

SEX UP YOUR LIFE





## Kurzübersicht

- Umsatz wächst um 14 Prozent auf 182,2 Mio. Euro
- Vorsteuerergebnis steigt planmäßig auf 12,5 Mio. Euro
- Restrukturierungsmaßnahmen im Großhandel greifen wie erwartet
- Relaunch der Marke Beate Uhse am 12. November 2002.

## Unternehmenskennzahlen

Mio. €	9 Monate 30. 09. 2002	9 Monate 30. 09. 2001
<b>Umsatzentwicklung</b>		
Umsatzerlöse total	182,2	160,0
Auslandsanteil des Umsatzes in %	49,4%	44,5%
<b>Ertragslage</b>		
EBITD	21,3	15,9
EBIT	14,5	9,8
EBT	12,5	8,4
Periodenüberschuss	6,8	3,1
<b>Weitere Ertragskennziffern</b>		
Umsatzrendite vor Steuern	6,8%	5,2%
Umsatzrendite nach Steuern	3,7%	1,9%
Eigenkapitalrentabilität in %	10,1%	5,1%
<b>Finanzlage</b>		
Cash Flow aus betriebl. Tätigkeit	14,3	11,2
Flüssige Mittel	12,6	8,1
Investitionen ohne Finanzanlagen	6,8	6,2
Abschreibungen	6,9	6,1
<b>Vermögens- und Kapitalstruktur</b>		
		<b>31. 12. 2001</b>
Bilanzsumme	175,2	169,4
Eigenkapital	67,1	60,3
Eigenkapitalquote in %	38,3%	35,6%
Anlagevermögen	76,1	73,9
Umlaufvermögen	90,9	86,9
<b>Sonstige Angaben</b>		
		<b>30. 09. 2001</b>
Mitarbeiter	1.194	1.151
Personalaufwand	30,6	27,0
<b>Aktien (€)</b>		
Anzahl der Aktien	47.323.696	46.970.570
Kurs (Stand zum 30. 09.)	9,55	13,10
Höchstkurs in 2002	11,95	14,34
Tiefstkurs in 2002	8,65	10,98

## Der Beate Uhse Konzern in den ersten neun Monaten 2002

Die Geschäftsentwicklung im Beate Uhse Konzern verlief in den ersten neun Monaten wie auch in einer losgelösten Betrachtung des 3. Quartals positiv. Der Erfolg und die Richtigkeit der bereits Ende 2001 eingeleiteten, umfangreichen Maßnahmen hat sich gerade in dem schwierigen Marktumfeld bewiesen. Der Hauptverband des deutschen Einzelhandels sprach z.B. von der schwersten Umsatzkrise des Einzelhandels in der Nachkriegsgeschichte. Demgegenüber konnten alle Profit Center im Beate Uhse Konzern ihre gute Entwicklung fortsetzen.

Beate Uhse wird die eingeleitete strategische und operative Neuausrichtung unvermindert fortsetzen:

### Kernkompetenz

Die konsequente Konzentration auf Handel und Vertrieb mit erotischen Produkten und Inhalten eröffnet immer mehr zusätzliche Synergiepotentiale zwischen den einzelnen Profit Centern. Ein Beispiel sind cross-mediale Marketing-Aktivitäten, die auch in der aktuell schwierigeren Marktlage zu deutlich verbesserten Kennzahlen bei Umsatz und Ergebnis pro Kunde führen.

### Internationalisierung

Die Strategie, verstärkt in internationalen Märkten zu wachsen, erweist sich vor dem Hintergrund des weiter sehr eingetübten Kon-

sumklimas in Deutschland als wichtige Grundlage für den Geschäftserfolg 2002.

### Effizienz

Mit dem neu geplanten Logistikzentrum in Almere, Niederlande, bereitet der Beate Uhse Konzern einen ganz entscheidenden Schritt bei der Effizienzsteigerung vor. Das neue Logistik-Konzept wird bei Lagerumschlag, Kapitalbindung, Liefergeschwindigkeit und Warenverfügbarkeit neue Maßstäbe in der Erotik-Branche setzen.

### Profit

Beate Uhse hat in den ersten neun Monaten bewiesen, dass als uneingeschränkter Marktführer auch bei negativem Konsumklima mit konsequenten Maßnahmen Ertragssteigerungen möglich sind. Alle Profit Center, einschließlich der Internet-Aktivitäten, tragen diese positive Ertragsentwicklung.

### Marke

Die letzten Monate standen ganz unter der Neu-Strukturierung der Markenarchitektur mit dem Ziel, das Marken-Portfolio zu bereinigen und Beate Uhse als Dachmarke zu positionieren. Im November wird der umfassende Relaunch des Außenauftritts der Marke Beate Uhse erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Marke erhält einen neuen, modernen Look, der sich in allen Profit Centern des Consumer-Bereichs widerspiegelt.

## Umsatzentwicklung

Der Beate Uhse Konzern konnte in den zurückliegenden neun Monaten den Umsatz um fast 14 Prozent auf 182,2 Mio. Euro steigern. Zum Vergleich: 2001 betragen die Umsätze im gleichen Zeitraum 160 Mio. Euro.

Eine gesonderte Betrachtung des 3. Quartals zeigt, dass sich Beate Uhse 2002 mit einem Umsatz von 62,9 Mio. Euro erfolgreich behaupten konnte. Verglichen mit dem Vorquartal des Jahres 2002 betrug das Wachstum 18 Prozent; im saisonal etwas schwächeren zweiten Quartal erlöste Beate Uhse 53,4 Mio. Euro. Ein Vergleich mit dem 3. Quartal 2001 ergibt einen Umsatzanstieg von 14 Prozent. Dies ist ein Plus von 7,9 Mio. Euro auf Basis von 55,0 Mio. Euro im Q3/2001.

Das Segment Trading, in dem die Aktivitäten aus Einzel-, Versand-, und Großhandel zusammengefasst sind, lag im Umsatz über dem Vorjahr. Die Umsätze stiegen um knapp 13 Prozent auf 164,1 Mio. Euro. Während im Einzelhandel in den ersten neun Monaten die Erlöse bei 50 Mio. Euro stabil gehalten werden konnten, wuchsen Versandhandel (+27 % auf 67 Mio. Euro) und Großhandel (+10 % auf 47 Mio. Euro) verglichen mit dem Vorjahreszeitraum. Das Segment

Umsatz nach Profit Centern Mio. €	9 Monate 30. 09. 2002	9 Monate 30. 09. 2001
<b>Trading</b>	<b>164,1</b>	<b>145,4</b>
Einzelhandel	50,0	50,3
Versandhandel	67,4	52,9
Großhandel	46,7	42,2
<b>Entertainment</b>	<b>18,1</b>	<b>14,2</b>
<b>Holding Services</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>
<b>Gesamt</b>	<b>182,2</b>	<b>160,0</b>

Umsatz nach Regionen Mio. €	9 Monate 30. 09. 2002	9 Monate 30. 09. 2001
Deutschland	92,2	88,8
Holland	36,0	29,1
Belgien	12,0	11,6
Frankreich	10,4	6,9
England	6,5	4,7
Österreich	5,7	5,0
Schweiz	1,7	1,5
Sonstiges Europa	9,9	9,8
Übrige Regionen	7,9	2,5
<b>Gesamt</b>	<b>182,2</b>	<b>160,0</b>
<b>Ausland</b>	<b>90,0</b>	<b>71,2</b>



Entertainment, in dem die Zahlen aus den Internet- und Telefon-Aktivitäten zusammengefasst sind, wuchs um 27 Prozent oder 3,9 Mio. Euro auf 18,1 Mio. Euro.

Der Inlandsanteil am Umsatz hielt sich trotz des negativen Einzelhandelsklimas leicht über 50 Prozent. Die gute Entwicklung im deutschen Großhandel und im Entertainment sorgten dafür, dass Deutschland auch weiterhin der mit Abstand wichtigste nationale Markt bleibt. Im direkten Geschäft mit den Endkunden, also insbesondere im Einzel- und Versandhandel, entwickelten sich die Auslandsaktivitäten deutlich besser.

## Ertragsentwicklung

Im 3. Quartal konnte Beate Uhse die Nachhaltigkeit der positiven Ertragsentwicklung in 2002 festigen. Alle Profit Center trugen sowohl im gesamten bisherigen Jahresverlauf wie auch in einer gesonderten Betrachtung des 3. Quartals zur guten Entwicklung bei. Das Vorsteuerergebniss (EBT) stieg um 49 Prozent von 8,4 Mio. Euro auf 12,5 Mio. Euro. Das Betriebsergebnis (EBIT) erhöhte sich parallel in den ersten neun Monaten um 48 Prozent auf 14,5 Mio. Euro. Die EBIT-Entwicklung der einzelnen Quartale (Q 1/2002: 5,6 Mio. Euro, Q 2/2002: 3,2 Mio. Euro, Q 3/2002: 5,7 Mio. Euro) ist angesichts der schwierigen konjunkturellen Rahmendaten und der noch nicht völlig abgeschlossenen Restrukturierungen und Effizienzsteigerungen für das Management zufriedenstellend.

<b>EBT nach Profit Centern</b> Mio. €	<b>9 Monate</b> 30. 09. 2002	<b>9 Monate</b> 30. 09. 2001
<b>Trading</b>	<b>17,6</b>	<b>13,9</b>
Einzelhandel	3,9	5,8
Versandhandel	7,2	6,6
Großhandel	6,5	1,5
<b>Entertainment</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,2</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-6,2</b>	<b>-4,3</b>
<b>Gesamt</b>	<b>12,5</b>	<b>8,4</b>

<b>EBIT nach Profit Centern</b> Mio. €	<b>9 Monate</b> 30. 09. 2002	<b>9 Monate</b> 30. 09. 2001
<b>Trading</b>	<b>20,1</b>	<b>16,6</b>
Einzelhandel	5,1	7,1
Versandhandel	7,7	6,8
Großhandel	7,3	2,7
<b>Entertainment</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,8</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-6,7</b>	<b>-6,0</b>
<b>Gesamt</b>	<b>14,5</b>	<b>9,8</b>

Das größte Ertragswachstum realisierte in den ersten neun Monaten 2002 der Großhandel. Hier stieg das Betriebsergebnis von 2,7 auf 7,3 Mio. Euro. Trotz verhaltener Bestellungen seitens der Shopper zeigten die Restrukturierungen des deutschen Großhändlers deutliche Erfolge. Im Versandhandel wuchs das EBIT um 13 Prozent auf 7,7 Mio. Euro. Der Einzelhandel musste im 9-Monatsvergleich zwischen 2001 und 2002 einen Rückgang von 27 Prozent im EBIT hinnehmen. Ein Vergleich der Einzelquartale zeigt jedoch, dass sich Beate Uhse auch hier bestmöglich an die schwierigen Rahmenbedingungen angepasst hat. Im Vergleich zu den beiden Vorquartalen erzielte der Einzelhandel im Dritten saisonal bedingt ein sehr hohes EBIT. Das gesamte Segment Trading erwirtschaftete damit in der Summe ein Betriebsergebnis von 20,1 Mio. Euro. Das sind 21 Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Auch im Segment Entertainment setzte sich die positive Entwicklung fort. Nach einem Minus von 0,8 Mio. Euro in 2001 erzielte Beate Uhse jetzt ein Plus von 1,1 Mio. Euro. Geringfügig gestiegen ist das naturgemäß negative Ergebnis der Holding Services. Dieses Segment, in dem die gesamten administrativen Dienstleistungen für den Konzern gebündelt sind und das keine Umsätze erzielt, verzeichnete ein Minus von 6,7 Mio. Euro, nach minus 6,0 Mio. Euro in den ersten neun Monaten des Vorjahres. Insbesondere Aufwendungen für den Marken-Relaunch beeinflussten das Ergebnis der Holding in diesem Jahr.

## Entwicklung der Vermögens- und Finanzlage

Das Eigenkapital des Beate Uhse Konzerns erhöhte sich in der Berichtsperiode von 60,3 Mio. Euro (31.12.2001) auf 67,1 Mio. Euro (30.9.2002). Die Eigenkapitalquote beträgt damit 38,3 Prozent, nach 35,6 Prozent zum Bilanzstichtag 2001. Ausschlaggebend für die positive Entwicklung war die gute Ertragslage des Konzerns und damit die Zuführungen zum Bilanzgewinn.

Gleichzeitig konnte der Konzern in den ersten neun Monaten die Verbindlichkeiten von 95,7 auf 90,5 Mio. Euro zurückführen. Tilgungen der Sonstigen Verbindlichkeiten über 8 Mio. Euro stand eine Erhöhung der Bankverbindlichkeiten um 4 Mio. Euro gegenüber. Der wachstumsbedingte Anstieg von Retouren im Versandhandel sowie Rückstellungen im Rahmen der geplanten Verlagerung der Logistik führten zu einem Anstieg der Rückstellungen von 13,4 auf 17,1 Mio. Euro. Die Bilanzsumme erhöhte sich von 169 auf 175 Mio. Euro.

Auf der Aktiv-Seite der Bilanz ergaben sich zum Stichtag 30.09. folgende Veränderungen: Die immateriellen Vermögensgegenstände erhöhten sich um 3,8 Mio. Euro. Der um 1,4 Mio. Euro erhöhte Wertansatz in Sachanlagen ist insbesondere auf den Neubau der Produktionshalle am Standort Ungarn zurück zu führen. Die Finanzanlagen verminderten sich um 3,1 Mio. Euro. Verantwortlich dafür sind Mittelrückflüsse aus Ausleihungen an verbundene Unternehmen sowie ein aufgrund der „at equity Konsolidierung“ verminderter Wertansatz bei den Anteilen an assoziierten Unternehmen. Das gesamte Anlagevermögen summiert sich damit auf 76,1 Mio. Euro, nach 73,9 Mio. Euro am 31.12.2001.

Das Umlaufvermögen erhöhte sich zum Stichtag von 86,9 Mio. Euro auf 90,9 Mio. Euro. Während die Vorräte leicht zurück gefahren werden konnten, erhöhten sich insbesondere die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Ursache dafür sind einerseits die stark gestiegen Umsätze im Versandhandel andererseits aber auch ein aufgrund der konjunkturellen Entwicklung etwas schleppenderer Zahlungseingang. Beate Uhse wirkt dem durch ein konsequentes Forderungsmanagement entgegen und hat gleichzeitig die korrespondierende Rückstellungsposition angepasst.

Die Entwicklung der Aktiva und Passiva wirkt sich im operativen Cash Flow in Form einer Erhöhung von 12,8 auf 14,3 Mio. Euro aus. Die Beate Uhse AG setzte im dritten Quartal die konsequente Rückzahlung von Krediten mit Dritten fort. Der Cash Flow aus Finanzierung lag somit bei minus 7,1 Mio. Euro. Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit verminderte sich von minus 31,5 auf minus 12,0 Mio. Euro. Damit spiegelt der Cash Flow aus Investitionstätigkeit den vollzogenen Strategiewechsel vom stark durch Akquisitionen getriebenen Wachstum hin zu organischen Wachstum wieder. Der Finanzmittelfond am Ende des 3. Quartals betrug 12,6 Mio. Euro.

## Aktie

Auf Sicht von neun Monaten lag die Kursperformance bei minus 18 Prozent. Damit wurden die relevanten Indizes MDAX und CDAX Retail klar übertroffen. Beide Indizes mussten ein Minus von über 30 Prozent hinnehmen. Im dritten Quartal folgten bei Beate Uhse auf leichte Kursverluste deutliche Zugewinne, die im weiteren Verlauf des Quartals wieder etwas abgegeben wurden, so dass die Aktie auf dem Ausgangsniveau schloss. Auch innerhalb dieses Betrachtungszeitraums wurden MDAX und CDAX Retail deutlich übertroffen, die ein Minus zwischen 20 und fast 30 Prozent verkraften mussten.

Durch diese relativ zum Markt gesehen gute Entwicklung konnte Beate Uhse die eigene Position im MDAX weiter festigen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund der bevorstehenden Neugestaltung der Index-Welten von großer Bedeutung. Beate Uhse bewegt sich in den aktuellen Szenarien an der Grenze zwischen dem auf 50 Werte verkleinerten MDAX und dem SDAX und gilt unvermindert als Aspirant für den ab 2003 aufgewerteten MDAX. Der Beate Uhse Konzern wird deshalb in seinen Anstrengungen nicht nachlassen, durch gute operative Ergebnisse, verstärkte Investor Relations Maßnahmen und Erfüllung der Kriterien des Prime Standards alle Voraussetzungen für die Aufnahme in den neuen MDAX 50 zu erfüllen.



## Mitarbeiter

Durchschnittlich Beschäftigte	9 Monate 30. 09. 2002	9 Monate 30. 09. 2001
<b>Nach Regionen:</b>		
Deutschland	720	751
Holland	335	328
Belgien	33	31
Frankreich	37	20
England	10	9
Österreich	7	6
Sonstiges Europa	98	6
<b>Gesamt</b>	<b>1.240</b>	<b>1.151</b>
<b>Nach Segmenten:</b>		
Einzelhandel	617	596
Versandhandel	262	205
Großhandel	223	185
Entertainment	94	93
Holding-Services	44	72
<b>Gesamt</b>	<b>1.240</b>	<b>1.151</b>
<b>Personalaufwand (gesamt Mio. €)</b>	30,6	27,0
<b>Personalaufwand/ Mitarbeiter (T€)</b>	24,7	23,5

Die Zahl der Mitarbeiter im Beate Uhse Konzern ist im Jahresvergleich leicht gestiegen. Waren zum 30.9.2001 insgesamt 1.151 Mitarbeiter beschäftigt, so sind dies zum gleichen Stichtag des aktuellen Jahres 1.240. Vor 3 Monaten waren 1.177 Personen beschäftigt.

Entsprechend der aktuellen Expansionsprojekte stieg die Zahl der Mitarbeiter in Frankreich und Skandinavien deutlich an.

## Ausblick 2002

Beate Uhse hält nach den Ergebnissen der ersten neun Monate weitestgehend an den bereits 2001 kommunizierten Planungen für das Gesamtjahr 2002 fest. Die Ergebnisziele erscheinen trotz des weiter eingetrübten Konjunkturklimas realistisch. Der Beate Uhse Konzern rechnet aufgrund der allgemeinen Konsumzurückhaltung jedoch mit einem verhaltenen Weihnachtsgeschäft. Für das Gesamtjahr 2002 erwartet Beate Uhse einen Umsatz von 245 Mio. Euro (plus 10 Prozent zum Vorjahr) und ein Vorsteuerergebnis (EBT) von 17 Mio. Euro. Wichtigste Projekte im 4. Quartal sind die Vorstellung und Umsetzung des umfassenden Marken-Relaunches, der Markteintritt in den britischen Erotik-Einzelhandel mit der ersten Shop-Eröffnung in Sutton/London sowie die weiteren Vorbereitungen für das Logistik-Zentrum in Almere.

## Entwicklung der Profit Center

### Einzelhandel

Der Beate Uhse Einzelhandel hat den Markttest seines neuen Laden-Konzepts fortgesetzt. Seit April 2002 testet Beate Uhse ein Shop-Konzept, welches Frauen und Paare mit ausgewählten Produktgruppen wie Wäsche und Toys anspricht. Neben der Einführung der neuen Testshops beginnt der Beate Uhse Einzelhandel mit der Modernisierung der traditionellen Sex-Shops, um den neuen Markenauftritt des Beate Uhse Konzerns zu etablieren. Beide Shop-Konzepte werden sich durch die angebotenen Produktgruppen, Zielgruppen und das Ambiente klar von einander unterscheiden.

Aktuelle Testmärkte für das neue Laden-Konzept sind Norwegen und seit Oktober 2002 auch Großbritannien. Zu den bereits bestehenden drei Shops in Norwegen kam im 3. Quartal ein vierter Laden in Oslo hinzu. Damit ist in Norwegen die erste Expansionsphase durch die Erschließung der vier größten Städte des Landes abgeschlossen.

Beate Uhse Shops	9 Monate 30. 09. 2002		9 Monate 30. 09. 2001	
	absol.	in %	absol.	in %
<b>Eigene Shops</b>				
Deutschland	53	49,5	51	52,0
Holland	34	31,8	34	34,7
Belgien	9	8,4	9	9,2
Frankreich	7	6,5	4	4,1
Norwegen	4	3,7	0	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>107</b>	<b>100,0</b>	<b>98</b>	<b>100,0</b>
<b>Lizenz/Franchise Shops</b>				
Deutschland	50	45,5	63	57,3
Österreich	25	22,7	20	18,2
Schweiz	31	28,2	24	21,8
Italien	4	3,6	3	2,7
<b>Gesamt</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>

Mit einem 120 Quadratmeter großen Shop in Sutton, einem Vorort von London, wird der Test auf einen weiteren Ländermarkt ausgedehnt. Bislang war Beate Uhse in Großbritannien ausschließlich mit Versandaktivitäten unter der Marke Pabo vertreten. Untersuchungen haben ergeben, dass der englische Markt aufgrund diverser Besonderheiten sehr gut für einen Test des neuen Shop-Konzepts geeignet ist. Die Beate Uhse Planung sieht ausschließlich Shops in besten Einzelhandelslagen (High Street) für den weiteren Test vor. Es ist das Ziel, sich als überregionaler Player zu etablieren, da die bisherige Marktdurchdringung mit Erotik-Shops für Frauen und Paare in England unterdurchschnittlich ist.

In Deutschland bleibt Beate Uhse trotz der sehr starken Konsumzurückhaltung der Kunden auf moderatem Wachstumskurs, dies gelang nicht zuletzt durch die weitere Optimierung der Kostenstruk-

## Segmentbericht

Mio. €	Trading		Entertainment		Holding		Gesamt	
	30.09.02	30.09.01	30.09.02	30.09.01	30.09.02	30.09.01	30.09.02	30.09.01
Umsatzerlöse	164,1	145,4	18,1	14,2	0,0	0,4	182,2	160,0
Betriebsergebnis (EBIT)	20,1	16,0	1,1	-0,8	-6,7	-6,0	14,5	9,8
Abschreibungen	5,6	4,4	0,7	1,1	0,6	0,6	6,9	6,1
Vermögen	129,3	107,1	6,5	8,3	39,4	25,9	175,2	141,3
Verbindlichkeiten aus L+L	14,6	11,7	2,4	1,0	0,2	0,4	17,2	13,1
Rückstellungen	13,5	6,5	1,4	1,1	2,3	3,6	17,2	11,2
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	5,5	9,6	0,0	0,0	45,5	27,5	51,0	37,1
Andere Verbindlichkeiten	13,6	18,5	0,5	0,4	8,2	0,3	22,3	19,1



turen. Im 3. Quartal eröffnete der deutsche Beate Uhse Einzelhandel zwei traditionelle Shops in Frankfurt und Braunschweig. Die Beate Uhse Filiale im Frankfurter Flughafen wurde nach Umbauarbeiten im Terminal A des Frankfurter Flughafens im September wieder eröffnet. Beate Uhse hat die Umbauphase genutzt, um den Shop mit dem neuen Beate Uhse Branding auszustatten. Vom Neu-Start weg konnte dieser Shop an die sehr gute Kundenakzeptanz der Vergangenheit anknüpfen und erreichte bereits im Oktober den Break even. Ausgebaut wurde das Beate Uhse Filialnetz in Italien. Hier hält Beate Uhse eine 50-prozentige Beteiligung an der Beate Uhse Italia GmbH. Mit der Neueröffnung in Triest addiert sich die Zahl der Geschäfte in Italien auf vier.

## Versandhandel

Die bereits zum Halbjahr beschriebene differenzierte Entwicklung des Versandhandels setzt sich auch per September fort. Das Versandgeschäft lag in allen Ländern deutlich über den Vorjahresumsätzen. England entwickelte sich entsprechend der Planung. Frankreich konnte die für September angepeilte Marke sogar deutlich übertreffen. Die Verkäufe in Holland, Belgien und Österreich blieben leicht hinter der Planung zurück. Deutschland konnte im dritten Quartal die Planwerte nicht erreichen. Die allgemeine Konsumzurückhaltung der Verbraucher war deutlich spürbar.

Die Anzahl der Kontakte mit den Verbrauchern anhand von Katalogen und Mailings wurde im dritten Quartal 2002 europaweit auf insgesamt 21 Mio. erhöht. Deutschland und die Niederlande standen im Mittelpunkt der Werbeaktionen, um in schwachen Marktphasen Anteile am Gesamtmarkt zu gewinnen.

## Großhandel

Der Verlauf im internationalen Großhandel war zufriedenstellend. Die positiven Impulse bei Umsatz und Ertrag sind zu großen Teilen auf die durchgeführten Restrukturierungsmaßnahmen, insbesondere in Deutschland, zurückzuführen. Trotz der bislang guten Entwicklung rechnet der Großhandel in den kommenden Monaten mit einem verhaltenen Wachstum aufgrund einer konjunkturell bedingt geringeren Nachfrage der Endkonsumenten.

Gemessen an der Gesamtmarkt-Situation entwickelte sich die niederländische Großhandelstochter Scala per September 2002 zufriedenstellend. Als weltweit führender Großhandel für erotische Produkte betreut Scala zirka 2.600 Kunden in 60 Ländern. Dem Beate Uhse Großhandel ist die Kompensation des rückläufigen Video-Marktes durch gute Abverkäufe im Bereich DVDs gelungen. Gedämpft wird diese positive Entwicklung durch einen starken Preisdruck in der Warengruppe DVD.

Der Beate Uhse Großhandel in Deutschland konnte im Rahmen der einwöchigen Herbstmesse den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr steigern. Auch im laufenden Geschäft verbesserte der Deutsche Großhandel seine Umsatz- und Ergebnis-Situation und baute in einem schwierigen Markt seine führende Position im deutschen Erotik-Großhandel aus. Die gute Entwicklung ist eine direkte Folge der 2001 eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen und Kostenoptimierung. Das Produktangebot wurde insbesondere im Bereich Video, DVD und Wäsche stark ausgeweitet. Das Gesamtortiment umfasst mehr als 15.000 Artikel. Der deutsche Großhandel betreut europaweit mehrere tausend Shopper und Anbieter von Erotik-Produkten.

## Entertainment

Der Bereich Entertainment zeigte weiterhin eine gute Performance. Insbesondere Beate Uhse New Media und NetCom konnten im Internet die Umsatz- und Ergebnissituation weiter stark verbessern. Die Situation im gesamten Online-Markt verschlechterte sich dagegen aufgrund der Verunsicherung der Endkunden durch den zunehmenden Dialer-Missbrauch im World Wide Web. Die Beate Uhse New Media hat bereits im Juni 2002 erste wettbewerbsrechtliche Schritte gegen diverse Anbieter, Portal- und Netzbetreiber eingeleitet, die Dialer gesetzeswidrig einsetzen. Als weitere Gegenmaßnahmen zu dieser Entwicklung setzt die Beate Uhse New Media verstärkt auf alternative Inkassomethoden wie z.B. den Einsatz von Kreditkarten-Abrechnungsverfahren und garantiert die Kundensicherheit der Beate Uhse Dialer.

Die im zweiten Quartal online gegangene Breitband Internet-Videothek Beate Uhse Movie On zeigt eine konstante Entwicklung. Das Angebot an Filmen wurde von bisher 4.500 Minuten auf 10.000 Minuten ausgebaut und um neue Service-Specials, wie das Versenden von Videofilmen als Geschenk erweitert. Die Beate Uhse New Media wird die Internet-Videothek weiter ausbauen und setzt mit der stetig steigenden Verbreitung von Breitbandanschlüssen in Privathaushalten und einem wachsendem Bekanntheitsgrad von Beate Uhse Movie On auf eine gute Entwicklung.

Im klassischen Online-Geschäft hat die Beate Uhse New Media ihr E-Mail Marketing ausgebaut. So wurde der Kundendialog durch Newsletter-Angebote und Gratisfilme stark erhöht und das Cross-marketing zwischen Internet, Telefonie und TV verstärkt, um die Beate Uhse Kompetenz in Sachen Erotik auch in den neuen Medien noch klarer zu profilieren. Die Beate Uhse New Media wird zukünftig verstärkt auf den Ausbau von bestehenden und neuen Kooperationen setzen und technische Optimierungen wie Datenbank gesteuerte Seiten und auch Breitband Internet-Videotheken zum Einsatz bringen.

Im Bereich Telefonie konnte Beate Uhse New Media weitere Kooperationen erfolgreich starten. Die Umsatzrendite wurde durch sehr ausgewählt eingesetzte Werbemaßnahmen gesteigert. Die Sparte Telefonie arbeitet seit Jahresbeginn verstärkt ergebnisorientiert. Das Zusammenwachsen der beiden Geschäftsbereiche Online und Telefonie wird weiter forciert.

Der Erotik-Sender Beate Uhse TV hat auch im dritten Quartal 2002 die vereinbarten Zahlungen von Premiere planmäßig erhalten. Umsatz und Ertrag des einzigen deutschen Erotik-Kanals entsprechen der Planung. Seit August 2002 kann Beate Uhse TV auf der Premiere Plattform auch einzeln als Kanal für eine monatliche Gebühr von drei Euro gebucht werden.

Im Oktober 2002 startete der Berliner TV-Sender eine Kooperation mit der Neun Live GmbH & Co. KG, einem Anruf-Free-TV Sender unter der Leitung von Christiane zu Salm. Beate Uhse TV liefert täglich ein 30-minütiges Best of Beate Uhse TV und bewirbt unter anderem die aktuellen Telefonmehrwertdienste der Beate Uhse New Media.

Neben der erfolgreichen Zusammenarbeit der Sparte Entertainment betreiben auch Beate Uhse TV und der Einzelhandel gemeinsame Projekte. Im Rahmen eines Foto-Shootings präsentierten die bekannten Beate Uhse TV Moderatoren Carmen und Mona die aktuelle Wäschekollektion des Einzelhandels für den nächsten Ladenkatalog. Filmaufnahmen des Foto-Shootings werden als Sexy Strips und Spots auf Beate Uhse TV ausgestrahlt, um das Synergiepotential zwischen den Profit Centern voll auszunutzen.

## Finanzkalender 2002

26. 11. 2002	Veröffentlichung des Neun-Monatsberichts 2002
27.-28. 11. 2002	Roadshow: Groupmeetings Frankfurt/London
31. 12. 2002	Geschäftsjahresende

## Kontakt Investor Relations

Birte Hennig

Telefon +49 (0) 461 -99 66 -307  
Fax +49 (0) 461 -99 66 -440  
E-Mail bhennig@beate-uhse.de  
Internet www.beate-uhse.ag

## Herausgeber

Beate Uhse AG, Gutenbergstraße 12, 24941 Flensburg, Deutschland



## Gewinn- und Verlustrechnung (HGB)

	9 Monate 30.09.2002	9 Monate 30.09.2001	Abw. in T€	Abw. in %
	T€	T€		
Umsatzerlöse	182.197	160.011	22.186	13,87
sonstige Erlöse	6.529	5.444	1.085	19,93
Gesamtleistung	188.726	165.456	23.270	14,06
Materialaufwand	70.945	65.971	44.974	7,54
Personalaufwand	30.608	26.997	3.611	13,38
Abschreibungen	6.855	6.111	744	12,18
sonstiger Aufwand	64.242	56.202	8.040	14,31
Erträge aus Beteiligung	0	375	-375	-100,00
Aufw. aus Verlustübern. von assoziierten Unternehmen	1.588	772	816	0,00
Zinsergebnis	-2.033	-1.428	-605	42,41
Ergebnis vor Steuern	12.455	8.351	4.104	49,51
Steuern vom Einkommen und Ertrag	4.890	4.495	-395	-8,79
sonstige Steuern	788	772	-16	-2,13
Ergebnis nach Steuern	6.777	3.085	3.692	119,70

## Bilanz (HGB)

	9 Monate 30.09.2002	Ganzjährig 31.12.2001		9 Monate 30.09.2002	Ganzjährig 31.12.2001
Aktiva	T€	T€	Passiva	T€	T€
Immaterielles AV	18.525	14.682	Grundkapital	47.325	46.971
Sachanlagen	24.945	23.536	Einl. beschlossener Kapitalerhöhung	0	353
Finanzanlagen	32.582	35.692	Rücklage für eigene Anteile	3.427	2.663
			Ausgleichsposten Währungsumrechnung	196	-48
			Ausgleichsposten Minderheiten	269	269
			Bilanzgewinn	15.852	10.076
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>76.052</b>	<b>73.910</b>	<b>Eigenkapital</b>	<b>67.069</b>	<b>60.284</b>
Vorräte	33.438	35.505	Sonderposten	250	16
Forderungen	40.855	33.509	Rückstellungen	17.145	13.412
liquide Mittel	16.582	17.889	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	50.925	46.952
RAP	8.315	8.616	Lieferantenverbindlichkeiten	17.222	18.460
			sonst. Verbindlichkeiten	22.331	30.305
			RAP	300	0
<b>Summe Aktiva</b>	<b>175.242</b>	<b>169.429</b>	<b>Summe Passiva</b>	<b>175.242</b>	<b>169.429</b>

## Cash Flow (HGB)

	9 Monate 30.09.2002	Ganzjährig 31.12.2001
	T€	T€
Jahresüberschuß	6.777	2.231
Abschreibung	6.829	10.112
Abnahme/Zunahme Aktiva	-5.130	-3.875
Abnahme/Zunahme Passiva	1.947	4.865
sonstige Berichtigungen	3.838	-517
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	14.261	12.816
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-12.025	-31.466
Cash Flow aus Finanzierung	-7.144	26.038
Veränderung Finanzmittelfond	-4.908	7.388
+/- Änderung Finanzmittelfond	2.737	-806
Finanzmittelfond Anfang der Periode	14.770	8.188
Finanzmittelfond Ende der Periode	12.599	14.770