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte von 3.119 TEUR.

Die Ladies Night Deutschland BV erzielte in der Periode April bis September 2009 Umsatzerlöse von 4 TEUR bei einem Jahresfehlbetrag von 6 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte von 108 TEUR.

ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird über die Division des Nettoergebnisses des Konzerns (ohne Minderheitenanteile) durch die Anzahl der Aktien ermittelt.

ERGEBNIS JE AKTIE

		9 Monate 30.09.2008	9 Monate 30.09.2009
Netto-Periodenergebnis	TEUR	8.240	266
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	70.703.247	77.793.247
Zahl der Aktien (verwässert)	Stücke	70.703.247	77.793.247
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,11	0,00
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,11	0,00

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

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

VERÄNDERUNGEN IN DEN ORGANEN

Jan Boddaert wurde vom Aufsichtsrat mit Wirkung zum 1. April 2009 zum neuen CMO (Chief Marketing Officer) im Vorstand der Beate Uhse AG ernannt.

GESCHÄFTE MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Im Berichtszeitraum 1. Juli 2009 bis 30. September 2009 wurden Geschäfte mit folgenden nahe stehenden Unternehmen und Personen getätigt:

Reuben Rotermund
 Immo Almere BV
 Summa Finance BV
 Crop Registeraccountants
 MWV Medien-Vertriebs GmbH
 Gerard Cok
 Consipio Holding BV

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.

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.

FINANZKALENDER 2009

31. Dezember 2009

Geschäftsjahresende

KONTAKT UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Assia Tschernookoff	Telefon	+49 (0) 461 - 99 66 - 125
	Fax	+49 (0) 461 - 99 66 - 377
	E-Mail	pr@beate-uhse.de

Der Bericht zum 3. Quartal 2009 ist ausschließlich online in Deutsch und Englisch verfügbar.