



6-MONATSBERICHT 2005 **beate uhse**

KURZÜBERSICHT

Mio. EUR		6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. %
Umsatzentwicklung				
Einzelhandel		39,5	40,6	2,8
Versandhandel		59,0	67,9	15,1
Großhandel		28,3	27,4	-3,2
Entertainment		8,8	8,2	-6,8
Holding Services		-	-	-
Umsatz total		135,6	144,1	6,3
Auslandsanteil des Umsatzes	%	55,5	59,5	7,2
Ertragslage				
EBITDA		14,6	15,4	5,5
EBIT		9,8	10,2	4,1
EBT		8,6	8,9	3,5
Periodenüberschuss		6,2	5,7	-8,1
Weitere Ertragskennziffern				
Umsatzrendite vor Steuern	%	6,3	6,2	-1,6
Umsatzrendite nach Steuern	%	4,6	4,0	-13,0
Eigenkapitalrentabilität	%	8,9	7,4	-16,9
Rohertragsmarge	%	65,4	69,1	5,7
Finanzlage				
Brutto Cashflow		11,1	10,8	-2,7
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		-0,3	7,7	-
Investitionen		6,3	5,0	-20,6
Abschreibungen		4,9	5,1	4,1
Abgeflossene Dividende		4,7	-	-
Vermögens- und Kapitalstruktur (2004: per 31. 12.)				
Bilanzsumme		187,9	179,7	-4,4
Eigenkapital		72,8	77,5	6,5
Eigenkapitalquote	%	38,7	43,1	11,4
Anlagevermögen		84,8	83,6	-1,4
Umlaufvermögen		97,1	90,4	-6,9
Sonstige Angaben				
Mitarbeiter	total	1.463	1.521	4,0
Personalaufwand		24,5	24,7	0,8
Materialaufwand		47,0	44,5	-5,3
Sonstiger Aufwand		58,6	68,0	16,0
Aktien				
Anzahl der Aktien		47.323.696	47.323.696	
Schlusskurs	EUR	11,09	7,44	-32,9
Höchstkurs	EUR	13,02	10,37	-20,4
Tiefstkurs	EUR	10,50	7,37	-29,8
Ergebnis je Aktie	EUR	0,13	0,12	-7,7
Cashflow je Aktie	EUR	0,24	0,23	-4,2

VORWORT DES VORSTANDES

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Aktionäre,

am 20. Juni 2005 begrüßten wir knapp 600 Aktionäre und Gäste zu unserer ordentlichen Hauptversammlung in der Neuen Flora Hamburg. Gleich zu Beginn der Sitzung stellte unser Aufsichtsratsvorsitzender Ulrich Rotermund Ihnen zwei neue, potenzielle Aufsichtsratsmitglieder vor. Beide Herren werden sich in der Hauptversammlung 2006 Ihrer Wahl stellen und sind bis dahin gerichtlich bestellt. Eine Wahl auf dem diesjährigen Aktionärstreffen war leider nicht möglich, da die Gespräche mit Kandidaten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Einberufungsunterlagen noch in vollem Gange waren. Auf die Zusammenarbeit mit den neuen Aufsichtsräten freuen wir uns.

Nach unseren Ausführungen zum Geschäftsverlauf 2004 hatten wir eine lebhafte Generaldebatte, mit kritischen Aktionärsfragen zu den Themen erotic media ag und den Gesellschafterstrukturen der Beate Uhse AG. Ihren Unmut über die Absage des Beteiligungsverkaufs an der erotic media ag teilen wir. Auch wir waren über den Ausstieg des potenziellen Käufers Almira S.A. aus den Verkaufsverhandlungen überrascht. In diesem Kontext sind aus unserer Sicht auch die Kursverluste zu sehen, die die Beate Uhse Aktie seit April 2005 verzeichnet.

Auf der anderen Seite sind wir von dem Geschäftsmodell „Beate Uhse“ und den Marktpotenzialen für die Zukunft überzeugt. Wir haben uns in den Profit Centern gut entwickelt. Lassen Sie uns hier nur zwei Beispiele anführen: Zum einen die neuen Shop-Konzepte im Einzelhandel. Mit dem Hochfrequenz-Konzept sind wir bereits an sechs internationalen Flughäfen mit Beate Uhse Shops vertreten. Mit dem Start der Beate Uhse Fun Center gehen wir einen neuen Weg, indem wir noch mehr Einkaufserlebnis durch Video-Kabinen, Kinolandschaften und Spielgeräte schaffen. Im Mittelpunkt dieses Konzeptes steht die erotische Unterhaltung.

Zum anderen sind wir von dem neuen Logistikzentrum in Almere überzeugt. Die technischen Probleme, die uns 2004 belastet haben, sind in großem Maße behoben. Für die Zukunft des Konzerns ist die „Warendrehscheibe“ Almere von elementarer Bedeutung. Hier werden wir den konzernweiten Einkauf zentralisieren, unsere Läden und die externen Kunden schneller und kostengünstiger beliefern und enger mit Produzenten zusammenarbeiten, um Erotik-Trends noch besser zu nutzen.

Wenn es uns gelingt, den Blick des Kapitalmarkts und der Investoren wieder verstärkt auf die operative Entwicklung zu lenken und uns daran zu bewerten, sind wir zuversichtlich, dass sich auch der Aktienkurs in eine angemessene Größenordnung entwickeln kann. Das ist unser Ziel.

Ihr

Otto Christian Lindemann
Vorstandssprecher, CFO

Gerard Cok
COO

KONJUNKTUR & MARKT

Wirtschaftsforscher haben die Hoffnung begraben, dass in 2005 eine Trendwende beim Konsumklima einsetzt. So sind die Ergebnisse der monatlichen Erhebung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zu interpretieren, die die Bedarfs- und Anschaffungsneigung der Verbraucher analysiert. An der Verschlechterung des Konsumklimas wird nach Meinung der Experten auch die anstehende Bundestagswahl, verbunden mit einem möglichen Regierungswechsel, nichts ändern.

Dass die Situation für Verbrauchsgüter und Einzelhandel herausfordernd bleibt, belegen auch die Halbjahreszahlen des Statistischen Bundesamtes. Demnach konnte der Einzelhandel zwar im Halbjahresvergleich um real 0,9 Prozent wachsen, allerdings auf der Basis eines schon verhaltenen Vorjahreszeitraums. Nominal lag das Plus bei 1,3 Prozent. Auf europäischer Ebene präsentierten sich die bislang vorliegenden Daten zum 2. Quartal durchwachsen: während der Einzelhandel europaweit im April einen um 0,2 Prozent geringeren Absatz verzeichnete, konnten die Absatzzahlen im Mai wieder um 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Zahlreiche Konjunkturforscher dämpfen die allgemeinen Aussichten in Europa für 2005 und rechnen mit einem Plus von 1,4 Prozent für das Gesamtjahr. Damit würde das Wachstum nur noch wenig über dem für Deutschland prognostizierten Wert liegen. Gleichzeitig weisen aber verschiedene Konjunkturindikatoren für Europa im Juli bereits wieder leicht aufwärts. Sicher scheint im Auf und Ab nur eines: Konsum und Einzelhandel stehen bei positiven Tendenzen bis auf weiteres außen vor.

UMSATZENTWICKLUNG

Beate Uhse konnte den Umsatz erneut steigern. Mit einem Gesamtumsatz von 144,1 Mio. Euro erwirtschaftete der Konzern ein Plus von 8,4 Mio. Euro, bzw. 6,3 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2004. Die Quartale zwei und drei sind saisonbedingt nicht so stark wie das erste und letzte eines Jahres.

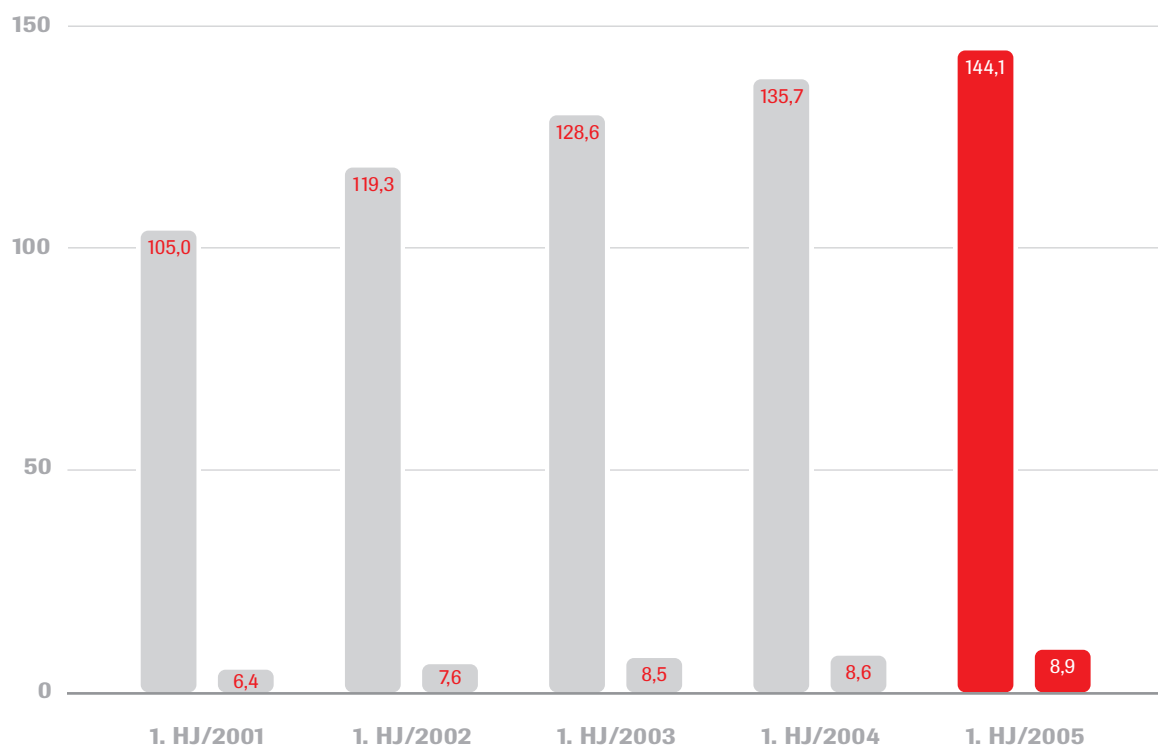
UMSATZ NACH PROFIT CENTERN

Wachstumstreiber war der Versandhandel. Mit einem Plus von rund 15 Prozent im 1. Halbjahr stellte das Profit Center seine Stärke erneut unter Beweis. Vergleicht man das zweite Quartal 2005 mit dem Vorjahreszeitraum, so bestätigt sich auch hier die gute operative Entwicklung.

UMSATZ NACH PROFIT CENTERN

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. %
Einzelhandel	39,5	40,6	2,8
Versandhandel	59,0	67,9	15,1
Großhandel	28,3	27,4	-3,2
Entertainment	8,8	8,2	-6,8
Holding Services	-	-	-
	135,6	144,1	6,3

Mio. Euro

**UMSATZ- UND EBT-ENTWICKLUNG**

Mit einem Umsatz von 26,3 Mio. Euro liegt es rund 15,3 Prozent über dem zweiten Quartal 2004. Der verhaltene Start des Einzelhandels (minus 1,8 Prozent im ersten Quartal 2005) konnte durch ein erfreuliches zweites Quartal mehr als kompensiert werden. Zum Halbjahr lag das Profit Center mit einem Umsatz von 40,6 Mio. Euro rund 2,8 Prozent über dem Vorjahreszeitraum. Besonderes Gewicht erhält das diesjährige Wachstum, wenn man berücksichtigt, dass der Zuwachs 2004 zu großen Teilen auf die Akquisitionen der Shop-Ketten Christine le Duc (Niederlande) und Kondomeriet (Skandinavien) zurückzuführen war. Auch die Entwicklung des Großhandels zeigt in die richtige Richtung. Verzeichneten wir im ersten Quartal 2005 aufgrund der Logistik-Schwierigkeiten im neuen Zentrallager ein Minus von 8,5 Prozent, so bestätigte sich zum Halbjahr 2005 mit einem Minus von nur noch 3,2 Prozent der Aufwärtstrend. Der Umsatz des Entertainment sank um 6,8 Prozent (minus 0,6 Mio. Euro) im Vergleich der Halbjahre 2004 und 2005. Mit einem Umsatz von 4,2 Mio. Euro schloss das zweite Quartal 2005 jedoch erfreulich über dem ansonsten stärkeren ersten Quartal (2005: 4,0 Mio. Euro) ab.

UMSATZ NACH REGIONEN

War die gute Umsatzentwicklung zum 30. Juni 2004 noch auf viele Länder Europas verteilt, so zeichnete sich 2005 eine Stärkung einzelner Länder ab. Insbesondere die Aktivitäten des Beate Uhse Versandhandels in Frankreich und Österreich sowie die Konzernaktivitäten in Osteuropa entwickelten sich viel versprechend. Die verhaltene Entwicklung der weiteren europäischen Staaten ist auf die zurückhaltende Konsumneigung der Verbraucher zurück zu führen.

UMSATZ NACH REGIONEN

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. %
Deutschland	60,3	58,3	-3,3
Niederlande	25,0	23,6	-5,6
Belgien	9,1	9,0	-1,1
Frankreich	12,0	17,5	45,8
England	8,7	6,6	-24,1
Österreich	6,2	14,5	133,9
Schweiz	1,0	0,8	-20,0
Skandinavien	6,2	5,8	-6,5
Italien	-	0,7	-
Sonst. Europa	4,4	5,0	13,6
Übrige Regionen	2,7	2,2	-18,5
	135,6	144,1	6,2

ERTRAGSENTWICKLUNG

Beate Uhse ist mit der Ertragsentwicklung im 1. Halbjahr und 2. Quartal zufrieden. Insbesondere im operativen Bereich greifen einerseits die verschiedenen Maßnahmen zur Rentabilitätssteigerung, wie zum Beispiel im Einkauf, und andererseits führte die Umsatzausweitung in den wichtigsten Profit Centern direkt zu entsprechenden Ertragssteigerungen. Geschmälert wurde das Ergebnis durch eine Wertberichtigung auf eigene Anteile, da der Kurs der Beate Uhse Aktie sich seit Jahresbeginn um 27 Prozent verschlechterte. Trotz dieses Sondereffekts stieg das Ergebnis vor Steuern und Zinsen im ersten Halbjahr 2005 auf 10,2 Mio. Euro (plus 4,1 Prozent). Entsprechend kletterte auch das Vorsteuerergebnis um 3,5 Prozent auf 8,9 Mio. Euro. Der Einzel- und der Versandhandel trugen mit deutlichen Ergebniszuwächsen zu dieser

positiven Entwicklung bei. Der Großhandel erzielte ein Vorsteuerergebnis von 2,1 Mio. Euro, das entspricht einem Minus von 16 Prozent. Das Entertainment konnte mit 0,9 Mio. Euro das Vorsteuerergebnis-Niveau des ersten Halbjahres 2004 halten.

OPERATIVE ERGEBNISENTWICKLUNG

Bei der Rohertragsmarge verzeichnete Beate Uhse im 1. Halbjahr einen deutlich positiven Sprung. Sie stieg von 65,4 Prozent auf 69,1 Prozent. Die sonstigen betrieblichen Erträge, unter anderem Mahngebühren im Versand und Kursgewinne, lagen mit 8,8 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Ausschlaggebend für die Margenverbesserung war der niedrigere Materialeinsatz. Vor allem im Versandhandel machen sich die Umsatzausweitung in margenstarken Segmenten und ein optimierter Sortimentsmix positiv bemerkbar. Aber auch in den anderen Profit Centern belegt die Entwicklung der Rohertragsmarge die Richtigkeit und Wirkung der eingeleiteten Maßnahmen in Logistik, Einkauf und Sortimentspolitik.

Beate Uhse konnte die Umsatzausweitung mit den bestehenden Kapazitäten und der vorhandenen Personalausstattung bewerkstelligen. Der Personalaufwand stieg entsprechend nur sehr moderat von 24,5 Mio. Euro auf 24,7 Mio. Euro. Damit sank die Personalkostenquote auf 17 Prozent. Deutlich gesteigert wurde dagegen der sonstige betriebliche Aufwand um rund 16 Prozent auf 68 Mio. Euro. Verantwortlich dafür ist die planmäßig starke Ausweitung der Werbe- und Marketingausgaben, besonders im Versandhandel.

Das EBITDA stieg im 1. Halbjahr 2005 auf 15,4 Mio. Euro (plus 5,5 Prozent.) Nach Abzug der Abschreibungen ergibt sich ein Betriebsergebnis (EBIT) von 10,2 Mio. Euro.

EBT

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. %
Einzelhandel	2,1	3,2	52,4
Versandhandel	5,3	6,3	18,9
Großhandel	2,5	2,1	-16,0
Entertainment	0,9	0,9	-
Holding Services	-2,2	-3,6	-63,6
	8,6	8,9	3,5

EBIT

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. %
Einzelhandel	2,6	3,7	42,3
Versandhandel	5,5	6,5	18,2
Großhandel	2,8	2,5	-10,7
Entertainment	0,9	0,9	-
Holding Services	-2,0	-3,4	70,0
	9,8	10,2	4,1

EBITDA

Mio. EUR	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. %
Einzelhandel	4,6	6,3	37,0
Versandhandel	6,0	7,0	16,7
Großhandel	4,3	3,7	-14,0
Entertainment	1,3	1,1	-15,4
Holding Services	-1,6	-2,7	-68,8
	14,6	15,4	5,5

NETTO-ERGEBNIS

Das Periodenergebnis lag entgegen den operativen Ertragskennzahlen leicht unter Vorjahr. Beeinflusst war das Netto-Ergebnis von 5,7 Mio. Euro, nach 6,2 Mio. Euro im Vorjahr, von einer etwas höheren Steuerquote. Die nach wie vor sehr gute Steuerquote stieg von 22,3 auf 26 Prozent. Gründe hierfür sind u.a. die Abschreibungen auf eigene Anteile, die keine Steuerminde- rung nach sich ziehen sowie im ersten Halbjahr 2004 nicht steuerwirksame Sondereffekte aus dem Verkauf der Sharon Austen Beteiligung. Das Ergebnis je Aktie lag nach sechs Monaten 2005 bei 0,12 Euro. Der Jahresüberschuss blieb mit 5,7 Mio. Euro leicht unter dem Vorjahreswert (6,2 Mio. Euro).

ENTWICKLUNG DER VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die maßgeblichen Bilanzrelationen und -kennziffern konnte Beate Uhse zum 30. Juni durchweg verbessern. Parallel konnte die Bilanzsumme von 187,9 Mio. Euro zum 31. Dezember 2004 auf 179,7 Mio. Euro gesenkt werden.

AKTIVA

Das Anlagevermögen lag mit 83,6 Mio. Euro annähernd auf dem Niveau vom 31. Dezember 2004 (84,8 Mio. Euro) und war auch im Vergleich zum Stichtag des ersten Quartals 2005 stabil (84,5 Mio. Euro). Die Veränderungen des 1. Halbjahres resultierten fast ausschließlich aus den planmäßigen Abschreibungen auf Firmenwerte in Höhe von 1,2 Mio. Euro. Im Umlaufvermögen wurden sowohl die Vorräte als auch die Forderungen gesenkt. Durch die Abwertung der eigenen Anteile kam es zu einer Reduktion der Wertpapiere. Sie lagen zum 30. Juni 2005 bei 2,4 Mio. Euro (minus 20,9 Prozent). Das Guthaben bei Kreditinstituten konnte durch das konzernweite Cash-Pooling auf 5,7 Mio. Euro optimiert werden. Die freigewordenen Mittel der Aktiv-Seite wurden im Wesentlichen zur Tilgung von Verbindlichkeiten genutzt.

PASSIVA

Das Eigenkapital erhöhte sich um 4,8 Mio. Euro auf 77,5 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote stieg um 4,4 Prozentpunkte auf 43,1 Prozent. Entscheidend für diese positive Entwicklung war der Anstieg des Bilanzgewinns auf 26,2 Mio. Euro, kombiniert mit der Entscheidung, die Gewinne des Vorjahres komplett zu thesaurieren.

In der Folge der Abwertung eigener Anteile verringerten sich die entsprechenden Rücklagen auf 2,1 Mio. Euro (minus 26,7 Prozent).

Die Verbindlichkeiten des Konzerns wurden im ersten Halbjahr um 12,8 Mio. Euro gesenkt. Der Vorstand der Beate Uhse AG kommt damit seinem erklärten Ziel, die Verschuldung des Konzerns deutlich zu senken, einen großen Schritt näher. Möglich war die Tilgung der Verbindlichkeiten insbesondere durch die Thesaurierung, den Abbau der Warenbestände, die konsequente Optimierung der liquiden Mittel und die Nutzung der überschüssigen Mittel für die Ablösung von Verbindlichkeiten.

CASHFLOW UND INVESTITIONEN

Der Brutto-Cashflow lag im ersten Halbjahr 2005 bei 10,8 Mio. Euro und entwickelte sich damit weiterhin stabil.

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit zeigt eine deutliche Trendwende auf. Er stieg im Vergleich zum ersten Halbjahr 2004 von minus 300 TEuro auf 7,7 Mio. Euro. Durch die Verringerung der Vorräte, den Abbau der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der Reduktion der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen – auch durch ein weiter verbessertes Cash-Pooling – konnte das Working Capital optimiert werden. Die starken Veränderungen der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zwischen dem ersten und zweiten Quartal haben ihre Ursache in dem zyklischen Geschäft des Versandhandels. Mit der Veröffentlichung eines Hauptkataloges steigen im ersten Quartal die Forderungen, die im zweiten Quartal durch entsprechende Zahlungseingänge ausgeglichen werden.

Beate Uhse investierte 5 Mio. Euro in das Sachanlagevermögen im ersten Halbjahr 2005.

Saldiert mit Mittelzuflüssen aus Kapitalgeber-tätigkeiten ergibt sich ein Cashflow aus Investitionstätigkeiten von minus 3,3 Mio. Euro.

Der Cashflow aus Finanzierung war in den ersten sechs Monaten 2005 durch die hohe Tilgung von Verbindlichkeiten geprägt. Saldiert hat Beate Uhse die Fremdmittel im Rahmen der Finanzierungstätigkeit um 7 Mio. Euro zurückgeführt. Zuzüglich der Rückführung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen lag das Fremdkapital zum 30. Juni sogar um 11 Mio. Euro unter dem Wert zum 31. Dezember zuvor. Der Finanzmittelfond lag am Ende der Periode bei 5,7 Mio. Euro.

MITARBEITER

Beate Uhse beschäftigte Ende Juni 2005 1.521 Mitarbeiter in Europa und den USA. Durch die Eröffnung weiterer Shops in Europa stieg die Zahl der Mitarbeiter im Einzelhandel, wogegen die Anzahl der Beschäftigten im Versand im Vergleich mit dem Vorquartal 2005 leicht abnahm.

MITARBEITER NACH PROFIT CENTERN

absolut	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005
Einzelhandel	842	884
Versandhandel	274	288
Großhandel	223	229
Entertainment	83	80
Holding Services	41	40
	1.463	1.521

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 lag zum Ende des ersten Halbjahres bei 7,44 Euro (Xetra). Seit Jahresbeginn entsprach dies einer Entwicklung von minus 27 Prozent. Nach Meinung des Unternehmens wird der Kurs von der Absage des Beteiligungsverkaufes an der erotic media ag beeinflusst.

Den Höchststand notierte die Aktie von Januar bis Juni mit 10,37 Euro im April, ihren niedrigsten Stand hatte sie im Juni bei 7,37 Euro (Xetra). Der Durchschnittskurs lag bei 8,90 Euro, das Handelsvolumen bei 17.082 Stücken pro Tag.

INDEX-GEWICHTUNG

Die Marktkapitalisierung des Unternehmens lag per 30. Juni 2005 bei 352,09 Mio. Euro. Mit einer Kapitalisierung auf Free Float Basis von 88,30 Mio. Euro rangierte die Beate Uhse AG entsprechend des Kursverlaufes zum Halbjahr mit einer Gewichtung von 1,08 Prozent im unteren Drittel des SDAX.

KURSENTWICKLUNG

		6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005
Eröffnung	EUR	13,00	10,19
Schluss	EUR	11,09	7,44
Hoch	EUR	13,02	10,37
Tief	EUR	10,50	7,37
Durchschnitt	EUR	11,67	8,90
Entwicklung	%	-15,10	-27,00

Basis: Xetra

KENNZAHLEN ZUR BEATE UHSE AKTIE

		6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005
Grundkapital	Stücke	47.323.696	47.323.696
Gewichtung im SDAX	%	2,75	1,08
Marktkapitalisierung gesamt	EUR	521,00	352,1
Marktkapitalisierung Free Float	EUR	181,1	88,3
Ø Umsatz / Tag (Xetra)	Stücke	8.454	17.082
Ø Umsatz / Tag (Xetra)	EUR	100.223	152.081

Basis: Dt. Börse

PROFIT CENTER

EINZELHANDEL

Der Einzelhandel baute im ersten Halbjahr 2005 sein internationales Shop-Netzwerk weiter aus. Trotz Filialschließungen, die größtenteils im Zuge der Rentabilitätsprüfung erfolgten, stieg die Anzahl an Beate Uhse Läden auf 313 Filialen (1. HJ 2004: 304). In Frankreich eröffnete der erste Fachmarkt eines Lizenznehmers (Thionville). Beate Uhse setzt in kleineren Städten Frankreichs auf die Expansion mit Lizenzpartnern. In Polen eröffnete bereits der achte Beate Uhse Shop seit dem Start vor zwei Jahren. Expansionsaktivitäten gibt es seit dem zweiten Quartal 2005 auch in Ungarn. Beate Uhse arbeitet ähnlich wie in Polen mit einem festen Partner im Land, um den Beate Uhse Einzelhandel zu etablieren. Der erste Shop wird im August/September in Budapest starten. Der Businessplan sieht in Ungarn die Eröffnung von 10 Geschäften bis 2009 vor.

Der deutsche Einzelhandel setzte seine Ziele im ersten Halbjahr konsequent um: Abschluss der Optimierung und Bereinigung des Filialnetzes und Forcierung der neuen Ladenkonzepte, insbesondere an den Hochfrequenzstandorten. Nach der Schließung von fünf Shops, die

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN**EIGENE SHOPS**

	6 Monate 30.06.2004	%	6 Monate 30.06.2005	%
Deutschland	61	38,9	68	41,5
Italien	-	-	5	3,0
Niederlande	67	42,7	66	40,2
Belgien	10	6,4	10	6,1
Frankreich	9	5,7	9	5,5
Norwegen	8	5,1	6	3,7
England	2	1,3	-	-
	157	100,0	164	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	6 Monate 30.06.2004	%	6 Monate 30.06.2005	%
Deutschland	53	38,1	53	37,6
Österreich	39	28,1	39	27,7
Schweiz	42	30,2	45	31,9
Norwegen	4	2,9	4	2,8
Italien	1	0,7	-	-
	139	100,0	141	100,0

BETEILIGUNGEN

	6 Monate 30.06.2004	%	6 Monate 30.06.2005	%
Polen	3	37,5	8	100,0
Italien	5	62,5	-	-
	8	100,0	8	100,0

überwiegend nicht den Rentabilitätskriterien entsprachen, wurden im zweiten Quartal keine weiteren Läden geschlossen. Der Umsatzrückgang im Vergleich mit der Vorjahresperiode ist auf die Filialschließungen im 1. Quartal zurückzuführen.

Neben der Eröffnung eines weiteren Fachmarktes (Ulm) Ende Mai 2005 startete der deutsche Einzelhandel mit Beate Uhse Fun Centern. Dieses Ladenkonzept richtet sich mit hoch modernen Videokabinen, Kinolandschaften und Spielgeräten vorrangig an männliche Kunden. Der Warenbereich ist deutlich kleiner als in den klassischen Beate Uhse Shops, die Öffnungszeiten sind entsprechend der Standorte länger. Die neuen Läden werden bevorzugt an Verkehrsknotenpunkten wie Autobahnauf- und Abfahrten positioniert. Ende Juni 2005 eröffneten zwei Beate Uhse Fun Center an der A2 bei Barsinghausen und Hohenwarsleben.

Seit Juli 2005 können Gäste des Flughafens Hamburg im neuen Terminal 1 bei Beate Uhse shoppen. Mit dem Hamburger Standort ist das Hochfrequenz-Shopkonzept bereits an sechs internationalen Flughäfen vertreten.

VERSANDHANDEL

Der Versandhandel entwickelte sich im ersten Halbjahr gut. Insbesondere der französische und der österreichische Markt trugen zum Wachstum des gesamten Profit Centers von 15,1 Prozent im Vergleich mit dem gleichen Zeitraum 2004 bei. Weitere große Absatzmärkte wie Belgien, die Niederlande und Deutschland lagen auf dem Vorjahresniveau. In diesen Ländern ist ein weiteres Wachstum bei einer anhaltend schwachen Konjunktur schwierig. Beate Uhse ist hier bereits dominierend und besetzt große Marktanteile.

Der britische Markt bleibt hart umkämpft. Die von Beate Uhse voran getriebene rechtliche Klärung zum Verkauf von R18-Material (Produkte, die ausschließlich an Erwachsene ab 18 Jahren verkauft werden dürfen) per Versand wurde gegen die Öffnung des Marktes entschieden, so dass R18-Material weiterhin nur in lizenzierten Sex-Shops verkauft werden darf. Im britischen Pabo-Katalog werden somit keine R18-Produkte mehr angeboten. Die sehr große Nachfrage nach den Produkten bestätigt Pabo jedoch, weiterhin nach Möglichkeiten zu suchen, die einen Verkauf dieser Produkte im Versand zulassen.

Das in 2002 gestartete Versandgeschäft in den USA wird zum September 2005 beendet. Die Umsätze hatten sich trotz einer völligen Neuausrichtung des Vermarktungsansatzes nicht entsprechend der Planung entwickelt. Insgesamt hat der Konzern 6,4 Mio. Euro in das USA-Projekt investiert. Davon werden 0,8 Mio. Euro im Ergebnis 2005 berücksichtigt.

Insgesamt hat der Versandhandel in der ersten Jahreshälfte 2005 16,1 Mio. Kataloge verschickt. Das entspricht einer Steigerung von 2,2 Mio. Stück im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum. Den Erfolg der Marketingaktivitäten verdeutlicht der Anstieg des Bestellvolumens um 19 Prozent auf 1,5 Mio. Kundenanforderungen.

Um dem rasanten Wachstum des Versandes langfristig gerecht zu werden, wurde im April 2005 mit der Erweiterung der Pabo-Lager- und Büroräume in den Niederlanden begonnen. Der Komplex wird insgesamt um 13.000 Quadratmeter Lager- und um 2.000 Quadratmeter Bürofläche erweitert. Die Fertigstellung ist für den Juli 2006 vorgesehen.

GROSHANDEL

Die Abläufe im Zentrallager Almere wurden weiter optimiert. Viele der Belieferungsschwierigkeiten konnten behoben werden, so dass sich Scala BV im zweiten Quartal verstärkt um die Verlagerung der Belieferung des deutschen Beate Uhse Einzelhandels und den Ausbau der Einkaufsaktivitäten für den Gesamtkonzern kümmern konnte. Seit Juli 2005 wird die Versorgung des deutschen Filialnetzes mit erotischen Produkten anhand von 20 Testläden und ausgewählten Warengruppen vorbereitet. Es ist das Ziel, sämtliche Filialen bis zum Jahresende 2005 aus Almere zu beliefern.

Der Ausbau der Zusammenarbeit mit Produzenten lief gut an. Scala BV realisierte bereits Kooperationen unter anderem mit Falcon (DVD), California Exotic Novelties (Toys), Doc Johnson (Toys), Topco (Toys) und Wet (Gleitmittel). Durch die enge Zusammenarbeit mit den Herstellern will Scala BV den Anteil der Eigenprodukte und damit die Exklusivität deutlich steigern.

Der deutsche Großhändler ZBF GmbH verzeichnete ein ruhiges zweites Quartal. Die konjunkturelle Situation in Deutschland blieb schwierig, so dass Erotik-Shopper nur verhalten im Großhandel einkauften.

ENTERTAINMENT

Das Entertainment setzte die Entwicklung der ersten drei Monate auch im zweiten Quartal fort. Der Audiotex-Bereich konnte den Umsatz und damit Marktanteile im Vergleich mit dem ersten Halbjahr 2004 steigern. Bedingt durch die stark gestiegenen TV-Werbekosten sank jedoch das Ergebnis. Allgemein ist eine rückläufige Marktentwicklung zu verzeichnen. Diese Aussage trifft auch auf den Onlinemarkt zu, da hier die Verschärfung der Regularien im Dialer- und Jugendschutzbereich das operative Geschäft behindern.

Die engere Zusammenarbeit der Profit Center wurde im zweiten Quartal fortgesetzt, um weiteres Synergiepotential und Know how Profit Center übergreifend zu nutzen. So entwickelte die Beate Uhse New Medi@ für den Einzelhandel Kundengratishefte, die Audiotex-, Mobile- und Internetdienste vermarkten, Katalogbeilagen mit ähnlichem Inhalt für den Versandhandel und einen speziellen Downloadshop, in dem sich Versandkunden Filme herunterladen können.

Der Sender BEATE-UHSE.TV konnte seine Reichweite im ersten Halbjahr 2005 durch ein neues Sende- und Wiederholungsschema weiter steigern. Um diese positive Entwicklung zu beschleunigen und um allen Premiere-Kunden das Erotik-Programm vorzustellen wird in einer einmaligen Promotionaktion BEATE-UHSE.TV im September komplett frei geschaltet. Als wichtiges Marketinginstrument für den Sender erweist sich immer mehr die Website www.beate-uhse.tv.

HOLDING

Die Holding Services des Konzerns konnte das Ergebnis der Vorjahresperiode nicht halten. Mit einem Minus von 3,6 Mio. Euro lag sie 63,6 Prozent unter dem Halbjahres-Wert 2004. Belastet wurde die Holding 2005 durch die Wertberichtigung der eigenen Anteile. Zudem war das Halbjahresergebnis 2004 durch positive Sondereffekte (u.a. Kursgewinne CHF, Beteiligungsverkauf Sharon Austen) gekennzeichnet. Bereinigt um die Sondereffekten liegt die Holding Services operativ gut im Vergleich zum Vorjahr und zur Planung.

RISIKEN

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

AUSBLICK

Beate Uhse rechnet in 2005 mit einem weiteren, stetigen Wachstum. Es ist geplant, den Umsatz um 5 Prozent und das Vorsteuerergebnis um 15 Prozent zu steigern. Nach dem zufriedenstellenden bisherigen Verlauf des Jahres 2005, hält das Unternehmen seine im Ausblick des Jahresabschlusses 2004 gemachten Prognosen für realisierbar.

BILANZ (HGB)

Aktiva			Passiva		
TEUR	31.12.2004	30.06.2005	TEUR	31.12.2004	30.06.2005
Immaterielles Anlagevermögen	22.912	21.973	Grundkapital	47.324	47.324
Sachanlagen	26.029	25.665	Rücklage für eigene Anteile	2.830	2.074
Finanzanlagen	35.895	35.943	Gewinnrücklage	3.052	3.052
			Ausgleichsp. Währungsumrechnung	938	196
			Ausgleichsposten Minderheiten	-1.115	-1.360
			Bilanzgewinn	19.734	26.234
Anlagevermögen	84.836	83.581	Eigenkapital	72.763	77.520
Vorräte	47.109	45.522	Rückstellungen	16.463	16.322
Forderungen	37.929	36.793	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	50.605	44.344
Wertpapiere	3.047	2.409	Schuldscheindarlehen	19.071	18.357
Liquide Mittel	9.035	5.724	Lieferantenverbindlichkeiten	22.351	18.264
			Sonst. Verbindlichkeiten	6.656	4.914
Umlaufvermögen	97.120	90.448	Verbindlichkeiten	98.683	85.879
RAP	4.303	4.021	RAP	25	-
Aktive latente Steuern	1.675	1.671			
	187.934	179.721		187.934	179.721

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (HGB)

TEUR	Q2/2004 1.4.-30.6.04	Q2/2005 1.4.-30.6.05	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005	Abw. TEUR	Abw. %
Umsatz	56.681	62.346	135.674	144.071	8.397	6,2
Sonstige Erlöse	4.625	4.488	9.023	8.803	-220	-2,4
Gesamtleistung	61.306	66.834	144.697	152.874	8.177	5,7
Materialaufwand	19.999	18.650	46.959	44.528	-2.431	-5,2
Personalaufwand	12.468	12.714	24.542	24.705	163	0,7
Abschreibungen	2.259	2.641	4.845	5.075	230	4,7
Sonstiger Aufwand	24.443	28.716	58.584	67.966	9.382	16,0
Beteiligungsergebnis	198	-1.369	28	-350	-378	
Zinsergebnis	-317	-674	-1.184	-1.350	-166	14,0
Ergebnis vor Steuern (EBT)	2.018	2.070	8.611	8.900	289	3,4
Steuern vom Einkommen/Ertrag	166	844	1.920	2.318	398	20,7
Sonstige Steuern	275	673	505	878	373	73,9
Ergebnis nach Steuern	1.577	553	6.186	5.704	-482	-7,8
Gewinnanteil anderer Gesellschafter	22	9	13	40	27	
Gewinnvortrag/Verlustvortrag	-4.657	-	2.138	19.734	17.596	823,0
Veränderung Rücklage eigene Anteile	6.059	568	6.813	756	-6.057	
Ausschüttung an Minderheiten	-	-	-98	-	98	
Bilanzgewinn	3.001	1.130	15.052	26.234	11.182	74,3

CASHFLOW (HGB)

TEUR	Q2/2004 1.4.-30.6.04	Q2/2005 1.4.-30.6.05	6 Monate 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005
Periodenüberschuss	1.577	553	6.186	5.704
Abschreibungen	2.260	2.641	4.845	5.075
(+/-) Abnahme/Zunahme Aktiva	8.489	6.288	915	2.446
(-/+) Abnahme/Zunahme Passiva	-10.639	-4.166	-9.966	-5.731
Sonstige Berichtigungen	-4.479	-201	-2.282	213
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-2.792	5.115	-302	7.707
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.944	-2.542	-3.653	-3.319
Cashflow aus Finanzierung	3.430	-5.609	2.817	-6.957
Veränderung Finanzmittelfond	-1.306	-3.036	-1.138	-2.569
(+/-) Änderung Finanzmittelfond	-1.063	-530	-1.137	-742
Finanzmittelfond Anfang der Periode	8.437	9.290	8.343	9.035
Finanzmittelfond Ende der Periode	6.068	5.724	6.068	5.724

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				6.186	
Ausschüttung an Minderheiten				-98	
Währungsänderungen					
Gewinn-/Verlustanteil Minderheiten				13	
Verrechnung Geschäfts-/Firmenwert					
Entnahme/Einlage Gewinnrücklagen					
Dividende				-4.657	
Veränderung Rücklagen eigene Anteile		-6.813		6.813	
Stand 30.06.2004	47.324	3.465	3.295	15.052	
Stand 01.01.2005	47.324	2.830	3.052	19.734	
Konzernergebnis der Periode				5.704	
Währungsänderungen					
Gewinn-/Verlustanteile Minderheiten				40	
Verrechnung Geschäfts-/Firmenwert					
Entnahme/Einlage Gewinnrücklagen					
Dividende					
Veränderung Rücklage eigene Anteile		-756		756	
Stand 30.06.2005	47.324	2.074	3.052	26.234	

SEGMENTBERICHT (HGB)

TEUR	30. Juni 2005					
	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Gesamt
Umsatz	40.560	67.907	27.406	8.198	-	144.071
Betriebsergebnis (EBIT)	3.683	6.528	2.519	926	-3.406	10.250
Abschreibungen	2.639	460	1.123	192	661	5.075
Vermögen	35.863	24.861	37.699	5.854	75.444	179.721
Investitionen in langfristiges Vermögen	2.890	752	1.071	103	148	4.964
Verbindlichkeiten L&L	2.766	7.955	5.771	848	924	18.264
Rückstellungen	4.180	3.768	3.789	847	3.738	16.322
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	366	3	70	6	62.256	62.701
Sonstige Verbindlichkeiten	2.137	2.760	1.006	116	-1.105	4.914

Die sonstigen Verbindlichkeiten im Segment Holding beinhalten Forderungen aus Umsatzsteuer. Im Gesamtkonzern stellt diese Position eine Verbindlichkeit dar.

Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	Minderheitenkapital		Eigenkapital gesamt
		Ausgleichsposten Minderheiten	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	
20.369	710	-370	-249	67.784
				6.186
				-98
	69			69
		-25		-12
				-
				-
				-4.657
				-
21.813	779	-395	-249	69.271
25.616	938	-893	-222	72.763
				5.704
	-742			-742
		-245		-205
				-
				-
				-
				-
25.616	196	-1.138	-222	77.520

30. Juni 2004

Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Gesamt
39.489	59.007	28.344	8.834	-	135.674
2.601	5.489	2.795	899	-1.993	9.790
2.467	608	929	211	630	4.845
37.408	22.668	33.555	6.222	76.980	176.833
2.850	838	1.047	195	246	5.176
2.016	4.656	4.261	982	1.633	13.548
4.425	4.336	2.551	732	3.398	15.442
582	9	21	12	71.956	72.580
2.500	2.275	1.173	-161	199	5.986

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. Juni 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

Es gibt keine Ereignisse nach dem 30. Juni 2005, 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 30.06.2004	6 Monate 30.06.2005
Netto-Periodenergebnis	Mio. EUR	6,2	5,7
Zahl der Aktien (verwässert)	Stücke	46.880.291	46.549.385
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	46.549.385	46.549.385
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,13	0,12
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,13	0,12

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. August 2005

Der Vorstand

FINANZKALENDER 2005

Aktionärsbrief III/2005	20. Oktober 2005
9-Monatsbericht 2005	15. November 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