

Beate Uhse  
SECHS-MONATSBERICHT 2001



## Vorwort

Das Unternehmen und seine Mitarbeiter nehmen Abschied von der Firmengründerin, Aufsichtsratsvorsitzenden und großen Unternehmerpersönlichkeit Beate Rotermund-Uhse, die am 16. Juli 2001 im Alter von 81 Jahren an den Folgen einer Lungenentzündung in einem Schweizer Krankenhaus gestorben ist. Sie hat aus eigener Kraft und in den Anfangsjahren gegen große gesellschaftliche Widerstände die Firma Beate Uhse aufgebaut und über viele Jahre geleitet. Sie hat dafür gesorgt, dass heute nicht nur 98 Prozent der Deutschen Beate Uhse kennen, sondern das der Name Synonym für Seriosität in der Erotik ist. Sie bleibt in der Tat die „Grand Dame“ der Erotik, die in der ganzen Welt große Achtung genießt. Über 1.000 Gäste aus Politik und Wirtschaft, Freunde, Kunden und Mitarbeiter haben sich am 3. August 2001 von der Ikone der Erotik-Branche verabschiedet. Für diese große Anteilnahme möchten wir danken.

Management und Mitarbeiter wissen, dass sie ein großes Erbe antreten. Den Wert und das Image der Marke Beate Uhse zu stärken und weiter auszubauen, das ist unsere Aufgabe für die Zukunft!

## Kurzübersicht

**Umsatzwachstum um 76 Prozent auf 205,4 Mio. DM**  
**Steigerung des EBIT um 118 Prozent auf 14,2 Mio. DM**  
**Erfolgreicher Start der Aktivitäten in Frankreich**  
**Hauptversammlung bestätigt Strategie der Beate Uhse AG**

## Unternehmenskennzahlen

Mio. DM	01.-06. 2001	01.-06. 2000	Veränderung in %
<b>Umsatzentwicklung</b>			
Umsatz total	205,4	116,9	75,7%
Auslandsanteil des Umsatzes in %	45,3%	14,4%	
<b>Ertragslage</b>			
Konzern-Periodenüberschuss	5,6	2,9	93,1%
Umsatzrendite nach Steuern	2,7%	2,5%	
Personalaufwand	35,8	24,2	47,9%
Mitarbeiter	1.136	750	51,5%
Eigenkapitalrentabilität in %	4,8%	1,4%	
<b>weitere Kennziffern</b>			
EBITDA	22,0	11,9	84,8%
EBIT	14,2	6,5	118,4%
EBT	12,5	6,2	101,6%
Periodenüberschuss	5,6	2,9	93,1%
<b>Finanzlage</b>			
Cash Flow (aus betrieblicher Tätigkeit)	17,2	-15,9	
Flüssige Mittel	17,0	16,1	5,6%
Zugänge zum Sachanlagevermögen	8,4	9,4	-10,6%
Abschreibungen	7,8	5,5	41,8%
	<b>per 30.06.01</b>	<b>per 31.12.00</b>	
<b>Vermögens- und Kapitalstruktur</b>			
Bilanzsumme	270,2	258,1	-4,7%
Eigenkapital	118,5	124,9	-5,1%
Eigenkapitalquote in %	43,9%	48,4%	
Anlagevermögen	108,9	102,8	5,9%
Umlaufvermögen	152,9	146,5	4,4%

## Unternehmensentwicklung im 1. Halbjahr 2001

Das 2. Quartal, traditionell und saisonal bedingt im Jahresverlauf das schwächste, verlief für die Beate Uhse Gruppe erfreulich. Die meisten Geschäftsbereiche konnten direkt an die gute Entwicklung des 1. Quartals anschließen und damit – auch konsolidierungsbedingt – gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich zulegen. Für den gesamten Berichtszeitraum von Januar bis Juni liegt die Beate Uhse Gruppe im Rahmen ihrer Planungen.

## Geschäftsbereich Trading

Im Geschäftsbereich Trading standen im ersten Halbjahr 2001 die weitere Internationalisierung mit dem Schwerpunkt Frankreich und die Optimierung der internen Strukturen im Vordergrund.

### Einzelhandel

Die Umsatzentwicklung im Einzelhandel verlief im ersten Halbjahr 2001 sehr erfreulich. Insgesamt konnten die Umsätze gegenüber der vergleichbaren Vorjahresperiode um 31 Prozent auf 65,1 Mio. DM gesteigert werden.

Strategisch lag der Schwerpunkt auf dem Auf- und Ausbau der Einzelhandelsaktivitäten in Frankreich. Der Start verlief hier sehr erfolgreich. Nach den ersten zwei Shops folgten im 2. Quartal weitere zwei Neueröffnungen in Dünkirchen und Tourcoing. Die Resonanz auf das Ladenkonzept unter dem Label Helen Duval ist durchweg sehr positiv. Besonders hohe Akzeptanz findet das Wäschekonzept mit einem Umsatzanteil von rund 26 Prozent. Die erfreulichen Umsatzzahlen bestätigen das Management in dem Vorhaben, in Frankreich weiter planmäßig zu expandieren. Auch die Einzelhandelsaktivitäten in den Niederlanden und Belgien liegen im Plan.

Im deutschen Filialnetz setzt Beate Uhse das begonnene Modernisierungsprogramm weiter fort. Statt der Eröffnung neuer Filialen liegt der Fokus aktuell auf der Modernisierung und Optimierung des bestehenden Filialnetzes, um die bestehenden Marktpotentiale noch besser ausschöpfen zu können. Erweiterungs- und Umbaumaßnahmen werden aktuell z.B. in Potsdam, Stuttgart, Frankfurt und München durchgeführt.

Zu den erfolgreichsten Warengruppen in Benelux zählen Videos und Hilfsmittel, in Frankreich sind Wäsche und Hilfsmittel die beliebtesten Produktgruppen und in Deutschland sind Hilfsmittel, Videos, New Media Produkte und Wäsche die Verkaufs-Favoriten.

### Beate Uhse Shops nach Regionen 1. Eigene Shops

	Jan.- Juni 2001		Jan.- Juni 2000	
	absolut	in %	absolut	in %
Deutschland	51	52,6%	50	100,0%
Holland	34	35,1%	--	0,0%
Belgien	9	9,3%	--	0,0%
Frankreich	3	3,0%	--	0,0%
<b>Gesamt</b>	<b>97</b>	<b>100,0%</b>	<b>50</b>	<b>100,0%</b>

### Beate Uhse Shops nach Regionen 2. Lizenz/Franchise Shops

	Jan.- Juni 2001		Jan.- Juni 2000	
	absolut	in %	absolut	in %
Deutschland	60	57,1%	61	62,9%
Österreich	18	17,1%	14	14,4%
Schweiz	24	22,9%	19	19,6%
Italien	3	2,9%	3	3,1%
<b>Gesamt</b>	<b>105</b>	<b>100,0%</b>	<b>97</b>	<b>100,0%</b>

## Versandhandel

Der Versandhandel konnte in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres bereits annähernd die Umsatzgröße des gesamten Jahres 2000 erreichen. Einerseits durch die erstmalige 100prozentige Konsolidierung der niederländischen Versandhandelstochter Pabo andererseits durch ein sehr gutes internes Wachstum stiegen die Erlöse um über 300 Prozent auf 67,1 Mio. DM. Die Versandumsätze in Deutschland stiegen im 1. Halbjahr von 16,3 Mio. DM auf 24,5 Mio. DM. Die internationalen Versandumsätze in den Niederlanden, Belgien, Großbritannien, Frankreich, Österreich und Schweiz addieren sich auf 42,6 Mio. DM.

Erfolgreich abgeschlossen werden konnte die Optimierung und Restrukturierung der Logistik-Prozesse im Versandhandel. Die Versandlogistik und -Lagerhaltung wurde für das gesamte europäische Geschäft in Walsoorden zusammen gefasst. Dadurch ergeben sich für den Beate Uhse Konzern Kosteneinsparungseffekte bis zu

3 Mio. DM. Die Restrukturierung der Logistik ging mit einem gleichzeitigen Launch des Katalog-Konzeptes einher. Der neue Katalog wird von den Kunden sehr gut angenommen und adressiert insbesondere die weiblichen Käufer. Neuer Schwerpunkt ist das Wäschesortiment, da Beate Uhse gerade hier und im Toy-Segment zusätzliche Potentiale sieht.

## Großhandel

Der Großhandel mit seinen Aktivitäten in über 50 Ländern konnte sich der allgemein etwas schwierigen Marktsituation, insbesondere für die Kunden aus dem Kreis der unabhängigen Erotik-Einzelhändler nicht entziehen. Der sehr verhaltenen Geschäftsentwicklung im deutschen Großhandel steht ein erfreulicher Umsatzanstieg der niederländischen Großhandelszentrale gegenüber. Insgesamt wächst der Geschäftsbereich Großhandel um 96 Prozent. Trotzdem musste Beate Uhse der schwierigen Marktlage in diesem Segment durch Preiszugeständnisse in den Bereichen Videos und Magazine Rechnung tragen, die sich in diesem Bereich auch nachteilig auf die Ergebnissituation ausgewirkt haben.

Die aktuelle Entwicklung bestätigt das Management in seiner Entscheidung, den Großhandel verstärkt als internen Service- und Logistik-Dienstleister zu positionieren. Eine beim Fraunhofer Institut in Auftrag gegebene Studie kommt zusätzlich zu dem Schluss, dass eine Zusammenlegung der Ladenlogistik an einem zentralen europäischen Standort sinnvoll erscheint.

## Geschäftsbereich Entertainment

Die Entertainment-Aktivitäten, insbesondere die TV-Geschäfte, befinden sich nach wie vor in der Investitionsphase. Gleichzeitig sind sie für die strategische Ausrichtung der gesamten Beate Uhse Gruppe von immens großer Bedeutung, auch wenn die Umsätze im Geschäftsbereich Entertainment im 1. Halbjahr von 23 Mio. DM in 2000 auf rund 20 Mio. DM nachgaben. Das TV-Geschäft eröffnet der Beate Uhse Gruppe den direkten Kontakt mit ihren Käufern und potentiellen Kunden über das nach wie vor wichtigste Massenmedium. Gleichzeitig bietet das Fernsehen neue Möglichkeiten der Verknüpfung von Internet und TV; Erotik-Angebote werden sicher eine Vorreiterrolle bei diesen interaktiven Innovationen spielen. Die strategische Bedeutung der Entertainment-Sparte zeigt sich nicht zuletzt in den verstärkten Bemühungen aller Content-Distributoren wie Internet-Dienste, Fernsehsender, aber auch Telekommunikations-Unternehmen, sich Zugang zu Erotik-Content zu sichern. Erotische Inhalte gelten gerade bei neuen Technologien, wie aktuell UMTS, als wichtigster Schlüssel, um möglichst schnell entsprechende Kundenzahlen zu gewinnen und damit den wirtschaftlichen Erfolg der großen Investitionen sicher zu stellen.

## TV

Beate Uhse TV konnte sich vom Start weg als der erfolgreichste Programm-Baustein innerhalb der verschiedenen Premiere-Angebote etablieren. Beate Uhse TV garantiert der Gesamt-Gruppe eine Alleinstellung im deutschen und europäischen Erotik-Markt. Als einziges europäisches Erotik-Unternehmen deckt Beate Uhse alle relevanten Marktsegmente von den verschiedenen Handelsstufen über Internet bis zu TV ab. In der aktuellen Investitionsphase verursacht Beate Uhse TV Kosten zwischen 15 und 18 Mio. DM. Das Erreichen des Break Even ist für das vierte Jahr geplant. Zusätzliche Erlöse generiert Beate Uhse durch die Verbindung des TV mit den Internet-Aktivitäten der Gruppe. Aktuell führt Beate Uhse zahlreiche Verhandlungen mit potentiellen Partnern für einen weiteren Ausbau der TV-Aktivitäten.

## Internet

Entgegen dem Branchentrend konnte Beate Uhse den Media-Verkauf auf den eigenen Internet-Seiten (Banner-Werbung) steigern. Dagegen leidet die aktuelle Umsatzentwicklung in der Content-Vermarktung an private Kunden etwas unter der allgemeinen Abkühlung im Internet-Geschäft und dem Wettbewerb durch kostenfreie Angebote im Netz. Im B2B-Bereich konnte mit einem großen Medienunternehmen ein neuer Kooperationsvertrag über eine Shopping-Plattform und Content-Vermarktung geschlossen werden.

Aktuell ist Beate Uhse über die verschiedenen Domains mit 220 unterschiedlichen Internet-Angeboten im Netz präsent. Die Aktivitäten erstrecken sich auf Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Spanien und über die Tochter Sharon Austen auf Australien, Neuseeland und die USA. Die mit Abstand zwei wichtigsten Angebote im Internet sind die Beate Uhse Seite und das Angebot 18plus, das zusätzlich in diesem Jahr relauncht werden soll.

## 1. Halbjahr 2001: Zahlen & Fakten

### Umsatz

Der Beate Uhse Konzern konnte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres einen Umsatz von 205,4 Mio. DM erzielen. Das sind 76 Prozent mehr als in der entsprechenden Periode des Vorjahres. Dieses Wachstum wurde insbesondere durch den Bereich Trading, vor allem Einzel- und Versandhandel getragen. Konsolidierungseffekte durch die komplette Einbeziehung der Tochterunternehmen und internes Wachstum leisteten ihren Beitrag. Insgesamt liegt Beate Uhse damit im Plan, das für 2001 gesteckte Umsatzziel von 424 Mio. DM zu erreichen.

Umsatz nach Geschäftsbereichen	01.-06. 2001	01.-06. 2000	Entwicklung in %
<b>Trading</b>			
Einzelhandel	65,1	49,8	30,8%
Versandhandel	67,1	16,3	311,6%
Großhandel	52,6	26,8	96,1%
<b>Entertainment</b>	19,9	23,3	-14,6%
<b>Holding Services</b>	0,7	0,7	0,0%
<b>Gesamt</b>	<b>205,4</b>	<b>116,9</b>	<b>75,7%</b>

### Ertrag

Das Ergebnis nach Steuern wuchs in der Berichtsperiode Januar bis Juni um 93 Prozent von 2,9 Mio. DM auf 5,6 Mio. DM. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) stieg um 118 Prozent auf 14,2 Mio. DM. Verantwortlich dafür ist insbesondere der gegenüber dem Umsatz deutlich unterdurchschnittliche Anstieg der wichtigsten Kostenblöcke Personal und Material. Hier zeigen sich die Effekte der internen Prozessoptimierung und erste Synergieeffekte aus der Integration der niederländischen Tochtergesellschaften.

### Investitionen

Der Beate Uhse Konzern hat in den ersten sechs Monaten des Jahres 8,4 Mio. DM in das Sachanlagevermögen investiert. Schwerpunkte waren die Bereiche Trading (Modernisierung der Einzelhandels-Filialen) und Entertainment. Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit lag im ersten Halbjahr bei 17 Mio. DM und übertrifft damit die getätigten Investitionen deutlich.

### Ausblick

Der Beate Uhse Konzern ist auf einem guten Weg, die für 2001 gesteckten Ziele zu erreichen. Der geplante Umsatz von 424 Mio. DM und die EBIT-Prognose von 40 Mio. DM werden erreicht werden, wenn die begonnenen Kostensenkungsmaßnahmen weiterhin planmäßig greifen, wie sich das im bisherigen Jahresverlauf abzeichnet.

Wachstumsmotor wird insbesondere der Bereich Trading bleiben. Im Einzelhandel werden weitere Neueröffnungen sowohl eigener Filialen als auch von Franchise-Geschäften folgen. Deutlich überproportional wachsen wird der Versandhandel. Nächstes großes Ziel ist hier der Markteinstieg in den USA.

Im Bereich Entertainment zeichnet sich ab, dass Erotik-Content für Fernsehanstalten, Internet-Dienstleister und Telekommunikationsanbieter weiter an Bedeutung gewinnt. Beate Uhse wird die eigene starke Marktstellung in diesem Bereich nutzen und entspre-

chend die Partnerschaften im Bereich Content und Vermarktung forcieren. Dies betrifft Internet-, Telefonie- und TV-Aktivitäten gleichermaßen. Hier sieht das Management sowohl in Deutschland als auch im europäischen Ausland deutliche Potentiale.

## Beschlussfassungen der Hauptversammlung

Über 1.000 Aktionäre besuchten die 2. ordentliche Hauptversammlung der Beate Uhse AG am 25. Juni 2001. Insgesamt waren damit 84,65 Prozent des gesamten Gndkapitals von 46.970.570 Aktien im Nennbetrag von 1 Euro auf der Hauptversammlung vertreten. Hier die Abstimmungsergebnisse zu den einzelnen Beschlussvorlagen, die alle mit deutlicher Mehrheit angenommen wurden:

- TOP 2** Verwendung des Bilanzgewinns  
Der Ausschüttung einer Gesamtdividende in Höhe von DM 12.180.791,69 und dem Vortrag des verbleibenden Betrages am Bilanzgewinn in Höhe von DM 18.161.070,71 auf neue Rechnung wurde mit 99,99 Prozent zugestimmt.
- TOP 3** Den Mitgliedern des Vorstands wurde mit 99,99 Prozent der Stimmen Entlastung für das Geschäftsjahr 2000 erteilt.
- TOP 4** Den Mitgliedern des Aufsichtsrats wurde mit 99,99 Prozent Entlastung für das Geschäftsjahr 2000 erteilt.
- TOP 5** Die Arthur Andersen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurde mit 99,99 Prozent der Stimmen zum Abschlussprüfer für 2001 bestellt.
- TOP 6** Die Ermächtigung zum Erwerb von Aktien der Beate Uhse Aktiengesellschaft durch die Gesellschaft wurde mit 99,98 Prozent der Stimmen beschlossen.
- TOP 7** Die Neuregelung der Hinterlegungsfrist in der Satzung auf Grund der Änderung in § 123 Abs.3 AktG wurde mit 99,99 Prozent der Stimmen zugestimmt.
- TOP 8** Der Satzungsergänzung bezüglich der Erteilung von Stimmrechtsvollmachten wurde mit 99,99 Prozent der Stimmen entsprochen.

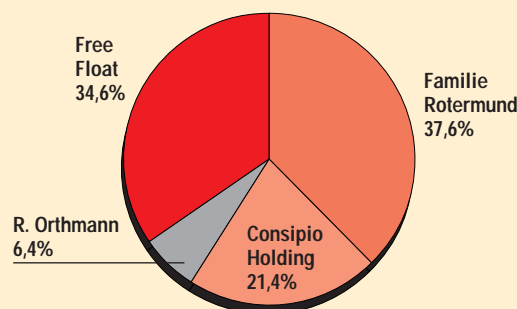
## Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter im Beate Uhse Konzern belief sich zum Stichtag 30.6.2001 auf 1136 Personen. In Deutschland beschäftigte Beate Uhse zum gleichen Stichtag 769 Mitarbeiter.

Durchschnittlich Beschäftigte	01.-06. 2001	01.-06. 2000	Veränderung in %
<b>Nach Regionen:</b>			
Deutschland	769	750	2,5%
Holland	304	--	--
Belgien	29	--	--
Frankreich	14	--	--
England	9	--	--
Österreich	6	--	--
Sonstiges Europa	5	--	--
<b>Gesamt</b>	<b>1.136</b>	<b>750</b>	<b>51,5%</b>
<b>Personalaufwand (gesamt Mio. DM)</b>	35,79	24,24	47,6%
<b>Personalaufwand/Mitarbeiter (TDM)</b>	31,51	32,32	-2,5%

## Aktionärsstruktur

Der Aktienanteil von Frau Rotermund-Uhse lag seit dem IPO unter einem Prozent. Deshalb ergeben sich beim Ausweis der aktuellen Aktionärsstruktur keine Veränderungen. Mit Stichtag 19. Juli 2001 wurden zudem die im Rahmen einer bereits im Jahre 2000 durchgeführten Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage in Höhe von 4.970.570 Aktien im Nennbetrag von 1 Euro in den Handel einbezogen. Nach der neuen Berechnungsformel der Börse, die ab Mitte 2002 auch für die Zusammensetzung der verschiedenen Indizes maßgeblich sein wird, ergibt sich folgende Aufteilung des Anteilsbesitzes.



## Investor Relations

Im 2. Quartal intensivierte Beate Uhse die Kommunikation mit Investoren, Aktionären, Analysten und Journalisten weiter. Neben der Hauptversammlung mit über 1.000 Besuchern informierte Beate Uhse die Öffentlichkeit auf der Bilanzpressekonferenz in Hamburg und der Analysten-Veranstaltung zu den Ergebnissen des Jahres 2000 in Frankfurt. 8 Presse- und Adhoc-Meldungen sowie zahlreiche Hintergrundgespräche mit Wirtschaftsjournalisten, Investoren und Analysten sorgten für zusätzliche Transparenz. Die kontinuierliche Pressearbeit wurde auf die Benlux-Länder ausgeweitet. Neu eingeführt hat Beate Uhse einen News-Letter für Aktionäre, der ab sofort quartalsweise erscheint.

## Termine

29.08.01	Veröffentlichung des Zwischenberichts zum Verlauf des ersten Halbjahres 2001
29.08.01	Analysten-Meeting, Frankfurt
17.-21.09.01	Roadshow (London, Frankfurt, Zürich, Genf, Mailand)
22.11.01	Veröffentlichung des Berichts über das dritte Quartal 2001
04.12.01	GMCC Analystenmeeting, Frankfurt
31.12.01	Geschäftsjahresende

## Kontakt Investor Relations

Birte Hennig  
Telefon +49 (0) 461-9966-307  
Fax +49 (0) 461-9966-440  
Email bhennig@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) 461-9966-440  
Email atschernookoff@beate-uhse.de

Internet [www.use-shares.de](http://www.use-shares.de)  
[www.beate-uhse.de](http://www.beate-uhse.de)

## Herausgeber

Beate Uhse AG, Gutenbergstraße 12, 24941 Flensburg, Germany

## Gewinn- und Verlustrechnung (HGB)

	Sechs-Monatsbericht		Abweichung	Abweichung
	30.06.2001	30.06.2000		
	TDM	TDM	TDM	%
Umsatzerlöse	205.422	116.857	88.565	75,79
sonstige Erlöse	6.748	3.832	2.916	76,10
Gesamtleistung	212.170	120.689	91.481	75,80
Materialaufwand	81.559	54.319	27.240	50,15
Personalaufwand	35.790	24.237	11.553	47,67
Abschreibungen	7.827	5.448	2.379	43,67
sonstiger Aufwand	72.425	30.232	42.193	139,56
sonstiger Ertrag	645	0	645	
Aufw. aus Verlustübern. von assoziierten Unternehmen	1.009	0	1.009	0,00
Zinsergebnis	-1.694	-244	-1.450	594,26
Ergebnis vor Steuern	12.511	6.209	6.302	101,50
Steuern vom Einkommen und Ertrag	5.838	2.351	3.487	148,32
sonstige Steuern	1.033	933	100	
Ergebnis nach Steuern	5.640	2.925	2.715	92,82

## Bilanz (HGB)

	TDM		Passiva	TDM	
	30.06.2001	31.12.2000		30.06.2001	31.12.2000
<b>Aktiva</b>					
Immaterielles AV	18.989	16.472	Grundkapital	91.866	91.866
Sachanlagen	43.807	44.561	Kapitalrücklage	11.107	10.975
Finanzanlagen	46.093	41.810	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	-256	-212
			Ausgleichsposten Minderheiten	28	-54
			Bilanzgewinn	15.762	22.303
Summe Anlagevermögen	108.889	102.843	Eigenkapital	118.507	124.878
Vorräte	76.006	68.388	Sonderposten	46	57
Forderungen	59.794	62.026	Rückstellungen	20.086	27.644
liquide Mittel	17.055	16.138	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	63.811	59.049
RAP	8.411	8.690	Lieferantenverbindlichkeiten	25.207	29.598
			sonst. Verbindlichkeiten	42.484	16.844
			RAP	14	15
<b>Summe Aktiva</b>	<b>270.155</b>	<b>258.085</b>	<b>Summe Passiva</b>	<b>270.155</b>	<b>258.085</b>

## Cash Flow (HGB)

	TDM	TDM
	30.06.2001	30.06.2000
Jahresüberschuss	5.640	2.925
Abschreibung	7.827	5.448
Abnahme/Zunahme Aktiva	-2.266	-19.586
Abnahme/Zunahme Passiva	13.601	-4.705
sonstige Berichtigungen	-7.591	-5
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	17.211	-15.232
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-13.959	-18.540
Cash Flow aus Finanzierung	-2.540	11.324
Veränderung Finanzmittelfond	712	-23.132
+/- Änderung Finanzmittelfond	242	
Finanzmittelfond Anfang der Periode	16.101	27.886
Finanzmittelfond Ende der Periode	17.055	4.747

