

Beate Uhse

Quartalsbericht Jan.-März 2001



Kurzübersicht

Umsatzwachstum um 72 Prozent auf 112,1 Mio. DM.
Steigerung des EBIT um 56 Prozent auf 10,2 Mio. DM.
Bündelung der Versandhandelsaktivitäten fast vollständig abgeschlossen.
Internationalisierungsstrategie erfolgreich fortgesetzt.

Unternehmenskennzahlen

Mio. DM	Q1/2001	Q1/2000	Veränderung in %
Umsatzentwicklung			
Umsatzerlöse total	112,08	65,11	72,1%
Auslandsanteil des Umsatzes in %	46,5%	25,8%	80,2%
Ertragslage			
Konzern-Periodenüberschuss	5,48	3,01	82,1%
Umsatzrendite nach Steuern	4,9%	4,6%	5,8%
Personalaufwand	17,08	11,19	52,6%
Mitarbeiter	1.120	744	50,5%
Eigenkapitalrentabilität in %	4,2%	1,4%	192,5%
weitere Kennziffern			
EBITDA	14,06	9,21	52,7%
EBIT	10,17	6,52	56,0%
EBT	10,36	6,26	65,5%
Periodenüberschuss	5,48	3,01	82,1%
Finanzlage und Dividende			
Cash Flow (hier CF aus lfd. Geschäft + CF aus Investitionstätigkeit + CF aus Finanzierungstätigkeit)	0,74	*-11,79	106,3%
Liquide Mittel	16,84	16,10	4,6%
Zugänge zum Sachanlagevermögen	4,69	3,20	46,7%
Abschreibungen	3,89	2,69	44,6%
Vermögens- und Kapitalstruktur			
Bilanzsumme	279,61	275,65	1,4%
Eigenkapital	130,64	209,87	-37,8%
Eigenkapitalquote in %	46,7%	76,1%	-38,6%
Anlagevermögen	109,34	166,52	-34,3%
Umlaufvermögen	161,84	100,30	61,4%

* = 4. Quartal 2000 als Vergleich

Aktienkennzahlen in Euro	Q1/2001	Q1/2000
Anzahl der Aktien	46.970.570	42.000.000
Kurs (Stand 31.03.01)	11,92	15,75
Ausgabekurs	7,20	7,20
Höchstkurs	14,50	20,03
Tiefstkurs	11,10	15,20

Unternehmensentwicklung im 1. Quartal 2001

Entwicklung

Die bereits im Jahr 2000 eingeleitete Zentralisierung des Versandhandels in Walsoorden/Holland wurde im 1. Quartal 2001 nahezu abgeschlossen. Damit ist ein wichtiger Abschnitt der weiteren Konsolidierung des Gesamtkonzerns mit den holländischen Neuerwerbungen vollzogen. In die Ergebnisse und Umsätze des ersten Quartals 2001 fließen die holländischen Beteiligungen bereits vollkonsolidiert mit ein. Damit hat die Unternehmensgruppe Beate Uhse eine solide Ausgangsbasis geschaffen, um die weitere wirtschaftliche und geographische Expansion voranzutreiben. So wurden im 1. Quartal 2001 drei weitere Beteiligungen im Ausland getätigt. Mit diesen Akquisitionen verfolgt der Konzern seine Internationalisierungsstrategie erfolgreich weiter.

Geschäftsbereich Trading

Einzelhandel

Im Geschäftsbereich Einzelhandel konnten im ersten Quartal 2001 Umsatzsteigerungen gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 24 % erzielt werden. Die Beate Shops trugen zum Ergebnis mit 33,3 Mio. DM bei. Das Umsatzplus wurde aus dem stark erweiterten Sortimentsangebot generiert. DVD's, Dessous und Hilfsmittel waren die hauptsächlichsten Umsatzträger. Beate Uhse hat es sich zum Ziel gesetzt, seine Erotik-Ladenkette in Deutschland jährlich um fünf neue Shops zu erweitern. Im ersten Quartal wurden bereits zwei Neueröffnungen realisiert: in Oberhausen und Recklinghausen. In Frankreich wurde nach dem sehr erfolgreichen Start eines Helen Duval Shops in Lille ein zweiter Shop unter diesem Label in Calais eröffnet. Weitere Outlets sind in Nord- und Süd-Frankreich geplant.

Beate Uhse Shops nach Regionen 1. Eigene Shops	Q1/2001		Q1/2000	
	absolut	in %	absolut	in %
Deutschland	49	52,7%	50	100,0%
Holland	33	35,5%	--	--
Belgien	9	9,7%	--	--
Frankreich	2	2,1%	--	--
Gesamt	93	100,0%	50	100,0%

Beate Uhse Shops nach Regionen 2. Lizenz/Franchise Shops	Q1/2001		Q1/2000	
	absolut	in %	absolut	in %
Deutschland	60	58,3%	61	62,9%
Osterreich	19	18,4%	14	14,4%
Schweiz	21	20,4%	19	19,6%
Italien	3	2,9%	3	3,1%
Gesamt	103	100,0%	97	100,0%

Versandhandel

Der Versandhandel ist mit knapp 30 % der stärkste Geschäftsbereich im 1. Quartal 2001. Der Umsatz stieg von 9,4 Mio. DM im 1. Quartal 2000 um 292 % auf 36,9 Mio. DM an. Absoluter Spitzenreiter des Versandkatalogs ist die exklusive Wäsche-Kollektion, deren Umsätze mehr als vierfach gestiegen sind. Diese positive Umsatzentwicklung ist das Resultat der neuen Markenstrategie. Der Hauptkatalog im neuen Design setzt einen besonders starken Fokus auf erotische Dessous und Mode und spricht damit verstärkt auch Frauen als Zielgruppe an.

Im ersten Quartal wurde in erster Linie der deutsche Markt durch gezielte Werbemaßnahmen penetriert. Direkt-Marketing Aktionen erzielten erfreulich hohe Reponse-Werte: Über eine 1/2 Million neue Adressen wurden in Deutschland gewonnen. 2,5 Millionen Haushalte in sechs Ländern wurden mit dem Hauptkatalog beliefert, die Neben-Kataloge erschienen in einer Auflage von 1,8 Millionen Exemplaren.

Die zum Versandhandel zählenden Internet-Shops entwickeln sich positiv. www.beate-uhse.de erzielt 11.000 Zugriffe pro Tag. Unter www.pabo.nl startete im ersten Quartal ein weiterer Online-Shop des Beate Uhse Versandhandels. Die E-Commerce-Seiten verzeichnen täglich mehr als 1.500 Besuche. Im nächsten Quartal sind weitere Shops in Frankreich, Belgien und England vorgesehen.

Die Bündelung der Versandhandelsaktivitäten in Holland ist bereits fast vollständig abgeschlossen. Daraus entstehen beträchtliche Synergiepotenziale.

Großhandel

Im Großhandel stiegen die Umsätze von 14,8 Mio. DM im ersten Quartal des Vorjahres um 116 % auf 31,9 Mio. DM. Zu dem guten Ergebnis tragen insbesondere die Warengruppen Wäsche, Erotic-Toys und Gummiartikel bei. Ihr Umsatz stieg von 11,4 Mio. DM im Vorjahresquartal auf 14,0 Mio. DM per März 2001.

Die Restrukturierungsmaßnahmen der ZBF GmbH, Wiesbaden, sind fast abgeschlossen. Das Unternehmen präsentiert sich in 2001 schlank. So wurden diverse Personalmaßnahmen getroffen, Verträge mit Dienstleistern und Vermietern neu verhandelt. Als neuer Geschäftsführer wurde ein Experte und Kenner des Erotik-Markts bestellt. Mögliche einmalige Belastungen im Zuge der Neustrukturierung können sich im laufenden Geschäftsjahr noch aus der Bewertung der Warenbestände ergeben. Im operativen Geschäft rechnet das Unternehmen mit einem Ergebnis-Plus von 1,5 Mio DM.

Geschäftsbereich Entertainment

Internet/New Media

Die Umsätze des Entertainment-Bereiches liegen mit 9,6 Mio. DM auf Plan. Dennoch fiel das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahresquartal um 3,5 Mio. DM niedriger aus, da im 1. Quartal 2000 einmalige Erträge durch den Verkauf von Softwarelizenzen in Höhe von 5,5 Mio. DM erzielt worden waren.

Weltweite Synergiepotenziale entstehen durch die Standardisierung und Umstellung der Software der Beate Uhse Internet-Shops. Die Shop Software wird in allen Beate Uhse Domains integriert. Bereits umgestellt wurden die erfolgreichen Online-Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Für den User bedeutet die neue Software eine Verkürzung der Responsezeiten.

Eine zusätzliche Reduktion der Wartezeiten von 60 bis 80 Millisekunden auf 20 Millisekunden ergibt sich für den User der Beate Uhse Internet-Seiten aus dem Ausbau der Zusammenarbeit mit technisch versierten Subunternehmern, mit denen Beate Uhse seit dem 1. Quartal kooperiert. Das bedeutet eine Optimierung des Kundenservices auf allen Seiten.

Der Internet-Auftritt www.beate-uhse.de erscheint im neuen Design und mit klar strukturierten Inhalten, auf denen der User schnell und übersichtlich alle wichtigen und interessanten Informationen findet. Ein neues Content Management System gewährleistet die rasche und kontinuierliche Aktualisierung der Seiten.

Die Vermarktung von erotischem Content wird – wie im Ausblick avisiert – in einem ersten Schritt über Aktivitäten in verschiedenen Internet-Portalen wie beispielsweise www.fireball.de vorangetrieben.

TV

Mit dem Fernsehdebüt von Beate Uhse.TV am 1. März 2001 besitzt Beate Uhse als einziges Erotikunternehmen in Deutschland einen eigenen Fernsehkanal. Das Programm umfasst vier Eigenproduktionen und wird durch europäische und US-amerikanische Lizenzfilme der erotic media ag abgerundet. Der Erotik-Kanal sendet täglich 10 Stunden in der Movieworld der PREMIERE Plattform und ist von Abonnenten der Movieworld ohne Aufpreis zu empfangen. 90 Prozent der PREMIERE Kunden beziehen das Paket Movieworld. Der Internetauftritt von Beate Uhse.TV ist ebenfalls seit März online und in die Homepage von Beate Uhse eingebunden. www.beate-uhse.tv registrierte in den ersten Wochen bereits über 2 Millionen User-Zugriffe.

Umsatz nach Geschäftsbereichen	Q1/2001	Q1/2000	Entwicklung
Trading			
Einzelhandel	33,68	26,82	25,6%
Versandhandel	36,87	9,40	292,2%
Großhandel	31,56	14,77	113,7%
Entertainment	9,63	13,76	-30,0%
Holding Services	0,34	0,36	-5,6%
Gesamt	112,08	65,11	72,1%

Neuerwerbungen

Mit einem Asset Deal in Skandinavien und zwei Beteiligungen in den Benelux-Ländern baut der Beate Uhse Konzern seine führende Rolle im internationalen Erotik-Handel aus. In Skandinavien gründete der Beate Uhse Konzern gemeinsam mit dem Erotik-Spezialisten MAX S Filmdistribution AB, Stockholm, die Beate Uhse MAX S AB, Schweden. An dem neu gegründeten Unternehmen ist der Beate Uhse Konzern mit 25 % beteiligt. Aus dieser Akquisition erschließen sich für den Konzern zusätzliche Vertriebswege in Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden, Polen und im Baltikum.

Seine internationalen Großhandelsaktivitäten erweitert der Beate Uhse Konzern ebenfalls: Die holländische Tochter, die Beate Uhse BV Holland, beteiligte sich zu 50 % an dem Großhandelsunternehmen Fun Video Belgium BVBA, seit sieben Jahren Vertrieber von Filmen, Magazinen und DVD's in den Benelux-Staaten. Außerdem beteiligte sich die Beate Uhse BV Holland zu 50 % an dem Großhandelsunternehmen Video Distributie Nederland BV. Die Video Distributie Nederland BV vertreibt europaweit Erotik-Videos.

1. Quartal 2001 in Zahlen

Umsatz

Der Beate Uhse Konzern konnte im ersten Quartal 2001 mit 112,1 Mio. DM im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 72 % mehr umsetzen. Die traditionellen Geschäftsbereiche Einzelhandel und Versandhandel waren die Träger dieses Wachstums. Der in den ersten drei Monaten erzielte Umsatz liegt über den Planvorgaben in Höhe von 106 Mio. DM und damit auf Kurs des geplanten Gesamtjahresumsatzziels von (e) 424 Mio. DM.

Ertragslage

Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich leicht von 1,8 Mio. DM auf 2,0 Mio. DM um 0,2 Mio. DM. Der Materialaufwand des Konzerns stieg gegenüber dem Vorjahr von 20,8 Mio. DM auf 37,6 Mio. DM. Der Aufwand für bezogene Leistungen reduzierte sich auf 6,1 Mio. DM. Der Personalaufwand nahm um 5,9 Mio. DM von 11,2 Mio. DM auf 17,1 Mio. DM zu. Dies entspricht einem Zuwachs von 53 % und liegt damit unterproportional zum Umsatzwachstum des Konzerns. Dies ist ein deutlicher Hinweis auf die ersten Konsolidierungserfolge, beispielsweise durch die Zentralisierung des Versandhandels.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich von 16,5 Mio. DM auf 39,3 Mio. DM. Insgesamt ergab sich damit ein EBIT von 10,1 Mio. DM. Dies entspricht einer Steigerung von 55 Prozent, genau 3,6 Mio. DM, gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres, das mit 6,5 Mio. DM abschloss. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit liegt bei 10,4 Mio. DM. Nach Abzug der Steuern verbleibt ein Konzernüberschuss von 5,5 Mio. DM, der gegenüber dem Vorjahresquartal von 3,0 Mio. DM um 83 % gestiegen ist.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter im Beate Uhse Konzern inklusive der Gezed-Gruppe belief sich zum Ende des ersten Quartals auf 1.120 Mitarbeiter. Die Mitarbeiterzahl des Beate Uhse Konzerns in Deutschland beträgt aktuell 777.

Durchschnittlich Beschäftigte	Q1/2001	Q1/2000	Veränderung in %
Nach Regionen:			
Deutschland	777	744	4,4%
Holland	288	--	--
Belgien	28	--	--
Frankreich	7	--	--
England	7	--	--
Österreich	7	--	--
Sonstiges Europa	6	--	--
Gesamt	1120	744	50,5%
Nach Geschäftsbereichen:			
Einzelhandel	558	396	40,9%
Versandhandel	181	75	141,3%
Großhandel	204	115	77,4%
Entertainment	104	93	11,8%
Holding-Services	73	65	12,3%
Gesamt	1120	744	50,5%
Personalaufwand (gesamt Mio. DM)	17,08	11,19	52,6%
Personalaufwand / Mitarbeiter (TDM)	15,25	15,04	1,4%

Ausblick

Mit seinem starken Trading-Geschäft – dem Groß- und Einzelhandel sowie dem Versand – hat die Beate Uhse AG eine ideale Basis, sich in den neuen Medien als professioneller Anbieter von erotischem Content zu profilieren und sich eine führende Position zu verschaffen. Neben dem Internet werden neue Medienstrukturen wie das Pay-TV, Web-TV und UMTS für die Content-Vermarktung genutzt. Diese neuen Vertriebskanäle können kostengünstig aufgebaut werden, indem auf bestehende Infrastrukturen zugegriffen wird. Damit erschließt sich das Unternehmen Wachstumsmärkte auf der ganzen Welt und unterstützt seine internationale Expansionsstrategie.

Diese wird auch im traditionellen Trading-Geschäft weiter verfolgt, indem interessante und vielversprechende Beteiligungen im Ausland auf Ertragspotenzial und Gewinnaussichten sorgfältig geprüft und mögliche Akquisitionen verhandelt werden. Parallel werden die bestehenden Neuerwerbungen und Beteiligungen des letzten Jahres auf ihre Ertragsfähigkeit eingehend analysiert. Synergieeffekte werden konsequent genutzt. Unter diesem Gesichtspunkt ist auch die Zentralisierung der Versandhauslogistik in Holland zu sehen. Durch ein straffes Kostenmanagement wird die Konsolidierung des Konzern weiter voran getrieben.

Das Planungs- und Controlling-System wird auf eine moderne Software umgestellt, in die die ausländischen Beteiligungen voll integriert werden. Das erweiterte Controlling wird die Steuerung der Unternehmensgruppe im Hinblick auf die wachsende Internationalität wesentlich erleichtern. Das schnellere und effizientere Reporting wird zudem eine Optimierung in der Kommunikation mit Analysten und Investoren bringen.

Kontakt

Termine

25.06.01	Hauptversammlung in Hamburg
31.08.01	Veröffentlichung des Zwischenberichts zum Verlauf des ersten Halbjahres 2001
30.11.01	Veröffentlichung des Berichts über das dritte Quartal 2001
31.12.01	Geschäftsjahresende

Kontakt Investor Relations

Birte Hennig
Telefon +49 (0) 461-99 66-307
Fax +49 (0) 461-99 66-440
Email bhennig@beate-uhse.de

Beatrix Brodersen
Telefon +49 (0) 461-99 66-244
Fax +49 (0) 461-99 66-440
Email bbrodersen@beate-uhse.de

Kontakt Press & Public Relations

Assia Tschernookoff
Telefon +49 (0) 461-99 66-125
Fax +49 (0) 461-99 66-440
Email atschernookoff@beate-uhse.de

Internet www.use-shares.de
www.beate-uhse.de

Herausgeber

Beate Uhse AG, Gutenbergstraße 12, 24941 Flensburg, Germany

Gewinn- und Verlustrechnung (HGB)

31.03.2001	Drei-Monatsbericht		Drei-Monatsbericht	
	31.03.2001	31.03.2000	Abweichung	Abweichung
	TDM	TDM	TDM	%
Umsatzerlöse	112.084	65.106	46.978	72,16
sonstige Erlöse	2.023	1.974	49	2,48
Gesamtleistung	114.107	67.080	47.027	70,11
Materialaufwand	43.728	30.188	13.540	44,85
Personalaufwand	17.083	11.187	5.896	52,70
Abschreibungen	3.894	2.691	1.203	44,70
sonstiger Aufwand	39.336	16.497	22.839	138,44
sonstiger Ertrag	375	0	375	
Aufw. aus Verlustübern. von assoziierten Unternehmen	273	0	273	0,00
Zinsergebnis	195	-253	448	-177,08
Ergebnis vor Steuern	10.363	6.264	4.099	65,44
Steuern vom Einkommen und Ertrag	4.335	3.258	1.077	33,06
sonstige Steuern	544	0	544	
Ergebnis nach Steuern	5.484	3.006	2.478	82,44

Bilanz (HGB)

	TDM	TDM		TDM	TDM
	31.03.2001	31.12.2000		31.03.2001	31.12.2000
Aktiva			Passiva		
Immaterielles AV	19.246	16.472	Grundkapital	91.866	91.866
Sachanlagen	44.840	44.561	Kapitalrücklage	11.107	10.975
Finanzanlagen	45.256	41.810	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	-146	-212
			Ausgleichsposten Minderheiten	28	-54
			Bilanzgewinn	27.787	22.303
Summe Anlagevermögen	109.342	102.843	Eigenkapital	130.642	124.878
Vorräte	68.614	68.388	Sonderposten	51	57
Forderungen	76.387	62.026	Rückstellungen	27.844	27.644
liquide Mittel	16.840	16.138	Verbindlichkeiten Kreditinstitute	55.958	59.049
RAP	8.431	8.690	Lieferantenverbindlichkeiten	30.564	29.598
			sonst. Verbindlichkeiten	34.278	16.844
			RAP	277	15
Summe Aktiva	279.614	258.085	Summe Passiva	279.614	258.085

Cash Flow (HGB)

	TDM	TDM
	31.03.2001	31.12.2000
Jahresüberschuss	5.464	12.572
Abschreibung	3.894	13.915
Abnahme/Zunahme Aktiva	-12.519	7.383
Abnahme/Zunahme Passiva	21.640	-22.399
sonstige Berichtigungen	207	8.772
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	18.686	20.243
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-10.393	-55.457
Cash Flow aus Finanzierung	-7.801	13.259
Veränderung Finanzmittelfond	492	-21.955
+/- Änderung Finanzmittelfond	248	10.170
Finanzmittelfond Anfang der Periode	16.101	27.886
Finanzmittelfond Ende der Periode	16.841	16.101

