

beate uhse

6-MONATSBERICHT 2009



Der Versand – Grundstein und Wachstumsmotor für den Konzern.



MILLIONEN VON KUNDEN SCHÄTZEN DAS DISKRETE HOMESHOPPING

Mit der „Schrift X“, einer Aufklärungsbroschüre, legte die Firmengründerin Beate Uhse 1946 den Grundstein für das Versandgeschäft und das Unternehmen. Auch heute ist das Versandgeschäft der Wachstumsmotor für den Konzern.

Mit dem Börsengang 1999 fusionierte Beate Uhse mit Pabo, dem größten Wettbewerber im europäischen Erotikversand. Seither liegt der Hauptsitz im holländischen Walsoorden mit einem Ende 2006 neu erbauten Logistik-Zentrum, das als eines der modernsten in der Branche gilt. Hier lagern auf 15.000 Quadratmetern rund 1 Million Erotikprodukte. Jährlich werden 2,7 Millionen Pakete computergesteuert in zehn Länder Europas dirigiert. Tschechien, die Slowakei und Spanien sind die jüngsten Märkte, in denen die Kunden bedient werden. Bestellen können sie traditionell im Katalog oder per Mausclick im Online-Shop. In den Niederlanden ist der E-Commerce mit 50 Prozent aller Bestellungen übers Internet besonders stark.

Impulsgeber bleibt jedoch nach wie vor der Katalog, der sechsmal im Jahr mit einer Gesamt-Auflage von 20 Millionen erscheint. Der fast 200 Seiten starke Katalog präsentiert die ganze Welt der Erotik von A bis Z: hauchzarte Dessous-Kollektionen und sexy Kleidung sowie Liebesspielzeuge zum Verwöhnen und Verführen. Sehr gut angenommen werden das Wellness-Programm und die Accessoires für den Living-Bereich, die das Sortiment erst seit kurzem ergänzen.

Das Marketing-Team ist ständig neuen Trends auf der Spur und sorgt mit innovativen Ideen für ein immer wieder überraschendes Angebot. Bei der Beratung sind die gut geschulten Mitarbeiter im Call-Center behilflich. Allein in Holland gehen pro Jahr 70.000 Anrufe ein, die mit Diskretion und Feingefühl beantwortet werden – ganz nach dem Vorbild der Firmengründerin Beate Uhse, die in den Anfangsjahren des Unternehmens Kundenbriefe selbst verfasste. Heute setzt der Konzern den interaktiven Dialog über die neuen Medien fort.

KURZÜBERSICHT – BEATE UHSE AUF EINEN BLICK

TEUR		6 Monate 30.06.2008	6 Monate 30.06.2009	Abw. %
Umsatzentwicklung				
Einzelhandel		35.553	30.226	-15,0
Versandhandel		51.703	49.192	-4,9
Großhandel		27.087	23.867	-11,9
Entertainment		7.041	6.222	-11,6
Umsatz total		121.384	109.507	-9,8
Auslandsanteil des Umsatzes	%	61,3	64,0	4,4
Ertragslage				
EBITDA		12.352	5.192	-58,0
EBIT		6.846	686	-90,0
EBT		6.063	-700	-
Jahresüberschuss der fortgeführten Geschäftsbereiche		3.017	-223	-
Weitere Ertragskennziffern				
Umsatzrendite vor Steuern	%	5,0	-0,6	-
Umsatzrendite nach Steuern	%	2,5	-0,2	-
Eigenkapitalrentabilität	%	3,2	-0,2	-
Rohertragsmarge	%	58,4	56,5	-3,3
Finanzlage				
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		-775	3.116	-
Investitionen		3.479	12.454	258,0
Abschreibungen		5.506	4.506	-18,2
Vermögens- und Kapitalstruktur (2008: per 31.12.)				
Bilanzsumme		176.441	187.585	6,3
Eigenkapital		94.594	98.921	4,6
Eigenkapitalquote	%	53,6	52,7	-1,6
Langfristige Vermögenswerte		92.249	96.151	4,2
Kurzfristige Vermögenswerte		83.442	91.434	9,6
Sonstige Angaben				
Mitarbeiter	total	1.345	1.235	-8,2
Personalaufwand		22.809	20.710	-9,2
Umsatzkosten		50.475	47.651	-5,6
Vertriebskosten		60.792	54.490	-10,4
Aktien				
Anzahl der Aktien		70.984.696	78.074.696	10,0
Schlusskurs	EUR	1,11	0,61	-45,0
Höchstkurs	EUR	2,03	0,87	-57,1
Tiefstkurs	EUR	1,11	0,42	-62,2
Ergebnis je Aktie	EUR	0,04	0,00	-100,0
Cash Flow je Aktie	EUR	0,14	0,05	-64,3

VORWORT DES VORSTANDS

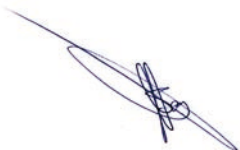
SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE DER BEATE UHSE AG,

die weltweite Finanzkrise und die Situation auf den Arbeitsmärkten beschäftigen weiterhin Politik und Wirtschaft. Auch die Erotik-Branche blieb von den Auswirkungen nicht verschont. Der staatlich geförderte Autokauf, mit dem die Regierungen in Deutschland und Frankreich der Krise entgegensteuern, hat zu einer neuen Verteilung der Ausgaben in den privaten Haushalten geführt. Zugunsten eines neuen Autos wird an kleinen Dingen gespart – wozu auch Erotikprodukte zählen.

Trotz der ungünstigen konjunkturellen Bedingungen zeigen die Indikatoren des zweiten Quartals, dass unsere Strategien greifen. In diesem wirtschaftlich schwierigen Umfeld hat das Versandhaus seine Umsätze steigern können, die Geschäfte in unseren Premium-Shops laufen gut und neue Zielgruppen interessieren sich für Beate Uhse. Das zeigt ganz klar, dass unsere strukturellen Veränderungen, die Umstellung auf das Multi-Channel-Konzept, unser moderner Auftritt und unsere neuen Produktangebote vom Markt gut aufgenommen werden. Mit der Neu-Ausrichtung unseres B-to-C-Geschäfts sind wir auf dem richtigen Weg, auch wenn der Aufwärtstrend durch das wirtschaftliche Umfeld noch gebremst wird. Im B-to-B Geschäft hingegen konnten wir uns den äußeren Einflüssen, die durch die marktspezifischen Probleme der Erotik-Branche noch verstärkt werden, nicht entziehen. Durch die Entwicklung im Großhandel ist unser Konzernergebnis stark belastet, und wir haben deshalb unsere für das Jahr 2009 ursprünglich abgegebene Prognose nach unten revidiert. Zum Jahresende rechnen wir mit einem operativen Ergebnis von rund 3 Millionen Euro auf Vorjahresniveau. Es wird für uns eine große Herausforderung sein, doch sehen wir es als eine deutliche Bestätigung unserer Strategie an, in einem derartig schwierigen und nahezu nicht einschätzbaren wirtschaftlichen Umfeld ein positives Ergebnis zu schreiben.

Wir danken für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.

Ihre



Serge van der Hoof
COO und Vorstandssprecher



Jan Boddaert
CMO

ZWISCHENLAGEBERICHT

GESCHÄFTS- UND RAHMENBEDINGUNGEN

Konjunkturelle Entwicklung

Im zweiten Quartal 2009 befand sich die Weltwirtschaft unverändert in der durch die Finanzkrise ausgelösten Rezession. So ist das BIP in der Eurozone angesichts einer anhaltend rückläufigen Industrieproduktion um 5,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal zurückgegangen (Euro-zone Economic Outlook). Die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt machte sich auch beim privaten Konsum bemerkbar, der ein Minus von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu verzeichnen hatte. In Deutschland und Frankreich wurde mit der Einführung einer Umweltpremie gegengesteuert, ebenso profitierten die Konsumenten von einem generell günstigen Preisklima.

Die Finanzkrise hat die deutsche Wirtschaft durch ihre hohe Exportabhängigkeit besonders stark getroffen. Die Bundesrepublik erlebt derzeit den stärksten konjunkturellen Rückgang in ihrem 60-jährigen Bestehen. Insbesondere die sinkende Nachfrage nach Investitions- und langlebigen Konsumgütern trifft die Binnenwirtschaft hart. Für das erste Halbjahr 2009 ergibt sich laut ifo Institut ein Rückgang des BIP von 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die privaten Konsumausgaben schrumpften um 0,4 Prozent, einerseits durch die Abwrackprämie und die sinkende Inflation positiv beeinflusst, andererseits durch Kurzarbeit und die zunehmende Arbeitslosigkeit beeinträchtigt. Der deutsche Einzelhandel, dem auch der Versandhandel zuzurechnen ist, verzeichnete in den ersten sechs Monaten 2009 einen Umsatzrückgang von 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hier zeigte die Abwrackprämie nachteilige Wirkung, da das für den Autokauf investierte Geld bei anderen Ausgaben wieder eingespart wird.

Erotikmarkt

Die Wirtschaftskrise hat inzwischen auch die Erotikbranche erreicht, die zudem mit den spezifischen Veränderungen im Markt stark zu kämpfen hat. Nur wenige Anbieter - Produzenten wie Händler - haben sich auf den Wandel in der Gesellschaft und damit auf einen offeneren Umgang mit dem Thema Sex und Erotik eingestellt. Während in der Vergangenheit das Filmgeschäft der Umsatzträger und Männer die Kernzielgruppe der Branche waren, interessieren sich heute mehr und mehr Paare und Frauen für entsprechende Produkte, mit denen sie ihr Liebesleben bereichern können. Dabei wird großer Wert auf qualitativ hochwertige und ästhetische Produkte sowie auf den Einkauf in einem angenehmen Ambiente gelegt. Sextoys, Dessous und Wellnessartikel erleben einen Nachfrageschub, der Filmkonsum hat sich dagegen zunehmend ins Internet verlagert. Die Erotikbranche sieht sich mit einer neuen Konkurrenz anderer Anbieter konfrontiert.

Beate Uhse hat sich als eines der wenigen Unternehmen der Branche auf den Wandel eingestellt. Mit der Umstellung und Verzahnung aller Vertriebswege auf ein Multi-Channel-System unter drei starken Ländermarken, der Ausrichtung des Filialnetzes auf zwei Konzepte und der Erweiterung des Produktprogramms um neue interessante Sortimente werden neue Zielgruppen erreicht. Mit der jetzt abgeschlossenen Umstrukturierung und seinen beiden gut funktionierenden Logistik-Zentren hat der Konzern die Ausgangsbasis geschaffen, um sich für die Zukunft als **der** universelle Marktplatz für Erotik zu etablieren.

ERTRAGSLAGE

Umsatzentwicklung

Beate Uhse erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2009 Umsatzerlöse in Höhe von 109,5 Mio. Euro und liegt damit wie erwartet unter dem Vorjahreswert von 121,4 Mio. Euro. Das zweite Quartal 2009 – für sich betrachtet – weist Umsatzeinbußen von 53,1 Mio. Euro auf 50,6 Mio. auf. Dieser Rückgang ist in erster Linie auf die Entwicklung im Großhandel zurückzuführen, wo sich bei den Kunden neben der konjunkturell bedingten Konsumschwäche zusätzlich die spezifischen Schwierigkeiten des Erotikmarktes auswirken. Im Einzelhandel fielen die Umsätze wie erwartet aufgrund der Schließung unrentabler Filialen im Rahmen der erfolgreich abgeschlossenen Restrukturierung geringer aus, wobei sich die auf Paare und Frauen ausgerichteten Premium-Shops gut entwickelten. Erfreulich entwickelte sich der Versandhandel, der im 2. Quartal um 2,7 Prozent zulegte.

Von den Ländermärkten entwickelte sich der für Beate Uhse wichtige niederländische Markt mit einem Plus von 1,6 Prozent sehr erfreulich. Während hier im ersten Quartal noch ein Umsatzminus zu verzeichnen war, konnten die Umsätze im zweiten Quartal deutlich gesteigert werden. Auch der belgische Markt legte im zweiten Quartal nochmals zu. In beiden Ländern resultiert die Steigerung im Versand aus der besonders guten Entwicklung der Online-Shops. Im belgischen Einzelhandel hat sich die Umstellung der Shops auf die Ländermarke Pabo positiv ausgewirkt. Dagegen hat die Rezession die großen Ländermärkte Deutschland und Frankreich hart getroffen. Während die Konsumenten in die staatlich geförderte Anschaffung eines neuen PKWs investierten, sparten sie an den geringfügigen Ausgaben.

UMSATZ NACH REGIONEN

TEUR	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Deutschland	46.972	39.425	-16,1
Niederlande	21.279	21.628	1,6
Belgien	7.604	8.128	6,9
Frankreich	21.009	19.728	-6,1
Großbritannien	4.907	4.004	-18,4
Österreich	5.555	4.453	-19,8
Skandinavien	6.203	5.498	-11,4
Italien	1.973	1.471	-25,5
Übrige Regionen	5.883	5.173	-12,1
	121.384	109.507	-9,8

Ertragsentwicklung

Die Umsatzkosten im ersten Halbjahr 2009 sanken um 5,6 Prozent auf 47,7 Mio. Euro (2008: 50,5 Mio. Euro). Hintergrund für den zum Umsatz unterproportionalen Rückgang sind höhere Materialaufwandsquoten insbesondere im Großhandel, der unter geringeren Margen im Filmgeschäft leidet. Somit reduzierte sich das Bruttoergebnis von 70,9 Mio. Euro auf 61,9 Mio. Euro.

Die Rohertragsmarge sank entsprechend von 58,4 Prozent auf 56,5 Prozent. Die sonstigen betrieblichen Erträge waren im Vorjahr maßgeblich von der Versicherungsleistung in Höhe von 4 Mio. Euro geprägt. Somit liegen die sonstigen betrieblichen Erträge im ersten Halbjahr 2009 mit 7,3 Mio. Euro deutlich unter dem Vorjahreswert von 10,5 Mio. Euro. Die Vertriebskosten sanken aufgrund geringerer Aufwendungen im Einzelhandel durch die Filialbereinigung um 10,4 Prozent auf 54,5 Mio. Euro (2008: 60,8 Mio. Euro). Gleichzeitig fielen durch eine optimierte Belieferung im Versandgeschäft geringere Versandkosten sowie durch ein verbessertes Forderungsmanagement geringere Wertberichtigungen auf Forderungen an. Belastet wurden die Vertriebskosten durch Aufwendungen für die Umsetzung des Multi-Channel-Konzepts. Die allgemeinen Verwaltungskosten reduzierten sich leicht um 2,5 Prozent auf 12,8 Mio. Euro (2008: 13,2 Mio. Euro). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen wurden von Kursdifferenzen im Zusammenhang mit Darlehen im Konzernverbund beeinflusst, so dass diese von 0,7 Mio. Euro auf 1,1 Mio. Euro anstiegen. Der gleiche Effekt führte im Zeitraum April bis Juni 2009 zu einem Ertrag bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 0,6 Mio. Euro.

Bei der Betrachtung der Ergebniskennzahlen ist die Versicherungsleistung zu berücksichtigen, die im Vorjahr das Ergebnis mit 4 Mio. Euro positiv beeinflusst hat. Das operative Ergebnis (EBIT) verringerte sich somit im ersten Halbjahr auf 0,7 Mio. Euro (2008: 6,8 Mio. Euro). Das Finanzergebnis verschlechterte sich aufgrund eines Swap-Effekts deutlich von -0,8 Mio. Euro auf -1,4 Mio. Euro. Während sich im Vorjahr die Bewertung der Swaps mit 0,4 Mio. Euro positiv auf das Finanzergebnis auswirkte, wurde im Berichtszeitraum durch die Finanzkrise mit -0,4 Mio. Euro ein negativer Effekt verzeichnet. Bereinigt um diesen Einfluss hätte sich das Finanzergebnis im Vergleich zum Vorjahr durch die geringere Verschuldung und niedrigere Zinssätze verbessert. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) liegt somit bei -0,7 Mio. Euro nach 6,1 Mio. Euro im Vorjahr. Der Steueraufwand aus dem Verbrauch aktiver latenter Steuern konnte durch eine Steuererstattung aus den Niederlanden kompensiert werden und beeinflusste das Nettoergebnis positiv mit 0,5 Mio. Euro (2008: -3,0 Mio. Euro). Im zweiten Quartal – separat betrachtet – verbesserte sich das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr von -0,9 Mio. Euro auf -0,6 Mio. Euro. Daraus ergibt sich für das erste Halbjahr 2009 ein Ergebnis je Aktie von 0 Euro (basierend auf 77.793.337 Aktien) gegenüber 0,04 Euro (basierend auf 70.703.337 Aktien) im Vorjahr.

Segmententwicklung

Einzelhandel

TEUR	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Umsatz	35.553	30.226	-15,0
EBITDA	1.892	1.350	-28,6
EBIT	-447	-407	-8,9
EBT	-1.197	-1.017	-15,0
Investitionen	1.143	721	-36,9

Der Einzelhandel im Beate Uhse Konzern verzeichnete im ersten Halbjahr 2009 einen Rückgang der Umsatzerlöse auf 30,2 Mio. Euro (35,6 Mio. Euro). Die Verringerung ist vor allem auf die Filialbereinigung zurückzuführen. Durch die Schließung von unrentablen Shops beläuft sich die Anzahl der eigenen Filialen zum 30. Juni 2009 auf 135. Im Vorjahreszeitraum waren es noch 152. Die Shops in Touristenstädten sind von dem geringeren Aufkommen ausländischer Kunden betroffen. Insbesondere in Amsterdam, wo Beate Uhse allein 9 Shops betreibt, fehlen die Touristen aus England. Zudem war in Amsterdam ein Shop aufgrund von Bauarbeiten am Gebäude für ein halbes Jahr geschlossen, was zu einem zusätzlichen Umsatzverlust führte. Dieser Shop wurde jetzt im Zuge der Gebäuderenovierung auf das Premium-Konzept unter der Marke Christine le Duc umgestellt und Ende Juli wiedereröffnet. Die auf Frauen und Paare ausgerichteten Premium-Shops entwickelten sich trotz der anhaltenden Rezession sehr positiv. In Deutschland konnten die Beate Uhse Premium-Filialen Umsatzzuwächse von 5 bis 15 Prozent verzeichnen und bestätigen somit die Strategie des neuen Shop-Konzepts. Auch das niederländische Pendant, die Christine le Duc Premium-Shops, lag im ersten Halbjahr 2009 über Plan. Diese Entwicklung wird mit dem Umbau weiterer Filialen vorangetrieben: Der Münchner Flagship-Store wurde um eine dritte Etage mit einem erotischen Wellnessbereich erweitert. Gleichzeitig wurden inzwischen mit Bochum und der Frankfurter Stiftstrasse zwei weitere Filialen in das Premium-Konzept überführt. Die Umstellung aller Shops in Frankreich auf die dortige Ländermarke Adam & Eve ist im Zuge der Multi-Channel-Ausrichtung komplett abgeschlossen. Der Shop in Le Havre wurde nach dem Vorbild der Sendlinger Straße in München umgebaut und ist damit in Frankreich der Flagship-Store unter der Marke Adam & Eve. In Belgien wurden bereits vier Shops im ersten Halbjahr auf die Ländermarke Pabo umgestellt, was sich in nur wenigen Monaten mit einer positiven Umsatzentwicklung ausgewirkt hat. Die erfolgreiche Entwicklung in den Ländermärkten belegt, dass die ergriffene Multi-Channel-Strategie, jeweils auf eine starke Ländermarke zu setzen, zum Erfolg führt.

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN EIGENE SHOPS

	6 Monate		6 Monate	
	30.06.2008	%	30.06.2009	%
Deutschland	65	42,8	53	39,3
Italien	6	3,9	6	4,4
Schweiz	1	0,7	1	0,7
Niederlande	58	38,2	55	40,7
Belgien	11	7,2	9	6,7
Frankreich	7	4,6	7	5,2
Norwegen	4	2,6	4	3,0
	152	100,0	135	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	6 Monate		6 Monate	
	30.06.2008	%	30.06.2009	%
Deutschland	60	47,2	62	47,3
Österreich	43	33,9	44	33,6
Norwegen	4	3,1	4	3,1
Italien	1	0,8	1	0,8
Ungarn	2	1,6	3	2,3
Polen	12	9,4	11	8,4
Slowenien	5	3,9	6	4,6
	127	100,0	131	100,0

Die Entwicklung der Warengruppen bestätigt die Strategie, auf Produkte zu setzen, die vor allem Paare und Frauen ansprechen: trendige Liebenspielzeuge, extravagante Dessous-Kollektionen, Wellness-Produkte und Accessoires. Während das Geschäft mit Kabinen und DVDs weiter zurückgeht, steigen die Umsätze in diesen Warengruppen deutlich. In den Premium-Shops kompensieren diese Produktlinien mittlerweile den Rückgang des Hardcore-Bereichs, der ehemals den größten Umsatzanteil ausmachte.

Der Einzelhandel verbesserte sein Vorsteuerergebnis im ersten Halbjahr 2009 von -1,2 Mio. Euro auf -1,0 Mio. Euro. Belastet wird das Ergebnis durch die Umsatzrückgänge in den traditionellen Shops.

Nach Abschluss der Restrukturierung konnte der Einzelhandel seine Investitionen in den ersten zwei Quartalen auf 0,7 Mio. Euro (2008: 1,1 Mio. Euro) reduzieren. Investiert wurde in erster Linie in Shopumbauten.

Versandhandel

TEUR	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Umsatz	51.703	49.192	-4,9
EBITDA	8.732	5.210	-40,3
EBIT	7.746	4.413	-43,0
EBT	7.570	4.379	-42,2
Investitionen	628	1.756	179,6

Trotz Wirtschaftskrise und in einem traditionell schwächeren zweiten Quartal konnte dieser für den Konzern wichtigste Geschäftsbereich seine Umsätze um erfreuliche 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern. Für das gesamte Halbjahr liegen die Umsatzerlöse mit 49,2 Mio. Euro nur leicht unter dem Vorjahreswert von 51,7 Mio. Euro. Die Entwicklung zeigt deutlich, dass die eingeleiteten Strategien zu greifen beginnen. Das optimierte Kundenmanagement mit einer klaren Clustering nach Bestellverhalten, die Konzentration auf die sogenannten Gold- und Silber-Kunden sowie eine verbesserte Auslieferungsquote und ein effizient eingesetztes Werbebudget

wirken sich positiv auf die Umsätze aus. Ein leichter Anstieg der Bestellungen trotz vorherrschender Rezession bestätigt die Kundenzufriedenheit mit Angebot und Service. Das Produktprogramm, das um Wellness- und Geschenkartikel sowie Wohnaccessoires ergänzt wurde, wird gut angenommen: Der durchschnittliche Wert pro bestelltem Artikel stieg an, auf der anderen Seite ging der durchschnittliche Bestellwert pro Bestellung zurück. Wie auch im Einzelhandel beobachtet, sparen die deutschen und französischen Verbraucher zugunsten der staatlich geförderten Anschaffung eines neuen PKWs bei den kleineren Ausgaben. Hingegen gingen aus den Niederlanden und Belgien höhere Bestellungen ein. Gesteigert wurde auch der Anteil der Online-Bestellungen, die mittlerweile 36 Prozent ausmachen. In Deutschland und den Niederlanden machen die Internet-Bestellungen bereits knapp die Hälfte der Gesamtbestellungen aus.

Trotz rückläufiger Umsätze im ersten Halbjahr 2009 konnte der Versand sein Vorsteuerergebnis auf 4,4 Mio. Euro steigern. Um die Versicherungsleistung von 4 Mio. Euro bereinigt, belief sich das Vorjahresergebnis auf 3,6 Mio. Euro.

Die Investitionen in Höhe von 1,8 Mio. Euro (2008: 0,6 Mio. Euro) entfielen zum Großteil auf Software. Das neue IT-System Axapta 4 geht Mitte September an den Start. Gleichzeitig wird ein neuer Webshop gestartet.

Großhandel

TEUR	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Umsatz	27.087	23.867	-11,9
EBITDA	2.488	657	-73,6
EBIT	777	-859	-
EBT	126	-1.525	-
Investitionen	1.314	1.237	-5,9

Der Großhandel ist von der derzeitigen Konjunkturschwäche doppelt betroffen: Die Probleme des Erotikmarkts verstärken zusätzlich die Auswirkungen aus der Finanzkrise. Daher musste der Großhandelsbereich im ersten Halbjahr 2009 deutliche Umsatzeinbußen hinnehmen. Mit 23,9 Mio. Euro liegen diese um 3,2 Mio. Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Die meisten Abnehmer haben es versäumt, sich auf den Wandel im Markt und die neuen Wünsche der Verbraucher einzustellen und leiden nun unter den drastisch gesunkenen Margen des ehemals florierenden Filmgeschäfts. Mit Schulungen und Verkaufsförderungsmaßnahmen leistet Beate Uhse seinen Kunden Hilfestellung, um sich auf die veränderten Marktbedingungen einzustellen. Darüber hinaus werden die Abnehmer noch intensiver mit Mailings und Rabattaktionen angesprochen. Diese Maßnahmen führten wie gewünscht zu einer höheren Bestellquote, jedoch sank auf der anderen Seite die Anzahl der Kunden, da einige inzwischen zur Aufgabe ihres Geschäftes gezwungen waren.

Die Integration der Playhouse-Gruppe, welche zum 1. April 2009 wirksam wurde, stellt einen wesentlichen Schritt zur nachhaltigen Stärkung der eigenen Marktposition in diesem schwierigen Marktumfeld dar. Playhouse verfügt über ein Sextoy-Sortiment von mehr als 600 Artikeln und ist im Besitz von über 8.000 Filmtiteln unterschiedlicher Labels. Mit der Akquisition gilt der Großhandel von Beate Uhse nun als **der** One-Stop-Supplier der Branche. Darüber hinaus profitiert Beate Uhse von einem hervorragenden Netzwerk der Playhouse-Gruppe in den USA. Die Integration von Playhouse in den Beate Uhse Konzern schreitet planmäßig voran, so dass im zweiten Halbjahr mit den ersten Synergieeffekten durch die Kooperation gerechnet wird.

Die stärkste Entwicklung innerhalb des Großhandels verzeichnete die Warengruppe „Toys“. Auch in diesem zukunftsreichen Bereich der Sexspielzeuge und Wellnessprodukte profitiert Beate Uhse von der guten Marktdurchdringung der Playhouse-Gruppe. Die jüngste Markteinführung, die luxuriöse Erotik-Body-Care-Linie Geisha, stößt bei den Kunden auf großen Anklang und musste bereits nachgeordert werden. Diese hochwertige Pflegeserie mit ihren erotischen Essenzen und Düften ist ganz speziell auf eine neue Kundengeneration ausgerichtet.

Trotz eines intensiven Kostenmanagements konnten der Umsatzrückgang und die sinkenden Margen nicht aufgefangen werden. Das EBT verringerte sich somit von 0,1 Mio. Euro auf -1,5 Mio. Euro.

Die Investitionen lagen mit 1,1 Mio. Euro leicht unter dem Vorjahresniveau von 1,3 Mio. Euro und betrafen den Einkauf von Filmrechten.

Entertainment

TEUR	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2009	30.06.2009	
Umsatz	7.041	6.222	-11,6
EBITDA	1.341	758	-43,5
EBIT	1.179	640	-45,7
EBT	1.263	691	-45,3
Investitionen	149	78	-47,8

Der Umsatz im Entertainmentbereich sank im ersten Halbjahr 2009 von 7,0 Mio. Euro auf 6,2 Mio. Euro, wenngleich der rückläufige Trend im zweiten Quartal leicht gedrosselt werden konnte. Nach wie vor hat der Bereich mit Gratisangeboten zu konkurrieren, denen mit einem seriösen und qualitativ hochwertigem Content und Programmen gegengesteuert wird. Das Telefongeschäft konnte trotz gestiegenem Werbeaufwand die Umsatzeinbußen nicht auffangen und bekam die Konsumzurückhaltung der Kunden zu spüren.

Im Online-Bereich ist im zweiten Quartal 2009 die neue Plattform SexyVoiceOn für erotische Gespräche im Internet gestartet. Mit dem neuen Produkt, bei dem Telefondienste mit dem Internet verbunden werden, erzielt Beate Uhse bessere Margen als im klassischen

Telefoniegeschäft, da die hohen Entgeltanteile der Netzbetreiber entfallen. Auch die Internationalisierung der bestehenden Produkte wurde weiter vorangetrieben. So ist im Juni die erste SEM-Kampagne auf Suchmaschinen für die Plattform MovieOn in Großbritannien gestartet. Noch in diesem Jahr sollen Belgien, die Niederlande und Österreich folgen. Die 8.000 Titel umfassende Filmdatenbank der Playhouse-Gruppe und die Digitalisierung neuer Filme sind die wichtigsten Aufgaben, mit denen man sich in den kommenden Monaten beschäftigen wird.

Das Vorsteuerergebnis im Entertainment-Bereich verringerte sich durch den Umsatzrückgang im Telefoniegeschäft von 1,3 Mio. Euro auf 0,7 Mio. Euro. Darüber hinaus beeinflussten auch Aufwendungen für Analyse und Optimierung des Userverhaltens auf den verschiedenen Webseiten das Ergebnis.

Die Investitionen wurden deutlich auf 0,07 Mio. Euro (2008: 0,1 Mio. Euro) zurückgefahren und betrafen vor allem die Internationalisierung.

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die Vermögenslage des Beate Uhse Konzerns zum 30. Juni 2009 wurde im Vergleich zum Geschäftsjahresende 2008 durch die Integration der Playhouse Gruppe zum 1. April 2009 maßgeblich beeinflusst. Die Bilanzsumme des Beate Uhse Konzerns erhöhte sich dadurch deutlich um 11,1 Mio. Euro auf 187,6 Mio. Euro (2008: 176,4 Mio. Euro).

Aktiva

Auf der Aktivseite stiegen die langfristigen Vermögenswerte um 3,9 Mio. Euro auf 96,1 Mio. Euro (2008: 92,2 Mio. Euro). Hierfür verantwortlich ist vorrangig der Geschäfts- oder Firmenwert, der durch die Playhouse-Akquisition von 15,2 Mio. Euro auf 19,6 Mio. Euro zunahm. Nach Erlangen des beherrschenden Einflusses am 1. April 2009 durch die Beate Uhse AG wurde Playhouse, die mit der Zahlung der Barkomponente im März 2009 bereits als Beteiligung geführt wurde, in die Bilanzposition Geschäfts- oder Firmenwert umgegliedert. Dadurch verringerte sich die Position Beteiligungen im Vergleich zum 31. März 2009 und liegt nun wieder auf dem Niveau des Geschäftsjahresendes 2008. Die Sachanlagen sanken infolge planmäßiger Abschreibungen um 1,4 Mio. Euro auf 26,8 Mio. Euro (2008: 28,2 Mio. Euro). Von den latenten Steueransprüchen wurden 1,4 Mio. Euro aufgelöst, so dass sich diese nun auf 6,7 Mio. Euro belaufen (2008: 8,1 Mio. Euro).

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich ebenfalls deutlich von 83,4 Mio. Euro auf 91,4 Mio. Euro. Hierfür ist vor allem der Anstieg der Vorräte im Zuge der Playhouse-Integration um 7,3 Mio. Euro auf 47,5 Mio. Euro (2008: 40,2 Mio. Euro) verantwortlich. Auch die Erhöhung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auf 28,8 Mio. Euro (2008: 27,4 Mio. Euro) sowie der sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und sonstigen Vermögenswerte auf 8,4 Mio. Euro (2008: 6,9 Mio. Euro) ist in diesem Zusammenhang zu sehen. Die Ertragssteuererstattungsansprüche sanken deutlich durch eine Steuererstattung aus den Niederlanden von 3,4 Mio. Euro auf 2,1 Mio. Euro.

Passiva

Auf der Passivseite kam es durch die Playhouse-Übernahme aber auch durch die anstehende Ablösung des Konsortialkreditvertrages zu Veränderungen der einzelnen Positionen.

Das Eigenkapital erhöhte sich von 94,6 Mio. Euro auf 98,9 Mio. Euro zum 30. Juni 2009. Verantwortlich für den Anstieg ist die im Rahmen der Playhouse-Akquisition 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 verringerte sich geringfügig auf 52,7 Prozent (2008: 53,6 Prozent).

Die langfristigen Schulden sanken deutlich von 39,6 Mio. Euro auf 13,2 Mio. Euro. Aufgrund der anstehenden Ablösung des Konsortialkredits in Höhe von 29,2 Mio. Euro wurde dieser von den langfristigen Darlehen in den kurzfristigen Teil der langfristigen Darlehen umgegliedert. Dadurch sanken die verzinslichen Darlehen von 32,3 Mio. Euro auf 5,6 Mio. Euro. Die sonstigen finanziellen Schulden stiegen durch die negative Zinsswapbewertung, welche höher ausfiel, von 0,8 Mio. Euro auf 1,3 Mio. Euro.

Bei den kurzfristigen Schulden ist mit dem Anstieg von 42,3 Mio. Euro auf 75,5 Mio. Euro der gegenläufige Effekt aus der Umgliederung des Konsortialkredits sichtbar. Hier stieg folglich der kurzfristige Teil der langfristigen Darlehen von 0,8 Mio. Euro auf 30,0 Mio. Euro. Gleichzeitig sanken die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen durch den Abbau im Segment Versandhandel um 1,2 Mio. Euro auf 19,0 Mio. Euro (2008: 20,2 Mio. Euro). Im Zuge der Erstkonsolidierung der Playhouse-Gruppe erhöhten sich sowohl die sonstigen finanziellen Schulden um 4,4 Mio. Euro auf 18,6 Mio. Euro (2008: 14,2 Mio. Euro) als auch die kurzfristigen Darlehen um 2,5 Mio. Euro auf 2,7 Mio. Euro (2008: 0,3 Mio. Euro). Die sonstigen Rückstellungen sanken im Wesentlichen aufgrund der Auflösung einer Videosteuer um 1,4 Mio. Euro auf 1,3 Mio. Euro (2008: 2,7 Mio. Euro).

Cash Flow und Investitionen

Der Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit verbesserte sich im ersten Halbjahr 2009 deutlich von -0,8 Mio. Euro auf positive 3,1 Mio. Euro. Neben einem verbesserten Forderungsmanagement wirkte sich vor allem die Steuererstattung aus den Niederlanden positiv auf den Cash Flow aus. Die Abschreibungen lagen mit 4,5 Mio. Euro um 1,0 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert (2008: 5,5 Mio. Euro).

Durch die Playhouse-Akquisition erhöhte sich der Cash Flow aus Investitionstätigkeit von -2,9 Mio. Euro auf -7,2 Mio. Euro. Die Investitionen stiegen von 3,5 Mio. Euro im Vorjahr auf 12,5 Mio. Euro an. Neben der Übernahme zählten die Shopumbauten im Einzelhandel sowie Rechte und Lizenzen zu den wichtigsten Investitionsbereichen.

Der Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit erhöhte sich durch die Aufnahme von Bankverbindlichkeiten im Rahmen der Playhouse-Akquisition von 1,1 Mio. Euro auf 2,7 Mio. Euro. Die liquiden Mittel lagen zum Ende des 1. Halbjahres 2009 bei 4,5 Mio. Euro (2008: 4,7 Mio. Euro).

INVESTITIONEN NACH REGIONEN

TEUR	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Deutschland	1.067	9.260	767,7
Niederlande	1.176	2.635	124,1
Belgien	189	55	-70,9
Frankreich	58	86	48,0
Großbritannien	42	48	14,9
Sonst. Europa	947	370	-60,9
	3.479	12.454	258,0

MITARBEITER

Trotz einer kurzfristigen Steigerung der Personalkapazitäten durch die Integration der Playhouse-Mitarbeiter reduzierte sich insgesamt die Zahl der Mitarbeiter im Beate Uhse Konzern. Zum 30. Juni 2009 sank die Mitarbeiterzahl auf 1.235 gegenüber 1.345 Mitarbeitern zum Vorjahresstichtag. Hierbei wirkten sich besonders die Filialschließungen im Einzelhandel aus.

MITARBEITER BEATE UHSE KONZERN

Nach Regionen	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Deutschland	653	544	-16,7
Niederlande	488	499	2,3
Belgien	30	24	-20,0
Frankreich	60	61	1,7
Großbritannien	6	9	50,0
Österreich	11	6	-45,5
Skandinavien	50	44	-12,0
Sonst. Europa	47	48	2,1
	1.345	1.235	-8,2

Nach Segmenten	6 Monate	6 Monate	Abw. %
	30.06.2008	30.06.2009	
Einzelhandel	779	655	-15,9
Versandhandel	230	252	9,6
Großhandel	220	222	0,9
Entertainment	83	73	-12,0
Holding Services	33	33	0,0
	1.345	1.235	-8,2

AKTIE

Performance & Liquidität

Die internationalen Kapitalmärkte zeigten sich im zweiten Quartal 2009 wieder etwas freundlicher, wenngleich nach wie vor eine große Unsicherheit über die weitere konjunkturelle Entwicklung herrscht. So erholte sich der deutsche Aktienindex DAX seit März deutlich von seinem Tiefststand seit Beginn der Finanzkrise und legte im zweiten Quartal 2009 um 18 Prozent zu. Für das gesamte erste Halbjahr 2009 steht ein leichter Rückgang von 1,0 Prozent zu Buche. Auch der deutsche Kleinwerteindex SDAX konnte seine Verluste zu Jahresbeginn im zweiten Quartal wieder wettmachen. Die Beate Uhse Aktie nahm im zweiten Quartal ebenfalls an Fahrt auf. Nach ihrem Jahrestiefststand am 23. März von 0,42 Euro legte die Aktie nach Bekanntgabe des Jahresergebnisses 2008 bis auf 0,87 Euro am 16. April zu. Beendet wurde das zweite Quartal 2009 auf dem Niveau des Jahreseröffnungskurses von 0,61 Euro bei einer Marktkapitalisierung von 47,63 Mio. Euro. Durchschnittlich wurden im ersten Halbjahr 49.551 Stück Beate Uhse Aktien pro Tag auf XETRA gehandelt.

Investor Relations

Im Mittelpunkt der Investor Relations Arbeit im zweiten Quartal stand die diesjährige Hauptversammlung am 16. Juni 2009 in Flensburg. Vor 200 interessierten Aktionären, Gästen und Medienvertretern erläuterte Vorstandssprecher und COO Serge van der Hooft detailliert das abgelaufene Geschäftsjahr und das erste Quartal und stellte das strategische Maßnahmenpaket vor, um den Konzern voranzubringen. CMO Jan Boddaert stellte sich persönlich als neues Vorstandsmitglied vor und präsentierte die Marketingstrategien basierend auf den bereits eingeleiteten Multi-Channel-Strukturen. Sämtlichen Beschlussvorlagen, darunter die Wahl von Martin Weigel, Gelmer Westra und Andreas Bartmann in den Aufsichtsrat, wurde mit großer Mehrheit zugestimmt.

Im November wird Serge van der Hooft in seiner Vorstandssprecher-Funktion erstmals mit den Analysten und Investoren auf dem Deutschen Eigenkapitalforum in Frankfurt in den Dialog treten und seine Strategien präsentieren, um das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu führen und in einem Markt, der sich gesamtwirtschaftlich im Umbruch befindet und zudem von den spezifischen Problemen der Erotikbranche geprägt ist, zu positionieren.

Die Aktionärsstruktur der Beate Uhse AG hat sich durch die im Rahmen der Playhouse-Übernahme durchgeführte Kapitalerhöhung verändert. Die Global Vastgoed B.V., Altgesellschafter von Playhouse, hält nun die 7.090.000 neuen Aktien aus der Kapitalerhöhung und somit 9,1 Prozent am Grundkapital der Beate Uhse AG. Die Consipio Holding BV ist mit einem Anteil von 27,2 Prozent nach wie vor größter Anteilseigner, während die Bayerische Hypo- und Vereinsbank 8,9 Prozent hält. Der Anteil der Rotermund Holding AG hat sich auf 6,8 Prozent verringert; die eigenen Anteile betragen unverändert 0,4 Prozent. Der Streubesitz beläuft sich somit auf 47,7 Prozent.

KURSENTWICKLUNG

EUR	6 Monate	6 Monate
	30.06.2008	30.06.2009
Eröffnung	1,85	0,61
Schluss	1,11	0,61
Hoch	2,03	0,87
Tief	1,11	0,42
Entwicklung (in Prozent)	-40,0	0,0

Basis: Xetra

KENNZAHLEN ZUR BEATE UHSE AKTIE

		6 Monate	6 Monate
		30.06.2008	30.06.2009
EPS	EUR	0,04	0,00
KGV		13	-
KCF		4,0	5,6
Kurs/Umsatz		0,3	0,4
Kurs/EBITDA		3,0	4,6
Kurs/Buchwert		1,0	0,6
Buchwert je Aktie	EUR	1,2	1,1
Grundkapital	Stück	70.984.696	78.074.696
Marktkapitalisierung gesamt	in Mio. EUR	78,79	47,63
Marktkapitalisierung Free Float	in Mio. EUR	41,62	22,67
Ø Umsatz/Tag	Stück	50.745	49.551

Basis: Xetra

RISIKOBERICHT

Seit Erstellung des Geschäftsberichts 2008 haben sich folgende abweichenden Risikofaktoren zu den im Kapitel Risikobericht erläuterten Risiken für den Beate Uhse Konzern ergeben. Die von der Beate Uhse AG gegenüber der Nord-Ostsee Sparkasse abgegebene Bürgschaftserklärung in Höhe von 5 Mio. Euro, fällig am 30. Juni 2009, wurde auf den 30. September 2009 verlängert.

NACHTRAGSBERICHT

Zwischen dem Ende des zweiten Quartals 2009 und der Erstellung dieses Berichts sind keine Ereignisse von besonderer Bedeutung eingetreten, über die an dieser Stelle berichtet werden müsste.

PROGNOSEBERICHT

Eine schnelle Erholung der Weltwirtschaft ist in den kommenden Monaten nicht zu erwarten. Die anhaltend schwierige Eigenkapitalsituation der Banken in den USA und Europa führt zu einer zurückhaltenden Kreditvergabepolitik an die Unternehmen. Auch für den Euroraum wird eine fortwährende Schwäche der Wirtschaft prognostiziert. Durch die verschärfte Situation am Arbeitsmarkt wird der Konsum weiter zurückgehen und auch die Investitionen sollen weiter absacken. Dennoch deuten einige Indikatoren an, dass sich der wirtschaftliche Rückgang verlangsamen wird. Laut Euro-zone economic outlook wird das BIP im gesamten Jahr 2009 um 4,8 Prozent sinken, während der private Konsum um 1,7 Prozent abnehmen wird.

In Deutschland ist im laufenden Jahr trotz erster positiver Signale von Konjunkturindikatoren noch nicht mit einem Aufschwung zu rechnen. Das ifo Institut erwartet einen weiteren Rückgang bei den Investitionen in Ausrüstung und Bauten und auch der Lagerabbau der Unternehmen scheint noch nicht abgeschlossen zu sein. Die Entwicklung des privaten Konsums hängt stark von der Situation am Arbeitsmarkt ab. Sollte die Arbeitslosigkeit im Herbst stark zunehmen, wird sich auch der private Konsum, bisher noch Stütze der deutschen Konjunktur, deutlich abschwächen. Auf der anderen Seite verbreitet der steigende GfK-Konsumklimaindex Optimismus für einen anhaltend stabilen privaten Konsum. Das ifo Institut erwartet insgesamt für 2009 einen Rückgang des privaten Konsums von 0,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das BIP soll im Gesamtjahr 2009 um 6,3 Prozent abnehmen. Ab dem Frühjahr 2010 wird eine Bodenbildung bei Produktion und Nachfrage erwartet und im Anschluss dann wieder eine leichte Zunahme der Wirtschaftsleistung.

Die Indikatoren in einem sonst schwachen zweiten Quartals zeigen bei Beate Uhse nach oben und beweisen, dass der Konzern in diesem wirtschaftlich schwierigen Umfeld, das durch die spezifischen Probleme des Erotik-Markts noch potenziert wird, auf dem richtigen Weg ist. Das abgeschlossene Restrukturierungsprogramm und die eingeleitete Multi-Channel-Ausrichtung aller B-to-C Vertriebskanäle zeigen erste Früchte. Die Vereinheitlichung des Produkt-Sortiments für alle Vertriebswege wird weiter vorangetrieben. Die sich daraus ergebenden Einsparungspotenziale werden für die Einführung von neuen Produktkategorien wie Wellness, Living und Geschenke sowie einen übergreifenden Werbe-Auftritt in der Öffentlichkeit genutzt. Die Strategie, auf starke Ländermarken und Premium-Konzepte zu setzen, erweist sich als richtig. Bis Ende 2010 soll die Umstellung der Filialen abgeschlossen sein, um sich dann auf die Expansion zu konzentrieren. Gleichzeitig wird das Franchise-System verfolgt, für das in Frankreich und den Niederlanden potenzielle Partner angesprochen wurden. Im Entertainment wird mit qualitativ hochwertigem Content und einem seriösen Auftritt den kostenlosen Angeboten im Netz gegengesteuert; gleichzeitig werden die Angebote internationalisiert.

Mit der Verzahnung aller B-to-C Geschäftsbereiche hat der Konzern seinen Vertrieb gestärkt und Synergien gehoben. Der für den Konzern wichtigste Bereich – der Versand – entwickelt sich vielversprechend, der Einzelhandel konnte sich in einem schwierigen Umfeld stabilisieren. Das B-to-B Geschäft hingegen konnte sich den Marktgegebenheiten nicht entziehen und leidet sowohl unter der Konsumschwäche, insbesondere aber unter den Schwierigkeiten des Erotikmarktes. Die meisten Abnehmer haben es versäumt, sich auf den Wandel und geänderte Wünsche der Verbraucher einzustellen, viele Abnehmer sind zahlungsunfähig. Die Umsatzeinbrüche haben das Konzernergebnis erheblich belastet. Obwohl der Großhandel seinen Kunden mit Verkaufsförderungsmaßnahmen und Schulungen Hilfestellung leistet, um sich auf die geänderten Marktbedingungen einzustellen, kann das Großhandelsgeschäft die Erwartungen nicht erfüllen.

Vor diesem Hintergrund passt der Vorstand seine zu Anfang des Jahres aufgestellte EBIT-Prognose der Entwicklung an. Bis Ende des Jahres wird ein positives Ergebnis auf Vorjahresniveau von rund 3 Millionen Euro erwartet. Der Umsatz wird wie zum ersten Quartal prognostiziert unter dem Vorjahr liegen.

BILANZ**AKTIVA**

TEUR	31.12.2008	30.06.2009
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	11.010	13.338
Geschäfts- oder Firmenwert	15.230	19.638
Sachanlagen	28.211	26.778
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	3.935	3.761
Beteiligungen	25.757	25.910
Latente Steueransprüche	8.106	6.726
	92.249	96.151
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	40.201	47.548
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.356	28.829
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte und sonstige Vermögenswerte	6.859	8.429
Ertragsteuererstattungsansprüche (kurzfristig)	3.414	2.138
Flüssige Mittel	5.612	4.490
	83.442	91.434
Vermögenswerte die zur Veräußerung gehalten werden	750	0
Bilanzsumme	176.441	187.585

PASSIVA

TEUR	31.12.2008	30.06.2009
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	70.985	75.451
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-3.463	-3.463
Kapitalrücklagen	2.653	2.448
Gewinnrücklagen	3.295	3.295
Bilanzgewinn	20.445	20.205
Ausgleichsposten Währungsumrechnung	548	585
Minderheitenanteile	131	399
	94.594	98.921
Langfristige Schulden		
Verzinsliche Darlehen	32.344	5.592
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.968	3.933
Sonstige Rückstellungen	2.156	2.149
Sonstige finanzielle Schulden	778	1.261
Latente Steuerschulden	333	257
	39.579	13.192
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20.176	18.957
Sonstige finanzielle Schulden	14.241	18.643
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	259	259
Sonstige Rückstellungen	2.724	1.339
Ertragsteuerschulden	3.803	3.499
Darlehen	255	2.732
Kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen	810	30.043
	42.268	75.472
Bilanzsumme	176.441	187.585

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG KONZERN

TEUR	Q2/2008 01.04.-30.06.2008	Q2/2009 01.04.-30.06.2009	6 Monate 30.06.2008	6 Monate 30.06.2009
FORTGEFÜHRTE GESCHÄFTSBEREICHE				
Umsatzerlöse	53.070	50.648	121.384	109.507
Umsatzkosten	-21.754	-21.993	-50.475	-47.651
Bruttoergebnis vom Umsatz	31.316	28.655	70.909	61.856
Sonstige betriebliche Erträge	7.249	3.717	10.475	7.275
Vertriebskosten	-32.588	-27.645	-60.792	-54.490
Allgemeine Verwaltungskosten	-6.492	-6.792	-13.170	-12.845
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-152	56	-727	-1.110
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	49	0	136	0
Übriges Beteiligungsergebnis	0	0	15	0
Betriebsergebnis (EBIT)	-618	-2.009	6.846	686
Finanzerträge	464	32	581	55
Finanzaufwendungen	-174	-221	-1.364	-1.441
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-328	-2.198	6.063	-700
Ertragssteuer	-593	1.619	-3.046	477
Konzernergebnis	-921	-579	3.017	-223
DAVON ENTFALLEN AUF:				
Anteilseigner der Muttergesellschaft	-911	-559	3.008	-240
Minderheitsgesellschafter	10	20	-9	17
ERGEBNIS JE AKTIE (EPS)				
unverwässert (in EUR)			0,04	0,00
verwässert (in EUR)			0,04	0,00

CASH FLOW

TEUR	6 Monate 30.06.2008	6 Monate 30.06.2009
CASH FLOW AUS DER LAUFENDEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT		
Betriebsergebnis (EBIT)	6.846	686
BERICHTIGUNGEN FÜR:		
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus IFRS 2	31	0
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	5.507	4.506
Verlust/Ertrag aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-44	-16
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	-136	0
VERÄNDERUNGEN DER:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.964	1.018
Sonstigen Vermögenswerte	-7.717	256
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2.625	-2.465
Sonstigen Schulden	-1.230	-2.921
Erhaltenen Zinsen	81	69
Gezahlten Zinsen für Kredite/Darlehen und Sicherungsinstrumente	-1.895	-1.054
Erstatteten/Gezahlten Ertragssteuern	-2.557	3.037
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-775	3.116
CASH FLOW AUS DER INVESTITIONSTÄTIGKEIT		
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	308	339
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle und sonstige langfristige Vermögenswerte	-3.479	-3.716
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	-124	-43
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	67	281
Auszahlung aus dem Erwerb von Tochterunternehmen abzüglich erworbener liquider Mittel	285	-4.061
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-2.943	-7.200
CASH FLOW AUS DER FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT		
Kapitalzuführung (Kapitalerhöhung)	25.532	0
Aufnahme von Bankverbindlichkeiten	33.860	7.463
Aufnahme von Schuldscheindarlehen	-10.000	0
Rückzahlung von Bankverbindlichkeiten	-50.988	-4.806
Rückzahlung von Schuldscheindarlehen	2.714	0
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	1.118	2.657
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere	-2.600	-1.427
Wechselkursbedingte Änderungen	-102	305
Liquide Mittel und Wertpapiere zu Beginn der Periode	7.408	5.612
Liquide Mittel und Wertpapiere am Ende der Periode	4.705	4.490
ZUSAMMENSETZUNG DES FINANZMITTELBESTANDES AM ENDE DER PERIODE		
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks, Wertpapiere	4.693	4.490
Kurzfristige Geldanlage	12	0
	4.705	4.490

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							94	94	-11	83
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses							94	94	-11	83
Konzernergebnis						3.008		3.008	9	3.017
Gesamtes Periodenergebnis						3.008	94	3.102	-2	3.100
Kapitalerhöhung	23.661		1.902					25.563		25.563
Saldo zum 30. Juni 2008	70.985	-3.463	2.647	3.295	133	21.243	53	94.893	137	95.030
Saldo zum 1. Januar 2009	70.985	-3.463	2.653	3.295	0	20.445	548	94.463	131	94.594
Fremdwährungsumrechnung							37	37	251	288
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses							37	37	251	288
Konzernergebnis						-240		-240	17	-223
Kapitalerhöhung	4.466		-205					4.261		4.261
Saldo zum 30. Juni 2009	75.451	-3.463	2.448	3.295	0	20.205	585	98.521	399	98.920

KONZERN-AUFSTELLUNG DER ERFASSTEN ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

TEUR	30.06.2008	30.06.2009
Erfolgswirksame Eigenkapitalveränderungen:		
Quartalsüberschuss	3.017	-223
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen:		
Fremdwährungsumrechnung	83	288
Kapitalerhöhung	25.563	-205
Direkt im Eigenkapital erfasste Wertänderungen	25.646	83
Gesamtergebnis des II. Quartales	28.663	-140
Anteile Minderheiten	-2	268
Anteil Beate Uhse Konzern	28.665	-408

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.06.2008

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Konzernwert
Umsatzerlöse	35.780	51.738	37.512	8.154	0	-11.800	121.384
-davon mit Dritten	35.553	51.703	27.087	7.041	0	0	121.384
-davon mit anderen Segmenten	227	35	10.425	1.113	0	-11.800	0
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-170	-39	-906	-111	-218	0	-1.444
Abschreibungen auf Sachanlagen	-2.169	-947	-745	-51	-90	0	-4.002
Außerplanmäßige Abschreibungen	0	0	-60	0	0	0	-60
Zinsergebnis	-750	-176	-651	84	710	0	-783
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	136	0	136
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	0	0	15	0	0	0	15
EBT	-1.197	7.570	126	1.263	-1.699	0	6.063
Ertragsteuern	-10	-1.016	-41	-323	-1.656	0	-3.046
Jahresergebnis	-1.207	6.554	85	940	-3.355	0	3.017
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	43.799	37.003	52.037	13.886	191.420	-167.682	170.463
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	3.049	0	3.049
Investitionen in das langfristige Vermögen	1.143	628	1.552	149	245	0	3.717
Schulden	40.130	27.645	35.619	4.386	45.343	-67.771	85.352

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 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
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	-1.017	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
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	0	0	0
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

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 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 6-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 im zweiten Quartal 2009 Umsatzerlöse von 630 TEUR bei einem Jahresüberschuss von 11 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte in Höhe von 5.568 TEUR.

Die Global Internet BV erzielte im zweiten Quartal 2009 Umsatzerlöse von 388 TEUR bei einem Jahresüberschuss von 41 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte von 593 TEUR.

Die Global Novelities BV erzielte im zweiten Quartal 2009 Umsatzerlöse von 548 TEUR bei einem Jahresüberschuss von 19 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte von 4.170 TEUR.

Die Ladies Night Deutschland BV erzielte im zweiten Quartal 2009 Umsatzerlöse von 2 TEUR bei einem Jahresfehlbetrag von 1 TEUR. Die Gesellschaft verfügt über Vermögenswerte von 93 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

		6 Monate 30.06.2008	6 Monate 30.06.2009
Netto-Periodenergebnis	Mio. EUR	3.017	-223
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	70.703.337	77.793.337
Zahl der Aktien (verwässert)	Stücke	70.703.337	77.793.337
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,04	0,00
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,04	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. April 2009 bis 30. Juni 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

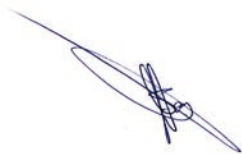
Die Beate Uhse AG verfügt über kein eigenes operatives Geschäft. Sie fungiert innerhalb des Konzerns als Holding für die Tochtergesellschaften und Beteiligungen. In der AG werden die zentralen Konzern-Management-Funktionen Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Personal, Recht und Kommunikation erbracht. 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.

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.

Flensburg, 14. August 2009

Der Vorstand



Serge van der Hooft
COO und Vorstandssprecher



Jan Boddaert
CMO

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

09. November 2009	Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt
13. November 2009	9-Monatsbericht 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 2. Quartal 2009 ist ausschließlich online in Deutsch und Englisch verfügbar.