



## Kurzübersicht

- Umsatzsteigerung um 13,6 Prozent auf 119,3 Mio. Euro
- Erfolgreicher Markteintritt in Norwegen
- Beate Uhse new medi@ entwickelt sich über Plan

## Unternehmenskennzahlen

Mio. €	6 Monate 30.06. 2002	6 Monate 30.06. 2001
<b>Umsatzentwicklung</b>		
Umsatzerlöse total	119,3	105,0
Auslandsanteil des Umsatzes in %	49,1%	45,3%
<b>Ertragslage</b>		
EBITDA	13,3	11,3
EBIT	8,8	7,3
EBT	7,6	6,4
Periodenüberschuss	4,2	2,9
<b>Weitere Ertragskennziffern</b>		
Umsatzrendite nach Steuern	3,5%	2,7%
Eigenkapitalrentabilität	6,5%	4,8%
<b>Finanzlage</b>		
Cash Flow aus betriebl. Tätigkeit	7,0	8,8
Flüssige Mittel	9,2	8,7
Investitionen ohne Finanzanlagen	4,2	4,3
Abschreibungen	4,5	4,0
<b>Vermögens- u. Kapitalstruktur</b>		
		<b>31.12.</b>
Bilanzsumme	165,6	169,4
Eigenkapital	64,3	60,3
Eigenkapitalquote	38,8%	35,6%
Anlagevermögen	76,0	73,9
Umlaufvermögen	84,2	86,9
<b>Sonstige Angaben</b>		
		<b>30.06.</b>
Mitarbeiter	1.177	1.136
Personalaufwand	20,4	18,3
<b>Aktien (€)</b>		
Anzahl der Aktien	47.323.696	46.970.570
Kurs (Stand zum 31.06.)	9,55	13,10
Höchstkurs in 2002	11,95	14,34
Tiefstkurs in 2002	8,65	10,98

## Der Beate Uhse Konzern im ersten Halbjahr 2002

Alle Profit Center des Beate Uhse Konzerns konnten die bereits im ersten Quartal eingeschlagene positive Entwicklung fortsetzen. Gleichwohl hat sich in den vergangenen sechs Monaten gezeigt, dass die konservativ angesetzte Planung für das Gesamtjahr 2002 aufgrund der sehr schwierigen Konjunktur- und Marktlage ihre volle Berechtigung hatte. Alle Vertriebsformen, insbesondere der Einzelhandel, spürten die Verunsicherung und Kaufzurückhaltung der Verbraucher, besonders in Deutschland. Dank der sehr guten Positionierung von Beate Uhse und der herausragenden Marktstellung in allen Bereichen des Erotik-Marktes konnte Beate Uhse sich dieser negativen Rahmenbedingungen weitgehend entziehen.

Alle Profit Center mit Ausnahme des Einzelhandels konnten sowohl im zweiten Quartal als auch im gesamten ersten Halbjahr 2002 weiter wachsen und deutlich positive Ergebnisse erwirtschaften. Die Entwicklung im Einzelhandel konnte durch die anderen Bereiche aufgefangen werden. Beate Uhse hält daher unvermindert an den für das Gesamtjahr getroffenen Prognosen fest.

Die zu Beginn des Jahres 2002 gestartete Offensive im Beate Uhse Konzern, alle Profit Center der neuen klaren strategischen Gesamtausrichtung unterzuordnen, hat ihre Richtigkeit erneut unter Beweis gestellt:

### Kernkompetenz

Die Konzentration auf den Handel und Vertrieb von erotischen Produkten und Inhalten bewährt sich gerade bei schwierigen Marktbedingungen. Durch die Bündelung der Kräfte erreicht Beate Uhse in allen Vertriebsformen und Märkten eine herausragende Stellung, die sowohl auf der Beschaffungs- wie Absatzseite zusätzliche Spielräume für gezielte Maßnahmen eröffnet, um auf veränderte Rahmenbedingungen zu reagieren.

### Internationalisierung

Im zweiten Quartal erfolgte der Markteintritt in Norwegen. Die Vorbereitungen für die Integration des Versandhandels in den USA werden weiter voran getrieben. Der breite internationale Marktauftritt mit einem Auslandsumsatzanteil von rund 50 Prozent macht Beate Uhse weitgehend unabhängig von Schwankungen in einzelnen nationalen Märkten.

### Effizienz

Die Expansionsstrategie des Beate Uhse Konzerns zeichnet sich durch einen möglichst kurzfristigen positiven Mittelrückfluss aus den Neu-Engagements aus. Gezielt wird die Vertriebsform für den Markteintritt gewählt, die größtmögliche Aufmerksamkeit mit schnellem Return on Investment verbindet. Beispiele sind der Einzelhandel in Norwegen und der Versandhandel in den USA.

### Profit

Im ersten Halbjahr konnten alle Profit Center deutlich positive Ergebnisse erwirtschaften. Insbesondere im Internet zeigt sich, dass Beate Uhse aufgrund der durchgeführten Restrukturierungsmaßnahmen und trotz schwieriger Marktlage wieder sehr gute Renditen erzielen kann.

### Marke

Der internationale Relaunch der Marke Beate Uhse wird weiter voran getrieben. Aktuell fließen die ersten Ergebnisse des Markteintritts in Norwegen und das dort modifizierte Auftreten der Marke Beate Uhse in die Konzeption mit ein. Das neue Markenkonzept wird Beate Uhse im Herbst präsentieren.

## Umsatzentwicklung

Umsatz nach Profit Centern Mio. €	6 Monate 30.06. 2002	6 Monate 30.06. 2001
<b>Trading</b>	<b>106,9</b>	<b>94,4</b>
Einzelhandel	32,4	33,3
Versandhandel	44,2	34,2
Großhandel	30,3	26,9
<b>Entertainment</b>	<b>12,4</b>	<b>10,4</b>
<b>Holding Services</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
<b>Gesamt</b>	<b>119,3</b>	<b>105,0</b>
<b>Umsatz nach Regionen</b>		
Mio. €	6 Monate 30.06. 2002	6 Monate 30.06. 2001
Deutschland	60,8	57,5
Holland	22,2	19,3
Belgien	8,1	8,2
Frankreich	6,8	4,6
England	4,3	3,0
Österreich	3,6	3,4
Schweiz	2,9	1,3
Sonstiges Europa	10,3	7,3
Übrige Regionen	0,3	0,4
<b>Gesamt</b>	<b>119,3</b>	<b>105,0</b>
<b>Ausland</b>	<b>58,6</b>	<b>47,6</b>

Beate Uhse steigerte im ersten Halbjahr 2002 den Umsatz um 13,6 Prozent auf 119,3 Mio. Euro. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren es 105,0 Mio. Euro. Der Umsatz des zweiten Quartals belief sich auf 53,3 Mio. Euro. Im gleichen Quartal des Vorjahres waren es 47,7 Mio. Euro und im ersten Quartal 2002 65,9 Mio. Euro.

Das zweite Quartal schneidet damit traditionell und saisonbedingt etwas verhaltener ab als das jeweils erste Quartal eines Jahres. Beate Uhse liegt mit einem Umsatzwachstum von 13,6 Prozent über sechs Monate leicht über den Prognosen für das Gesamtjahr, die ein Umsatzwachstum von 12 Prozent auf 250 Mio. Euro vorsehen.

Das Segment Trading, in Einzel-, Versand- und Großhandel zusammengefasst, wuchs in den ersten sechs Monaten um 13 Prozent auf 106,9 Mio. Euro. Der Entwicklung im Einzelhandel (32,4 Mio. Euro) stand ein Wachstum im Versandhandel (44,2 Mio. Euro) und im Großhandel (30,3 Mio. Euro) gegenüber. Während sich das Trading aufgrund der Zurückhaltung der Verbraucher nicht ganz so gut entwickelte wie erhofft, schnitt das Entertainment-Geschäft deutlich positiver ab.

Der Inlandsanteil am Umsatz stieg im zweiten Quartal und damit für das gesamte erste Halbjahr wieder leicht über die 50-Prozent-Marke. Obwohl sich die meisten ausländischen Aktivitäten besser entwickelten als der deutsche Markt im Einzelhandel, zeigt sich darin die gestiegene Bedeutung des Großhandels Deutschland sowie der Umsatzzuwächse im Internet. Für das Gesamtjahr rechnet Beate Uhse mit einer ausgeglichenen Umsatzverteilung zwischen In- und Ausland.

<b>EBT nach Profit Centern</b> Mio. €	<b>6 Monate</b> 30.06. 2002	<b>6 Monate</b> 30.06. 2001
<b>Trading</b>	<b>10,2</b>	<b>9,9</b>
Einzelhandel	1,8	3,5
Versandhandel	4,4	4,0
Großhandel	3,9	2,4
<b>Entertainment</b>	<b>0,6</b>	<b>-1,6</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-3,1</b>	<b>-1,9</b>
<b>Gesamt</b>	<b>7,6</b>	<b>6,4</b>

<b>EBIT nach Profit Centern</b> Mio. €	<b>6 Monate</b> 30.06. 2002	<b>6 Monate</b> 30.06. 2001
<b>Trading</b>	<b>11,1</b>	<b>11,1</b>
Einzelhandel	2,3	4,1
Versandhandel	4,6	3,9
Großhandel	4,2	3,1
<b>Entertainment</b>	<b>0,6</b>	<b>-1,3</b>
<b>Holding Services</b>	<b>-2,9</b>	<b>-2,5</b>
<b>Gesamt</b>	<b>8,8</b>	<b>7,3</b>

## Ertragsentwicklung

Die Ertragsentwicklung im Beate Uhse Konzern war im zweiten Quartal sowie im gesamten ersten Halbjahr gut. Vor dem Hintergrund der schwierigen Marktentwicklung haben sich einzelne Bereiche sogar ausgesprochen gut behauptet. Alle vier Profit Center trugen zum positiven Ergebnis bei.

Das Betriebsergebnis (EBIT) betrug in den ersten sechs Monaten des Jahres 8,8 Mio. Euro. Das sind 21 Prozent mehr als in der gleichen Periode des Jahres 2001. Bei losgelöster Betrachtung des zweiten Quartals errechnet sich ein Ergebnis von 3,2 Mio. Euro. Dieser Wert liegt bedingt durch die saisonal geringeren Umsätze unter dem Vergleichswert des ersten Quartals von 5,6 Mio. Euro. Im Vergleich zum 2. Quartal des Vorjahres konnte Beate Uhse das EBIT im 2. Quartal 2002 um 1,2 Mio. Euro steigern (3,2 Mio. Euro gegenüber 2,1 Mio. Euro in 2001).

Bereinigt um Abschreibungen steigerte Beate Uhse das Ergebnis (EBITDA) von 11,3 Mio. Euro im Vorjahr auf 13,3 Mio. Euro in den ersten sechs Monaten 2002. Das Ergebnis vor Steuern betrug 7,6 Mio. Euro (1. Hj. 2001: 6,4 Mio. Euro). Der Periodenüberschuss erreichte 4,2 Mio. Euro. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren es noch 2,9 Mio. Euro.

Bei einer Betrachtung der Profit Center sind insbesondere der Großhandel und das Entertainment hervorzuheben. Der Turnaround des ersten Quartals wird eindeutig bestätigt, denn die positive Entwicklung setzt sich in beiden Bereichen fort.

Während der Einzelhandel mit einem Vorsteuerergebnis (EBT) von 1,8 Mio. Euro die Konsumverweigerung der Kunden widerspiegelt, konnten Großhandel und Entertainment sowohl im Vergleich zum Vorquartal als auch zum ersten Halbjahr 2001 zulegen. Der Großhandel steigerte im Halbjahresvergleich das EBT von 2,4 Mio. Euro auf 3,9 Mio. Euro. Der Versandhandel verdiente im ersten Halbjahr 2002 gut 0,4 Mio. Euro mehr als im gleichen Zeitraum 2001 (4,0 Mio. Euro gegenüber 4,4 Mio. Euro). Im Bereich Entertainment und insbesondere dank des deutlich verbesserten Internet-Geschäftes wurde ein EBT von 0,6 Mio. Euro ausgewiesen. Das ist eine Verbesserung von gut 2,0 Mio. Euro gegenüber der Vorjahresperiode, als ein EBT von minus 1,6 Mio. erzielt wurde.

## Entwicklung der Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme des Beate Uhse Konzerns reduzierte sich zum Stichtag 30.6.2002 gegenüber dem 31.12.2001 von 169,4 Mio. Euro auf 165,6 Mio. Euro. Auf der Passiv-Seite stieg das Eigenkapital aufgrund der befriedigenden Ertragsentwicklung von 60,3 Mio. Euro auf 64,3 Mio. Euro. Damit stieg die Eigenkapitalquote signifikant um 3 Punkte von 35,6 Prozent auf 38,8 Prozent. Demgegenüber konnte Beate Uhse die Verbindlichkeiten zurückführen. Einem leichten Anstieg der Bank- und Lieferantenverbindlichkeiten stand ein deutlicher Abbau der sonstigen Verbindlichkeiten gegenüber.

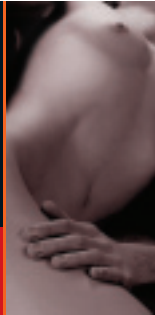
Entsprechend der Rückführung der Verbindlichkeiten gingen die liquiden Mittel auf der Aktiv-Seite zurück. Sie betragen zum Stichtag 30.6.2002 13,0 Mio. Euro (31.12.2001: 17,9 Mio. Euro). Die Forderungen (inkl. Wertpapiere) stiegen um 0,3 Mio. Euro leicht an, ohne dass Beate Uhse trotz der konjunkturellen Lage weitere Risiken eingehen musste.

Der operative Cash Flow liegt zum Halbjahr bei 6,9 Mio. Euro und zeigt damit eine positive Entwicklung zum Vorjahr, als in 12 Monaten 12,8 Mio. Euro erzielt wurden. Der Cash Flow aus Finanzierung zeigt, dass die Verschuldung des Konzerns in den letzten sechs Monaten deutlich zurückgeführt wurde (1. HJ. 2002: -5,2 Mio. Euro; VJ 2001: 26,0 Mio. Euro). Diese Tendenz belegt auch die verbesserte Relation zwischen geringerem Fremdkapital und höherem Eigenkapital. Die Beate Uhse AG hat ihre Investitionstätigkeit in den ersten sechs Monaten restriktiver gehandhabt und damit an die allgemeine Marktlage angepasst.

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeiten ist entsprechend deutlich zurückgeführt worden und betrug im ersten Halbjahr -5,1 Mio. Euro, während es im Gesamtjahr 2001 noch -31,5 Mio. Euro waren.

## Aktie

Die Aktie der Beate Uhse AG verlor im zweiten Quartal 9 Prozent ihres Wertes. Sie konnte sich damit der schwierigen Verfassung der Kapitalmärkte nicht entziehen. Allerdings zeigte sie eine recht gute relative Stärke. Die relevanten Indizes MDAX und DAX wurden klar übertroffen. Der Branchen-Index C-DAX Retail performte leicht besser. Auf Sicht von sechs Monaten schloss Beate Uhse zum 30.6.2002 leicht schlechter ab als die relevanten Indizes. Das Handelsvolu-



men der Beate Uhse Aktie war marktkonform etwas rückläufig in den letzten Monaten. Durchschnittlich wurden pro Tag im ersten Halbjahr rund 11.000 Aktien gehandelt.

Beate Uhse ist seit Dezember 1999 Mitglied im zweitwichtigsten deutschen Börsenindex MDAX und gehört damit zu den 100 bedeutendsten Aktiengesellschaften. Mit Spannung erwartet wurde die von der Börse angekündigte Umstellung der Indizes auf den Free Float als maßgebliche Größe für die Marktkapitalisierung und damit die Zugehörigkeit bzw. Gewichtung in den Indizes. Bislang wurden hierfür alle Aktien, auch die im Festbesitz, herangezogen. Für Beate Uhse erfreulich: Trotz des relativ geringen Free Floats von rund 33 Prozent konnte Beate Uhse die eigene Position im MDAX fast unverändert behaupten. Nach Platz 48 (alte Zusammensetzung) rangiert Beate Uhse zum Stichtag 30.6.2002 nach neuer Rechnung auf Platz 55.

## Mitarbeiter

Durchschnittlich Beschäftigte	6 Monate 30. 06. 2002	6 Monate 30. 06. 2001
<b>Nach Regionen:</b>		
Deutschland	721	767
Holland	336	300
Belgien	33	29
Frankreich	31	14
England	9	9
Österreich	7	6
Sonstiges Europa	89	11
<b>Gesamt</b>	<b>1.177</b>	<b>1.136</b>
<b>Nach Segmenten:</b>		
Einzelhandel	607	565
Versandhandel	267	202
Großhandel	225	193
Entertainment	79	103
Holding-Services	48	73
<b>Gesamt</b>	<b>1.177</b>	<b>1.136</b>
<b>Personalaufwand (gesamt Mio. €)</b>	20,43	18,30
<b>Personalaufwand/ Mitarbeiter (T€)</b>	17,36	16,11

Die Zahl der Mitarbeiter im Konzern ist zum Stichtag 30.6.2002 leicht gestiegen. Waren zum gleichen Stichtag des Vorjahres noch 1.136 Personen bei Beate Uhse beschäftigt, sind es aktuell 1.177. Rund 60 Prozent davon sind in Deutschland angestellt. Zweitwichtigstes Land gemessen an der Beschäftigtenzahl ist Holland mit 336 Mitarbeitern.

Im Juli 2002 vereinbarten Vorstand und Betriebsrat der Beate Uhse AG einen Interessenausgleich und Sozialplan zu der Verlagerung der Logistik in das Zentrallager Almere, Holland. Von der Zentralisierung sind insgesamt 35 Mitarbeiter betroffen.

## Entwicklung der Profit Center

### Einzelhandel

Beate Uhse Shops	6 Monate 30. 06. 2002		6 Monate 30. 06. 2001	
	absol.	in %	absol.	in %
<b>Eigene Shops</b>				
Deutschland	51	49,0	51	52,6
Holland	34	32,7	34	35,1
Belgien	9	8,7	9	9,3
Frankreich	7	6,7	3	3,1
Norwegen	3	2,9	0	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>	<b>97</b>	<b>100,0</b>
<b>Lizenz/Franchise Shops</b>				
Deutschland	49	52,1	60	57,1
Österreich	18	19,1	18	17,1
Schweiz	24	25,5	24	22,9
Italien	3	3,2	3	2,9
<b>Gesamt</b>	<b>94</b>	<b>100,0</b>	<b>105</b>	<b>100,0</b>

Highlight des zweiten Quartals im Einzelhandel war der erfolgreiche Markteintritt in Norwegen. Mit der Eröffnung von zwei Shops im April in Stavanger und Bergen sowie eines weiteren im Juni in Trondheim konnte Beate Uhse vom Start weg eine sehr gute Präsenz in den wichtigsten Städten Norwegens erzielen. Eine Neueröffnung in der Hauptstadt Oslo soll noch dieses Jahr folgen. Alle Geschäfte entwickelten sich überaus positiv. Neben den Shop-Aktivitäten veranstaltet Beate Uhse Skandinavien aktuell auch Home-Parties für den Verkauf von Dessous und erotischen Toys in privater Atmosphäre.

Während der Markteintritt in Norwegen sehr vielversprechend verlief, bekam Beate Uhse in dem wichtigen Ländermarkt Deutschland die Verunsicherung und Kaufzurückhaltung der Kunden zu spüren. Die Geschäfte entwickelten sich unter Plan. Verstärkt wurde diese Tendenz durch die vorübergehende Schließung des Beate Uhse Shops am Frankfurter Flughafen. Dieser umsatzstarke Shop wird wegen der anhaltenden Umbauarbeiten der gesamten Flughalle A durch die Fraport AG sechs Monate länger als erwartet geschlossen bleiben.

Beate Uhse reagiert auf die schwierige Situation im stationären Einzelhandel mit einem noch konsequenteren Kostenmanagement. Bewusst wird auch in Kauf genommen, die Expansion und damit die avisierten 10 Neueröffnungen pro Jahr in Deutschland bzw. weiteren 10 Eröffnungen in Europa zu reduzieren. Beate Uhse beobachtet die Entwicklung des Umfelds in den einzelnen Ländern sehr auf-

### Segmentbericht

Mio. €	Trading		Entertainment		Holding		Gesamt	
	30.06.02	30.06.01	30.06.02	30.06.01	30.06.02	30.06.01	30.06.02	30.06.01
Umsatzerlöse	106,9	94,4	12,4	10,5	0,0	0,2	119,3	105,1
Betriebsergebnis (EBIT)	11,1	11,1	0,6	-1,3	-2,9	-2,6	8,8	7,2
Abschreibungen	3,6	2,9	0,5	0,7	0,4	0,4	4,5	4,0
Vermögen	120,3	102,4	6,2	8,9	39,1	26,8	165,6	138,1
Verbindlichkeiten aus L+L	14,7	11,8	2,4	0,9	0,4	0,2	17,5	12,9
Rückstellungen	9,1	4,5	1,1	1,9	2,1	3,9	12,3	10,3
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	10,1	10,0	0,0	0,0	41,0	22,6	51,1	32,6
Andere Verbindlichkeiten	12,5	15,7	0,3	0,3	7,2	5,7	20,0	21,7



merksam und hat die Wachstumsstrategie bereits entsprechend angepasst. So wurden im zweiten Quartal – neben den Neueröffnungen in Norwegen – nur drei weitere Shops in Frankreich gestartet.

Eine neue Partnerschaft im Einzelhandel hat die Beate Uhse AG in Polen aufgenommen. Sie ist mit 50 Prozent an den Warschauer Firmen International Fun Center und Intersex beteiligt. Unter dem Label Beate Uhse sind seither zwei Shops im Zentrum von Warschau eröffnet worden. Die Erotik-Geschäfte bieten den Kunden das gesamte Beate Uhse Sortiment auf über 100 Quadratmetern.

## Versandhandel

Im Versandhandel des Beate Uhse Konzerns zeigte sich im ersten Halbjahr eine differenzierte Entwicklung. Während sich die Geschäfte in England, Österreich und Frankreich wie geplant entwickelten, blieben insbesondere die Kernländer Deutschland, Belgien und Niederlande etwas hinter den Erwartungen zurück. Die besonders in Deutschland vorhandene Kaufzurückhaltung der Kunden führte dazu, dass hier zwar der Vorjahresumsatz deutlich übertroffen wurde, jedoch die Planvorgaben nicht realisiert werden konnten. Die Niederlande, Frankreich, England und Österreich übertrafen die Zahlen der gleichen Vorjahresperiode deutlich. Besonders erfreulich entwickelte sich der französische Markt. Hier konnte Beate Uhse die Umsätze annähernd verdoppeln.

Der Versandhandel liegt im Ergebnis nach wie vor im Plan. Dazu hat auch ein konsequentes Kostenmanagement beigetragen. So hat Beate Uhse den Test mit der Europost als Alternative zur Deutschen Bundespost weiter geführt und wird hier von Fall zu Fall den optimalen Versandweg einschlagen. Insgesamt wurden im ersten Halbjahr 11,4 Mio. Kataloge verschickt. 4,8 Mio. entfielen auf Deutschland, 2,6 Mio. auf die Niederlande. Drittwichtigster Markt war Belgien mit 1,6 Mio. verschickten Katalogen.

Trotz der schwierigen Marktlage hat es sich als richtig erwiesen, dass Beate Uhse in der Sortimentspolitik verstärkt auf Wäsche gesetzt hat. Aktuell sind rund 40 Prozent der Seiten mit Angeboten aus dem Bereich Bekleidung und Wäsche belegt. Wichtigster Bestellweg bleiben die traditionellen Formen wie Fax und Brief. Rund 72 Prozent aller Bestellungen gehen auf diesem Wege ein. Telefonische Order folgen mit 18 Prozent, Internet und e-mail folgen bei im Zeitablauf gleichbleibender Bedeutung mit 10 Prozent.

## Großhandel

Der Großhandel des Beate Uhse Konzerns konnte sich im zweiten Quartal wie auch im gesamten ersten Halbjahr sehr erfreulich entwickeln. Die Restrukturierungen und Maßnahmen beim deutschen Großhandel ZBF haben voll gegriffen und auch die niederländische Tochter Scala entwickelt sich gemäß den Planungen auf einem sehr hohen Niveau. Diese Entwicklung ist umso erfreulicher, als der gesamte Einzelhandel in Zentral-Europa mit der schwierigen konjunkturellen Lage zu kämpfen hat. Bei Beate Uhse zahlt sich aus, dass der Großhandel weltweit nahezu konkurrenzlos ist und Kunden in rund 50 Ländern beliefert.

Der Aufbau der eigenen Produktion in Ungarn verläuft plangemäß. In Ungarn erstellt der Beate Uhse Konzern für seine eigenen Vertriebskanäle hochwertige Gummi- und Latexprodukte. Strategisches Ziel ist es, für Beate Uhse Eigenprodukte in begrenztem Maße eine Alternative in einem sehr konzentrierten Anbieter-Markt zu schaffen. Das Produkt- und Leistungsportfolio, das aktuell rund 40 Produkte umfasst, wird weiter ausgebaut. Für das zweite Halbjahr sind zudem verstärkte Vertriebs- und Marketinganstrengungen geplant.

## Entertainment

Der Geschäftsverlauf im Entertainment war im ersten Halbjahr sehr erfolgreich. Insbesondere die Entwicklung bei Beate Uhse new medi@, dem Bereich Internet des Konzerns, zeigt, dass die getroffenen Maßnahmen voll greifen und der Bereich wieder sehr erfreuliche Umsatz- und Gewinnzahlen vorweisen kann. Nach einer Phase der Rückbesinnung auf alte Stärken und die besondere Kompetenz von Beate Uhse ist hier eine deutliche und nachhaltige Besserung eingetreten.

Highlight des zweiten Quartals war der Start der Beate Uhse Internet-Videothek Movie On. Unter <http://movieon.beate-uhse.com> können Internet-Nutzer mit DSL und LAN-Breitband-Anschlüssen erstmals Filme und Clips bildschirmfüllend und in echter Video-Qualität ansehen.

Gestartet wurde im zweiten Quartal auch ein neuartiges Content-Konzept in Kooperation mit der größten Schweizer Tageszeitung Blick. Unter dem Label „Girl of the Day“ wird in der Print-Ausgabe der Zeitung sowie im Internet ein täglich wechselndes Modell abgebildet. Im Internet gibt es dann weiterführende kostenpflichtige Angebote wie Videos und Foto-Galerien zu diesen Modellen.

Im Bereich der Telefonmehrwertdienste setzte sich im zweiten Quartal die bekannt schwierige Situation fort. Der Markt ist gekennzeichnet von einer gewissen Stagnation und einem starken Verdrängungswettbewerb. Beate Uhse gelingt es aber nach wie vor, in diesem Bereich überdurchschnittliche Renditen zu erwirtschaften. Basis des Geschäftserfolges ist die starke Marktstellung sowie eine klar differenzierte Angebotspalette, die für jeden Geschmack und jeden Geldbeutel das richtige bietet.

Das TV-Geschäft von Beate Uhse verläuft nach wie vor plangemäß. Die Situation bei Premiere hat sich trotz der Insolvenz der Muttergesellschaft Kirch Media wieder etwas entspannt. Beate Uhse TV hat zu jeder Zeit die vereinbarten Fees von Premiere ausbezahlt bekommen und verzeichnete trotz der Turbulenzen um das Pay-TV in Deutschland keine Umsatzausfälle.

Die Kooperationen zwischen Beate Uhse TV und dem Beate Uhse Einzelhandel werden weiter intensiviert. Geplant sind hier insbesondere Events mit den TV-Moderatorinnen in Beate Uhse Shops sowie eine stärkere Verzahnung mit der Beate Uhse new medi@.

## Finanzkalender 2002

28. 08. 2002	Veröffentlichung des Sechs-Monatsberichts 2002 (HGB)
29. 08. 2002	Financial Forum Analysten-Meeting, Frankfurt
Okt. 2002	Roadshow Europa
28. 11. 2002	Veröffentlichung des Neun-Monatsberichts 2002
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](mailto:bhennig@beate-uhse.de)  
Internet [www.use-shares.de](http://www.use-shares.de)  
[www.beate-uhse.ag](http://www.beate-uhse.ag)

## Herausgeber

Beate Uhse AG, Gutenbergstraße 12, 24941 Flensburg, Deutschland



### Gewinn- und Verlustrechnung (HGB)

	6 Monate 30.06.2002	6 Monate 30.06.2001	Abw. in T€	Abw. in %
	T€	T€		
Umsatzerlöse	119.258	105.031	14.227	13,55
sonstige Erlöse	4.481	3.450	1.031	29,88
Gesamtleistung	123.739	108.481	15.258	14,07
Materialaufwand	46.251	41.700	4.551	10,91
Personalaufwand	20.434	18.299	2.135	11,67
Abschreibungen	4.522	4.002	520	13,00
sonstiger Aufwand	43.286	37.030	6.256	16,89
Erträge aus Beteiligung	50	330	-280	-84,84
Aufw. aus Verlustübern. von assoziierten Unternehmen	474	516	-42	0,00
Zinsergebnis	-1.173	-866	-307	35,43
Ergebnis vor Steuern	7.649	6.397	1.252	19,58
Steuern vom Einkommen und Ertrag	2.941	2.985	44	1,47
sonstige Steuern	537	528	-9	-1,67
Ergebnis nach Steuern	4.171	2.884	1.287	44,64

### Bilanz (HGB)

	6 Monate 30.06.2002	Ganzjährig 31.12.2001		6 Monate 30.06.2002	Ganzjährig 31.12.2001
Aktiva	T€	T€	Passiva	T€	T€
Immaterielles AV	17.343	14.682	Grundkapital	47.324	46.971
Sachanlagen	25.091	23.536	Einl. beschlossener Kapitalerhöhung	0	353
Finanzanlagen	33.553	35.692	Rücklage für eigene Anteile	3.427	2.663
			Ausgleichsposten Währungsumrechnung	13	-48
			Ausgleichsposten Minderheiten	269	269
			Bilanzgewinn	13.301	10.076
Summe Anlagevermögen	75.987	73.910	Eigenkapital	64.334	60.284
Vorräte	37.350	35.505	Sonderposten	250	16
Forderungen	33.849	33.509	Rückstellungen	12.303	13.412
liquide Mittel	12.968	17.889	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	51.089	46.952
RAP	5.408	8.616	Lieferantenverbindlichkeiten	17.476	18.460
			sonst. Verbindlichkeiten	20.014	30.305
			RAP	96	0
<b>Summe Aktiva</b>	<b>165.562</b>	<b>169.429</b>	<b>Summe Passiva</b>	<b>165.562</b>	<b>169.429</b>

### Cash Flow (HGB)

	6 Monate 30.06.2002	Ganzjährig 31.12.2001
	T€	T€
Periodenüberschuß	4.171	2.231
Abschreibung	4.522	10.112
Abnahme/Zunahme Aktiva	872	-3.875
Abnahme/Zunahme Passiva	-2.227	4.865
sonstige Berichtigungen	-384	-517
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	6.954	12.816
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-5.059	-31.466
Cash Flow aus Finanzierung	-5.249	26.038
Veränderung Finanzmittelfond	-3.354	7.388
+/- Änderung Finanzmittelfond	-2.232	-806
Finanzmittelfond Anfang der Periode	14.770	8.188
Finanzmittelfond Ende der Periode (ohne Wertpapiere)	9.184	14.770





**SEX UP YOUR LIFE**

**Beate Uhse Sechs-Monatsbericht 2002**