



9-MONATSBERICHT 2006 **beate uhse**

KURZÜBERSICHT

Mio. EUR		9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Umsatzentwicklung				
Einzelhandel		65,0	63,5	-2,3
Versandhandel		97,7	92,8	-5,0
Großhandel		41,7	41,0	-1,6
Entertainment		13,5	11,9	-12,1
Holding Service		-	-	-
Umsatz total		217,9	209,2	-4,0
Auslandsanteil des Umsatzes	%	59,2	62,2	5,1
Ertragslage				
EBITDA		24,1	24,7	2,5
EBIT		17,3	17,5	1,0
EBT		15,2	15,3	0,9
Jahresüberschuss der fortgeführten Geschäftsbereiche		11,8	12,7	6,9
Weitere Ertragskennziffern				
Umsatzrendite vor Steuern	%	7,0	7,3	5,1
Umsatzrendite nach Steuern	%	5,4	6,1	11,3
Eigenkapitalrentabilität	%	14,2	14,5	2,3
Rohertragsmarge	%	60,9	61,1	0,5
Finanzlage				
Brutto Cash Flow		16,8	19,8	17,9
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		9,9	9,0	-9,3
Investitionen		7,6	32,7	329,9
Abschreibungen		6,9	7,2	4,3
Abgeflossene Dividende		0,1	0,0	-100,0
Vermögens- und Kapitalstruktur (2005: per 31.12.)				
Bilanzsumme		189,7	224,0	18,1
Eigenkapital		83,6	87,3	4,5
Eigenkapitalquote	%	44,1	39,0	-11,5
Langfristige Vermögenswerte		111,6	138,3	23,9
Kurzfristige Vermögenswerte		78,0	85,7	9,8
Sonstige Angaben				
Mitarbeiter	total	1.527	1.463	-4,2
Personalaufwand		36,4	35,0	-4,1
Umsatzkosten		85,3	81,3	-4,7
Vertriebskosten		109,2	109,7	0,5
Aktien				
Anzahl der Aktien		47.323.696	47.323.696	-
Schlusskurs	EUR	6,45	4,65	-27,9
Höchstkurs	EUR	10,37	6,95	-33,0
Tiefstkurs	EUR	6,09	4,54	-25,5
Ergebnis je Aktie	EUR	0,25	0,27	5,6
Cash Flow je Aktie	EUR	0,35	0,42	20,0

VORWORT DES VORSTANDS

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Aktionäre,

wir waren mit dem Verlauf des dritten Quartals und der ersten neun Monaten 2006 zufrieden. Der Umsatz lag Ende September 2006 bei 209,2 Mio. Euro. Hier verzeichneten wir einen Rückgang von 4 Prozent, da das Versandgeschäft insbesondere in Deutschland hinter unseren Erwartungen zurück blieb. Das Vorsteuerergebnis des Konzerns lag mit 15,3 Mio. Euro leicht über dem Vorjahresergebnis von 15,2 Mio. Euro. Der Periodenüberschuss stieg um 6,6 Prozent auf 12,7 Mio. Euro zum Ende September 2006.

Wesentlichen Einfluss auf den Verlauf der ersten neun Monate 2006 hatte aus operativer Sicht der Versandhandel. Im Vorjahr steuerte dieser Bereich per September 2005 einen Umsatz von 97,7 Mio. Euro und ein Vorsteuerergebnis von 8,4 Mio. Euro bei. In diesem Jahr waren es in den ersten neun Monaten nur 92,8 Mio. Euro Umsatz und 2,2 Mio. Euro Ergebnis vor Steuern. Wesentliche Gründe waren rückläufige Bestellquoten seit der Einführung der Marke Pabo im deutschen Markt, in der Folge sanken die Ergebnisse aus der Neukundengewinnung, die Retourenquoten seit dem Ausbau des Wäsche-Sortiments im Katalog sind – allerdings vorhersehbar – gestiegen und die Zahlungsmoral hat sich etwas verschlechtert. Nach der eingehenden Analyse der Situation wurde ein Maßnahmenkatalog erstellt, der bereits umgesetzt wird. Im Fokus der Aktivitäten stehen neben der schnellen Inbetriebnahme des neuen Fulfilment-Zentrums die Verbesserung des Kundenservices, neue Werbezyklen mit schneller wechselnden Sortimenten, der Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten und vor allem die Stärkung der Marke Beate Uhse im Versandhandel.

Die erfreuliche Entwicklung des Konzern-Vorsteuerergebnisses wurde im Operativen durch steigende Ergebnisbeiträge des Einzel- und Großhandels sowie des Entertainments im dritten Quartal 2006 getragen. Per 9/2006 lagen die Bereiche Entertainment und Holding Service deutlich besser als im Vorjahr. Der Ergebnisanstieg der Holding Service auf 4,7 Mio. Euro resultierte aus dem Verkauf der 50-prozentigen Beteiligung an der International Fun Center, Polen für 3,5 Mio. Euro. Wir haben uns für den Verkauf entschieden, um die Expansion in neue Märkte stärker über lokale Partner voranzutreiben. Zudem realisierte der Beate Uhse Konzern im dritten Quartal 2006 einen Ertrag von 2,7 Mio. Euro aus dem Verkauf von erotic media ag Aktien an die Premiere AG. Dies war möglich, da Premiere auf eine 2005 gewährte Put-Option verzichtete. Im Geschäftsjahr 2005 hatte die Beate Uhse AG 1 Mio. Aktien der erotic media ag an den Pay-TV-Sender verkauft, wobei diesem ursprünglich ein Rückgaberecht bis 30. Juni 2009 eingeräumt wurde.

Ihr

Otto Christian Lindemann
Vorstandssprecher, CFO

Gerard Cok
COO

KONJUNKTUR & MARKT

2007 und damit die historisch größte Steuererhöhung werfen in Deutschland, dem nach wie vor wichtigsten Ländermarkt für Beate Uhse, bereits ihre Schatten voraus. Von den bislang prognostizierten Vorzieheffekten im Konsum aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung ist bislang im Einzelhandel kaum etwas zu spüren. So blieb der Konsum bei der jüngsten Anhebung der Wachstumsprognosen der Konjunktur 2006 durch die Bundesregierung und die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute außen vor. Während für die Gesamtkonjunktur 2006 nun ein Wachstum von 2,3 Prozent erwartet wird, was einer Prognoseanhebung um 0,5 Prozentpunkte entspricht, bleiben die Aussichten für den Konsum wenig positiv: Die Bundesregierung erwartet für 2006 ein Plus von 0,8 Prozent. Die Wirtschaftsforscher sind mit plus 0,9 Prozent nur wenig optimistischer.

In den für den Beate Uhse Konzern wichtigsten Ländern zeigte sich die Konjunktur in den ersten drei Quartalen 2006 stabil bis positiv, bei gleichzeitig aufsteigender Tendenz. Für das Gesamtjahr geht das Schweizer Basel Economics Institut (BAK) für die europäischen Kernländer von einem Konjunkturplus von 2,6 Prozent aus und der Konsum soll um 1,9 Prozent steigen.

Durchwachsen zeigt sich die Lage im Einzelhandel Europas. Während insgesamt in den ersten acht Monaten (Quelle: eurostat; neuere Daten liegen noch nicht vor) überwiegend der Einzelhandelsabsatz gestiegen ist, bleibt die Lage im Facheinzelhandel EU-weit schwierig. Er hat mehrheitlich mit leicht sinkenden Absatzzahlen zu kämpfen. Schwierig war die Situation insbesondere in Belgien und Italien mit teilweise rückläufigen Quoten sowie in Deutschland, Spanien und Österreich mit Stagnation bzw. sehr geringem Wachstum.

UMSATZENTWICKLUNG

In den ersten neun Monaten 2006 erwirtschaftete Beate Uhse einen Umsatz von 209,2 Mio. Euro. Dies entspricht einem Umsatzrückgang von 4 Prozent im Vergleich mit den ersten neun Monaten 2005 (217,9 Mio. Euro). Die stärksten Veränderungen zeigten sich bei Spielgeräten, mit denen ein Umsatz von 1,4 Mio. Euro von Januar bis September 2006 erzielt wurde (9 Monate 2005: 3,4 Mio. Euro). Grund für die Umsatzverringering war eine Umsatzsteuer-rückerstattung aus Vorjahren, die 2005 ausgezahlt worden war. Die Online-Umsätze im Entertainment verringerten sich gegenüber der Vorjahresperiode um 1,1 Mio. Euro auf 4 Mio. Euro. Zudem sank der Umsatz mit Waren um 3,6 Mio. Euro auf 184,5 Mio. Euro durch geringere Abverkäufe insbesondere im Versandhandel.

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN

Die Entwicklung des Konzernumsatzes war maßgeblich durch den Versandhandel beeinträchtigt. Deutschland und Österreich verzeichneten rückläufige Bestellquoten und auch die Erfolge in der Neukundengewinnung blieben hinter den Erwartungen zurück. Mit 92,8 Mio. Euro Umsatz lag der Versand um 4,9 Mio. Euro unter den Zahlen des Vorjahreszeitraums (97,7 Mio. Euro). Der Einzelhandel erzielte mit 63,5 Mio. Euro per September 2006 ebenfalls nicht die Umsätze der Vorjahresperiode (65 Mio. Euro). Dagegen entwickelte sich der Großhandel mit 41 Mio. Euro nahezu stabil (9 Monate 2005: 41,7 Mio. Euro). Das Entertainment lag im Wesentlichen aufgrund der Einstellung unrentabler Aktivitäten in Norwegen unter den Vorjahreswerten, der Bereich Telefonie entwickelte sich stabil. Die Sparte erzielte in den ersten 9 Monaten

2006 einen Umsatz von 11,9 Mio. Euro (9 Monate 2005: 13,5 Mio. Euro). Der konzernweite Umsatz sank aus den oben genannten Gründen im dritten Quartal um 2,4 Mio. Euro auf 73,5 Mio.

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Einzelhandel	65,0	63,5	-2,3
Versandhandel	97,7	92,8	-5,0
Großhandel	41,7	41,0	-1,6
Entertainment	13,5	11,9	-12,1
Holding Service	-	-	-
	217,9	209,2	-4,0

UMSATZ NACH REGIONEN

Der schwache deutsche Markt überlagerte die gesamte Umsatzentwicklung im Beate Uhse Konzern. Mit einem Umsatz von 79,1 Mio. Euro lag Deutschland deutlich unter den Werten der Vergleichsperiode 2005 (89 Mio. Euro). Mit einem Umsatzanteil von 37,8 Prozent ist der deutsche Markt für den Beate Uhse Konzern nach wie vor der wichtigste Markt. Ebenfalls negativ war die Umsatzentwicklung in Österreich, hier sank der Umsatz um 2,9 Mio. Euro auf 19,9 Mio. Euro.

Erfreuliche Tendenzen zeichneten sich dagegen in Frankreich und in Italien ab. Mit 31,5 Mio. Euro und einem Umsatzanteil von 15,1 Prozent hat sich Frankreich zum drittstärksten Ländermarkt für den Beate Uhse Konzern entwickelt. Ebenfalls positiv Italien, das mit einem Umsatzsprung von 1,4 Mio. Euro auf 2,1 Mio. Euro einen deutlichen Wachstumsschub verzeichnete. Der zweitwichtigste Ländermarkt, die Niederlande, entwickelte sich weitgehend stabil.

UMSATZ NACH REGIONEN

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Deutschland	89,0	79,1	-11,1
Niederlande	37,1	37,8	1,8
Belgien	13,7	13,6	-0,5
Frankreich	26,1	31,5	20,6
Großbritannien	9,7	8,1	-16,3
Österreich	22,8	19,9	-12,8
Schweiz	1,2	1,3	11,9
Skandinavien	9,2	8,8	-4,4
Italien	0,6	2,1	233,2
Sonst. Europa	7,8	6,4	-18,4
Übrige Regionen	0,6	0,6	6,8
	217,9	209,2	-4,0

ERTRAGSENTWICKLUNG

Wie bereits im Halbjahresbericht dargestellt, müssen bei der Betrachtung der Vorsteuerergebnis-Entwicklung Sondereffekte berücksichtigt werden, die das Ergebnis 2005 um 2,2 Mio. Euro gestärkt haben (Filmlizenzverkauf der erotic media ag und Rückerstattungen aufgrund der Umsatzsteuerbefreiung von Geldspielgeräten). Das Vorsteuerergebnis des Konzerns lag per September 2006 mit 15,3 Mio. Euro auf dem Vorjahresniveau. Das Ergebnis war von gegenläu-

figen Trends geprägt. Der Verzicht der Premiere AG auf die Put-Option und der Beteiligungsverkauf in Polen stärkten den Ertrag der Holding Service nachhaltig. Das operativ erzielte Ergebnis war dagegen durch die Einbußen im Versandgeschäft geprägt. Mit einem Vorsteuerergebnis von 2,2 Mio. Euro lag der Versand um 74,2 Prozent unter dem Vorjahreswert von 8,4 Mio. Euro. Der Einzelhandel erzielte 3,3 Mio. Euro bis Ende September 2006 (9 Monate 2005: 4 Mio. Euro). Der Großhandel erreichte wie bei den Umsätzen nahezu das Vorjahresniveau und erwirtschaftete 3 Mio. Euro (9 Monate 2005: 3,2 Mio. Euro).

Wie auch zum Halbjahr gelang dem Entertainment eine Steigerung des Vorsteuerergebnisses im zweistelligen Bereich (plus 38,2 Prozent). Das Profit-Center schloss die ersten neun Monate mit einem EBT von 2,2 Mio. Euro ab. Das Ergebnis der Holding Service verbesserte sich deutlich um 6,7 Mio. Euro auf 4,7 Mio. Euro. Neben den Effekten aus dem Verkauf einer Beteiligung in Polen und der Realisierung des Verkaufs der erotic media Aktien waren weitere Gründe eine positive Bewertung von Zinsswaps sowie der Verkauf von Anteilen der australischen Gesellschaft MobileAktive Ltd.

EBT

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Einzelhandel	4,0	3,3	-15,9
Versandhandel	8,4	2,2	-74,2
Großhandel	3,2	3,0	-8,3
Entertainment	1,6	2,2	38,2
Holding Service	-2,0	4,7	329,0
	15,2	15,3	0,9

EBIT

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Einzelhandel	4,9	4,4	-10,9
Versandhandel	8,5	2,6	-69,1
Großhandel	4,0	3,9	-2,5
Entertainment	1,6	2,2	37,6
Holding Service	-1,6	4,5	378,8
	17,3	17,5	1,0

EBITDA

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Einzelhandel	8,9	8,3	-6,7
Versandhandel	9,1	3,7	-59,7
Großhandel	5,3	5,1	-3,6
Entertainment	1,8	2,4	31,0
Holding Service	-1,0	5,2	613,3
	24,1	24,7	2,5

Betrachtet man das dritte Quartal losgelöst, so wird deutlich, dass die Profit-Center Einzelhandel, Großhandel und Entertainment ein leichtes Wachstum erzielt haben. Die Holding Service erhöhte ihren Ergebnisbeitrag auf 5,7 Mio. Euro. Einzig der Versandhandel blieb mit einem Vorsteuerergebnis von -1,3 Mio. Euro im dritten Quartal 2006 klar hinter den Vorjahreswerten von 2,4 Mio. Euro zurück.

OPERATIVE ERGEBNISENTWICKLUNG

Die Umsatzkosten lagen mit 81,3 Mio. Euro um 4 Mio. Euro unter denen der ersten neun Monate 2005. Besonderen Einfluss hatte hier die Verringerung des Wareneinsatzes um 4,4 Mio. Euro aufgrund des reduzierten Wareneinkaufs, mit dem auf die geringere Konsumentennachfrage im Versandhandel reagiert wurde.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge stiegen von 11,1 Mio. Euro auf 15,9 Mio. Euro an. Die Veränderung war von zwei gegensätzlichen Effekten bestimmt. Zum einen reduzierten sich in Folge der geringeren Versandumsätze die Erträge aus Verzugszinsen und Mahnungen um 1,6 Mio. Euro. Zum anderen realisierte der Beate Uhse Konzern einen Buchgewinn von 2,7 Mio. Euro aus dem Verkauf von 1 Mio. erotic media ag Aktien an die Premiere AG. Ebenfalls zum Anstieg der Sonstigen betrieblichen Erträge führte der Verkauf der 50-prozentigen Beteiligungen an der International Fun Center, Polen (Verkaufspreis 3,5 Mio. Euro). Die Vertriebskosten konnten um 0,5 Mio. Euro auf 109,7 Mio. Euro verringert werden. Bei den Allgemeinen Verwaltungskosten und den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen gab es im Vergleich mit den ersten neun Monaten 2005 keine wesentlichen Veränderungen.

Das Beteiligungsergebnis assoziierter Unternehmen sank um 36,9 Prozent auf 1,2 Mio. Euro, da ein in 2005 ausgewiesener Sondereffekt aus dem Verkauf von Filmlicenzen durch die erotic media ag nicht kompensiert werden konnte.

NETTO-ERGEBNIS

Aus fortgeführten Geschäftsbereichen erzielte der Beate Uhse Konzern in den ersten neun Monaten 2006 einen Periodenüberschuss von 12,7 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie lag nach neun Monaten bei 27 Cent.

ENTWICKLUNG DER VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die Bilanzsumme per 30. September 2006 erhöhte sich verglichen mit dem 31. Dezember 2005 von 189,7 Mio. Euro auf 224 Mio. Euro. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus einem deutlichen Zugewinn der Langfristigen Vermögenswerte durch den Bau des neuen Fulfilment-Zentrums des Versandhandels.

AKTIVA

Die Langfristigen Vermögenswerte stiegen um 26,7 Mio. Euro auf 138,3 Mio. Euro. Dies war im Wesentlichen auf den Anstieg des Sachanlagevermögens zurück zu führen. Mit 50,2 Mio. Euro lag es 23,4 Mio. Euro über dem Sachanlagevermögen des Jahres 2005. Hier spiegelte sich der Neubau des Fulfilment-Zentrums in Walsoorden wider. Die Sonstigen finanziellen Vermögenswerte blieben in der Summe konstant. Innerhalb der Position kam es zu Veränderungen durch drei Effekte. Zum einen kam es zu einer Erhöhung der Sonstigen finanziellen Vermögenswerte durch Darlehensaufstockungen in Höhe von 1,5 Mio. Euro an nicht konsolidierte Gesellschaften. Des Weiteren erhöhte sich diese Position durch die Darlehensvergabe von 3,5 Mio. Euro an den Käufer der International Fun Center. Verringert wurden die Sonstigen Ausleihungen in der Periode aufgrund des Verzichts der Premiere AG auf die Put-Option um 5 Mio. Euro. Die Kurzfristigen Vermögenswerte lagen mit 85,7 Mio. Euro um 7,6 Mio. Euro über dem Wert des Jahres 2005. Innerhalb dieser Position stiegen die Vorräte auf 39,4 Mio. Euro aufgrund der rückläufigen Abverkäufe im Einzel- und Versandhandel. Die Sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich von 2,8 Mio. Euro auf 4,5 Mio. Euro zum Ende der Periode 2006 durch den Anstieg von Umsatzsteuerguthaben.

PASSIVA

Das Eigenkapital des Beate Uhse Konzerns betrug per 30. September 2006 87,3 Mio. Euro und stieg somit um 3,7 Mio. Euro. Die Sonstigen Rücklagen wurden aufgrund des Premiere-Effekts um 2,7 Mio. Euro gemindert. Positiv entwickelte sich der Bilanzgewinn. Die Veränderung resultierte zum einen aus dem Periodenüberschuss von 12,7 Mio. Euro, zum anderen wurde der Bilanzgewinn in Höhe der Dividende für das Geschäftsjahr 2005 um 6,6 Mio. Euro gemindert. Trotz des Anstiegs des Eigenkapitals sank die Eigenkapitalquote von 44,1 Prozent per Jahresende 2005 auf 39 Prozent zum Abschluss des dritten Quartals 2006 aufgrund der erhöhten Bilanzsumme.

Die Langfristigen Schulden erhöhten sich um 18 Mio. Euro, durch fremdfinanzierte Investitionen in das neue Fulfilment-Zentrum des Versands (21,7 Mio. Euro) aus dem ersten Quartal 2006. Zudem kam es im Bereich der Schuldscheindarlehen (SSD) zu einer Laufzeitveränderung. So wurde das per Dezember 2005 als Kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen ausgewiesene Schuldscheindarlehen von 10,5 Mio. Euro im Februar 2006 durch ein siebenjähriges endfälliges SSD (10 Mio. Euro) ersetzt und damit den Langfristigen Schulden zugerechnet. Die Sonstigen finanziellen Verpflichtungen wurden um 4,6 Mio. Euro verringert aufgrund des Wegfalls der Premiere-Put-Option.

Die Kurzfristigen Schulden stiegen in den ersten neun Monaten 2006 um 12,6 Mio. Euro auf 90,1 Mio. Euro. Hier erhöhten sich die Darlehen gegenüber Kreditinstituten aufgrund der Dividendenzahlung sowie der alljährlichen Fremdfinanzierung für Vorlaufkosten der Katalogproduktion im Versandhandel.

CASH FLOW UND INVESTITIONEN

Der Brutto-Cash Flow lag in den ersten neun Monaten bei 19,8 Mio. Euro. Der Cash Flow je Aktie betrug 42 Cent. Der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit sank per September 2006 leicht um 0,9 Mio. Euro auf 9 Mio. Euro. Neben der Bereinigung um das Beteiligungsergebnis (1,3 Mio. Euro) sind in den Berichtigungen für sonstige zahlungsunwirksame Erträge 2,7 Mio. Euro Erlöse durch den Wegfall der Premiere-Put-Option enthalten. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen fielen dagegen deutlich geringer aus als in der Vorjahresperiode, da das Bestellvolumen zum aktuellen Herbstkatalog deutlich unter dem Vorjahresniveau lag. Die Sonstigen Vermögenswerte erhöhten sich aufgrund der Warenbevorratung.

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeiten war wie im Quartal zuvor durch den Ausbau des Fulfilment-Zentrums für den Versand stark beeinflusst. Die Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen stiegen in den ersten neun Monaten um 25,1 Mio. Euro auf insgesamt 32,7 Mio. Euro. Des Weiteren erhöhten sich die Investitionen in die Finanzmittelanlagen, da die Kaufpreisforderung gegen den Käufer unserer polnischen Gesellschaft International Fun Center als Darlehen zur Verfügung gestellt wurde. Somit wuchs der Cash Flow aus Investitionen auf

INVESTITIONEN NACH PROFIT-CENTERN

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Einzelhandel	4,0	5,2	29,3
Versandhandel	1,0	4,9	385,4
Großhandel	1,9	3,1	65,3
Entertainment	0,3	0,1	-66,7
Holding Service	0,3	18,6	-
	7,4	31,9	330,7

37 Mio. Euro an. Neben den Aktivitäten im Versand investierte der Einzelhandel in den Ausbau des Fun Center-Shopkonzepts, die Modernisierung zahlreicher Christine le Duc Shops und diverser weiterer Geschäfte.

Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit lag per Ende September 2006 mit 28,2 Mio. Euro nahezu unverändert zum Vorquartal 2006. Beeinflusst waren die ersten neun Monate 2006 insbesondere durch die Zahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2005 an die Aktionäre (6,6 Mio. Euro) und die investitionsbedingte Erhöhung der Bankverbindlichkeiten.

MITARBEITER

Ende September 2006 beschäftigte der Beate Uhse Konzern 1.463 Mitarbeiter europaweit. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren es 1.527 Beschäftigte. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2006 wurde die Anzahl der Mitarbeiter um 14 Personen reduziert. Entsprechend der schwächeren Auftragslage im Versand waren hier Anpassungen vorgenommen worden. Hier wurden zum Ende September dieses Jahres 25 Personen weniger beschäftigt. Durch die Zentralisierung der konzernweiten Logistikaktivitäten Ende 2005 in den Niederlanden waren per September 2006 im Einzelhandel 31 Personen weniger beschäftigt.

MITARBEITER

Nach Regionen	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Deutschland	754	718	-4,8
Niederlande	534	529	-0,9
Belgien	30	24	-20,0
Frankreich	64	69	7,8
Großbritannien	23	10	-56,5
Österreich	26	23	-11,5
Skandinavien	40	41	2,5
Sonst. Europa	49	49	-
USA	7	-	-100,0
	1.527	1.463	-4,2

Nach Segmenten	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Einzelhandel	888	857	-3,5
Versandhandel	295	270	-8,5
Großhandel	226	223	-1,3
Entertainment	77	71	-7,8
Holding Service	41	42	2,4
	1.527	1.463	-4,2

AKTIE

Die Aktie der Beate Uhse AG ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet. Sie ist Mitglied im Prime All Share, Classic All Share, GEX und im Branchenindex Prime Retail.

PERFORMANCE & LIQUIDITÄT

Anfang September 2006 erreichte die Beate Uhse Aktie mit 4,54 Euro (Xetra) ihr Allzeit-Tief. Zum Ende des Monats erholte sich der Kurs wieder, die Aktie lag zum Abschluss des dritten Quartals bei 4,65 Euro (Xetra). Dies entsprach einer Entwicklung von -22,8 Prozent seit Jah-

resbeginn. Der höchste Kurs seit Januar 2006 wurde bei 6,95 Euro festgestellt. Der Durchschnittskurs der Monate Januar bis September lag bei 6,13 Euro. Die Anzahl der täglich durchschnittlich gehandelten Aktien sank im September 2006 auf 8.175 Stücke (September 2005: 11.351 Stücke). Durchschnittlich wurden in den ersten neun Monaten 2006 täglich 18.557 Beate Uhse Aktien gehandelt.

MARKTKAPITALISIERUNG

Die Marktkapitalisierung des Beate Uhse Konzerns betrug 220,1 Mio. Euro am 30. September 2006. Auf Free Float Basis ergab sich ein Wert von 108,7 Mio. Euro. Der Free Float der Beate Uhse Aktie lag Ende September 2006 bei 48,8 Prozent. Im letzten Quartal hatte die Rotermond Holding AG zwei Directors Dealings Meldungen veröffentlicht. Am 11. Juli 2006 verkaufte die Gesellschaft 1,2 Mio. Aktien außerbörslich (Preis pro Aktie 5,69 Euro) an die Beate Rotermond KG. Am 8. September 2006 meldete die Rotermond Holding AG einen Kauf von 1,4 Mio. Stücken (Preis pro Aktie 8,83 Euro).

KURSENTWICKLUNG

		9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
Eröffnung	EUR	10,19	6,02	-40,9
Schluss	EUR	6,45	4,65	-27,9
Hoch	EUR	10,37	6,95	-33,0
Tief	EUR	6,09	4,54	-25,5
Durchschnitt	EUR	7,83	6,13	-21,7
Entwicklung	%	-36,7	-22,8	-

Basis: Xetra

KENNZAHLEN ZUR BEATE UHSE AKTIE

		9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. %
EPS		0,25	0,27	5,59
KGV		34	17	-50,0
KCF		18,2	11,1	-39,1
Kurs/Umsatz		1,4	1,1	-24,5
Kurs/EBITDA		12,6	8,2	-34,8
Kurs/Buchwert		4,5	3,2	-28,1
Buchwert je Aktie		1,5	1,5	-
Grundkapital	Stücke	47.323.696	47.323.696	-
Marktkapitalisierung	EUR	305,2	220,1	-27,9
Marktkapitalisierung Free Float	EUR	75,8	108,7	43,3
Ø Umsatz/ Tag	Stücke	20.378	18.557	-9,0

Basis: Xetra

PROFIT-CENTER

Der Beate Uhse Konzern ist mit seinen Aktivitäten im Einzel-, Versand- und Großhandel sowie im Entertainment in 13 Ländern Europas vertreten. Als eines der ganz wenigen Unternehmen im Erotikmarkt ist Beate Uhse in allen Vertriebskanälen der Branche aktiv. In der Vernetzung der unterschiedlichen Zugänge zu Kunden sehen wir ein wesentliches Wachstumspotential für die Zukunft.

EINZELHANDEL

Der Einzelhandel entwickelte sich in den Monaten Juli bis September sehr heterogen. Die Umsätze waren im Juli aufgrund des anhaltend warmen, sommerlichen Wetters weiterhin schlecht, der August war dagegen eher verregnet und bescherte den Shops eine erfreuliche Umsatzsteigerung. Der September entsprach den Planungen.

Im Zuge der klaren Aufgliederung der Einzelhandelsaktivitäten nach Marken und Shop-Konzepten wurden zwei niederländische Filialen mit dem Angebotsschwerpunkt Videotheken geschlossen. Beate Uhse wird sich verstärkt auf die renditestarken Geschäfte konzentrieren und Filialen schließen, die den Ertragskriterien nicht entsprechen.

Die niederländische Shop-Kette Christine le Duc entwickelte sich erfreulich. Seit dem Relaunch wurden acht Shops auf das neue, moderne Design und Warensortiment umgestellt. Mit einem neuen Beate Uhse Fachmarkt in Udine, Italien, wurde das großflächige Fachmarkt-Konzept auf insgesamt sieben Standorte in Europa ausgebaut. In Italien ist Beate Uhse mit sieben Läden und zwei unterschiedlichen Shop-Konzepten vertreten.

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN

EIGENE SHOPS

	9 Monate 30.09.2005	%	9 Monate 30.09.2006	%
Deutschland	70	42,4	74	43,0
Italien	5	3,0	7	4,1
Niederlande	66	40,0	69	40,1
Belgien	10	6,1	10	5,8
Frankreich	9	5,5	8	4,7
Norwegen	5	3,0	4	2,3
	165	100,0	172	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	9 Monate 30.09.2005	%	9 Monate 30.09.2006	%
Deutschland	55	38,5	57	35,6
Österreich	41	28,7	42	26,3
Schweiz	38	26,6	38	23,8
Norwegen	4	2,8	4	2,5
Ungarn	1	0,7	1	0,6
Polen	-	-	13	8,1
Slowenien	4	2,8	4	2,5
Diverse	-	-	1	0,6
	143	100,0	160	100,0

BETEILIGUNGEN

	9 Monate 30.09.2005	%	9 Monate 30.09.2006	%
Polen	8	100,0	0	-
	8	100,0	0	-

Der deutsche Einzelhandel forcierte in den ersten neun Monaten 2006 besonders den Ausbau des Fun Center Konzepts. Die Entwicklung der Geschäfte mit Schwerpunkt Unterhaltung für Männer war überaus erfreulich. Die Stärkung des Konzeptes wird 2007 mit weiteren Eröffnungen fortgesetzt. Im dritten Quartal 2006 wurden aufgrund von baulichen Maßnahmen durch die Vermieter ein Beate Uhse Shop in der Halle C am Frankfurter Flughafen und ein Mae B. Shop (Umbau und Zusammenschluss des Karstadtwarenhouses und der Europa Passage) in Hamburg geschlossen.

Mit einer durchschnittlichen Größe von 140 Quadratmetern vergrößerte sich die Verkaufsfläche der deutschen Shops leicht. Durchschnittlich gab ein Kunde knapp 30 Euro pro Kauf aus, was einer stabilen Entwicklung entsprach. Innerhalb der Warengruppen verzeichnete die Wäsche in den Beate Uhse Filialen ein leichtes Umsatzplus. Der Verkauf von Toys und anderen Warengruppen wurde durch anhaltende verkaufsfördernde Maßnahmen gestärkt. Diese Aktivitäten werden zukünftig ausgebaut.

VERSANDHANDEL

Der Versandhandel befindet sich in einer schwierigen Phase. Die umsatzstarken Märkte in Deutschland, Großbritannien und Österreich entsprachen nicht den Erwartungen. Die Nachfrage in Frankreich, den Niederlanden und Belgien lag dagegen innerhalb der Planung, konnte die Umsatzeinbußen der anderen Länder jedoch nicht kompensieren.

VERSANDHANDELSINFORMATIONEN

Stücke in Mio.	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006
Verschickte Hauptkataloge	27,6	29,6
Bestellungen	2,4	2,3
Verschickte Pakete	2,7	2,5

Die Gründe für diese Situation wurden in den vergangenen Monaten genauestens analysiert. Das Management beschloss eine Reihe an Maßnahmen, die die Positionierung des Versands international stärken und ihm eine bessere Ausgangsposition in Zukunftsmärkten geben wird. Fundament sämtlicher Maßnahmen ist die Inbetriebnahme des neuen Fulfilment-Zentrums in Walsoorden. Mit dem Start des hochmodernen Lagers Anfang 2007 wird sich der Servicegrad sämtlicher Versandaktivitäten deutlich verbessern. Zudem wird der Versand Kundenbindungsprogramme neu aufsetzen. Kundengruppen werden zukünftig zielgerichtet durch spezielle, ihren Interessen entsprechende Mailing-Aktivitäten beworben. Um den Erfolg von u. a. Nachfass-Mailings zu optimieren, bietet jeder Katalog zu großen Teilen ein neues und attraktives Warensortiment. Zur Optimierung der Werbekosten werden Kataloganfragen detailliert geprüft, bevor die Werbemittel versandt werden.

Dem Bereich E-Commerce wird eine noch stärkere Bedeutung beigemessen. Die Aktivitäten werden noch stärker als bisher ausgebaut. Neben dem Online-Vertrieb von erotischen Produkten wird die Attraktivität der Internet-Seiten durch ergänzende Content-Angebote über Streaming und Downloads von Filmen verbessert.

Für den wichtigen deutschen Markt wurde eine neue Projektgruppe eingerichtet, die sich ausschließlich den Belangen des Marktes und den Kundenwünschen widmet. Eine der ersten und grundlegendsten Entscheidungen des Gremiums war die Umbenennung sämtlicher Versandaktivitäten in Deutschland von der Marke Pabo auf die Marke Beate Uhse. Zukünftig werden alle Werbemittel und E-Commerce-Aktivitäten in Deutschland unter der etablierten Marke Beate Uhse erscheinen.

Nach den Vorbereitungen für die Aktivitäten in Tschechien und der Slowakei wurden Ende Oktober 2006 die ersten Pakete an Kunden verschickt. Damit startete das Projekt in die zweite Phase der Zwei-Phasen-Strategie für die Expansion in diesen beiden Ländern. Bis Mitte 2007 rechnet der Versand mit Investitionen von rund 1 Mio. Euro, der Break-Even ist für 2008 geplant.

GROßHANDEL

Der internationale Großhandel fokussierte im dritten Quartal 2006 die Stärkung der Verkaufsaktivitäten. Die Ergänzung des Scala-Teams um neue und erfahrene Einkaufs- und Verkaufsmenager war ein klares Zeichen für die starke Produkt- und Kundenorientierung, die sich das Profit-Center auf die Fahnen geschrieben hat.

In den zurückliegenden Monaten wurden Kontakte zu Kunden aus dem Erotikmarkt mit Nachdruck intensiviert, nachdem die Abläufe im Logistik-Zentrum Almere wieder planmäßig abgewickelt werden konnten. Um den Kundenstamm zu erweitern, akquirierte der Großhandel mit Erfolg neue Kunden außerhalb der Erotik-Branche zur Erschließung neuer Marktpotentiale. Einen Kannibalisierungseffekt mit den konzern eigenen B-2-C-Aktivitäten erwartet das Management nicht. Die Schnittmenge der Endkonsumenten, die erotische Produkte wie DVDs und Toys sowohl im Erotik-Geschäft als auch im klassischen Handel kaufen, wird als klein eingestuft.

Die Scala Verkaufsmesse im September 2006 war erfolgreich. Die guten Besucherzahlen, die erfreulichen Abverkäufe von reduzierten Altbeständen und die gute Resonanz auf die ausge dehnte Präsentation von aktuellen Produkttrends lassen das Management mit Zuversicht in die Zukunft blicken. Besonderen Anklang fand der Umbau des Show-Rooms, der den Kunden die sofortige Mitnahme sämtlicher Produkte ermöglicht.

Der im ersten Halbjahr 2006 in Frankreich übernommene Mitbewerber wurde entsprechend der Scala-Vorgaben strukturiert und ist seit September 2006 unter der Gesellschaft Scala France Vertriebs GmbH im Markt aktiv. Durch den Ausbau des Vertriebsnetzes erwartet der Großhandel bis Ende 2007 einen Umsatzanstieg von 60 Prozent in diesem Land.

Der marktbedingte Preisverfall bei DVD's und Magazinen war auch im dritten Quartal 2006 ein dominierender Einflussfaktor im deutschen Großhandel. Diese Tendenz zeichnete sich auch auf der Herbstmesse des Wiesbadener Unternehmens weiterhin ab. Erfreulich entwickelten sich dagegen die Umsätze mit Produkten aus den Warengruppen Wäsche, Hilfsmittel und Verhütung. Bereits im zweiten Quartal zeigten diese Sortimente steigende Umsätze und spiegeln damit ein verstärktes Interesse der Kunden an diesen Warengruppen wider.

ENTERTAINMENT

Die Entwicklung des Entertainments war insgesamt gut, wenn auch von unterschiedlichen Tendenzen beeinflusst. Der Telefon-Bereich war weiterhin von einer tendenziell rückläufigen bis stagnierenden Marktentwicklung geprägt. Weitestgehend entsprach die Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2006 der Entwicklung der Werbeaufwendungen. Die Forderungsausfälle der 0900- und der 118er-Rufnummern im Festnetz sowie die stark gesunkenen Rückvergütungen aus dem Mobilfunknetz belasteten das Entertainment weiterhin sehr stark.

Im Online-Geschäft war das dritte Quartal 2006 geprägt von Optimierungsarbeiten auf den wichtigsten Konzern-Domains. Das Privatvideoportal www.privatporno.com entwickelte sich erfreulich, das Filmangebot wurde weiter ausgebaut und in die Struktur der Beate Uhse Online-Angebote integriert. Durch eine Vielzahl an Webmastern innerhalb der Erotik-Community stehen die Filme als kostenpflichtige Downloads zur Verfügung. Der Relaunch des Portals www.beate-uhse.com zeigte weiterhin positive Effekte, die Kundenbindung steht im Fokus der Aktivitäten. Eine Verfeinerung des Inkasso-Weges ist in Vorbereitung.

In Zusammenarbeit mit dem Versandhandel erarbeitete Beate Uhse new media einen Relaunch des Download-Shops www.pabomovie.com. Auf den Seiten erhalten Kunden ein umfassendes Streaming- und Download-Angebot für Filme. Das Portal wird in den kommenden Wochen um weitere technische Features erweitert und wird damit der zunehmenden Verbreitung von Internet-Breitbandanschlüssen gerecht.

Der Sender BEATE-UHSE.TV startete im September traditionell eine Reihe neuer Formate. Mit der Reportagerihe „Inside Sex“, dem „Swingerclub-Report“ und diversen Sendungen über Erotikstars und Filme des bekannten Labels Private informiert BEATE-UHSE.TV über aktuelle Themen aus der Erotikwelt.

Die Venus-Messe war Mitte Oktober 2006 als eine der bedeutendsten Erotikmessen Europas für BEATE-UHSE.TV ein Höhepunkt des Jahres. Gemeinsam mit Blue Movie präsentierte sich der Sender Tausenden von Besuchern. Erstmals fand parallel zur Venus in Berlin auch das „1. Pornofilmfestival Berlin“ statt. BEATE-UHSE.TV stand als Medienpartner der Veranstaltung im Fokus des öffentlichen Interesses.

Der im Juli 2006 gestartete Mediendienst „redXclub“ der Partner erotic media ag und Kabel Deutschland GmbH wurde von den Kunden gut angenommen. Negative Auswirkungen auf BEATE-UHSE.TV blieben aus, es erwies sich an diesem Beispiel erneut, dass Vollerotik und Erotik sich eher ergänzen und nicht kannibalisieren.

HOLDING

Die Kosten der Holding des Beate Uhse Konzerns entwickelten sich auf operativer Ebene im Plan. Durch die Veräußerung der International Fun Center, Polen und den Premiere-Verzicht auf die Put-Option stieg das Ergebnis der Holding Service auf 4,6 Mio. Euro.

RISIKEN

Gegenüber den im Lagebericht und Konzernlagebericht im Jahresabschluss 2005 dargestellten Chancen und Risiken ergaben sich in den Monaten Januar bis September 2006 keine wesentlichen Änderungen.

AUSBLICK

Die Winterquartale sind in der Erotik-Branche traditionell die Stärksten.

Das Marktumfeld deutet darauf hin, dass das vierte Quartal 2006 analog den entsprechenden Vorjahresquartalen verlaufen wird. Für das Gesamtjahr bedeutet dies, dass wir für den Beate Uhse Konzern als obere Ziel-Marke den Vorjahresumsatz anpeilen. Auch auf der Ergebnisseite sollte eine parallele Entwicklung möglich sein.

BILANZ

Aktiva		
TEUR	31.12.2005	30.09.2006
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	12.483	13.124
Geschäfts- oder Firmenwert	14.966	15.873
Sachanlagen	26.837	50.239
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	13.915	14.711
Beteiligungen	1.079	1.022
Anteile an assoziierten Unternehmen	31.506	32.185
Latente Steueransprüche	10.856	11.179
	111.642	138.333

Kurzfristige Vermögenswerte

Vorräte	36.749	39.393
Forderungen aus L+L	30.019	33.277
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.806	4.541
Ertragsteuererstattungsansprüche (kurzfr.)	1.682	876
Flüssige Mittel	6.777	7.569
	78.033	85.656

Bilanzsumme	189.675	223.989
--------------------	---------	----------------

Passiva		
TEUR	31.12.2005	30.09.2006
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	47.324	47.324
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-3.464	-3.464
Kapitalrücklagen	474	474
Gewinnrücklagen	3.295	3.295
Sonstige Rücklagen	2.746	118
Bilanzgewinn	33.704	39.601
Ausgleichsposten Währungsumrechnung	180	577
Minderheitenanteile	-643	-576
	83.616	87.349

Langfristige Schulden

Verzinsliche Darlehen	15.712	38.295
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.032	3.006
Sonstige Rückstellungen	2.401	2.325
Sonstige finanzielle Verpflichtungen	5.189	559
Latente Steuerschulden	2.212	2.325
	28.546	46.510

Kurzfristige Schulden

Verbindlichkeiten aus L+L	17.149	16.486
Sonstige Finanzielle Verpflichtungen	9.899	10.542
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	214	213
Sonstige Rückstellungen	1.342	1.182
Ertragsteuerschulden	5.223	5.618
Darlehen	26.847	48.536
Kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen	14.418	4.903
Umsatzsteuerverbindlichkeiten	2.421	2.650
	77.513	90.130

Bilanzsumme	189.675	223.989
--------------------	---------	----------------

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG KONZERN

TEUR	Q3/2005 1.7.-30.9.05	Q3/2006 1.7.-30.9.06	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw. TEUR	Abw. %
Fortgeführte Geschäftsbereiche						
Umsatzerlöse	75.864	73.522	217.908	209.212	-8.696	-4,0
Umsatzkosten	-30.691	-28.824	-85.290	-81.286	4.004	-4,7
Bruttoergebnis vom Umsatz	45.173	44.698	132.618	127.926	-4.692	-3,5
Sonstige betriebliche Erträge	3.217	8.801	11.101	15.944	4.844	43,6
Vertriebskosten	-36.943	-38.441	-109.163	-109.667	-504	0,5
Allgemeine Verwaltungskosten	-6.110	-5.452	-18.429	-17.400	1.029	-5,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-227	3	-896	-645	251	-28,0
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	818	623	1.944	1.226	-718	-36,9
Übriges Beteiligungsergebnis	-6	36	153	109	-44	-28,8
Betriebsergebnis (EBIT)	5.922	10.268	17.328	17.493	165	1,0
Finanzergebnis	-558	-1.232	-2.132	-2.163	-31	1,5
Ergebnis vor Steuern	5.364	9.036	15.196	15.330	134	0,9
Ertragsteuer	-1.116	-1.283	-3.350	-2.668	682	-20,4
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	4.248	7.753	11.846	12.662	816	6,9
Eingestellte Geschäftsbereiche						
Ergebnis eingestellter Geschäftsbereiche	36	-	36	-	-36	0,0
Konzernergebnis						
Konzernergebnis	4.284	7.753	11.882	12.662	780	6,6
Davon entfallen auf						
Anteilseigner der Muttergesellschaft	4.238	7.688	11.821	12.482	661	5,6
Minderheitsgesellschafter	46	65	61	180	119	195,1
Ergebnis je Aktie (EPS)						
unverwässert (in Euro)			47.042.292	47.042.247		
verwässert (in Euro)			47.042.292	47.042.247		
EPS unverwässert, bezogen auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche			0,25	0,27		
EPS verwässert, bezogen auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche						

CASH FLOW

TEUR	9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006	Abw.	Abw. %
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit				
Betriebsergebnis (EBIT) fortgeführte und eingestellte Geschäftsbereiche	17.591	17.493	-98	-0,6
Berichtigungen für				
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus IFRS 2	33	-	-33	-100,0
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	6.805	7.215	410	6,0
Verlust aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	9	-2	-11	-122,2
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	-2.080	-3.913	-1.833	88,1
Veränderungen der				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-12.599	-3.256	9.343	-74,2
Sonstigen Vermögenswerte	5.133	-4.654	-9.787	-190,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-5.588	-662	4.926	-88,2
Sonstige Schulden	5.912	4.853	-1.059	-17,9
Erhaltene Zinsen	99	192	93	93,9
Gezahlte Zinsen für Kredite/Darlehen und Sicherungsinstrumente	-2.373	-2.744	-371	15,6
Erstattete/Gezahlte Ertragsteuern	-3.051	-5.548	-2.497	81,8
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	9.891	8.974	-917	-9,3
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit:				
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	3.953	660	-3.293	-83,3
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle und sonstige langfristige Vermögenswerte	-7.611	-32.722	-25.111	329,9
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	-377	-5.239	-4.862	1.289,7
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	1.544	273	-1.271	-82,3
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-2.491	-37.028	-34.537	1.386,5
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit:				
Kapitalzuführung (Verkauf eigener Aktien)	-	-	-	-
Gezahlte Dividenden	-	-6.586	-6.586	100,0
Aufnahme von Bankverbindlichkeiten	17.568	40.549	22.981	130,8
Aufnahme von Schuldscheindarlehen	-	10.000	10.000	100,0
Aufnahme von Dritten	-	2.000	2.000	100,0
Rückzahlung von Bankverbindlichkeiten	-25.982	-4.548	21.434	-82,5
Rückzahlung von Schuldscheindarlehen	-714	-11.214	-10.500	-
Rückzahlung an Dritte	-	-2.000	-2.000	100,0
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-9.128	28.201	37.329	-409,0
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere	-1.728	147	1.875	-108,5
Wechselkursbedingte Änderungen	-631	645	1.276	-202,2
Liquide Mittel und Wertpapiere zu Beginn der Periode	9.181	6.777	-2.404	-26,2
Liquide Mittel und Wertpapiere am Ende der Periode	6.822	7.569	747	10,9
Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes am Ende der Periode				
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks, Wertpapiere	6.809	7.557	748	11,0
Kurzfristige Geldanlage	13	12	-1	-7,7
	6.822	7.569	747	10,9

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens

TEUR	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Sonstige Rücklagen
SALDO ZUM 1. JANUAR 2005	47.324	-3.465	237	3.295	-
Fremdwährungsumrechnung					
Unrealisierte Gewinne aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten					2.808
Steuerliche Effekte aus Gewinnen aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten					-53
Verluste aus der Absicherung von Zahlungsströmen					-14
Steuerliche Effekte aus Verlusten aus der Absicherung von Zahlungsströmen					5
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					2.746
Konzernergebnis 2005					
Gesamtes Periodenergebnis					2.746
Abgang negative Ergebnisanteile Minderheiten					
Aktienbasierte Vergütung			237		
Verkauf eigener Aktien		1			
Dividendenausschüttung					
SALDO ZUM 31. DEZEMBER 2005	47.324	-3.464	474	3.295	2.746
SALDO ZUM 1. JANUAR 2006	47.324	-3.464	474	3.295	2.746
Fremdwährungsumrechnung					
Realisierte Gewinne aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten					-2.809
Gewinne aus der Absicherung von Zahlungsströmen					293
Steuerliche Effekte aus Verlusten aus der Absicherung von Zahlungsströmen					-112
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					-2.628
Dividendenausschüttung					
Konzernergebnis					
SALDO ZUM 30. SEPTEMBER 2006	47.324	-3.464	474	3.295	118

entfallendes Eigenkapital				
Bilanz- gewinn	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	Summe	Minderheiten- anteile	Summe Eigenkapital
19.777	1.140	68.308	-509	67.799
	-960	-960	-156	-1.116
		2.808		2.808
		-53		-53
		-14		-14
		5		5
	-960	1.786	-156	1.630
13.474		13.474	122	13.596
13.474	-960	15.260	-34	15.226
453		453		453
		237		237
		1		1
		-	-100	-100
33.704	180	84.259	-643	83.616
33.704	180	84.259	-643	83.616
	397	397		397
		-2.809		-2.809
		293		293
		-112		-112
	397	-2.231		-2.231
-6.586		-6.586		-6.586
12.483		12.483	67	12.550
39.601	577	90.734	-576	87.349

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.09.2005

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service
UMSATZERLÖSE	65.182	97.704	55.096	14.026	-
- davon mit Dritten	64.976	97.704	41.689	13.539	-
- davon mit anderen Segmenten	206	-	13.407	487	-
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-124	-44	-605	-132	-294
Abschreibungen auf Sachanlagen	-3.876	-569	-730	-121	-295
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-	-	-	-	-131
Zinsergebnis	-923	-77	-718	11	-409
Ergebnis aus Beteiligungen an ass. Unternehmen	-	-	178	-	1.766
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	-	-	150	-	3
EBT	3.979	8.439	3.234	1.579	-1.969
Ertragsteuern	113	-2.485	-958	-20	-
JAHRESERGEBNIS*	4.092	5.954	2.276	1.559	-1.969
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	46.922	31.883	47.746	9.705	166.395
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	8	85	31.880
Investitionen in das langfristige Vermögen	4.000	1.010	1.868	300	266
Schulden	37.417	26.429	29.124	3.768	69.365

*(ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen)

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.09.2006

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service
UMSATZERLÖSE	63.793	92.803	59.352	13.210	-
- davon mit Dritten	63.513	92.797	41.002	11.900	-
- davon mit anderen Segmenten	280	6	18.350	1.310	-
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-210	-45	-438	-132	-379
Abschreibungen auf Sachanlagen	-3.728	-1.006	-808	-96	-374
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-	-	-	-	-
Zinsergebnis	-1.021	-454	-886	25	172
Ergebnis aus Beteiligungen an ass. Unternehmen	-	-	465	-	761
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	-	-	86	-	23
EBT	3.346	2.174	2.967	2.182	4.661
Ertragsteuern	-393	-1.307	-578	-321	-69
JAHRESERGEBNIS*	2.953	867	2.389	1.861	4.592
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	49.225	43.513	51.897	11.501	215.057
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	-	-	32.185
Investitionen in das langfristige Vermögen	5.160	4.916	3.091	127	18.605
Schulden	40.241	36.271	32.069	3.896	97.491

*(ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen)

Konsolidierung	Fortgeführte Geschäftsbereiche	Eingestellter Geschäftsbereich	Konzernwert
-14.100	217.908	2.569	220.477
-	217.908	2.569	220.477
-14.100	-	-	-
-	-1.199	-	-1.199
-	-5.591	-14	-5.605
-	-131	-	-131
-16	-2.132	-227	-2.359
-	1.944	-	1.944
-	153	-	153
-66	15.196	36	15.232
-	-3.350	-	-3.350
-66	11.846	36	11.882
-160.445	142.206	-	142.206
-	31.973	-	31.973
-	7.444	-	7.444
-65.202	100.901	-	100.901

Konsolidierung	Fortgeführte Geschäftsbereiche	Eingestellter Geschäftsbereich	Konzernwert
-19.946	209.212	-	209.212
-	209.212	-	209.212
-19.946	-	-	-
-	-1.204	-	-1.204
-	-6.012	-	-6.012
-	-	-	-
1	-2.163	-	-2.163
-	1.226	-	1.226
-	109	-	109
-	15.330	-	15.330
-	-2.668	-	-2.668
-	12.662	-	12.662
-191.444	179.749	-	179.749
-	32.185	-	32.185
-	31.899	-	31.899
-81.271	128.697	-	128.697

ERLÄUTERUNGEN

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Der Zwischenbericht wurde nach den Vorschriften des internationalen Bilanzierungsstandards IFRS und in Übereinstimmung mit dem DRS 6 erstellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften entsprechen denen des letzten Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr 2005. Zur Verbesserung der Klarheit und Lesbarkeit werden in der Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Cash Flow-Rechnung des Beate Uhse Konzerns einzelne Posten zusammengefasst.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Es gab zum 30. September 2006 keine wesentlichen Veränderungen im Konsolidierungskreis gegenüber dem Konzernjahresabschluss 2005.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Eine ausführliche Darstellung und Erläuterung ist im Bericht zum Geschäftsverlauf zu finden. Eine Veränderung in der Abgrenzung der Segmente bzw. in der Ermittlung der Segmentergebnisse im Vergleich zum 31. Dezember 2005 erfolgte nicht.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es gab keine Ereignisse nach dem 30. September 2006, über die hier zu berichten wäre.

ERGEBNIS JE AKTIE

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

		9 Monate 30.09.2005	9 Monate 30.09.2006
Netto-Periodenergebnis	Mio. EUR	11.882	12.662
Zahl der Aktien (verwässert)	Stücke	47.042.292	47.042.247
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	47.042.292	47.042.247
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,25	0,27
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,00	0,00

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.

Flensburg, 10. November 2006

Der Vorstand

FINANZKALENDER 2006

Eigenkapitalforum	27. November 2006
Geschäftsjahresende	31. Dezember 2006

FINANZKALENDER 2007

3-Monatsbericht 2007	14. Mai 2007
Hauptversammlung, Hamburg	25. Juni 2007
6-Monatsbericht 2007	14. August 2007
9-Monatsbericht 2007	14. November 2007
Geschäftsjahresende	31. Dezember 2007

KONTAKT INVESTOR RELATIONS

Birte Hennig Telefon +49 (0) 4 61 - 99 66 - 307
Fax +49 (0) 4 61 - 99 66 - 440
E-Mail ir@beate-uhse.de

KONTAKT PUBLIC RELATIONS

Assia Tschernookoff Telefon +49 (0) 4 61 - 99 66 - 125
Fax +49 (0) 4 61 - 99 66 - 440
E-Mail pr@beate-uhse.de

GESCHÄFTS- / ZWISCHENBERICHTE

E-Mail bbrodersen@beate-uhse.de
Fax +49 (0) 4 61 - 99 66 - 440

Internet www.beate-uhse.ag

69
SEX UP YOUR LIFE