

# beate uhse

9-Monatsbericht 2003



## Highlights der ersten 9 Monate 2003

- Ertragswachstum von 12 Prozent
- Beate Uhse Einzelhandel wächst wieder
- Beate Uhse stellt neues Shop-Konzept vor

<b>Kurzübersicht</b>			
Mio. €	9 Monate 30.9.2002	9 Monate 30.9.2003	Abw. in %
<b>Umsatzentwicklung</b>			
Umsatzerlöse total	182,2	197,1	8,2%
Auslandsanteil Umsatz	49,4%	52,6%	
<b>Ertragslage</b>			
EBITDA	21,3	22,5	5,4%
EBIT	14,5	15,6	7,4%
EBT	12,5	14,0	12,4%
Periodenüberschuss	6,8	8,1	18,4%
<b>Weitere Ertragskennziffern</b>			
Umsatzrendite vor Steuern	6,8%	7,1%	
Umsatzrendite n. Steuern	3,7%	4,1%	
Eigenkapitalrentabilität	10,1%	12,3%	
<b>Finanzlage</b>			
Cash Flow betriebl. Tätigk.	14,3	12,1	-15,4%
Flüssige Mittel	12,6	8,1	-35,7%
Investitionen	6,8	6,5	-4,4%
Abschreibungen	6,9	6,9	0,0%
abgeflossene Dividende	0,0	4,7	
<b>Vermögen/Kapital</b> (Gesamtjahr)			
Bilanzsumme	169,1	169,4	0,2%
Eigenkapital	64,6	65,5	1,4%
Eigenkapitalquote in %	38,2%	38,7%	
Anlagevermögen	72,1	70,9	-1,7%
Umlaufvermögen	86,4	90,1	4,3%
<b>Sonstige Angaben</b>			
Mitarbeiter	1.240	1.296	4,5%
Personalaufwand	30,6	33,2	8,5%
<b>Aktien (Euro)</b>			
Anzahl der Aktien	47.323.696	47.323.696	
Kurs (zum Quartalsende)	9,73	11,20	
Höchstkurs	10,42	11,40	
Tiefstkurs	9,87	9,95	

## Vorwort des Vorstandes

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Sie hätten die vergangenen Wochen und Monate bei Beate Uhse erleben sollen. Es war wie in einem munteren Bienenschwarm. Über ein Jahr haben wir Erfahrungen und Wissen zum neuen Shop-Konzept für Frauen gesammelt. Jetzt werden die Dinge wirklich konkret. Das im Juli 2003 gegründete Projektteam für die zweite Shop-Linie der Beate Uhse AG arbeitet mit

Hochdruck an der Realisierung der ersten Objekte. Seither beflügelt ein sehr positives Interesse alle Mitarbeiter. Die neuen Erotik-Shops für Frauen sind Gesprächsthema Nummer 1 in unseren Büroräumen.

Das Soft-Shop-Team formiert sich rund um den Marketing-Manager Hauke Stübinger. Dank seines Know hows und seiner Kontakte gewann das Projekt enorm an Dynamik. Zur Zeit arbeiten wir an einem noch geheimen Test-Shop, um erste Erfahrungen mit Design, Licht und natürlich den neuen Produkten zu sammeln. Die ersten Rückmeldungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Entwicklung genau beobachtet haben, sind sehr positiv.

Wesentliche Unterstützung erhielt das Projekt durch fünf Studentinnen der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation der Universität der Künste in Berlin. Im Rahmen ihrer Diplomarbeit schufen sie durch sehr kreative und professionelle Arbeit ein persönliches und stimmiges Konzept für die neue Shop-Linie. Grundlage des Konzeptes waren intensive Gruppengespräche mit Frauen jeden Alters und aller Bildungs- und Einkommensschichten. Denn ein Shop für Frauen sollte nur von Frauen gemacht werden.

Die Shops folgen einer ganz neuen Idee. In ihrer Anmutung bieten sie einen überaus trendigen Szenekarakter mit einem durch Rundungen geprägten Shop-Ambiente. Hiermit sprechen wir ganz gezielt die Frauen an. Die Shops werden als eigenständige Geschäfte in den Top-Einkaufsstraßen von Großstädten oder auch in exklusiven Einkaufszentren zu finden sein. Geplant sind weiterhin diverse Shop-in-Shop-Standorte. Hier sind wir mit großen Partnern bereits im Gespräch.

Natürlich präsentieren wir unseren Kundinnen und Kunden ein in vielen Bereichen neues Warensortiment. „Hautnah“ heißt zum Beispiel das neue Wäsche- und Dessous-Programm. „Girls best Friends“ sind nach wie vor unsere absolute Stärke. Hier haben wir alles was Frauen Lust und Spaß macht. Ganz neu ist die Warengruppe „Wellness“. Das Wohlfühlprogramm bietet neben wohlriechenden Düften, Body-Cremes und Ölen viele fantasievolle Produkte.

Im Frühjahr 2004 ist es endlich so weit.

Auf der Basis der Tests in Norwegen und London startet die zweite Shop-Linie von Beate Uhse ange-reichert mit vielen neuen Ideen auch in Deutschland. Das Shop-Konzept für die Damen ist ein eigenständi-ges Projekt. Unterstützt wird es dabei natürlich von der bekannten Marken-Kompetenz von Beate Uhse.

Gerne halten wir Sie in den nächsten Wochen zu diesem Thema auf dem Laufenden.

Sie dürfen gespannt sein!

Otto Christian Lindemann  
Vorstandssprecher

Gerard Cok  
Chief Operating Officer

## Umsatzentwicklung

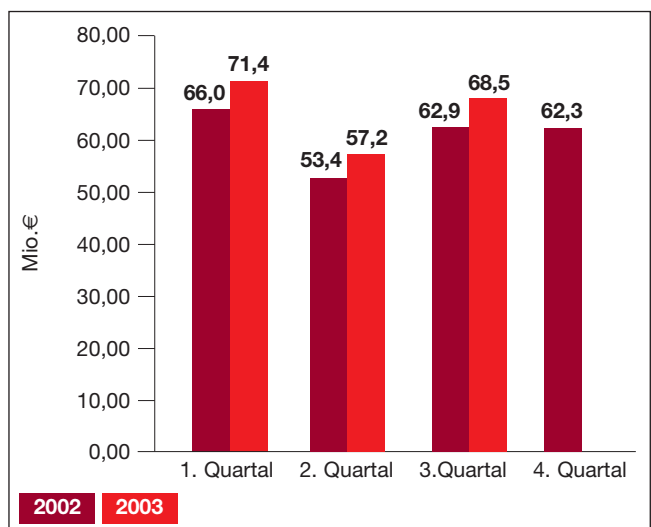
Der Beate Uhse Konzern erzielte in den ersten neun Monaten des Jahres 2003 einen Umsatz von 197,1 Mio. Euro. Dieses Plus von 8,2 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode wurde vor allem vom Versand- und Einzelhandel getragen. Leicht gegenläufig ist die Ent-wicklung im Großhandel, der etwas zurückhaltendere Aufträge seitens der Einzelhandelskunden verbuchte. Auch das Entertainment lag aufgrund der Dialer-Pro-blematik im Umsatz knapp unter den Vorjahresvorga-ben. Diese Entwicklung war bereits im Verlauf des Jahres erkennbar geworden und entsprach im Umfang den Prognosen der Unternehmensleitung. Weiter verstärkt hatte sich in den zurückliegenden Monaten das Gewicht der internationalen Aktivitäten.

Umsatz nach Profit-Centern			
in Mio. €	9 Monate 30.9.2002	9 Monate 30.9.2003	Abw.%
<b>Trading</b>	<b>164,1</b>	<b>180,3</b>	<b>9,9%</b>
Einzelhandel	50,0	52,5	5,1%
Versandhandel	67,4	83,4	23,7%
Großhandel	46,7	44,4	-4,9%
<b>Entertainment</b>	<b>18,1</b>	<b>16,8</b>	<b>-7,1%</b>
<b>Holding Services</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>182,2</b>	<b>197,1</b>	<b>8,2%</b>

### Umsatz nach Regionen

in Mio. €	9 Monate 30.9.2002	9 Monate 30.9.2003	Abw.%
Deutschland	92,2	93,3	1,2%
Holland	36,0	34,6	-3,9%
Belgien	12,0	12,8	6,6%
Frankreich	10,4	13,6	31,6%
England	6,5	10,2	56,8%
Österreich	5,7	6,5	14,0%
Schweiz	1,7	1,5	-8,6%
Skandinavien	7,0	11,0	56,1%
Sonst. Europa	9,9	8,1	-18,0%
Übrige Regionen	0,9	5,6	534,5%
<b>Gesamt</b>	<b>182,2</b>	<b>197,1</b>	<b>8,2%</b>

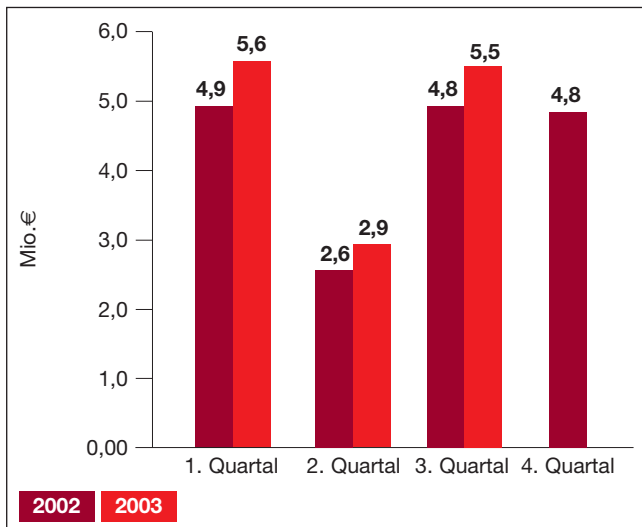
### Umsatz nach Quartalen



Mit einem Gesamtumsatz von 197,1 Mio. Euro erreichte die Beate Uhse AG nach dem dritten Quartal 2003 bereits 75 Prozent ihres Jahreszieles.

So stieg der Auslandsanteil an den Umsätzen von 49,4 Prozent zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres auf 52,2 Prozent nach sechs Monaten und aktuell 52,6 Prozent nach neun Monaten 2003.

Ganz analog stellte sich die Entwicklung in den Profit-Centern bei einer losgelösten Betrachtung der Umsätze im dritten Quartal dar. Das Plus des dritten Quar-tals 2003 zu III/2002 betrug 8,9 Prozent. Am stärksten gewachsen sind Versandhandel (+21,9 Prozent) und Einzelhandel (+7,4 Prozent), leicht gefallen Großhandel (-3,7 Prozent) und Entertainment (-1,6 Prozent).

**Vorsteuerergebnis (EBT) nach Quartalen**

Mit 5,5 Mio. Euro EBT war das dritte Quartal nahezu so erfolgreich wie das saisonalbedingt sehr viel stärkere erste Quartal.

## Ertragsentwicklung

Zum Teil überproportional zum Umsatz sind die Ertragsgrößen gewachsen. Auf Ebene der operativen Ertragszahlen wirkte sich aus, dass die wichtigsten operativen Aufwandsgrößen wie Material (+2,7 Prozent), Personal (+8,5 Prozent) nur unterproportional anstiegen und der deutliche Zuwachs beim Sonstigen Aufwand (+19,4 Prozent bedingt durch erhöhte Marketing-Kosten) aufgefangen werden konnte. Im Ergebnis führte dies zu einem EBITDA-Plus von 5,4 Prozent auf 22,5 Mio. Euro für neun Monate 2003. Unter Berücksichtigung der nahezu unveränderten Abschreibungen im Vergleich zur Vorjahresperiode errechnete sich ein EBIT von 15,6 Mio. Euro. Das entspricht einem Plus von 7,4 Prozent. Noch signifikanter waren die Effizienzsteigerungen bei den nicht-operativen Aufwandsgrößen. Das verbesserte Finanzergebnis ließ das Vorsteuerergebnis (EBT) um 12,4 Prozent auf 14,0 Mio. Euro klettern. Das Netto-Ergebnis, also der Gewinn nach Steuern, stieg sogar um 18,4 Prozent auf 8,1 Mio. Euro.

Alle vier Profit-Center trugen zur erfreulichen Entwicklung des Vorsteuerergebnisses (EBT) bei. Gerade die Ertragsituation im Einzelhandel mit dem besten Quartal seit langem (2,4 Mio. Euro) sowie im Entertainment

mit einem guten Quartal von 1,2 Mio. Euro EBT belegten, dass es gelungen ist, sich frühzeitig auf verschärfende Rahmen- und Marktentwicklungen einzustellen.

**EBT**

Mio. €	9 Monate 30.9.2002	9 Monate 30.9.2003	Abw. %
--------	-----------------------	-----------------------	--------

<b>Trading</b>	<b>17,6</b>	<b>17,1</b>	<b>-2,8%</b>
Einzelhandel	3,9	4,1	5,1%
Versandhandel	7,2	7,1	-2,0%
Großhandel	6,5	6,0	-8,3%
<b>Entertainment</b>	<b>1,0</b>	<b>2,7</b>	<b>158,8%</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-6,2</b>	<b>-5,8</b>	<b>-6,3%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>12,5</b>	<b>14,0</b>	<b>12,4%</b>

**EBIT**

Mio. €	9 Monate 30.9.2002	9 Monate 30.9.2003	Abw. %
--------	-----------------------	-----------------------	--------

<b>Trading</b>	<b>20,1</b>	<b>18,5</b>	<b>-8,2%</b>
Einzelhandel	5,1	4,8	-7,1%
Versandhandel	7,7	7,5	-2,9%
Großhandel	7,3	6,2	-14,5%
<b>Entertainment</b>	<b>1,1</b>	<b>2,8</b>	<b>161,4%</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-6,7</b>	<b>-5,7</b>	<b>-14,7%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>14,5</b>	<b>15,6</b>	<b>7,4%</b>

**EBITDA**

Mio. €	9 Monate 30.9.2002	9 Monate 30.9.2003	Abw. %
--------	-----------------------	-----------------------	--------

<b>Trading</b>	<b>24,3</b>	<b>24,1</b>	<b>-0,8%</b>
Einzelhandel	8,0	8,0	0,4%
Versandhandel	8,2	8,7	6,0%
Großhandel	8,1	7,4	-8,8%
<b>Entertainment</b>	<b>1,8</b>	<b>3,3</b>	<b>88,9%</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-4,8</b>	<b>-5,0</b>	<b>4,3%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>21,3</b>	<b>22,5</b>	<b>5,4%</b>

## Entwicklung der Vermögens- und Finanzlage

Der operative Cash Flow (12,1 Mio. Euro) lag per 9/2003 um 2,2 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert (14,3 Mio. Euro). Verantwortlich für diesen Rückgang im Periodenvergleich waren ein Anstieg der Sonstigen Vermögensgegenstände (1,5 Mio. Euro) per September 2003 sowie eine genau gegenläufige Entwicklung in der Vergleichsperiode 2002. Zudem wurden in den ersten neun Monaten 2003 1,4 Mio. Euro weniger in die Rückstellungen eingestellt als im gleichen Zeitraum 2002. Die deutliche Steigerung des cash-wirksamen Periodenüberschusses um 1,3 Mio. Euro per 9/2003 konnte diese nominale Reduktion nicht voll ausgleichen.

Innerhalb der Vermögenswerte des Beate Uhse Konzerns haben sich die Gewichte zwischen Anlage- und Umlaufvermögen etwas verschoben. Bedingt durch das starke Umsatzwachstum im Versandhandel stiegen insbesondere die Forderungen und damit auch das gesamte Umlaufvermögen. Das weiter optimierte, konzernweite Cash Management führte zu einer Reduzierung der liquiden Mittel einhergehend mit einer Rückführung der Bankverbindlichkeiten.

Die Investitionen in Höhe von 6,5 Mio. Euro lagen nach neun Monaten in etwa auf Höhe der korrespondierenden Abschreibungen mit 6,9 Mio. Euro und konnten aus dem operativen Cash Flow voll abgedeckt werden.

Die Passivseite der Bilanz im Beate Uhse Konzern setzte sich zu 38,7 Prozent aus Eigenmitteln und zu 61,3 Prozent aus Fremdmitteln zusammen. Die Eigenkapitalausstattung ist damit unverändert solide. Durch den im dritten Quartal eingestellten Bilanzgewinn (3,3 Mio. Euro) konnte die Eigenkapitalminderung des zweiten Quartals (Dividendenauszahlung von 4,7 Mio. Euro) weitestgehend kompensiert werden.

## Mitarbeiter

Beate Uhse beschäftigte per September 2003 weltweit 1.296 Mitarbeiter. Der personalintensivste Bereich bleibt der Einzelhandel. Aufgrund von Shop-Eröffnungen stieg die Zahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 7,3 Prozent. Der Versandhandel passte die Anzahl an Mitarbeitern dem höheren Bedarf an Arbeitsressourcen durch mehr Bestellungen an (plus 9,5 Prozent). Die Holding hielt den Mitarbeiterstamm

<b>Mitarbeiter nach Regionen</b>		
<b>absolut</b>	<b>9 Monate 30.9.2002</b>	<b>9 Monate 30.9.2003</b>
Deutschland	720	713
Holland	335	345
Belgien	33	31
Frankreich	37	40
England	10	16
Österreich	7	7
Skandinavien	52	85
Sonst. Europa	46	41
USA	0	18
<b>Gesamt</b>	<b>1.240</b>	<b>1.296</b>

konstant und das Profit-Center New Media hat im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum durch Optimierung der Arbeitsabläufe sieben Stellen reduziert.

<b>Mitarbeiter nach Profit-Centern</b>		
<b>absolut</b>	<b>9 Monate 30.9.2002</b>	<b>9 Monate 30.9.2003</b>
Einzelhandel	617	662
Versandhandel	262	287
Großhandel	223	216
Entertainment	94	87
Holding Services	44	44
<b>Gesamt</b>	<b>1.240</b>	<b>1.296</b>

<b>Personalaufwand</b>			
	<b>in</b>	<b>9 Monate 30.9.2002</b>	<b>9 Monate 30.9.2003</b>
Personalaufwand gesamt	Mio. €	30,6	33,2
Personalaufwand je MA	T€	24,7	25,6
Mitarbeiter Stichtagsgröße	gesamt	1.240	1.296
Mitarbeiter Durchschnitt	gesamt	1.224	1.284

## Aktie

Der Kurs der Beate Uhse Aktie entwickelte sich im dritten Quartal 2003 erfreulich. Im September erreichte das Wertpapier mit 11,40 Euro den Höchststand des Gesamtjahres und legte eine beachtliche Performance hin. Seither hält die Aktie sich stabil über 11,00 Euro. Entsprechend entwickelte sich auch das Umsatzvolumen positiv. Im Monatsdurchschnitt verbesserte sich die Anzahl der gehandelten Stücke auf Xetra von 100.000 auf knapp 200.000 im dritten Quartal. Die Marktkapitalisierung lag Ende September 2003 bei 526,6 Mio. Euro.

## Profit-Center Geschäftsverlauf

### Venus Erotikmesse 2003

Vier Tage Erotik pur in Berlin! Europas größte Erotikmesse, die Venus, lockte vom 16. bis 19. Oktober 2003 über 18.000 Besucher in die Hauptstadt. Als europäischer Marktführer präsentierte sich die Beate Uhse AG im neuen Konzern-Look und mit einem großen Stand, an dem alle Unternehmensbereiche vertreten waren. Die Vorstände des Konzerns und alle Geschäftsführer der Profit-Center trafen sich zu Gesprächen mit Vertretern anderer Branchen und

Mitbewerbern. Themen waren die Situation der Erotik-Branche, Zukunftsmärkte, neue Produkte und interessante Kooperationsmöglichkeiten.

Beim „Oskar“ der Erotik-Branche, dem Venus-Award, gehörte Beate Uhse wie in den vergangenen Jahren auch in 2003 zu den großen Gewinnern. Drei der renommierten Preise in den Kategorien „Best Internet innovation“, „Best DVD product“ und „Erotic idea 2003“ gingen an das Beate Uhse Team. Besonders erfreulich der Award „Best Internet innovation“ für die Breitband-Videothek Beate Uhse Movie On. Damit wurde nicht nur eine inhouse entwickelte Technologie prämiert, sondern auch ein wirtschaftlich erfolgreiches und zukunftsstarkes Produkt. Allen Mitarbeitern, die an den ausgezeichneten Projekten gearbeitet haben, gratulieren wir sehr herzlich und danken für den engagierten Einsatz für die Beate Uhse AG.

**Umsatz - Quartalsentwicklung 2003**

Mio. €	Q1/2003	Q2/2003	Q3/2003
<b>Trading</b>	<b>66,1</b>	<b>51,9</b>	<b>62,3</b>
Einzelhandel	17,3	16,3	18,9
Versandhandel	31,6	23,5	28,3
Großhandel	17,1	11,5	15,8
<b>Entertainment</b>	<b>5,3</b>	<b>5,9</b>	<b>5,6</b>
<b>Holding Services</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Gesamt</b>	<b>71,4</b>	<b>57,2</b>	<b>68,5</b>

**EBT - Quartalsentwicklung 2003**

Mio. €	Q1/2003	Q2/2003	Q3/2003
<b>Trading</b>	<b>6,6</b>	<b>4,6</b>	<b>5,9</b>
Einzelhandel	1,4	0,3	2,4
Versandhandel	2,7	2,3	2,1
Großhandel	2,5	2,0	1,5
<b>Entertainment</b>	<b>0,4</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,8</b>	<b>-1,6</b>
<b>Gesamt</b>	<b>5,6</b>	<b>2,9</b>	<b>5,5</b>

**Umsatz - Entwicklung Q3 2001 / 2003**

Mio. €	Q3/2001	Q3/2002	Q3/2003
<b>Trading</b>	<b>51,0</b>	<b>57,2</b>	<b>62,3</b>
Einzelhandel	17,0	17,6	18,9
Versandhandel	18,7	23,2	28,3
Großhandel	15,3	16,4	15,8
<b>Entertainment</b>	<b>3,8</b>	<b>5,7</b>	<b>5,6</b>
<b>Holding Services</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Gesamt</b>	<b>55,0</b>	<b>62,9</b>	<b>68,5</b>

**EBT - Entwicklung Q3 2001 / 2003**

Mio. €	Q3/2001	Q3/2002	Q3/2003
<b>Trading</b>	<b>4,0</b>	<b>7,5</b>	<b>5,9</b>
Einzelhandel	2,3	2,1	2,4
Versandhandel	2,6	2,8	2,1
Großhandel	-0,9	2,6	1,5
<b>Entertainment</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>1,2</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-2,4</b>	<b>-3,2</b>	<b>-1,6</b>
<b>Gesamt</b>	<b>2,0</b>	<b>4,8</b>	<b>5,5</b>

## Einzelhandel

Heiße Sommertage im Juli/August und die weiterhin schwächelnde Konjunktur bestimmten das dritte Quartal im europäischen Einzelhandel. Die Shops in den Niederlanden lagen in den ersten neun Monaten 2003 im Umsatz leicht unter den Vorgaben des Vorjahres. Die Erotik-Läden in Deutschland und Frankreich entwickelten sich dagegen positiv. Während man sich im französischen Markt noch im Aufbau befindet und somit erst begonnen hat, die Potenziale auszuschöpfen, entwickelten sich die deutschen Neuobjekte, insbesondere die Fachmärkte, sehr positiv.

Zu den beliebtesten Warengruppen im deutschsprachigen Raum zählten in den Beate Uhse Shops DVDs/CD-Roms, erotische Toys und Dessous. Von Quartal zu Quartal profilieren sich Toys und Dessous immer stärker als wesentliche Umsatzträger des Profit-Centers.

Der Beate Uhse Einzelhandel blickt positiv in die Zukunft. Insbesondere die im September erfreulich angestiegenen Umsätze in Deutschland geben Anlass zur Hoffnung, dass im vierten Quartal der Trend rückläufiger Umsätze in den Bestandsfilialen durchbrochen wird. Verstärkt wird diese positive Einstellung im internationalen Geschäft durch die Eröffnung eines Beate Uhse Shops in Bologna, Italien (November), drei weiterer Läden in Polen (November) und einer neuen Filiale des Fachmarktkonzeptes in Linden/Gießen (November).

**Beate Uhse Shops nach Regionen**

	9 Monate		9 Monate	
	30.9.2002	in %	30.9.2003	in %
<b>Eigene Shops</b>				
Deutschland	53	49,5%	62	50,8%
Holland	34	31,8%	34	27,9%
Belgien	9	8,4%	9	7,4%
Frankreich	7	6,5%	8	6,6%
Norwegen	4	3,7%	8	6,6%
England	0	0,0%	1	0,8%
<b>Gesamt</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>	<b>122</b>	<b>100,0%</b>

**Beate Uhse Shops nach Regionen**

	9 Monate		9 Monate	
	30.9.2002	in %	30.9.2003	in %
<b>Lizenz&amp;Franchise</b>				
Deutschland	50	47,2%	53	41,4%
Österreich	25	23,6%	33	25,8%
Schweiz	31	29,2%	38	29,7%
Norwegen	0	0,0%	4	3,1%
<b>Gesamt</b>	<b>106</b>	<b>100,0%</b>	<b>128</b>	<b>100,0%</b>

**Beate Uhse Shops nach Regionen**

	9 Monate		9 Monate	
	30.9.2002	in %	30.9.2003	in %
<b>Beteiligungen</b>				
Polen	0	0,0%	2	25,0%
Italien	4	100,0%	6	75,0%
<b>Gesamt</b>	<b>4</b>	<b>100,0%</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>

## Versandhandel

Knapp 14 Millionen Kataloge wird der Beate Uhse Versandhandel in der zweiten Jahreshälfte 2003 an Kunden und Interessenten verschicken. Bereits im August/September erreichten 3,8 Millionen neue Hauptkataloge die Endkunden in Europa und den USA. Geplant ist, rund 25 Millionen Pabo-Kataloge in 2003 zu versenden. Insgesamt bearbeiteten die Mitarbeiter des Versandhandels in 2003 rund 15 Prozent mehr Aufträge als im Vorjahr und verschickten 2 Millionen Pakete.

Das Neugeschäft in den USA lief in den ersten neun Monaten 2003 nicht wie geplant. Die wirtschaftliche Lage und die Folgen des Irak-Krieges beeinflussten das Kaufverhalten der Amerikaner nachhaltig. Der geplante Verlust (0,2 Mio. Euro) wird für das Gesamtjahr 2003 voraussichtlich deutlich höher ausfallen. Da die Geschäfte in Europa per September 2003 jedoch sehr erfolgreich verliefen, lag das Versandhandels-Ergebnis nahezu auf dem hohen Vorjahresniveau.

Der Versandhandel war mit dem bisherigen Verlauf des Jahres 2003 in Europa sehr zufrieden, insbesondere vor dem düsteren Szenario der schleppenden Konjunktur in diversen Ländern. Entscheidend für die positive Entwicklung des Beate Uhse Versandhauses in dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld waren diverse Eckpfeiler. Hierzu zählen unter anderem ein sehr erfolgreicher Hauptkatalog im Januar/Februar und die überaus erfreuliche Entwicklung der Ländermärkte Frankreich und England. In diesen beiden Ländern ist Beate Uhse seit Mitte bzw. Ende der 90er-Jahre aktiv. Der Versandhandel konnte hier sehr erfolgversprechende Strukturen aufbauen und die Tochtermarke Pabo von Beate Uhse sehr gut positionieren.

## Großhandel

Das dritte Quartal 2003 war im Großhandel durch die konjunkturelle Situation in Europa geprägt. Die Kaufzurückhaltung der Sommermonate im Einzelhandel spiegelte sich zeitverzögert im Großhandel wider. Die jährliche Hausmesse des Beate Uhse Großhandels blieb somit in 2003 hinter dem Umsatz des Vorjahres leicht zurück. Unter den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen waren wir jedoch mit dem Interesse der Kunden zufrieden.

Die unternehmenseigene Herbstmesse in den Niederlanden war im Vergleich mit dem Gesamtjahresverlauf sehr erfolgreich. Die Amsterdamer Großhändler erreichten das gute Umsatzniveau des Vorjahres. Besonders erfreulich: Die Verkaufsmargen blieben trotz des allgemeinen Preisdrucks stabil, so dass ein zufrieden stellender Gewinn erzielt werden konnte.

Der Umzug des Logistik-Zentrums von Amsterdam nach Almere verläuft weiterhin nach Plan. Ab Mitte November 2003 werden erste Tests unter „Real Life“-Bedingungen durchgeführt. Einige Systeme und logistische Prozesse müssen bis zum Abschluss der Testphase parallel ablaufen, um über diese Redundanz die Lieferfähigkeit auch bei möglichen Anlaufproblemen in Almere sicher zu stellen.

Aufgrund dieser Sicherheitsstandards wird es zeitlich begrenzt zu einer leichten Reduktion der Ertragsentwicklung im Großhandel kommen.

## Entertainment

### Beate Uhse New Media

Zu den erfolgreichsten Domains des Konzerns zählt das Portal [www.sex.de](http://www.sex.de). Um auch zukünftig im harten Internet-Wettbewerb „die Nase vorn zu haben“, erhielt das Erotik-Portal im dritten Quartal 2003 eine neue Gestaltung und zusätzliche Features. Im Vordergrund der Neustrukturierung stand weiterhin die Umsetzung eines neuen Jugendschutzkonzeptes. Diese Verbesserung der Struktur der nicht zahlungspflichtigen Inhalte führte unmittelbar zu höheren Besucherzahlen.

Ebenfalls im dritten Quartal startete der Beate Uhse Konzern mit dem neuen Erotik-Portal [www.sex.be](http://www.sex.be). Beate Uhse belegt damit bereits das dritte nationale Portal mit dem begehrten Suchwort Sex. Neu im Beate Uhse New Media Portfolio ist das Film-Portal [www.manga.beate-uhse.com](http://www.manga.beate-uhse.com). Das Portal bietet den Nutzern alle technischen Raffinessen der Breitband-Internet-Videothek Movie On. Manga Movie On zeigt ausschließlich Erotik-Comic-Filme japanischer Herkunft.

### BEATE-UHSE.TV

Das zum 1. April 2003 in Kraft getretene neue Jugendschutzgesetz des Bundes und der neue Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder tragen die ersten positiven Früchte. Zum 1. August 2003 wurde die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), in der der TV-Sender BEATE-UHSE.TV Mitglied ist, als erster Einrichtung die Anerkennung ausgesprochen.

Anbietern wie BEATE-UHSE.TV wird damit mehr Verantwortung im Jugendschutz gegeben. Im Gegenzug müssen die Anbieter die Spielregeln der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) berücksichtigen. Zu den Regeln zählt unter anderem die kontinuierliche Zusammenarbeit der FSF mit unabhängigen neutralen Prüfern. Für BEATE-UHSE.TV und die weiteren Mitglie-

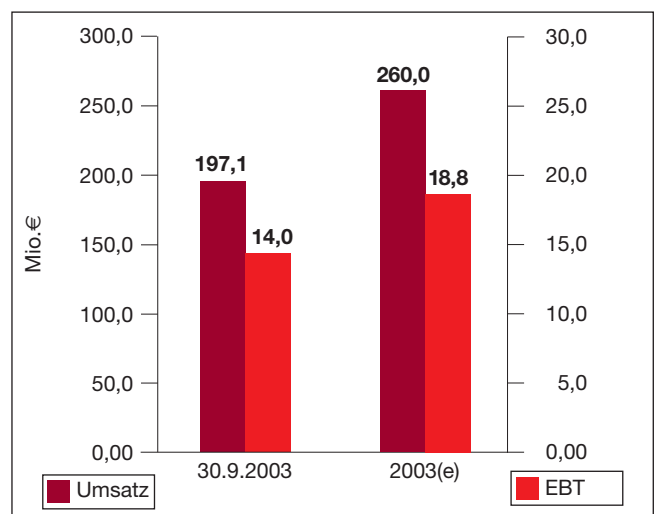
der der FSF bedeutet dies mehr Verantwortung im Vorfeld und im Gegenzug dazu mehr Freiraum bei der Programmgestaltung und mehr Planungssicherheit für die Zukunft.

Der TV-Start der Casting-Sendung "BEATE-UHSE.TV sucht die Popp-Stars 2003" am 29. August 2003 war ein Erfolg. Neben dem großen Zuschauerinteresse war die sehr breit gefächerte Aufmerksamkeit in sämtlichen TV- und Print-Medien besonders positiv. Der Startschuss für das Internet-Portal [www.erotikstar2003.de](http://www.erotikstar2003.de) fiel am 5. September 2003. Kooperationspartner ist hier unter anderem [www.bild.de](http://www.bild.de).

## Ausblick

Die Prognosen des Beate Uhse Konzerns für 2003 - Umsatz von 260,0 Mio. Euro und ein Vorsteuerergebnis von 18,8 Mio. Euro – sind seit Bekanntgabe nicht verändert worden und aus Sicht des Unternehmens realistisch. Nach heutigem Stand und bei einem Umsatzwachstum von 8,2 Prozent und einem Ertragsplus von 12,4 Prozent im bisherigen Jahresverlauf liegen sie voll im Rahmen der Erwartungen. Operative Zukunftsprojekte betreffen insbesondere die Bereiche Großhandel und Logistik, neue Konzepte im Einzelhandel sowie die Auswahl neuer Ländermärkte und Vorbereitungen für den Markteintritt.

### Ausblick



Die Beate Uhse AG ist zuversichtlich, die für 2003 gesteckten Ziele zu erreichen.



<b>Gewinn- und Verlustrechnung in T€</b>	<b>Q 3/2002 1.7.-30.9.02</b>	<b>Q 3/2003 1.7.-30.9.03</b>	<b>9 Monate 30.9.02</b>	<b>9 Monate 30.9.03</b>	<b>Abw. in T€</b>	<b>Abw. in %</b>
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>62.939</b>	<b>68.598</b>	<b>182.197</b>	<b>197.150</b>	<b>14.953</b>	<b>8,2</b>
Sonstige Erlöse	2.048	3.852	6.529	8.587	<b>2.058</b>	<b>31,5</b>
Gesamtleistung	64.987	72.450	188.726	205.737	<b>17.011</b>	<b>9,0</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>24.694</b>	<b>26.243</b>	<b>70.945</b>	<b>72.888</b>	<b>1.943</b>	<b>2,7</b>
Personalaufwand	10.174	10.968	30.608	33.234	<b>2.626</b>	<b>8,5</b>
Abschreibungen	2.333	2.261	6.855	6.909	<b>54</b>	<b>0,8</b>
Sonstiger Aufwand	20.956	26.890	64.242	76.684	<b>12.442</b>	<b>19,4</b>
Erträge aus Beteiligungen	-50	103	0	200	<b>200</b>	<b>0,0</b>
Verlustübern. assoz. Unternehmen	1.114	200	1.588	635	<b>-953</b>	<b>-60,0</b>
Zinsergebnis	-860	-448	-2.033	-1.550	<b>483</b>	<b>-23,8</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>4.806</b>	<b>5.543</b>	<b>12.455</b>	<b>14.037</b>	<b>1.582</b>	<b>12,4</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	1.949	1.810	4.890	4.988	<b>98</b>	<b>2,0</b>
Sonstige Steuern	251	352	788	996	<b>208</b>	<b>26,4</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>2.606</b>	<b>3.381</b>	<b>6.777</b>	<b>8.053</b>	<b>1.276</b>	<b>18,4</b>
Gewinnanteil and. Gesellschafter	-56	-25	-237	465	<b>702</b>	<b>-296,2</b>
Gewinnvortrag/Verlustvortrag	0	0	10.076	313	<b>-9.763</b>	<b>-96,9</b>
Veränderung Rücklage eig. Anteile	0	0	-765	0	<b>765</b>	<b>-100,0</b>
Einstellung Gewinnrücklage	0	0	0	0	0	0,0
<b>Bilanzgewinn/Bilanzverlust</b>	<b>2.550</b>	<b>3.356</b>	<b>15.851</b>	<b>8.831</b>	<b>-7.020</b>	<b>-44,3</b>

<b>Bilanz in T€</b>	<b>Ganzjährig 31.12.2002</b>	<b>9 Monate 30.9.2003</b>	<b>Ganzjährig 31.12.2002</b>	<b>9 Monate 30.9.2003</b>
<b>Aktiva</b>			<b>Passiva</b>	
Immaterielles AV	17.110	15.989	Grundkapital	47.324
Sachanlagen	26.640	26.437	Rücklage für eigene Anteile	3.425
Finanzanlagen	28.354	28.466	Gewinnrücklage	7.920
<b>Summe Anlageverm.</b>	<b>72.104</b>	<b>70.892</b>	Ausgleichsp. Währungsumrg.	117
			Ausgleichsposten Minderheiten	795
			Bilanzgewinn	5.015
			<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>64.596</b>
Vorräte	35.189	33.866	Sonderposten	6
Forderungen	33.741	44.478	Rückstellungen	15.290
Liquide Mittel	17.494	11.732	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	55.290
<b>Summe Umlaufverm.</b>	<b>86.424</b>	<b>90.076</b>	Lieferantenverbindlichkeiten	19.944
			Sonst. Verbindlichkeiten	13.873
			<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>104.403</b>
<b>RAP</b>	<b>10.564</b>	<b>8.445</b>	<b>RAP</b>	<b>93</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>169.092</b>	<b>169.413</b>	<b>Summe Passiva</b>	<b>169.092</b>
				<b>169.413</b>

<b>Cash Flow in T€</b>	<b>Q 3/2002 1.7.-30.9.02</b>	<b>Q 3/2003 1.7.-30.9.03</b>	<b>9 Monate 30.9.02</b>	<b>9 Monate 30.9.03</b>
Periodenüberschuss	2.606	3.381	6.777	8.053
Abschreibungen	2.307	2.262	6.829	6.909
Abnahme/Zunahme Aktiva	-6.002	-7.866	-5.130	-6.799
Abnahme/Zunahme Passiva	4.174	-3.155	1.947	922
Sonstige Berichtigungen	4.222	2.460	3.838	2.985
<b>Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>7.307</b>	<b>3.392</b>	<b>14.261</b>	<b>12.070</b>
<b>Cash Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-6.966</b>	<b>-1.753</b>	<b>-12.025</b>	<b>-8.431</b>
<b>Cash Flow aus Finanzierung</b>	<b>-1.895</b>	<b>-4.605</b>	<b>-7.144</b>	<b>-9.642</b>
Veränderung Finanzmittelfond	-1.554	-2.966	-4.908	-6.003
+/- Änderung Finanzmittelfond	4.969	513	2.737	239
<b>Finanzmittelfond Anfang der Periode</b>	<b>9.184</b>	<b>10.540</b>	<b>14.770</b>	<b>13.851</b>
<b>Finanzmittelfond Ende der Periode</b>	<b>12.599</b>	<b>8.087</b>	<b>12.599</b>	<b>8.087</b>

<b>Eigenkapitalveränderungsrechnung in T€</b>	<b>Eigenkapital</b>							<b>Eigenkapital Gesamt</b>
	<b>Gezeichnetes Kapital</b>	<b>Geleistete Einlagen</b>	<b>Gewinnrücklage</b>		<b>Währungs- umrechnung</b>	<b>Bilanzgewinn</b>	<b>Anteile anderer Gesellschafter</b>	
			<b>Rücklage für eigene Anteile</b>	<b>Andere Gewinn- rücklagen</b>				
<b>Stand 1.1.2002</b>	<b>46.970</b>	<b>353</b>	<b>2.663</b>	<b>0</b>	<b>-47</b>	<b>10.076</b>	<b>269</b>	<b>60.286</b>
Kapitalerhöhung	353	-353						0
Bilanzgewinn der Periode						9.505		9.505
Währungsänderungen					164			164
Gew./Verlustanteile Minderheiten						-473	526	53
Verrechnung Gewinnrücklagen				7.920		-13.330		-5.410
Erwerb eigener Anteile			762			-762		0
<b>Stand 31.12.2002</b>	<b>47.324</b>	<b>0</b>	<b>3.425</b>	<b>7.920</b>	<b>117</b>	<b>5.015</b>	<b>795</b>	<b>64.596</b>
Bilanzgewinn der Periode						8.053		8.053
Gew./Verlustanteile Minderheiten						465	-599	-134
Verrechnung Gewinnrücklagen				-2.539				-2.539
Währungsänderungen					239			239
Anteile Dritter								0
Dividende						-4.702		-4.702
<b>Stand 30.9.2003</b>	<b>47.324</b>	<b>0</b>	<b>3.425</b>	<b>5.381</b>	<b>356</b>	<b>8.832</b>	<b>196</b>	<b>65.513</b>

<b>Segmentbericht in Mio. €</b>	<b>Einzelhandel 30. Sept.</b>	<b>Versandhandel 30. Sept.</b>	<b>Großhandel 30. Sept.</b>	<b>Entertainment 30. Sept.</b>	<b>Holding 30. Sept.</b>	<b>Gesamt 30. Sept.</b>
Umsatzerlöse	52,5	83,4	44,4	16,8	0,0	197,1
	(50,0)	(67,4)	(46,7)	(18,1)	(0,0)	(182,2)
Betriebsergebnis (EBIT)	4,8	7,5	6,2	2,8	-5,7	15,6
	(5,1)	(7,7)	(7,3)	(1,1)	(-6,7)	(14,5)
Abschreibungen	3,4	1,1	1,3	0,4	0,7	6,9
	(3,3)	(1,1)	(1,2)	(0,7)	(0,6)	(6,9)
Vermögen	34,2	30,0	27,4	5,2	72,6	169,4
	(44,9)	(42,2)	(42,2)	(6,5)	(39,4)	(175,2)
Verbindlichkeiten L&L	1,7	9,2	6,5	1,5	0,3	19,2
	(2,4)	(7,7)	(4,5)	(2,4)	(0,2)	(17,2)
Rückstellungen	5,3	5,3	2,8	1,5	2,8	17,7
	(4,1)	(5,6)	(3,8)	(1,4)	(2,3)	(17,2)
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	0,0	0,0	0,3	0,0	56,3	56,6
	(0,0)	(0,0)	(5,5)	(0,0)	(45,5)	(51,0)
Sonstige Verbindlichkeiten	2,5	5,2	1,0	0,4	1,3	10,4
	(2,5)	(6,7)	(4,4)	(0,5)	(8,2)	(22,3)

(\*Vorjahreswerte sind in Klammern angegeben)

## **Finanzkalender 2003**

<b>19. November 2003</b>	<b>HSBC Konsumkonf., Düsseldorf</b>
<b>26. November 2003</b>	<b>Eigenkapitalforum, Frankfurt</b>
<b>4. Dezember 2003</b>	<b>Seydler Konsumtag, Frankfurt</b>
<b>18. Dezember 2003</b>	<b>Aktionärsbrief 4/2003</b>
<b>31. Dezember 2003</b>	<b>Geschäftsjahresende</b>

### **Kontakt Investor Relations**

**Birte Hennig**      Telefon +49 (0) 461 – 9966 – 307  
Fax      +49 (0) 461 – 9966 – 440  
Email    b.hennig@beate-uhse.de

**Beatrix Brodersen**      Telefon +49 (0) 461 – 9966 – 244  
Fax      +49 (0) 461 – 9966 – 440  
Email    bbrodersen@beate-uhse.de

### **Kontakt Press & Public Relations**

**Assia Tschernookoff**      Telefon +49 (0) 461 – 9966 – 125  
Fax      +49 (0) 461 – 9966 – 377  
Email    atschernookoff@beate-uhse.de

### **Anforderung Geschäfts- und Zwischenberichte**

Email      bbrodersen@beate-uhse.de  
Fax      +49 (0) 461 – 9966 – 440  
Internet: www.beate-uhse.ag

# 69

## SEX UP YOUR LIFE

