

69
SEX UP YOUR LIFE

6-MONATSBERICHT 2006 **beate uhse**



KURZÜBERSICHT

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Umsatzentwicklung			
Einzelhandel	41,8	41,2	-1,5
Versandhandel	64,9	60,6	-6,6
Großhandel	26,4	26,1	-1,3
Entertainment	9,0	7,9	-12,2
Holding Service	-	-	-
Umsatz total	142,0	135,7	-4,5
Auslandsanteil des Umsatzes	% 59,1	62,4	5,6
Ertragslage			
EBITDA	15,8	12,1	-23,6
EBIT	11,4	7,2	-36,7
EBT	9,8	6,3	-36,0
Jahresüberschuss der fortgeführten Geschäftsbereiche	7,6	4,9	-35,4
Weitere Ertragskennziffern			
Umsatzrendite vor Steuern	% 6,9	4,6	-33,0
Umsatzrendite nach Steuern	% 5,3	3,6	-32,4
Eigenkapitalrentabilität	% 9,1	6,0	-34,4
Rohertragsmarge	% 61,6	61,3	-0,4
Finanzlage			
Brutto Cash Flow	10,8	11,0	1,9
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	7,4	2,2	-71,0
Investitionen	5,4	30,0	455,9
Abschreibungen	4,5	4,9	8,4
Abgeflossene Dividende	0,1	6,6	-
Vermögens- und Kapitalstruktur (2005: per 31.12.)			
Bilanzsumme	189,7	218,4	15,1
Eigenkapital	83,6	82,3	-1,6
Eigenkapitalquote	% 44,1	37,7	-14,5
Langfristige Vermögenswerte	111,6	138,8	24,3
Kurzfristige Vermögenswerte	78,0	79,6	2,0
Sonstige Angaben			
Mitarbeiter	total 1.521	1.477	-2,9
Personalaufwand	24,6	23,6	-4,0
Umsatzkosten	54,6	52,5	-3,9
Vertriebskosten	72,2	71,2	-1,4
Aktien			
Anzahl der Aktien	47.323.696	47.323.696	-
Schlusskurs	EUR 7,44	5,70	-23,4
Höchstkurs	EUR 10,37	6,95	-33,0
Tiefstkurs	EUR 7,37	5,61	-23,9
Ergebnis je Aktie	EUR 0,15	0,10	-32,7
Cash Flow je Aktie	EUR 0,23	0,23	-

VORWORT DES VORSTANDS

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Aktionäre,

wir sind im ersten Halbjahr 2006 mit der Neuausrichtung des Beate Uhse Konzerns im Erotikmarkt gut vorangekommen. Seit 2002 arbeiten wir in mehreren Schritten an der Neupositionierung des Konzerns und der Marke Beate Uhse. Unsere Ziele:

1. Den Konzern als weltweit kompetentesten Partner im Erotikmarkt für Hersteller, Händler und Endverbraucher zu positionieren.
2. Als Trendsetter den Markt in allen Vertriebskanälen durch Innovationen zu bestimmen.
3. Das Image der Marke Beate Uhse durch gezielte Marketingmaßnahmen weiter zu öffnen, so dass die Marke für einen lustvollen und unbefangenen Umgang mit dem Thema Sex steht, Modernität und Lebensfreude ausstrahlt.
4. Die Ansprache eines breiten Kundenpotenzials durch die Fokussierung auf die wesentlichen Marken und die Positionierung neuer Shop- und Vermarktungs-Konzepte für einen zielgruppengenauen Zugang zu den Kunden.

Bis zum Juni 2006 haben wir wesentliche Punkte realisiert: Die Marke Beate Uhse ist durch weitere Shops in den Niederlanden noch internationaler geworden. Die Modernisierung der Christine le Duc Geschäfte kommt gut voran und das Konzept wird von den Kunden hervorragend angenommen. Im Versand laufen die Tests mit der neuen Logistik-Software auf vollen Touren. Der Neubau des Fulfilment-Zentrums ist fertig und erste Abteilungen arbeiten bereits für die Kunden von dort aus. Der Großhandel fokussiert durch eine eigene Beteiligungsgesellschaft in Frankreich und durch Geschäftspartner in Brasilien zwei interessante Wachstumsmärkte. erotic media startete im Juli 2006 gemeinsam mit Kabel Deutschland den Telemediendienst redXclub und baute damit die Zugangsmöglichkeiten zu Kunden erheblich aus.

Sie sehen, wir haben eine Reihe wichtiger Bausteine auf dem Weg zu unseren Zielen umgesetzt. Täglich erleben wir die Veränderung des Erotikmarkts und können an vielen Parametern messen, dass die Umsetzung unserer Ziele richtig und von großer Bedeutung für die Zukunft unseres Konzerns ist.

Wie wichtig diese Schritte sind, zeigte im ersten Halbjahr nicht zuletzt die wenig erfreuliche Entwicklung einiger Rahmenbedingungen, auf die wir schnell und flexibel reagieren mussten. Neue Anbieter und große Händler anderer Branchen, z. B. Bekleidung und Versand, kommen in den Markt, da sie dessen Potenziale entdeckt haben. Der Preisverfall im Segment der DVD's setzt sich in starkem Maße fort. Die Kunden orientieren sich neu und beziehen Filme, Informationen und erotische Produkte verstärkt über die Neuen Medien. Zudem haben uns die sommerlichen Temperaturen in Europa und insbesondere in Deutschland das ohnehin schwache zweite Quartal schwer gemacht.

Aus diesen Gründen ist es uns in den Sommermonaten nicht gelungen, die Umsätze entsprechend der Planung zu realisieren. Der Umsatz für das erste Halbjahr 2006 lag mit 135,7 Mio. Euro um 6,3 Mio. Euro unter dem Umsatz des gleichen Zeitraums 2005 (142 Mio. Euro). Das Vorsteuerergebnis fiel entsprechend niedriger aus als im Vorjahreszeitraum (9,8 Mio. Euro) und lag per Juni 2006 bei 6,3 Mio. Euro.

2006 wird aufgrund der strukturellen Veränderungen innerhalb des Konzerns und der Marktveränderungen ein schwieriges Jahr. Wir gehen jedoch davon aus, dass wir in der zweiten Jahreshälfte einiges an Boden wieder gut machen können. Hierfür sprechen saisonale Gründe und weitere Maßnahmen im operativen Geschäft, die zunehmend zum Tragen kommen werden.

Ihr

Otto Christian Lindemann
Vorstandssprecher, CFO

Gerard Cok
COO

KONJUNKTUR & MARKT

Deutschland ist für den Beate Uhse Konzern nach wie vor der wichtigste Markt (Umsatzanteil: 37,6 Prozent). Obwohl die konjunkturellen Daten für 2006 durchaus leicht nach oben zeigten, konnte die positive Stimmung in der Wirtschaft nicht nachhaltig belegt werden. Entsprechend dem neuesten ifo-Index tritt nun auch bei den Stimmungsindikatoren eine leichte Abkühlung ein. In den weiteren für Beate Uhse wichtigen Ländermärkten zeigte sich die konjunkturelle Entwicklung im ersten Halbjahr weitgehend stabil bis zum Teil positiv. Für den gesamten Wirtschaftsraum der EU rechnet die Europäische Kommission in ihrer Prognose für das zweite Halbjahr mit einem stabilen Wachstum auf dem aktuellen Niveau. Allerdings hat die Kommission die zuvor noch etwas optimistischere Prognose zuletzt abgeschwächt. Nun wird mit einem Wachstum im dritten Quartal von 0,3 bis 0,7 Prozent und im vierten Quartal von 0,5 bis 1 Prozent gerechnet (verglichen mit dem Vorquartal). Durchwachsen war die Entwicklung im europäischen Einzelhandel. Nach Zahlen von Eurostat für den Einzelhandelsabsatz in den ersten sechs Monaten 2006 wiesen Länder wie Belgien, Deutschland, Frankreich, Spanien und Portugal nur sehr moderat wachsende oder sogar rückläufige Werte auf. Positiv entwickelten sich das Baltikum, Teile Skandinaviens, Tschechien, Polen und auch der für Beate Uhse zweitwichtigste Markt, die Niederlande. In der EU stieg der Einzelhandelsabsatz auf Monatsbasis im zweiten Quartal zwischen 2,2 Prozent (Mai) und 3,5 Prozent (April).

Im für den Beate Uhse Konzern nach wie vor wichtigsten Ländermarkt Deutschland stagnierte der Einzelhandelsumsatz im ersten Halbjahr bei einem Plus von 0,7 Prozent (Quelle: Destatis). Das Konsumentenvertrauen befand sich weiter in einer Talsohle. Hauptgründe waren die bevorstehenden Steuererhöhungen, ein sinkendes Vertrauen in die Regierungspolitik sowie die historisch hohen Energie- und Kraftstoffpreise.

UMSATZENTWICKLUNG

Beate Uhse erzielte im ersten Halbjahr 2006 einen Umsatz von 135,7 Mio. Euro. Dies entsprach einem Umsatzrückgang von 4,5 Prozent im Vergleich mit den ersten sechs Monaten 2005 (142 Mio. Euro). Beim Vergleich der zweiten Quartale 2005 und 2006 wird die aktuelle Umsatzschwäche durch die Hitzeperiode deutlich. So wurde das zweite Quartal 2006 mit einem Umsatz von 54,8 Mio. Euro um 13,2 Prozent niedriger abgeschlossen als der Vergleichszeitraum 2005.

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN

Nach einer durchweg positiven Umsatzentwicklung in den drei größten Profit-Centern im ersten Quartal 2006 lagen die Umsätze im zweiten Quartal unter den Vorjahreswerten. Wesentliche Gründe waren hier die Saisonalität des Erotik-Business, die in Deutschland weiterhin schwache Konjunktur verbunden mit niedrigen Konsumausgaben und die Sommerhitze in Europa. In der Summe führte dies zu einem hinter den Erwartungen liegenden zweiten Quartal.

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Einzelhandel	41,8	41,2	-1,5
Versandhandel	64,9	60,6	-6,6
Großhandel	26,4	26,1	-1,3
Entertainment	9,0	7,9	-12,2
Holding Service	-	-	-
	142,0	135,7	-4,5

UMSATZ NACH REGIONEN

In den einzelnen Ländermärkten wechselten sich Licht und Schatten ab. Außerhalb Deutschlands hielten sich prosperierende Märkte wie Frankreich und derzeit schwierige Länder wie Großbritannien die Waage. Dennoch stieg der internationale Umsatz im Vergleich der Halbjahre 2005 und 2006 leicht um 0,7 Mio. Euro auf 84,7 Mio. Euro. Regional gesehen lag der Hauptfaktor für das Umsatzminus im Deutschen Markt begründet. Mit einem Minus von 12,2 Prozent zählte Deutschland zu den Ländern mit der schwächsten Entwicklung. Da der deutsche Anteil vom Gesamtumsatz mit 37,6 Prozent nach wie vor hoch war, hatte die Entwicklung in Deutschland eine entsprechend starke Auswirkung auf die Gesamtumsätze. Ziel der nächsten Monate ist es, die Internationalisierung der Marke Beate Uhse zu beschleunigen, um eine noch größere Unabhängigkeit vom Deutschen Markt aufzubauen. Erfreulich entwick-

UMSATZ NACH REGIONEN

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Deutschland	58,1	51,0	-12,2
Niederlande	23,9	24,3	1,7
Belgien	8,9	9,0	1,0
Frankreich	17,4	21,3	22,4
Großbritannien	6,6	5,0	-24,8
Österreich	14,5	12,7	-12,0
Schweiz	0,8	1,0	28,1
Skandinavien	6,0	5,5	-9,4
Italien	0,7	1,7	130,4
Sonst. Europa	5,0	3,7	-25,2
Übrige Regionen	0,1	0,5	359,0
	142,0	135,7	-4,5

kelten sich die Umsätze in Frankreich, Italien, der Schweiz und den Niederlanden. Insbesondere Frankreich zeigt seit einigen Quartalen eine überaus ermutigende Entwicklung, so dass die Aktivitäten insbesondere im Versand- und Großhandel intensiviert werden. Vorsichtig optimistisch beurteilen wir die Lage in den Niederlanden. Die gute Entwicklung der Einzelhandelsumsätze im gesamten Land (Eurostat) sowie das erfreuliche Feedback auf das neue Christine le Duc Shop-Konzept sind erste Indikatoren für eine Trendwende in dem Land.

ERTRAGSENTWICKLUNG

Bei einem Vergleich der Vorsteuerergebnisse des ersten Halbjahres 2005 / 2006 müssen zwei Sondereffekte berücksichtigt werden, die das Ergebnis 2005 nennenswert gestärkt haben (Filmlizenzverkauf der erotic media ag 1,5 Mio. Euro und Rückerstattung aufgrund der Umsatzsteuerbefreiung von Geldspielgeräten 0,7 Mio. Euro). Operativ betrachtet lag das Vorsteuerergebnis des ersten Halbjahres 2005 bei 7,6 Mio. Euro statt der ausgewiesenen 9,8 Mio. Euro. Mit einem EBT von 6,3 Mio. Euro per Juni 2006 ergab sich somit eine Abweichung von 17,1 Prozent.

EBT	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Mio. EUR			
Einzelhandel	2,3	1,1	-52,8
Versandhandel	6,0	3,4	-42,5
Großhandel	1,8	1,3	-27,7
Entertainment	1,1	1,5	38,9
Holding Service	-1,3	-1,0	-22,4
	9,8	6,3	-36,0

EBIT	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Mio. EUR			
Einzelhandel	2,9	1,7	-40,4
Versandhandel	6,0	3,6	-39,9
Großhandel	2,2	1,8	-17,2
Entertainment	1,1	1,5	36,3
Holding Service	-0,8	-1,4	71,7
	11,4	7,2	-36,7

EBITDA	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Mio. EUR			
Einzelhandel	5,5	4,4	-20,6
Versandhandel	6,4	4,3	-32,8
Großhandel	3,1	2,7	-14,0
Entertainment	1,2	1,6	30,6
Holding Service	-0,5	-0,9	96,3
	15,8	12,1	-23,6

Entsprechend der Umsatzrückgänge in den drei Handelsbereichen lagen auch die Vorsteuerergebnisse per 30. Juni 2006 unter den Vorjahreswerten. Der Einzelhandel hatte mit 1,1 Mio. Euro besonders stark unter der Sommerhitze zu leiden. Bereinigt um den Sondereffekt aus 2005 ergab sich ein Rückgang von knapp 32,2 Prozent in den ersten sechs Monaten 2006. Der Versand erreichte ein Vorsteuerergebnis von 3,4 Mio. Euro und verfehlte das Vorjahresergebnis damit um 42,5 Prozent. Hier machten sich Kosten für die im zweiten Quartal begonnene Inbetriebnahme des neuen Fulfilment-Zentrums bemerkbar. Der Großhandel erzielte ein Ergebnis von 1,3 Mio. Euro und verfehlte damit um knapp 0,5 Mio. Euro die Vorjahreszahlen. Positiv entwickelte sich die Entertainment-Sparte des Konzerns. Mit einem Vorsteuerergebnis von 1,5 Mio. Euro erreichte das Profit-Center eine Steigerung von 38,9 Prozent im ersten Halbjahr 2006. Kosteneinsparungen und die Optimierung der Arbeitsabläufe zeigten hier erste Erfolge. Das Ergebnis der Holding Service verbesserte sich um 0,3 Mio. Euro. Grund hierfür war der Verkauf von Anteilen der MobileActive Ltd.

OPERATIVE ERGEBNISENTWICKLUNG

Die Umsatzkosten lagen mit 52,5 Mio. Euro um 3,9 Prozent unter denen des ersten Halbjahres 2005. Verantwortlich war hier die Verringerung des Wareneinsatzes um 2,6 Mio. Euro aufgrund geringerer Kundenfrequenzen durch die starke Sommerhitze. Entsprechend der geringeren Nachfrage im Versand wurde der Personalstamm der Situation angepasst, so dass die Personalkosten um 10,5 Prozent auf 4,4 Mio. Euro reduziert wurden. Dem gegenüber stiegen die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen der Umsatzkosten im Vergleichszeitraum um 28,7 Prozent auf 3,8 Mio. Euro. Dies resultierte aus Wertberichtigungen auf Altware und dem Einsatz von Fremdarbeitern für die Instandsetzung der Logistik im neuen Fulfilment-Zentrum des Versands.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge erreichten mit 7,1 Mio. Euro nahezu das Niveau des Vorjahreszeitraums (7,9 Mio. Euro). Lediglich die Erlöse aus Verzugszinsen und Mahnungen nahmen entsprechend des Umsatzrückgangs im Versandgeschäft ab.

Die Vertriebskosten konnten um 1 Mio. Euro auf 71,2 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2006 verringert werden. Auffällig war hier der Rückgang der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 1,2 Mio. Euro auf 53,5 Mio. Euro. Hier wurden 2005 hohe Einzelwertberichtigungen vorgenommen, die im ersten Halbjahr 2006 aufgrund des geringeren Umsatzes nicht anfielen.

Bei den Allgemeinen Verwaltungskosten und den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen gab es im Vergleich mit dem ersten Halbjahr 2005 keine wesentlichen Veränderungen.

Das Beteiligungsergebnis assoziierter Unternehmen sank um 46,5 Prozent auf 0,6 Mio. Euro, da ein in 2005 ausgewiesener Sondereffekt aus dem Verkauf von Filmlizenzen durch die erotic media ag nicht kompensiert werden konnte.

NETTO-ERGEBNIS

Aus fortgeführten Geschäftsbereichen erzielte der Beate Uhse Konzern in den ersten sechs Monaten 2006 einen Periodenüberschuss von 4,9 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie lag nach sechs Monaten bei 10 Cent.

ENTWICKLUNG DER VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die Bilanzsumme zum 30. Juni 2006 erhöhte sich verglichen mit dem 31. Dezember 2005 von 189,7 Mio. Euro auf 218,4 Mio. Euro. Der Anstieg war vor allem auf Veränderungen im ersten Quartal 2006 zurück zu führen. Verglichen mit dem 31. März 2006 reduzierte sich die Bilanzsumme um 1,1 Mio. Euro.

AKTIVA

Die Langfristigen Vermögenswerte lagen mit 138,8 Mio. Euro um 27,1 Mio. Euro über denen per 31. Dezember 2005 und waren im Wesentlichen auf den Anstieg des Sachanlagevermögens zurück zu führen. Mit 50,8 Mio. Euro lag es knapp 24 Mio. Euro über dem Sachanlagevermögen des Jahres 2005. Hier spiegelte sich der Neubau des Fulfilment-Zentrums in Walsoorden wider.

Die Summe der Kurzfristigen Vermögenswerte blieb mit 79,6 Mio. Euro nahezu konstant (+ 1,6 Mio. Euro); innerhalb der Position kam es jedoch zu Veränderungen. So stiegen die Vorräte auf 39,4 Mio. Euro. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurden im Vergleich zum 31. Dezember 2005 um 9,7 Prozent gesenkt. Bezogen auf das erste Quartal 2006

konnten die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sogar noch klarer (22 Prozent) gesenkt werden. Einerseits war dies ein Erfolg des Forderungsmanagements andererseits korrespondierte dieser Rückgang im zweiten Quartal 2006 auch mit den geringeren Erlösen des Versandhandels. Die Sonstigen kurzfristigen Finanziellen Vermögenswerte stiegen auf 5 Mio. Euro aufgrund von Vorauszahlungen an Lieferanten in Höhe von 1,5 Mio. Euro durch den Versand.

PASSIVA

In das zweite Quartal fiel die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2005 in Höhe von 6,6 Mio. Euro. Entsprechend sank das Eigenkapital des Beate Uhse Konzerns zum Stichtag 30. Juni 2006 um 1,3 Mio. Euro auf 82,3 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote verringerte sich von 44,1 auf 37,7 Prozent.

Die Langfristigen Schulden erhöhten sich um 26,7 Mio. Euro zum einen durch fremdfinanzierte Investitionen in das neue Fulfilment-Zentrum des Versands (21,7 Mio. Euro) aus dem ersten Quartal 2006. Zum anderen 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 sieben-jähriges endfälliges SSD (10 Mio. Euro) ersetzt und damit den Langfristigen Schulden zugerechnet.

Die Kurzfristigen Schulden stiegen im ersten Halbjahr 2006 um 3,3 Mio. Euro auf 80,8 Mio. Euro. Hier erhöhten sich vorübergehend 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 zum Ende der Periode bei 11 Mio. Euro. Der Cash Flow je Aktie betrug 0,23 Cent. Der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit sank gegenüber dem ersten Halbjahr 2005 um 5,3 Mio. Euro auf 2,2 Mio. Euro. Ursachen für den Rückgang waren die Verringerung des Betriebsergebnisses um 4,3 Mio. Euro sowie der Aufbau von Vorräten um 2,7 Mio. Euro (1. Halbjahr 2005: Abbau der Vorräte um 3,6 Mio. Euro). Die Verringerung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde fortgesetzt. Ebenso wurden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen weiter abgebaut.

Der Ausbau des Fulfilment-Zentrums für den Versand prägte auch den Cash Flow aus Investitionstätigkeit. Hier stiegen die Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen um 24,7 Mio. Euro auf insgesamt 30 Mio. Euro, so dass der Cash Flow aus Investitionen auf 29,9 Mio. Euro anwuchs. Neben den Aktivitäten im Versand investierte der Einzelhandel in den Ausbau des Fun Center-Shopkonzepts, die Modernisierung weiterer Christine le Duc Shops und diverser weiterer Geschäfte in einem Gesamtvolumen von 3,4 Mio. Euro.

INVESTITIONEN NACH PROFIT-CENTERN

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. %
Einzelhandel	2,8	4,3	53,7
Versandhandel	0,7	4,5	569,0
Großhandel	1,5	2,7	76,0
Entertainment	0,2	0,1	-61,2
Holding Service	0,2	18,4	-
	5,4	30,0	455,9

Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit lag per Ende Juni 2006 bei 27,5 Mio. Euro und war vornehmlich auf die Zahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2005 an die Aktionäre (6,6 Mio. Euro) und die investitionsbedingte Erhöhung der Bankverbindlichkeiten zurück zu führen.

MITARBEITER

Ende Juni 2006 beschäftigte der Beate Uhse Konzern 1.477 Mitarbeiter. Das waren 44 Arbeitsplätze weniger als zum Stichtag des ersten Halbjahrs 2005 und 19 weniger als im ersten Quartal 2006. Über das Halbjahr betrachtet ergab sich die stärkste Veränderung im Einzelhandel. Hier wurden durch die konzernweite Zentralisierung der Logistik in Almere, Niederlande, im ersten Quartal 2006 die letzten Lagertätigkeiten des Einzelhandels eingestellt. Die Anzahl der Mitarbeiter im Großhandel blieb konstant. Im Entertainment wurden durch die Optimierung von Arbeitsbereichen im Vergleich zum ersten Halbjahr 2005 acht Arbeitsplätze abgebaut. Betrachtet man die Entwicklung des ersten und zweiten Quartals 2006, so zeichnete sich ein Abbau von 19 Arbeitsplätzen ab. Hauptgrund für diesen Rückgang war die saisonal schwächere Nachfrage im Versand. Hier wurden 15 Personen weniger beschäftigt.

MITARBEITER

Nach Regionen	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006
Deutschland	761	722
Niederlande	527	539
Belgien	30	26
Frankreich	55	67
Großbritannien	21	12
Österreich	19	24
Skandinavien	45	38
Sonst. Europa	49	49
USA	14	-
	1.521	1.477

Nach Segmenten	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006
Einzelhandel	891	862
Versandhandel	283	277
Großhandel	225	224
Entertainment	80	72
Holding Service	42	42
	1.521	1.477

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

Zum Ende des ersten Halbjahres 2006 lag die Aktie der Beate Uhse AG bei 5,70 Euro (Xetra). Dies entsprach einer Entwicklung von -5,3 Prozent seit Jahresbeginn. Der höchste Kurs seit Januar 2006 wurde bei 6,95 Euro festgestellt und der Tiefststand bei 5,61 Euro. Der Durchschnittskurs der Monate Januar bis Juni lag bei 6,33 Euro. Die Aktie hatte ein tägliches Handelsvolumen von 24.322 Stück im Durchschnitt.

MARKTKAPITALISIERUNG

Die Marktkapitalisierung des Beate Uhse Konzerns betrug 269,8 Mio. Euro am 30. Juni 2006. Auf Free Float Basis ergab sich ein Wert von 137,3 Mio. Euro. Der guten Entwicklung des Handelsvolumens (+42,4 Prozent) sowie der deutlichen Erhöhung des Free Floats auf nunmehr 51,7 Prozent stand eine Verringerung der Marktkapitalisierung aufgrund gesunkener Kurse entgegen. Insgesamt waren die Marktkapitalisierung und das Handelsvolumen zum zweiten Verkettungstermin 2006 der Deutschen Börse nicht ausreichend stark, um sich gegen nachrückende Unternehmen (Börsengänge größerer Unternehmen und Absteiger aus dem MDAX in den SDAX) durchzusetzen. Somit wird die Beate Uhse Aktie seit dem 19. Juni 2006 nicht mehr im SDAX geführt.

KURSENTWICKLUNG

		6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006
Eröffnung	EUR	10,19	6,02
Schluss	EUR	7,44	5,70
Hoch	EUR	10,37	6,95
Tief	EUR	7,37	5,61
Durchschnitt	EUR	8,90	6,33
Entwicklung	%	-27,0	-5,3

Basis: Xetra

KENNZAHLEN ZUR BEATE UHSE AKTIE

		6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006
EPS		0,15	0,10
KGV		62	52
KCF		32,7	23,2
Kurs/Umsatz		2,4	1,9
Kurs/EBITDA		22,9	21,0
Kurs/Buchwert		5,4	3,8
Buchwert je Aktie		1,4	1,4
Grundkapital	Stücke	47.323.696	47.323.696
Marktkapitalisierung	EUR	352,1	269,7
Marktkapitalisierung Free Float	EUR	88,3	137,3
Ø Umsatz / Tag	Stücke	17.082	24.322

Basis: Xetra

Am 19. Juni fand in Hamburg die Hauptversammlung 2006 statt. Gut 500 Aktionäre und Gäste nahmen an der Sitzung teil. Alle Tagesordnungspunkte der Verwaltung fanden die Zustimmung der Aktionäre. Die Ausschüttung der Dividende von 14 Cent je Aktie erfolgte zum 20. Juni 2006.

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 und zudem erfolgreich. In der Vernetzung der unterschiedlichen Zugänge zu Kunden sehen wir ein wesentliches Wachstumspotential für die Zukunft.

EINZELHANDEL

Insbesondere der Einzelhandel hatte unter den sommerlichen Temperaturen zu leiden. Verwaiste Innenstädte und überfüllte Badestrände und -seen prägten das europäische Sommergeschäft im Juni und Juli 2006. In den Beate Uhse Geschäften führte der heiße Sommer zu einem deutlichen Umsatzrückgang.

Das Beate Uhse Management fühlt sich aufgrund der Entwicklung der vergangenen Monate in der Entscheidung bestätigt, die klare Aufgliederung der Einzelhandelsaktivitäten nach Marken und Shop-Konzepten weiter voran zu treiben. Ziel ist es, die bestehenden Marken-Profile zu schärfen und Zielgruppen noch direkter anzusprechen. Erste Erfolge zeigte der Marken-Relaunch der niederländischen Shop-Kette Christine le Duc. Sie entwickelte sich auch in den Sommermonaten erfreulich und lag mit dem Umbau acht weiterer Geschäfte auf das neue Shop-Design voll im Plan. Die Image-Arbeit an der Marke kam bei den Kunden gut an und wird weiter verstärkt. Die Marke Christine le Duc richtet sich in erster Linie an Paare und Frauen. Die Art der Shop-Gestaltung und das Sortiment sind auch für Männer ansprechend.

Im zweiten Quartal wurde ein Christine le Duc Shop in einer 1A-Lage in Zaandam eröffnet. Der Einzelhandel möchte mit diesem Laden das Entwicklungspotenzial des Shop-Konzepts in Top-Einkaufslagen testen. Etabliert sich das Geschäft in Zaandam, so bieten sich in den Niederlanden weitere Expansionsmöglichkeiten für Christine le Duc.

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN

EIGENE SHOPS

	6 Monate 30.06.2005	%	6 Monate 30.06.2006	%
Deutschland	68	41,5	75	43,9
Italien	5	3,0	6	3,5
Niederlande	66	40,2	68	39,8
Belgien	10	6,1	10	5,8
Frankreich	9	5,5	8	4,7
Norwegen	6	3,7	4	2,3
Gesamt	164	100,0	171	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	6 Monate 30.06.2005	%	6 Monate 30.06.2006	%
Deutschland	53	37,6	55	38,2
Österreich	39	27,7	42	29,2
Schweiz	45	31,9	38	26,4
Norwegen	4	2,8	4	2,8
Ungarn	-	-	1	0,7
Slowenien	-	-	4	2,8
Gesamt	141	100,0	144	100,0

BETEILIGUNGEN

	6 Monate 30.06.2005	%	6 Monate 30.06.2006	%
Polen	8	100,0	15	100,0
Gesamt	8	100,0	15	100,0

Der Ausbau der Marke Beate Uhse im niederländischen Einzelhandel wurde durch einen weiteren Shop in Tilburg im zweiten Quartal 2006 vorangetrieben.

Der deutsche Einzelhandel stärkte im zweiten Quartal 2006 besonders das neue Fun Center Konzept. Drei Neueröffnungen in München, Essen und Weiterstadt ermöglichten eine klare Stärkung der Präsenz des auf Männer spezialisierten Konzepts. Von den sommerlichen Temperaturen unbeeinflusst profitierten die sieben Beate Uhse Shops an den internationalen Flughäfen in Deutschland von den verstärkten Reiseaktivitäten u. a. durch die Fußballweltmeisterschaft. Sie verzeichneten in den Sommermonaten ein deutliches Umsatzplus.

VERSANDHANDEL

In einigen Kernmärkten konnte der Versandhandel im ersten Halbjahr die eigenen Zielsetzungen nicht erreichen. Dazu zählten die umsatzstärksten Märkte Deutschland, Österreich und Großbritannien. Die Bestellungen in den Niederlanden und Belgien lagen auf dem Vorjahresniveau. Umsatztreiber des ersten Halbjahres war der Versand im französischen Markt. Die Kundenresonanz auf zusätzliche Werbemaßnahmen im ersten Halbjahr 2006 in Deutschland war nicht zufriedenstellend. Neben den sommerlichen Temperaturen, die auch dem Versand von Erotikprodukten nicht zuträglich waren, machte sich der verstärkte Wettbewerbsdruck um die Gunst der Kunden bemerkbar. Die Konkurrenz durch branchenfremde und Internet-Anbieter wurde insbesondere im Niedrigpreis-Segment stärker.

Der britische Markt reagierte nur gering auf zusätzliche Mailings des Versandhandels. Eine Besserung der Situation in diesem Markt verspricht die ab Juli 2006 beginnende Änderung des strategischen Ansatzes.

VERSANDHANDELSINFORMATIONEN

Stücke in Mio.	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006
Verschickte Hauptkataloge	16,1	17,7
Bestellungen	1,5	1,5
Verschickte Pakete	1,9	1,6

Der Konzern treibt die internationale Expansion des Versands gezielt voran. Ziel ist es, neue Länder mit guten Wachstumspotentialen für den gesamten Konzern zu erschließen. Der Fokus lag im zweiten Quartal 2006 auf den Vorbereitungsarbeiten für Aktivitäten in Tschechien und der Slowakei. Dort ist eine Zwei-Phasen-Strategie vorgesehen. Im ersten Schritt wurden im Juli 2006 in beiden Ländern 3,2 Millionen unadressierte Mailings mit Bestellkarten für den neuen Katalog verschickt. Begleitend wurde für den Katalog in Couponheften geworben. Neben dem Print-Katalog steht den Kunden ein umfassender Online-Shop für Bestellungen zur Verfügung. Bis Mitte 2007 rechnet der Versand mit Investitionen von rund 1 Mio. Euro. Bereits in zwei Jahren ist das Erreichen des Break-Events vorgesehen.

GROßHANDEL

Der internationale Großhandel richtete mit Beginn 2006 sein Augenmerk verstärkt auf den Ausbau der Kundenkontakte. In den Vorjahren lag der Fokus zusätzlich auf dem Neubau, dem Umzug und der Optimierung des Logistik-Zentrums Almere. Als Erfolg konnte hier die Stabilisierung der Umsätze mit Drittkunden in den ersten sechs Monaten 2006 gewertet werden. Die Umsatzsituation des Großhandels insgesamt war dagegen im ersten Halbjahr 2006 weniger erfreulich. Die schlechten Abverkäufe im Einzelhandel schlugen auf die Großhandelsumsätze durch. Ebenfalls belastet war die Umsatzentwicklung durch den weiter fortschreitenden Verfall der Preise von DVD's.

Zur Festigung von Kontakten im internationalen Geschäft und zur Gewinnung zusätzlicher regionaler Marktanteile baute der Großhandel im ersten Halbjahr 2006 sein Firmennetzwerk weiter aus. In Frankreich wurde ein kleinerer Mitbewerber übernommen, um die Position im nord-französischen Markt zu stärken. In Brasilien ist der Beate Uhse Großhandel neuerdings über einen Partner vertreten. Ziel ist es, den gesamten lateinamerikanischen Markt intensiver und direkter zu bedienen.

Der deutsche Großhandel erreichte aufgrund des marktbedingten Preisverfalls von DVD's und des rückläufigen Geschäfts mit Magazinen nicht die Vorjahresumsätze. Auch die erfolgreiche Frühjahrsmesse konnte die geringeren Umsätze des ersten Halbjahres nicht ausgleichen. Erfreulich war dagegen die gute Resonanz der Großhandelskunden auf die Messe. Im Vergleich mit dem Vorjahr besuchten 10 Prozent mehr Kunden die Veranstaltung. Die Steigerung der Umsätze in den Warengruppen Verhütung, Toys und Wäsche spiegelte die Veränderung des Gesamtmarkts wider und zeigt, dass der deutsche Großhandel hier gut aufgestellt ist.

ENTERTAINMENT

Das Entertainment des Beate Uhse Konzerns entwickelte sich insgesamt positiv. Im Bereich Telefonie waren leichte Umsatzrückgänge zu verzeichnen, wie im Bericht zum ersten Quartal 2006 bereits beschrieben. Diese waren hauptsächlich auf geringere Rückvergütungen für Gespräche aus den Mobilfunknetzen aufgrund veränderter Abrechnungsmodalitäten der neuen 0900-Rufnummerngassen zurück zu führen. Weiterhin machten sich die im Vergleich zu den früheren 0190 Rufnummern höheren Forderungsausfälle bei den neuen Rufnummerngassen 118XY und 0900 negativ bemerkbar. Positiv ist anzumerken, dass die Planung für 2006 diese Faktoren bereits berücksichtigt und die genannten Effekte nicht so negativ ausfielen wie zunächst angenommen. Allgemein zeichnete sich weiterhin eine eher stagnierende Marktentwicklung ab. Um die Umsätze auf ähnlich hohem Niveau wie im Vorjahr halten zu können, wurden verstärkt Werbemittel eingesetzt. Umso erfreulicher war, dass im zweiten Quartal 2006 ein neuer Kooperationspartner gewonnen werden konnte. Diese Partnerschaft stellt die Wettbewerbsfähigkeit der Beate Uhse new media Dienste unter Beweis.

Die Online-Aktivitäten der Beate Uhse new media entwickelten sich gut. Die Kunden honorierten insbesondere den Relaunch der Internetseite www.beate-uhse.com und den Launch des Videoportals www.pabomovie.com. Beim Inkasso mittels Telefon musste der Online-Bereich ebenso wie die Telefonie eine Verringerung der Rückvergütungen durch die Umstellung von 0190- auf 0900-Mehrwerturufnummern hinnehmen. Zufriedenheit herrschte bei der Gesamtentwicklung, da die Umsätze trotz eines Einmaleffekts im Jahr 2005 durch den Verkauf der Markenrechte an den skandinavischen Magazinen Lek und Cocktail im ersten Halbjahr 2006 stabil gehalten werden konnten.

Der Sender BEATE-UHSE.TV, der dem Konzern als wichtige Vermarktungsplattform dient, wird von der Einigung zwischen Premiere AG und Arena Sport Rechte und Marketing GmbH zur gemeinsamen Verbreitung der Fußball-Bundesliga profitieren. Der Rückgang der Premiere-Empfänger wird geringer ausfallen als von vielen Medien-Experten prognostiziert. Bereits zur Fußball-Weltmeisterschaft generierte BEATE-UHSE.TV eine erfreuliche Steigerung der Website-Besuche. In Kooperation mit Sport1.de und der Zeitschrift Praline wurden Highlights der Sendungen „Strip Kick“ und „Die Strip-WM“ im Internet gezeigt.

Einen großen Coup landete die erotic media ag mit dem Start des neuen Telemediendienstes redXclub. Im Juni 2006 schloss die Schweizer Gesellschaft einen Vertrag mit der Kabel Deutschland Vertrieb und Service GmbH über die Verbreitung von zwei Vollerotik-Kanälen. Die technische Reichweite von Kabel Deutschland bietet der erotic media ein Zuschauer-

potential von rund 10 Millionen Haushalten. Ab dem 15. Juli 2006 sind täglich sechs aktuelle Erotikfilme auf den Telemediendiensten redXclub Movies und redXclub Spezial abrufbar. Gemeinsam mit den via Premiere betriebenen Telemediendiensten Blue Movie, Blue Movie Extra und Blue Movie Gay betreibt erotic media damit fünf Vollerotik-Dienste.

Auch beim Fernsehen via Handy erzielte die erotic media ag gute Fortschritte. Seit Juni 2006 gibt es BEATE-UHSE.TV bei Vodafone Live als mobiles TV-Angebot. Filme, Serien und Eigenproduktionen des TV-Senders können von den Kunden als Stream auf Mobiltelefonen empfangen werden. Es ist bereits das dritte Angebot in Zusammenarbeit mit Vodafone.

HOLDING

Die Kosten der Holding des Beate Uhse Konzerns entwickelten sich auf operativer Ebene im Plan.

RISIKEN

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

AUSBLICK

Das nicht zufriedenstellende zweite Quartal führte dazu, dass der Beate Uhse Konzern nach sechs Monaten die eigenen Erwartungen nicht voll erreicht hat. Unser unteres Planungsziel bleibt das Erreichen der Vorjahreszahlen. Bei einem sehr positiven Geschäftsverlauf in den kommenden Monaten halten wir die für 2006 gesteckten Umsatzziele für erreichbar. Auf Ergebnisebene bleibt es unser Ziel, die EBT-Entwicklung annähernd proportional zum Umsatzverlauf zu gestalten.

Impulsgeber könnten im zweiten Halbjahr gute Entwicklungen z. B. im Versand in Großbritannien oder eine weiterhin gute Performance in Frankreich sein. Dem gegenüber steht eine unverändert schwierige wirtschaftliche Phase in Deutschland. In der zweiten Jahreshälfte 2006 wird der Versandhandel mit dem neuen Fulfilment-Zentrum an den Start gehen. Die klaren Vorteile, die in einem schnelleren Versand und einer effizienteren Lagerhaltung liegen, wird das Profit-Center ab 2007 spüren.

BILANZ

Aktiva TEUR	31.12.2005	30.06.2006	Passiva TEUR	31.12.2005	30.06.2006
Langfristige Vermögenswerte			Eigenkapital		
Immaterielle Vermögenswerte	12.483	12.440	Gezeichnetes Kapital	47.324	47.324
Geschäfts- oder Firmenwert	14.966	15.875	Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-3.464	-3.464
Sachanlagen	26.837	50.823	Kapitalrücklagen	474	474
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	13.915	15.206	Gewinnrücklagen	3.295	3.295
Beteiligungen	1.079	1.079	Sonstige Rücklagen	2.746	3.071
Anteile an assoziierten Unternehmen	31.506	32.222	Bilanzgewinn	33.704	31.912
Latente Steueransprüche	10.856	11.112	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	180	237
	111.642	138.757	Minderheitenanteile	-643	-549
				83.616	82.300
Kurzfristige Vermögenswerte			Langfristige Schulden		
Vorräte	36.749	39.441	Verzinsliche Darlehen	15.712	41.342
Forderungen aus L+L	30.019	27.101	Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.032	2.995
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte und sonstige Vermögenswerte	2.806	5.040	Sonstige Rückstellungen	2.401	3.120
Ertragsteuererstattungsansprüche (kurzfr.)	1.682	1.189	Sonstige finanzielle Verpflichtungen	5.189	5.353
Flüssige Mittel	6.777	6.829	Latente Steuerschulden	2.212	2.411
	78.033	79.600		28.546	55.221
			Kurzfristige Schulden		
			Verbindlichkeiten aus L+L	17.149	14.443
			Sonstige Finanzielle Verpflichtungen	9.899	9.520
			Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	214	213
			Sonstige Rückstellungen	1.342	654
			Ertragsteuerschulden	5.223	4.168
			Darlehen	26.847	44.813
			Kurzfristiger Teil der langfristigen Darlehen	14.418	4.904
			Umsatzsteuerverbindlichkeiten	2.421	2.121
				77.513	80.836
Bilanzsumme	189.675	218.357	Bilanzsumme	189.675	218.357

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG KONZERN

TEUR	Q2/2005 1.4.-30.6.05	Q2/2006 1.4.-30.6.06	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw. TEUR	Abw. %
Fortgeführte Geschäftsbereiche						
Umsatzerlöse	63.061	54.770	142.044	135.690	-6.354	-4,5
Umsatzkosten	-24.263	-22.003	-54.599	-52.462	2.137	-3,9
Bruttoergebnis vom Umsatz	38.798	32.767	87.445	83.228	-4.217	-4,8
Sonstige betriebliche Erträge	4.428	3.682	7.884	7.143	-741	-9,4
Vertriebskosten	-32.700	-30.069	-72.220	-71.226	994	-1,4
Allgemeine Verwaltungskosten	-6.301	-5.774	-12.319	-11.948	371	-3,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-6	-373	-669	-648	21	-3,1
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	-521	110	1.126	603	-523	-46,4
Übriges Beteiligungsergebnis	156	73	159	73	-86	-54,1
Betriebsergebnis (EBIT)	3.854	416	11.406	7.225	-4.181	-36,7
Finanzergebnis	-1.022	-481	-1.574	-931	643	-40,9
Ergebnis vor Steuern	2.832	-65	9.832	6.294	-3.538	-36,0
Ertragsteuer	-760	-39	-2.234	-1.385	849	-38,0
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	2.072	-104	7.598	4.909	-2.689	-35,4
Eingestellte Geschäftsbereiche						
Ergebnis eingestellter Geschäftsbereiche	10	-	-	-	-	-
Konzernergebnis						
Konzernergebnis	2.082	-104	7.598	4.909	-2.689	-35,4
Davon entfallen auf						
Anteilseigner der Muttergesellschaft	2.083	-279	7.583	4.794	-2.789	-36,8
Minderheitsgesellschafter	-1	175	15	115	100	666,7
Ergebnis je Aktie (EPS)						
unverwässert (in Euro)	-	-1	47.042.201	47.042.247	46,00	-
verwässert (in Euro)	-	-1	47.042.201	47.042.247	46,00	-
EPS unverwässert*	-47.042.201	-	0,15	0,10	-0,05	-32,7
EPS verwässert*	-47.042.201	-	0,15	0,10	-0,05	-32,7

*bezogen auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche

CASH FLOW

TEUR	6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006	Abw.	Abw. %
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit				
Betriebsergebnis (EBIT) fortgeführte und eingestellte Geschäftsbereiche	11.558	7.225	-4.333	-37,5
Berichtigungen für				
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus IFRS 2	0	0	0	0
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	4.443	4.876	433	9,7
Verlust aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-21	-23	-2	9,5
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	-1.414	-1.001	413	-29,2
Veränderungen der				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	458	2.918	2.460	537,1
Sonstigen Vermögenswerte	2.623	-5.242	-7.865	-299,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-5.976	-2.706	3.270	-54,7
Sonstige Schulden	-3.528	-92	3.436	-97,4
Erhaltene Zinsen	80	186	106	132,5
Gezahlte Zinsen für Kredite/Darlehen und Sicherungsinstrumente	-1.917	-1.869	48	-2,5
Erstattete/Gezahlte Ertragsteuern	1.129	-2.119	-3.248	-287,7
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	7.435	2.153	-5.282	-71,0
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit:				
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	1.482	211	-1.271	-85,8
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle und sonstige langfristige Vermögenswerte	-5.363	-30.028	-24.665	459,9
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	-217	-266	-49	22,6
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	1.207	223	-984	-81,5
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-2.891	-29.860	-26.969	932,9
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit:				
Kapitalzuführung (Verkauf eigener Anteile)	-	-	-	-
Gezahlte Dividenden	-	-6.586	-6.586	-
Aufnahme von Bankverbindlichkeiten	14.330	36.247	21.917	152,9
Aufnahme von Schuldscheindarlehen	-	10.000	10.000	-
Aufnahme von Dritten	-	2.000	2.000	-
Rückzahlung von Bankverbindlichkeiten	-20.542	-2.954	17.588	-85,6
Rückzahlung von Schuldscheindarlehen	-714	-11.214	-10.500	-
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-6.926	27.493	34.419	-497,0
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere				
Wechselkursbedingte Änderungen	-1.243	266	1.509	-121,4
Liquide Mittel und Wertpapiere zu Beginn der Periode	9.181	6.777	-2.404	-26,2
Liquide Mittel und Wertpapiere am Ende der Periode	5.556	6.829	1.273	22,9
Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes am Ende der Periode				
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks, Wertpapiere	5.543	6.816	1.273	23,0
Kurzfristige Geldanlage	13	13	-	-
	5.556	6.829	1.273	22,9

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

TEUR	Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens					entfallendes Eigenkapital		Summe	Minderheiten- anteile	Summe Eigenkapital
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Sonstige Rücklagen	Bilanz- gewinn	Ausgleichsposten Währungsumrechnung			
SALDO ZUM 1. JANUAR 2005	47.324	-3.465	237	3.295	-	19.777	1.140	68.308	-509	67.799
Fremdwährungsumrechnung							-960	-960	-156	-1.116
Unrealisierte Gewinne aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten					2.808			2.808		2.808
Steuerliche Effekte aus Gewinnen aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten					-53			-53		-53
Verluste aus der Absicherung von Zahlungsströmen					-14			-14		-14
Steuerliche Effekte aus Verlusten aus der Absicherung von Zahlungsströmen					5			5		5
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					2.746		-960	1.786	-156	1.630
Konzernergebnis 2005						13.474		13.474	122	13.596
Gesamtes Periodenergebnis					2.746	13.474	-960	15.260	-34	15.226
Abgang negative Ergebnisanteile Minderheiten						453		453		453
Aktienbasierte Vergütung			237					237		237
Verkauf eigener Aktien		1						1		1
Dividendenausschüttung								-	-100	-100
SALDO ZUM 31. DEZEMBER 2005	47.324	-3.464	474	3.295	2.746	33.704	180	84.259	-643	83.616
SALDO ZUM 1. JANUAR 2006	47.324	-3.464	474	3.295	2.746	33.704	180	84.259	-643	83.616
Fremdwährungsumrechnung							57	57	209	266
Gewinne aus der Absicherung von Zahlungsströmen					524			524		524
Steuerliche Effekte aus Verlusten aus der Absicherung von Zahlungsströmen					-199			-199		-199
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					325		57	382	209	591
Dividendenausschüttung						-6.586		-6.586		-6.586
Konzernergebnis 2005						4.794		4.794	-115	4.679
SALDO ZUM 30. JUNI 2006	47.324	-3.464	474	3.295	3.071	31.912	237	82.849	-549	82.300

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.06.2005

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Fortgeführte Geschäftsbereiche	Eingestellter Geschäftsbereich	Konzernwert
UMSATZERLÖSE	41.878	64.892	35.680	9.305	-	-9.711	142.044	2.135	144.179
- davon mit Dritten	41.785	64.892	26.406	8.961	-	-	142.044	2.135	144.179
- davon mit anderen Segmenten	93	-	9.274	344	-	-9.711	-	-	-
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-82	-29	-394	-87	-180	-	-772	-	-772
Abschreibungen auf Sachanlagen	-2.514	-376	-484	-82	-206	-	-3.662	-9	-3.671
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-	-	-	-	-63	-	-63	-	-63
Zinsergebnis	-603	-52	-469	5	-443	-12	-1.574	-152	-1.726
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	114	-	1.012	-	1.126	-	1.126
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	-	-	-	-	159	-	159	-	159
EBT	2.305	5.987	1.756	1.081	-1.327	30	9.832	-	9.832
Ertragsteuern	-305	-1.579	-319	63	-94	-	-2.234	-	-2.234
JAHRESERGEBNIS*	2.000	4.408	1.437	1.144	-1.421	30	7.598	-	7.598
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	47.783	25.339	45.675	9.859	164.196	-161.799	131.053	-	131.053
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	-	100	33.398	-	33.498	-	33.498
Investitionen in das langfristige Vermögen	2.831	679	1.488	200	108	-	5.306	-	5.306
Schulden	41.146	23.034	28.557	4.388	67.374	-66.948	97.551	-	97.551

*(ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen)

SEGMENTBERICHT NACH GESCHÄFTSBEREICHEN PER 30.06.2006

TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding Service	Konsolidierung	Fortgeführte Geschäftsbereiche	Eingestellter Geschäftsbereich	Konzernwert
UMSATZERLÖSE	41.350	60.590	38.551	8.670	-	-13.471	135.690	-	135.690
- davon mit Dritten	41.165	60.590	26.068	7.867	-	-	135.690	-	135.690
- davon mit anderen Segmenten	185	-	12.483	803	-	-13.471	-	-	-
Abschreibungen auf immat. Vermögenswerte	-142	-30	-286	-92	-315	-	-865	-	-865
Abschreibungen auf Sachanlagen	-2.495	-670	-542	-67	-236	-	-4.010	-	-4.010
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zinsergebnis	-643	-190	-573	35	439	1	-931	-	-931
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	225	-	378	-	603	-	603
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	-	-	-	-	73	-	73	-	73
EBT	1.089	3.440	1.269	1.502	-1.006	-	6.294	-	6.294
Ertragsteuern	-357	-774	-214	-131	91	-	-1.385	-	-1.385
JAHRESERGEBNIS	732	2.666	1.055	1.371	-915	-	4.909	-	4.909
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	48.605	37.430	50.851	11.107	213.947	-188.106	173.834	-	173.834
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	-	-	32.222	-	32.222	-	32.222
Investitionen in das langfristige Vermögen	4.270	4.541	2.878	78	18.318	-	30.085	-	30.085
Schulden	43.396	27.794	32.500	3.570	100.144	-77.926	129.478	-	129.478

*(ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen)

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. Juni 2006 keine 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. Juni 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.

		6 Monate 30.06.2005	6 Monate 30.06.2006
Netto-Periodenergebnis	Mio. EUR	7.598	4.909
Zahl der Aktien (verwässert)	Stücke	47.042.201	47.042.247
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	47.042.201	47.042.247
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,15	0,10
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,15	0,10

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, 11. August 2006

Der Vorstand

FINANZKALENDER 2006

9-Monatsbericht 2006	13. November 2006
Eigenkapitalforum	November 2006
Geschäftsjahresende	31. Dezember 2006

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