



9-MONATSBERICHT 2005 **beate uhse**

KURZÜBERSICHT

Mio. EUR		9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. %
Umsatzentwicklung				
Einzelhandel		61,2	63,2	3,1
Versandhandel		88,0	101,8	15,8
Großhandel		44,0	42,6	-3,1
Entertainment		12,8	12,7	-0,6
Holding Services		-	-	-
Umsatz total		206,0	220,3	7,0
Auslandsanteil des Umsatzes	%	55,4	59,6	
Ertragslage				
EBITDA		21,9	24,2	10,5
EBIT		14,6	16,5	13,2
EBT		12,6	14,4	14,1
Periodenüberschuss		8,7	9,0	4,0
Weitere Ertragskennziffern				
Umsatzrendite vor Steuern	%	6,1	6,5	7,2
Umsatzrendite nach Steuern	%	4,2	4,1	-2,2
Eigenkapitalrentabilität	%	12,2	11,2	-8,2
Rohertragsmarge	%	65,7	68,4	4,2
Finanzlage				
Brutto Cashflow		16,1	16,8	4,3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		3,8	13,2	247,4
Investitionen		9,0	6,9	-23,2
Abschreibungen		7,3	7,7	5,8
Abgeflossene Dividende		4,7	-	-
Vermögens- und Kapitalstruktur (2004: per 31. 12.)				
Bilanzsumme		187,9	185,2	-1,5
Eigenkapital		72,8	80,7	10,9
Eigenkapitalquote	%	38,7	43,6	12,7
Anlagevermögen		84,8	81,2	-4,3
Umlaufvermögen		97,1	98,4	1,4
Sonstige Angaben				
Mitarbeiter	total	1.503	1.527	1,6
Personalaufwand		36,3	36,6	0,7
Materialaufwand		70,6	69,5	-1,5
Sonstiger Aufwand		90,3	101,9	12,9
Aktien				
Anzahl der Aktien		47.323.696	47.323.696	-
Schlusskurs	EUR	10,40	6,45	-38,0
Höchstkurs	EUR	13,02	10,37	-20,4
Tiefstkurs	EUR	10,17	6,09	-40,1
Ergebnis je Aktie	EUR	0,18	0,19	5,6
Cashflow je Aktie	EUR	0,34	0,35	2,9

VORWORT DES VORSTANDS

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Aktionäre,

das dritte Quartal war für die Beate Uhse Gruppe erfolgreich. Umsatz und Ergebnis entwickelten sich wie geplant. Darüber hinaus war interessant zu sehen, dass die Umstrukturierungen, die in einigen Unternehmensbereichen eingeleitet wurden, erste Erfolge zeigten. Die wichtigsten Entwicklungen im letzten Quartal möchten wir Ihnen kurz vorstellen.

BEATE UHSE JETZT AUCH IN UNGARN

Mit dem Start des ersten Beate Uhse Shops in Budapest (Ungarn) haben wir die internationale Expansion des Konzerns fortgesetzt. Budapest ist mit seinen 1,7 Mio. Einwohnern die größte Stadt dieses neuen Marktes und bietet dem Beate Uhse Einzelhandel eine hervorragende Ausgangssituation. Der Beate Uhse Einzelhandel ist jetzt in zehn Ländern Europas für seine Kunden vor Ort. Der Umgang der Ungarn mit Themen rund um Sex und Erotik ist offen und das Angebot an Erotik-Shops im ganzen Land fast ausschließlich auf männliche Kunden ausgerichtet. Beate Uhse spricht mit einem modernen, hellen Shop-Konzept und der breiten Produktpalette sowohl Männer als auch Frauen an und baut damit auf eine größere Zielgruppe als die Mitbewerber.

Wie auch in den anderen osteuropäischen Ländern arbeiten wir in Ungarn mit Partnern, die über landesweite Kontakte und Kenntnisse der spezifischen Marktgegebenheiten verfügen. Der Beate Uhse Einzelhandel sieht in der Vergabe einer Länderlizenz die größten Erfolgchancen, um das Shop-Konzept im gesamten Land schnell und wirtschaftlich erfolgreich umzusetzen. Der Lizenzvertrag ist auf mehrere Jahre ausgelegt und umfasst die Eröffnung von zehn Beate Uhse Filialen in diesem Zeitraum.

BEATE UHSE WIRD GUTE CORPORATE GOVERNANCE BESTÄTIGT

Sehr zufrieden waren wir mit den Ergebnissen des Corporate Governance Survey 2005. Die kürzlich erschienene Studie der ergo Unternehmenskommunikation, Köln, ist die wohl fundierteste Untersuchung ihrer Art in Deutschland. Die Studie belegt, dass die deutschen Unternehmen (untersucht wurden 230 Unternehmen des Prime Standard) immer stärker dem Deutschen Corporate Governance Kodex entsprechen.

Für Beate Uhse ist eine gute Corporate Governance eine Verpflichtung gegenüber den Aktionären. Wir haben 2004/2005 Verbesserungen in der Unternehmensführung vorgenommen und erfüllen bereits heute weitgehend alle Änderungen im Kodex in der neuen Fassung vom Juni 2005. Es freut uns, dass sich dieses Selbstverständnis auch in der Bewertung des Corporate Governance Survey niederschlägt. Beate Uhse liegt hier unter den 50 SDAX-Unternehmen auf Platz sieben. Bei der Berichterstattung über die Vergütung der Organe rangieren wir auf Platz zwei und in vier der fünf Kategorien ist Beate Uhse unter den Top 10 zu finden. Bei der Bewer-

tung der Corporate Governance-Berichterstattung im Geschäftsbericht und Internet liegt Beate Uhse auf Platz 25 unter allen Unternehmen und damit unmittelbar vor TUI, DaimlerChrysler, SAP, Bayer und Adidas.

Gestärkt mit diesem guten Urteil haben wir Ende September 2005 weitere Beschlüsse im Sinne des Deutschen Corporate Governance Kodex getroffen. Der Aufsichtsrat bildete zwei Ausschüsse neben dem Audit Committee. Zukünftig befasst sich ein Investitionsausschuss - bestehend aus vier Aufsichtsräten - mit den vom Vorstand vorgelegten Investitionsvorlagen. Ebenso kümmert sich ein Personalausschuss um Fragen zu den Vorstandsverträgen. Damit wird Beate Uhse dem Punkt 5.3.2 des Corporate Governance Kodex gerecht und steigert die Arbeitseffektivität des Aufsichtsrats.

TELEMEDIENDIENST „BLUE MOVIE“ GEHÖRT JETZT ZUM BEATE UHSE KONZERN

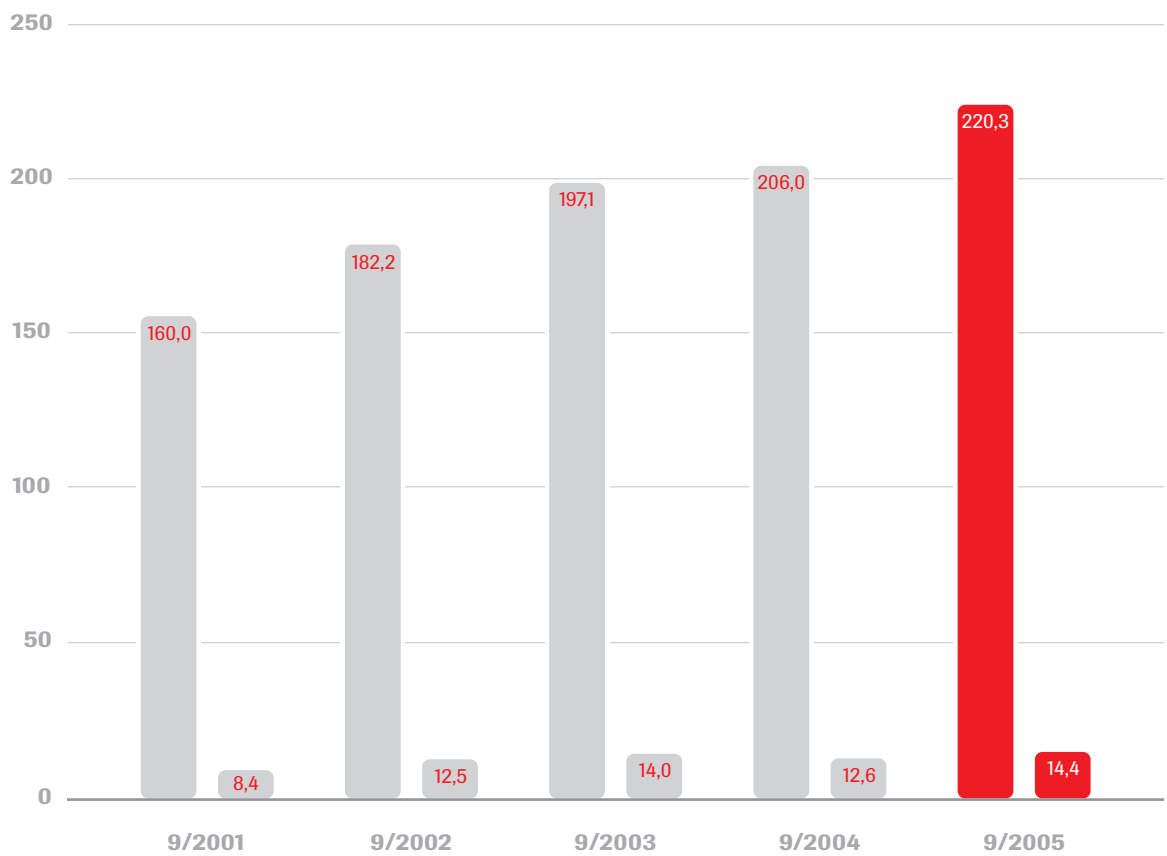
Am 30. September 2005 übernahm die 33-prozentige Beate Uhse Beteiligung erotic media ag den auf Vollerotik spezialisierten Telemediendienst Blue Movie von der Premiere Fernsehen GmbH & Co KG. Blue Movie bietet seinen Kunden als einziger Vollerotik-Anbieter Deutschlands und Österreichs rund um die Uhr Erotik-Filme als Video-on-Demand und ist damit eine ideale Ergänzung zum auf Soft-Erotik ausgerichteten Fernsehsender BEATE-UHSE.TV. Derzeit hat der Erotik-Dienst rund 170.000 Kunden. Durch die Integration in die konzernweiten Beate Uhse Aktivitäten rechnen wir mit einer raschen Ausweitung des Kundenstamms, da sowohl die Smart Card als auch die Digital-Receiver für den Empfang von Blue Movie zukünftig über sämtliche Beate Uhse Filialen, das Internet und den Versandkatalog den erotik-begeisterten Kunden angeboten werden. Für unsere Beate Uhse Kunden runden wir damit unser Leistungs- und Produktspektrum für eine moderne, mediale und erotik-affine Gesellschaft ab.

Ihr

Otto Christian Lindemann
Vorstandssprecher, CFO

Gerard Cok
COO

Mio. Euro

**UMSATZ- UND EBT-ENTWICKLUNG**

KONJUNKTUR & MARKT

Der Konsum bleibt der Spielverderber in der aktuellen deutschen Konjunkturentwicklung. Nach Ansicht von Konjunkturforschern und Einzelhandelsverbänden haben sich die Aussichten auf eine Belebung der privaten Nachfrage im dritten Quartal sogar weiter verdüstert. Gründe sind stark gestiegene Benzinpreise, Heizkosten und Unsicherheit über die steuerlichen Auswirkungen des Regierungsprogramms der wahrscheinlichen großen Koalition.

Die Umsatzzahlen des deutschen Einzelhandels zeichneten im dritten Quartal ein sehr heterogenes Bild. Während es im Juli zu einem teilweise dramatischen Umsatzminus von 3,3 Prozent kam (Quelle: Statistisches Bundesamt), erholten sich die Erlöse im August wieder um 2,4 Prozent, um im September nahezu unverändert zu bleiben. Im bisherigen Jahresverlauf konnte der Einzelhandel den Umsatz mit plus 0,9 Prozent verglichen mit 2004 nahezu stabil halten. Im europäischen Vergleich schloss der deutsche Einzelhandelsabsatz durchweg schlecht ab. So rangierte Deutschland in der Auflistung von Eurostat, dem statistischen Amt der EU, auf dem viertletzten und im August sogar auf dem letzten Platz. Deutlich besser war die Entwicklung in den jungen Beitrittsstaaten, vor allem im Baltikum, aber auch in Skandinavien.

Für das Konsumklima in Deutschland rechnen die Experten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mit keiner Besserung mehr in diesem Jahr. Auch in Europa werden externe Faktoren wie der hohe Ölpreis die Konsumstimmung etwas belasten. Erst 2006 sei mit einer Verbesserung – wenn auch nur mit einer sehr verhaltenen – zu rechnen, so die Einschätzung der Wirtschaftsforschungsinstitute.

UMSATZENTWICKLUNG

Der Beate Uhse Konzern erwirtschaftete in den ersten neun Monaten 2005 einen Umsatz von 220,3 Mio. Euro. Damit stieg er im Vergleich mit der Vorjahresperiode um 14,3 Mio. Euro bzw. um 7 Prozent. Im dritten Quartal wurde ein Umsatz von 76,2 Mio. Euro erzielt.

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN

Der Versandhandel ist weiterhin der Bereich mit den größten Wachstumsraten. Er erzielte einen Umsatz von 101,8 Mio. Euro. Dies entspricht einem Zuwachs von 15,8 Prozent. Erfreulich auch die Entwicklung des Einzelhandels: Die Umsätze stiegen um 3,1 Prozent auf 63,2 Mio. Euro. Der Großhandel lag mit einem Wert von 42,6 Mio. Euro leicht unter den Vorgaben der gleichen Periode 2004 (44 Mio. Euro). Das Entertainment war zum Ende des dritten Quartals mit einem Umsatz von 12,7 Mio. Euro nahezu auf dem Vorjahresniveau (9-Monate 2004: 12,8 Mio. Euro).

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. %
Einzelhandel	61,2	63,2	3,1
Versandhandel	88,0	101,8	15,8
Großhandel	44,0	42,6	-3,1
Entertainment	12,8	12,7	-0,7
Holding Services	-	-	-
	206,0	220,3	7,0

UMSATZ NACH REGIONEN

Der Trend des ersten Halbjahres 2005 setzte sich im dritten Quartal fort. Frankreich, Österreich, Italien und Osteuropa waren die am stärksten wachsenden Märkte. In den anderen Ländern wurde die Entwicklung durch eine zögerliche Konsumhaltung weiterhin gebremst.

UMSATZ NACH REGIONEN

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. %
Deutschland	91,7	89,0	-3,0
Niederlande	37,7	37,1	-1,7
Belgien	12,9	13,8	6,5
Frankreich	18,0	26,2	45,6
England	12,0	9,7	-19,0
Österreich	10,9	23,0	110,5
Schweiz	1,5	1,2	-24,3
Skandinavien	9,2	8,8	-5,0
Italien	0,2	0,6	150,7
Ungarn	0,1	0,1	-5,7
Sonst. Europa	7,1	7,8	9,0
Übrige Regionen	4,4	3,1	-29,9
	206,0	220,3	7,0

ERTRAGSENTWICKLUNG

Das dritte Quartal zeigte erneut, dass die Gesamtjahresplanung des Beate Uhse Konzerns erreichbar ist. Die Zielvorgabe von plus 15 Prozent beim Vorsteuerergebnis wurde fast erreicht – und das traditionell stärkste vierte Quartal steht noch bevor. Bis Ende September wies der Konzern ein EBT von 14,4 Mio. Euro aus, was einem Wachstum von 14,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Alle Profit-Center trugen zu dem positiven Ergebnis bei. Durch eine in Deutschland geltende Befreiung der Geldspielgeräte von der Umsatzsteuer verbesserte insbesondere der Einzelhandel seine Ergebnissituation um über 1 Mio. Euro. Das Entertainment erzielte ebenfalls eine klare Steigerung des Vorsteuerergebnisses durch eine weitere Optimierung der Kostenstruktur. Wie bereits zum Halbjahr 2005 wurde das Ergebnis durch eine Wertberichtigung auf eigene Anteile im Bereich Holding Service gemindert. Das Ergebnis vor Steuern und Zinsen fiel um 13,2 Prozent höher aus als im Vergleichszeitraum 2004.

EBT

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. %
Einzelhandel	3,6	5,7	58,2
Versandhandel	7,7	8,4	9,2
Großhandel	3,7	3,4	-6,3
Entertainment	1,5	1,7	17,9
Holding Services	-3,8	-4,9	-27,7
	12,6	14,4	14,1

EBIT

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. %
Einzelhandel	4,5	6,7	48,6
Versandhandel	8,0	8,7	9,4
Großhandel	4,4	4,1	-5,1
Entertainment	1,5	1,7	13,4
Holding Services	-3,8	-4,7	26,2
	14,6	16,5	13,2

EBITDA

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. %
Einzelhandel	7,0	10,7	53,1
Versandhandel	9,8	9,4	-3,7
Großhandel	5,8	5,9	1,0
Entertainment	1,8	2,0	10,4
Holding Services	-2,5	-3,7	-52,2
	21,9	24,2	10,5

OPERATIVE ERGEBNISENTWICKLUNG

Die ausgezeichnete Entwicklung der Rohertragsmarge des Konzerns konnte auch im dritten Quartal auf unverändert hohem Niveau bestätigt werden. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg sie von 65,7 Prozent auf 68,4 Prozent. Hier zeigten sich die positiven Effekte des neuen Zentrallagers in Almere. Durch die optimierte Bevorratung, die Bündelung der Einkaufsmacht des Konzerns und die Erhöhung des margenträchtigen Umsatzanteils des Versandgeschäftes wurde die Materialkostenquote von 34,3 auf 31,6 Prozent gesenkt.

Der Beate Uhse Konzern konnte das Umsatzwachstum ohne eine Erhöhung der Personalaufwendungen realisieren. Im Gleichklang mit dem starken Wachstum des Versandhandels stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen innerhalb des Konzerns von 90,3 auf 101,9 Mio. Euro. In diesem Zusammenhang wurden umsatzbedingt höhere Einzelwertberichtigungen im Versandhandel durchgeführt, da auch der Forderungsbestand höher lag. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurde durch die kursbedingte Abschreibung auf eigene Anteile um 1 Mio. Euro verringert (Durchschnittskurs 2004 pro Aktie: 10,07 Euro).

NETTO-ERGEBNIS

Die Steuerquote stieg um 2,4 Prozentpunkte auf 27,3 Prozent, da Verlustvorträge einzelner Gesellschaften aufgebraucht waren. Der Anstieg der sonstigen Steuern war mit plus 87,7 Prozent auf 1,4 Mio. Euro sehr hoch. Verantwortlich dafür war eine Besteuerung des Versandhauses in Frankreich, die eine Abgabe auf Erlöse von Video-Umsätzen vorsieht. Der wesentliche Anteil der Erhöhung der sonstigen Steuern resultierte aus Nachzahlungen für die Vorjahre. Der Periodenüberschuss stieg um 3,7 Prozent auf 9 Mio. Euro.

ENTWICKLUNG DER VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Wie bereits zum Halbjahr 2005 verkürzte der Beate Uhse Konzern die Bilanzsumme auch im dritten Quartal. Sie sank um 2,8 Mio. Euro auf 185,2 Mio. Euro.

AKTIVA

Das Anlagevermögen verringerte sich um 4 Prozent auf 81,2 Mio. Euro. Die geringfügigen Veränderungen resultierten im Wesentlichen aus der laufenden Abschreibung und geringeren Anteilen an assoziierten Unternehmen. Das Umlaufvermögen stieg von 97,1 Mio. Euro auf 98,4 Mio. Euro. Der kräftige Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultierte unter anderem aus vermehrten Forderungen gegenüber Kunden im Versandhaus. Dem entgegengesetzt konnten durch die optimierte Bevorratung im neuen Zentrallager die Vorräte um 5,8 Mio. Euro auf 41,3 Mio. Euro reduziert werden. Entsprechend des Kursverlaufs der Beate Uhse Aktie wurden die eigenen Anteile mit 6,45 Euro pro Aktie neu bewertet, was zu einer Abschreibung in Höhe von 1 Mio. Euro führte.

PASSIVA

Die Eigenkapitalquote des Beate Uhse Konzerns stieg von 38,7 zum 31. Dezember 2004 auf 43,6 Prozent zum 30. September 2005. Das Eigenkapital lag absolut bei 80,7 Mio. Euro. Der Zuwachs resultierte aus dem Periodenüberschuss und der Veränderung der Rücklagen für eigene Anteile. Im Einklang mit dem Ergebniswachstum des Konzerns mussten auch die Rückstellungen für Steuern angehoben werden, so dass die Summe der Rückstellungen um 8 Prozent auf 17,8 Mio. Euro anwuchs.

Die Reduzierung der Verbindlichkeiten zählte weiterhin zu den wichtigsten Finanzzielen des Konzerns. Sie konnten im Vergleich zum Jahresende 2004 um 12,2 Mio. Euro auf 86,6 Mio. Euro zurückgeführt werden. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2005 blieben sie nahezu konstant.

CASHFLOW UND INVESTITIONEN

Der Brutto-Cashflow des Konzerns stieg um 4,1 Prozent auf 16,8 Mio. Euro. Der Cashflow je Aktie blieb mit 35 Cent stabil.

Die gute Entwicklung des Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit zum Halbjahr konnte im dritten Quartal klar fortgesetzt werden. Mit 13,2 Mio. Euro lag er 5,5 Mio. Euro über dem Cashflow per Juni 2005 und rund 10 Mio. Euro über dem Wert zum dritten Quartal 2004. Der Anstieg des Cashflows resultierte aus der erfreulichen Ergebnisentwicklung des Konzerns und der

weiteren Verringerung der Vorräte durch die Optimierung des Warenlagers in Almere. Im Wesentlichen aufgrund der Gewinnthesaurierung des Ergebnisses 2004 tilgte der Konzern Bankverbindlichkeiten um 9 Mio. Euro. Dies führte zu einem entsprechend negativen Cash-flow aus Finanzierung. Der Finanzmittelfond belief sich durch das anhaltend straff geführte Cash-Management zum Ende der Periode auf 7,1 Mio. Euro.

INVESTITIONEN NACH PROFIT-CENTERN

Mio. EUR	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Einzelhandel	5,3	4,1
Versandhandel	1,1	1,0
Großhandel	2,0	1,4
Entertainment	0,2	0,2
Holding Services	0,4	0,3
	9,0	6,9

MITARBEITER

Der Beate Uhse Konzern beschäftigte zum Ende des dritten Quartals 1.527 Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorquartal waren dies 6 weitere Arbeitsplätze. In Relation zum gleichen Zeitraum 2004 waren 24 weitere Arbeitnehmer im Konzern beschäftigt. Die Zuwächse resultierten aus weiteren Shoperöffnungen im Einzelhandel und durch Einstellungen im Versandhandel, um dem Anstieg des Paketversandes gerecht zu werden.

MITARBEITER NACH REGIONEN

absolut	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Deutschland	750	754
Niederlande	505	534
Belgien	34	30
Frankreich	46	64
England	23	23
Österreich	22	26
Skandinavien	55	40
Italien	12	11
Sonst. Europa	38	38
USA	18	7
	1.503	1.527

MITARBEITER NACH PROFIT-CENTERN

absolut	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Einzelhandel	865	881
Versandhandel	284	300
Großhandel	229	229
Entertainment	83	76
Holding Services	42	41
	1.503	1.527

AKTIE

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

PERFORMANCE & LIQUIDITÄT

Die Beate Uhse Aktie schloss die ersten neun Monate 2005 mit einem Kurs von 6,40 Euro (Xetra) ab. Seit Jahresbeginn entspricht dies einer Entwicklung von minus 36,7 Prozent. Den Höchststand erreichte das erotische Wertpapier mit 10,37 Euro im April 2005, den niedrigsten Schlusskurs notierte Beate Uhse Mitte August diesen Jahres mit 6,09 Euro. Der Durchschnittskurs über das Jahr lag bei 7,83 Euro. Pro Tag wurden bis Ende September im Schnitt 20.378 Beate Uhse Aktien auf Xetra gehandelt.

INDEX-GEWICHTUNG

Mit einer Marktkapitalisierung auf Free Float Basis von 75,84 Mio. Euro rangierte die Aktie weiterhin im hinteren Drittel des SDAX (Gewichtung: 0,76 Prozent). Zum 30. September 2005 lag der Unternehmenswert bei 305,24 Mio. Euro.

KURSENTWICKLUNG

		9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Eröffnung	EUR	13,02	10,19
Schluss	EUR	10,40	6,45
Hoch	EUR	13,02	10,37
Tief	EUR	10,17	6,09
Durchschnitt	EUR	11,38	7,83
Entwicklung	%	-20,10	-36,70

Basis: Xetra

KENNZAHLEN ZUR BEATE UHSE AKTIE

		9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Grundkapital	Stücke	47.323.696	47.323.696
Gewichtung im SDAX	%	2,74	0,76
Marktkapitalisierung gesamt	EUR	486,5	305,2
Marktkapitalisierung Free Float	EUR	168,32	75,84
Ø Umsatz / Tag (Xetra)	Stücke	5.592	20.378
Ø Umsatz / Tag (Xetra)	EUR	63.653	159.495

Basis: Dt. Börse

PROFIT-CENTER

EINZELHANDEL

Die niederländische Shop-Kette Christine le Duc erhielt in Anlehnung an das Corporate Design des Konzerns einen neuen Markenauftritt.



Ziel der Überarbeitung ist es, die Marke moderner und in klarer Abgrenzung zu der Marke Beate Uhse zu positionieren und ihr dabei einen integralen Platz innerhalb der Markenarchitektur der Unternehmensgruppe zu geben. Zielgruppe der 32 Geschäfte in Holland und Belgien sind Männer und Frauen im Alter von 23 bis 40 Jahren mit einer modernen und offenen Lebenseinstellung, die sich erotische Fantasien erfüllen bzw. diese wecken lassen möchten. Die Grundwerte des neuen Christine le Duc Konzeptes sind: aufregend, zugänglich und verlässlich. Besonderen Wert legt das neue Shop-Konzept auf den Ausbau von Marken- und Eigenprodukten.

Mit der Umstellung des ersten niederländischen Christine le Duc Shops auf das neue Design wurde im dritten Quartal 2005 begonnen. Die Umstellung sämtlicher Geschäfte auf den neuen Christine le Duc Schriftzug erfolgt noch in 2005. Die Modernisierung der Ladengeschäfte wird nach einer Analyse von Kunden-Resümees auf das neue Konzept innerhalb von zwei Jahren umgesetzt.

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN

EIGENE SHOPS

	9 Monate 30.09.2004		9 Monate 30.09.2005	
		%		%
Deutschland	63	39,1	70	42,4
Italien	6	120,0	5	62,5
Niederlande	66	41,0	66	40,0
Belgien	10	6,2	10	6,1
Frankreich	9	5,6	9	5,5
Norwegen	7	4,3	5	3,0
	161	100,0	165	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	9 Monate 30.09.2004		9 Monate 30.09.2005	
		%		%
Deutschland	53	38,4	55	39,6
Österreich	39	28,3	41	29,5
Schweiz	42	30,4	38	27,3
Norwegen	4	2,9	4	2,9
Ungarn	-	-	1	0,7
	138	100,0	139	100,0

BETEILIGUNGEN

	9 Monate 30.09.2004		9 Monate 30.09.2005	
		%		%
Polen	5	100,0	8	100,0
	5	100,0	8	100,0

Die Entwicklung im deutschen Beate Uhse Einzelhandel war gut. Per September 2005 haben die erfolgreich gestarteten Neueröffnungen den durch die Schließung von fünf unrentablen Filialen entfallenen Umsatz kompensieren können. Der Umsatz der Bestandsfilialen lag auf Vorjahresniveau. Im dritten Quartal wurde mit dem Laden am Airport Hamburg bereits das siebte Flughafen-Geschäft eröffnet. Ende September kam mit einem Shop in Pforzheim der fünfte Fachmarkt hinzu. Im vierten Quartal sind ein Fachmarkt in Bremen und die Wiedereröffnung des Beate Uhse Shops im internationalen Terminal des Frankfurter Flughafens geplant. Die im zweiten Quartal eröffneten Fun Center entsprechen den Erwartungen, das Ladenkonzept wird 2006 ausgebaut.

VERSANDHANDEL

Der Versandhandel entwickelte sich stetig. Die stärksten Umsatzzuwächse wurden wie auch zum Halbjahr 2005 in Frankreich und Österreich erzielt. Die weiteren Pabo-Ländermärkte schlossen vergleichbar auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums ab. Einen Umsatzrückgang verzeichnete Pabo in den Niederlanden. Hier ist die wirtschaftliche Gesamtsituation ähnlich schwierig wie in Deutschland, was zu einer weiter anhaltenden finanziellen Verunsicherung und Kaufzurückhaltung der Kunden führte. Der Umsatz im britischen Markt war auch im dritten Quartal rückläufig. Grund war das im zweiten Quartal gerichtlich festgelegte Verkaufsverbot von R18-Produkten (Produkte, die ausschließlich an Erwachsene über 18 Jahre verkauft werden dürfen) im Versandhandel. In den USA wurden im September letzte Kunden-Aufträge angenommen. Die Abwicklung der amerikanischen Versandhaus-Niederlassung wird Ende November abgeschlossen.

Auf der Ergebnis-Ebene war die Entwicklung des Beate Uhse Versandgeschäfts mit plus 9,2 Prozent gut. In einigen Ländermärkten wurden die starken Marketingaktivitäten zu Testzwecken etwas zurückgefahren. Pabo prüft, inwieweit eine Optimierung der Marketingaufwendungen möglich ist, ohne Marktanteile einzubüßen und damit die bewusst antizyklische Werbestrategie der vergangenen Jahre mit stetigem und deutlichem Budgetwachstum umzukehren.

Zum Ende September 2005 verschickte der Pabo-Versandhandel rund 27,6 Mio. Kataloge. Damit erreichten in 2005 rund 3,5 Mio. mehr Kataloge die Pabo-Kunden. Die Anzahl der Lieferungen wuchs um 22 Prozent.

Der Erweiterungsbau der Pabo-Lager- und Bürokapazitäten lag Ende September 2005 voll im Zeitplan. Die neuen Logistik-Systeme werden nach Fertigstellung der Bauaktivitäten im Dezember 2005 installiert. Erste System-Tests sind für Juli 2006 avisiert.

GROSHANDEL

Die Abläufe im Zentrallager in Almere wurden weiter optimiert. Ziel ist es weiterhin, die letzten Abstimmungsprobleme bis zum Ende 2005 vollständig zu beheben und positive Effekte aus der Neuausrichtung zu ziehen. Die Scala-Herbstmesse verlief sehr erfolgreich. Viele Kunden nutzten die Gelegenheit, sich das voll automatisierte Hochregallager in der Nähe von Amsterdam anzusehen. Das Kaufverhalten der Messekunden bestätigte die Großhandelstrends des bisherigen Jahres. Die Preise für DVD's standen aufgrund des großen Angebots weiterhin unter Druck, der Abverkauf von Toys entwickelte sich gut und die Platzierung einer neuen Eigenproduktlinie (Toy Joy) wurde im Markt sehr positiv aufgenommen.

Der deutsche Großhandel ZBF GmbH hat ein gutes drittes Quartal hinter sich. Erfreulich war der Verlauf der ZBF Herbstmesse. Multimedia-Produkte, Toys und Magazine standen im Fokus des Besucherinteresses. Das Kaufverhalten der Messekunden bestätigte die Absatzzahlen des bisherigen Jahres. Insbesondere die Pleasure-Filme, ein Eigenlabel des Beate Uhse Konzerns, wurden von den Kunden gut angenommen. Insgesamt blieb die Situation im Erotik-Großhandel jedoch angespannt. Die allgemeine Kaufbereitschaft war weiterhin zurückhaltend. Zudem erfuhr der Großhandelsmarkt durch eine Vielzahl von Produktangeboten aus den USA eine gewisse Sättigung.

ENTERTAINMENT

Das Entertainment setzte im dritten Quartal seine Entwicklung unverändert fort; dies gilt sowohl für die intern erzielten Fortschritte als auch die anhaltend ungünstigen externen Marktbedingungen. Die ersten neun Monate 2005 waren geprägt durch den Verdrängungswettbewerb im Audiotex-Geschäft und die Verschärfung der bekannten Jugendschutz-Regularien im Online-Bereich.

Im dritten Quartal 2005 ging mit dem Pabo-Downloadshop ein weiteres Gemeinschaftsprojekt von Entertainment und Versandhandel online. Das neue Web-Produkt bietet Versandkunden Downloads von erotischen Filmen und erweitert damit die Angebotspalette für Internet-Breitbandanschlüsse.

Für den Erotik-Sender BEATE-UHSE.TV wird sich die Übernahme des Vollerotikangebotes Blue Movie durch die erotic media ag positiv auswirken, weil sie weiteres Potential an Kooperationsmöglichkeiten für den Sender bietet. Der Kauf festigte die ohnehin enge Kooperation mit Premiere. Die gute Zusammenarbeit bewies sich im September erneut durch eine gemeinsame Marketingaktion von BEATE-UHSE.TV und Premiere. Während des gesamten Monats wurden sämtliche Premiere-Haushalte für den Erotik-Sender freigeschaltet, was BEATE-UHSE.TV in diesem Monat eine Reichweite von rund 3,2 Mio. Haushalten statt sonst üblicher 2 Mio. bescherte.

Eine direkte Ansprache erotik-affiner Personen erfolgte im dritten Quartal 2005 durch eine Kooperation mit der Zeitschrift „Praline“ des Heinrich Bauer Verlags. Im Rahmen des Wunschfilmfestivals „Lustflimmern“ wählten Leser über zwei Monate lang ihre Lieblingsfilme und wurden durch redaktionelle Beiträge über den Erotik-Sender informiert.

HOLDING

Die Holding Services schloss die ersten neun Monate 2005 mit einem Vorsteuerergebnis von minus 4,9 Mio. Euro ab und lag damit rund 1,1 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert. Besonders beeinflusst war das Ergebnis dabei von der Abwertung der eigenen Anteile um rund 1 Mio. Euro und dem im Vergleich zum Vorjahr fehlenden Verkauf des Penthouse Bonds.

RISIKEN

Gegenüber den im Lagebericht und Konzernlagebericht im Jahresabschluss 2004 dargestellten Chancen und Risiken ergaben sich in den Monaten Januar bis September 2005 keine wesentlichen Änderungen.

AUSBLICK

Beate Uhse hat die Jahre 2004 und 2005 zur Reorganisation des Konzerns genutzt. Selbst in dieser Phase hat der Erotik-Konzern sich ein langsames, aber stetiges Wachstum verordnet. Im laufenden Jahr sollen der Umsatz um fünf Prozent und das Vorsteuerergebnis um 15 Prozent gesteigert werden.

Nach dem Verlauf der ersten neuen Monate 2005 erscheint diese Prognose realisierbar. Auf Umsatzebene lag der Konzern Ende September 2005 mit 220,3 Mio. Euro 6,9 Prozent über dem Vorjahreswert. Mit dem saisonal bedingt stärksten vierten Quartal erscheint die Zielmarke von plus fünf Prozent klar erreichbar. Das Vorsteuerergebnis lag per 9/2005 gut 14 Prozent über dem Neun-Monats-Ergebnis 2004. Die Zielsetzung von plus 15 Prozent zu erreichen oder gegebenenfalls zu überschreiten, liegt damit im Bereich des Möglichen.

BILANZ (HGB)

Aktiva			Passiva		
TEUR	31.12.2004	30.09.2005	TEUR	31.12.2004	30.09.2005
Immaterielles Anlagevermögen	22.912	21.639	Grundkapital	47.324	47.324
Sachanlagen	26.029	25.436	Rücklage für eigene Anteile	2.830	1.817
Finanzanlagen	35.895	34.084	Gewinnrücklage	3.052	3.052
			Ausgleichsp. Währungsumrechnung	938	128
			Ausgleichsposten Minderheiten	-1.115	-1.368
			Bilanzgewinn	19.734	29.790
Anlagevermögen	84.836	81.159	Eigenkapital	72.763	80.743
Vorräte	47.109	41.279	Rückstellungen	16.463	17.786
Forderungen	37.929	47.931	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	50.605	42.242
Wertpapiere	3.047	2.141	Schuldscheindarlehen	19.071	18.357
Liquide Mittel	9.035	7.092	Lieferantenverbindlichkeiten	22.351	15.849
			Sonst. Verbindlichkeiten	6.656	10.176
Umlaufvermögen	97.120	98.443	Verbindlichkeiten	98.683	86.624
RAP	4.303	3.940	RAP	25	3
Aktive latente Steuern	1.675	1.614			
	187.934	185.156		187.934	185.156

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (HGB)

TEUR	Q3/2004 1.7.-30.9.04	Q3/2005 1.7.-30.9.05	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005	Abw. TEUR	Abw. %
Umsatz	70.278	76.224	205.952	220.295	14.343	7,0
Sonstige Erlöse	4.179	3.258	13.202	12.061	-1.141	-8,6
Gesamtleistung	74.457	79.482	219.154	232.356	13.202	6,0
Materialaufwand	23.688	25.002	70.647	69.530	-1.117	-1,6
Personalaufwand	11.713	11.860	36.255	36.565	310	0,9
Abschreibungen	2.496	2.651	7.341	7.726	385	5,2
Sonstiger Aufwand	31.687	33.983	90.271	101.949	11.678	12,9
Beteiligungsergebnis	-112	241	-84	-109	-25	29,8
Zinsergebnis	-757	-728	-1.941	-2.078	-137	7,1
Ergebnis vor Steuern (EBT)	4.004	5.499	12.615	14.399	1.784	14,1
Steuern vom Einkommen/Ertrag	1.212	1.609	3.132	3.927	795	25,4
Sonstige Steuern	255	548	760	1.426	666	87,6
Ergebnis nach Steuern	2.537	3.342	8.723	9.046	323	3,7
Gewinnanteil anderer Gesellschafter	200	8	213	48	-165	-77,5
Gewinnvortrag/Verlustvortrag	-	-52	2.138	19.682	17.544	820,6
Veränderung Rücklage eigene Anteile	-	257	6.813	1.013	-5.800	-85,1
Ausschüttung an Minderheiten	-	-	-98	-	98	-100,0
Bilanzgewinn	2.738	3.556	17.790	29.790	12.000	67,5

CASHFLOW (HGB)

TEUR	Q3/2004 1.7.-30.9.04	Q3/2005 1.7.-30.9.05	9 Monate 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Periodenüberschuss	2.537	3.342	8.723	9.046
Abschreibungen	2.496	2.651	7.341	7.726
(+/-) Abnahme/Zunahme Aktiva	-10.854	-1.959	-9.939	487
(-/+) Abnahme/Zunahme Passiva	5.679	164	-4.287	-5.567
Sonstige Berichtigungen	4.219	1.340	1.937	1.553
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	4.077	5.538	3.775	13.245
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-948	-1.994	-4.601	-5.313
Cashflow aus Finanzierung	-1.085	-2.109	1.732	-9.066
Veränderung Finanzmittelfond	2.044	1.435	906	-1.134
(+/-) Änderung Finanzmittelfond	1.029	-67	-108	-809
Finanzmittelfond Anfang der Periode	6.068	5.724	8.343	9.035
Finanzmittelfond Ende der Periode	9.141	7.092	9.141	7.092

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (HGB)

TEUR	Eigenkapital				Bilanzgewinn
	Gezeichnetes Kapital	Gewinnrücklage			
		Rücklage für eigene Anteile	Andere Gewinnrücklagen		
Stand 01.01.2004	47.324	10.279	3.295	6.795	
Konzernergebnis der Periode				8.723	
Ausschüttung an Minderheiten				-98	
Währungsänderungen					
Gewinn-/Verlustanteile Minderheiten				213	
Verrechnung Geschäfts-/Firmenwert					
Dividende				-4.657	
Veränderung Rücklage eigene Anteile		-6.813		6.813	
Stand 30.09.2004	47.324	3.465	3.295	17.790	
Stand 01.01.2005	47.324	2.830	3.052	19.734	
Konzernergebnis der Periode				9.046	
Währungsänderungen					
Gewinn-/Verlustanteile Minderheiten				48	
Verrechnung Geschäfts-/Firmenwert					
Entnahme/Einlage Gewinnrücklagen					
Dividende				-51	
Veränderung Rücklage eigene Anteile		-1.013		1.013	
Stand 30.09.2005	47.324	1.817	3.052	29.790	

SEGMENTBERICHT (HGB)

TEUR	30. September 2005					
	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Gesamt
Umsatz	63.152	101.820	42.604	12.719	-	220.295
Betriebsergebnis (EBIT)	6.677	8.705	4.132	1.708	-4.744	16.478
Abschreibungen	4.057	641	1.649	378	1.001	7.726
Vermögen	34.438	28.233	36.175	6.966	79.344	185.156
Investitionen in langfristiges Vermögen	4.077	1.010	1.391	171	267	6.916
Verbindlichkeiten L&L	2.010	6.345	5.793	841	860	15.849
Rückstellungen	4.571	4.647	3.868	766	3.934	17.786
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	349	3	54	3	60.190	60.599
Sonstige Verbindlichkeiten	2.365	4.908	966	183	1.754	10.176

Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	Minderheitenkapital		Eigenkapital gesamt
		Ausgleichsposten Minderheiten	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	
20.369	710	-619	-	67.784
				8.723
				-98
	-107			-107
		-232		-19
				-
				-4.657
				-
20.369	603	-851		71.626
25.616	938	-893	-222	72.763
				9.046
	-810			-810
		-253		-205
				-
				-
				-51
				-
34.659	128	-1.146	-222	80.743

30. September 2004

Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Gesamt
61.225	87.950	43.971	12.806	-	205.952
4.493	7.960	4.356	1.506	-3.759	14.556
3.697	916	1.412	338	977	7.340
36.791	28.226	35.872	8.337	81.965	191.191
5.293	1.114	1.972	224	372	8.975
1.832	5.001	7.468	1.433	1.353	17.087
5.155	6.597	3.403	494	3.539	19.188
901	9	9	10	70.772	71.701
3.183	4.319	855	366	2.825	11.548

ERLÄUTERUNGEN

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Der Zwischenbericht wurde nach den Vorschriften des HGB und in Übereinstimmung mit dem DRS 6 erstellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften entsprechen denen des letzten Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr 2004. Zur Verbesserung der Klarheit und Lesbarkeit werden in der Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Cashflow-Rechnung des Beate Uhse Konzerns einzelne Posten zusammengefasst.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Es gab zum 30. September 2005 keine Veränderungen im Konsolidierungskreis gegenüber dem Konzernjahresabschluss 2004.

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 2004 erfolgte nicht.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Gemäß § 21 Wertpapierhandelsgesetz gingen der Beate Uhse AG im Oktober 2005 Wertpapiermitteilungen zum Besitz von Aktien ein. Die Orthmann Holding AG meldete am 14. Oktober das Unterschreiten der 5 Prozent-Hürde und die Art Media Productions GmbH teilte der Beate Uhse AG am 20. Oktober 2005 das Überschreiten des Schwellenwertes von 5 Prozent mit.

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 30.09.2004	9 Monate 30.09.2005
Netto-Periodenergebnis	Mio. EUR	8,7	9,1
Zahl der Aktien (verwässert)	Stücke	46.546.878	46.549.385
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	46.549.385	46.549.385
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,19	0,19
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,19	0,19

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 2005

Der Vorstand

FINANZKALENDER 2005

Geschäftsjahresende

31. Dezember 2005

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