

Gewinn- und Verlustrechnung

	Q 1 / 2000		Q 1 / 1999	
	TDM	in %	TDM	in %
Umsatzerlöse	65.106	100,0	53.528	100,0
sonst. Erlöse	1.974	3,0	1.115	2,1
Gesamtleistung	67.080	103,0	54.643	102,1
Materialaufwand	30.188	46,4	21.584	40,3
Personalaufwand	11.187	17,2	10.468	19,6
Abschreibungen	2.691	4,1	2.397	4,5
sonst. Aufwand	16.497	25,3	14.162	26,5
Zinsergebnis	-253	-0,4	-132	-0,2
EvSt.	6.264	9,6	5.900	11,0
Steuern	2.506	3,8	1.858	3,5
EnSt.	3.758	5,8	4.041	7,6

Bilanz

	31.03.2000	31.12.1999*	31.03.2000	31.12.1999*
	TDM	TDM	TDM	TDM
Immaterielles AV	6.243	6.245 Grundkapital	82.145	82.145
Sachanlagen	33.859	32.249 Kap. Rückl./Gew.	127.727	124.339
Finanzanlagen	126.416	126.025		
Anlagevermögen	166.518	164.519 Eigenkapital	209.872	206.484
		Sonderposten	83	89
Vorräte	39.757	38.047 Rückstellungen	24.414	23.840
Forderungen	51.321	45.628 Verb. Bank	29.748	39.740
Kassenbestand	9.224	27.886 Verb. Sonst.	11.483	14.979
RAP	8.755	9.052 RAP	-25	0
Aktiva	275.575	285.132 Passiva	275.575	285.132

Cash-flow

	Jan.-März 2000	1999 (12 Monate)*
Jahresüberschuss	3.006	9.844
Abschreibungen	2.691	10.336
sonstige Berichtigungen	72	427
Cash-flow	5.769	20.607
Abnahme/Zunahme Aktiva/Passiva	-10.126	-23.154
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	-4.357	-2.547
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-3.506	-150.421
Cash-flow aus Finanzierung	-10.800	174.238
Abnahme/Zunahme liquider Mittel	-18.663	21.270

- Zahlen 1999 = vorläufige, noch nicht von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft abschliessend geprüfte Zahlen

Highlights des ersten Quartals 2000

- Umsatzplus von 22 Prozent
- Expansion in Skandinavien
- Ausbau des Filmgeschäfts
- Neue Wege im Internet-Inkasso

Entwicklung

Die Beate Uhse Aktiengesellschaft weist eine durchgängig positive Entwicklung in ihren Einzel- und Versandhandels-Aktivitäten auf. Im Mittelpunkt der Wachstumsstrategie stehen weiterhin die internationalen Aktivitäten und der Ausbau des Geschäftsfelds Multimedia.

Einzelhandel

Der Einzelhandel konnte sein Wachstum fortsetzen und die Planzahlen sogar übertreffen. In Rostock und Hannover kamen weitere eigene Filialen hinzu. Der Lizenzbereich wurde um eine weitere Filiale in Stendal erweitert. Einhergehend mit diesen Neueröffnungen ist es erklärtes Ziel der Unternehmensleitung, das gesamte Erscheinungsbild der Filialkette zu modernisieren. Der Auftritt der Marke Beate Uhse in den Einkaufslagen der Metropolen wird durch ein einheitliches und modernes Corporate Design aufgewertet, um die herausragende Bekanntheit der Marke weiter zu verstärken.

Neues Franchise-Konzept

Um die Marktdurchdringung der Beate Uhse Geschäfte – gerade auch in mittleren und kleineren Städten - weiter voran zu treiben, trat die Beate Uhse AG im ersten Quartal dem Deutschen Franchise Verband e.V. bei. Hierdurch erhöht sich zugleich die Attraktivität des Beate Uhse Einzelhandels für externe Partner. Erster Franchise-Nehmer der Beate Uhse AG ist seit April 2000 ein Partner in Delmenhorst. Beate Uhse verfügt damit neben dem eigenen Lizenz-Modell über ein zusätzliches Standbein, um externe Partner für den weiteren Ausbau der Einzelhandelsaktivitäten zu gewinnen.

Expansion in Nordeuropa

Im März wurden die Beate Uhse AS (Norwegen) und die Beate Uhse Scandinavia AB (Schweden) gegründet. Im Rahmen eines Asset-Deals konnten die norwegischen Marken, "Lek" und "Cocktail", in die Beate Uhse AS überführt werden. Beide Marken sind in Norwegen Branchenführer im Bereich erotische Magazine und verfügen über einen sehr erfolgreichen Internetauftritt. Beate Uhse kann durch diese Akquisitionen auf eine sehr gute Basis im gesamten skandinavischen Bereich bauen. Basierend auf speziellen, national adaptierten Strategien wird die Expansion in Skandinavien vorangetrieben. Eine besondere Rolle kommt dabei dem Internet und den Neuen Medien zu. Skandinavien genießt innerhalb Europas eine führende Position bei der Nutzung des Internets und der Akzeptanz Neuer Medien in der Bevölkerung.

Versandhandel

Auch der Versandhandel lag in Umsatz- und Ergebnis über dem Vorjahr. Der Umsatz stieg von 8,1 Mio. DM im 1. Quartal des Vorjahres auf 9,4 Mio. DM an.

Die erfreuliche Umsatzentwicklung ist auf die erfolgreiche Gestaltung der beiden ersten Hauptkataloge zurückzuführen. Darüber hinaus führte eine Modifizierung der Marketingstrategie zu einer deutlichen Senkung der Werbekosten im 1. Quartal.

Der Umsatz wird im 2. Quartal nicht in gleicher Weise steigen. Begründet ist dies durch eine Reduzierung der Werbekosten im 1. Quartal.

Im 2. Quartal sind wieder höhere Werbeausgaben geplant, die sich dann in der zweiten Jahreshälfte positiv beim Umsatz niederschlagen werden. Der Versandhandel erwartet Halbjahreszahlen, die sowohl einen höheren Umsatz als auch ein besseres Ergebnis als 1999 ausweisen.

Die Bündelung der Versandhandelsaktivitäten des Konzerns in Europa und den USA wird zur Zeit vorbereitet. Wichtige Maßnahmen zur konsequenten Nutzung möglicher Synergieeffekte sind die für 2001 geplante Zentralisierung der Versand-Logistik in Holland sowie eine Zusammenführung der Beschaffung. Der Beate Uhse Konzern schafft so die optimalen Voraussetzungen, um auch in diesem traditionellen Geschäftsbereich europaweit die führende Rolle weiter auszubauen.

Multimedia

Internet und Multimedia bleiben die zentralen Bestandteile der Zukunftsstrategie des Beate Uhse Konzerns. Mit verschiedenen neuen Projekten konnte Beate Uhse die eigene Vorreiterrolle sowohl in technologischer Hinsicht als auch beim Content ausbauen.

Eine Auswahl der Projekte:

- 3live: Eine einzigartige Form des Entertainment. Models können live in verschiedenen Lebensbereichen beobachtet werden.

- Launch der Website: Die eigene Domain www.beate-uhse.de wurde grundlegend überarbeitet, neu layoutet und modernisiert. Sie bietet jetzt eine einzigartige Vielfalt an Shows und Live-Entertainment kombiniert mit einer hohen Bedienerfreundlichkeit.

Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung verlief im 1. Quartal 2000 nicht wie geplant und blieb etwas unter den vergleichbaren Vorjahreswerten. Dies liegt nahezu ausschließlich an dem Abschalten des Inkassodienstes der Deutschen Telekom/T-Online für die Online-Aktivitäten zum Jahresende 1999.

Neue Wege im Inkasso

Beate Uhse hat sich in Bezug auf diese Problematik frühzeitig an dem Projekt Net.900, einem neuen Inkasso-System, gemeinsam mit Telekom/T-Online beteiligt. Parallel hierzu wurde die Umstellung auf andere Zahlungsmittel (Kreditkarte und Lastschrift) vorangetrieben. Der von der COM Online inhouse erstellte Zugang Sex.Net, mit integriertem Inkasso, gewährleistet eine stärkere Unabhängigkeit von den bestehenden Zahlungswegen. Die positiven Effekte sind bereits spürbar und lassen die Umsätze wieder deutlich steigen.

Startschuss für 18Plus

Mit 18Plus hat Beate Uhse ein neues Highlight der Cyber-Erotik geschaffen. Erotik für Nutzer ab 18 Jahre wird jetzt erstmals im Abonnement angeboten und findet sehr guten Anklang bei den Usern. Ziel von Beate Uhse ist es, das Angebot der Kanäle kontinuierlich zu erweitern und ein Erotik-Network im Internet aufzu-bauen, das auch Inhalte Dritter vermarktet .

Ausbau des Filmgeschäfts

Mit der Beteiligung an der Erotik-Filmgesellschaft Helen Duval Visuals hat Beate Uhse den eigenen Film-Stock weiter ausgebaut.

Gleichzeitig sicherte sich Beate Uhse mit dem renommierten und innovativen Unternehmen einen Partner, um attraktiven Content für das Video, DVD und Internet-Geschäft zu haben. Für die Zukunft plant Beate Uhse, vor allem den Filmvertrieb weiter auszubauen, um so die eigene Library noch effektiver vermarkten zu können.

Börsengang der Sharon Austen Ltd.

Der erfolgreiche Börsengang des australischen Erotik-Internet-Unternehmens Sharon Austen Ltd. war ein weiteres Highlight des 1. Quartals. Trotz schwieriger Marktlage an der australischen Börse konnten alle Aktien mit dem signifikanten Code SEX erfolgreich platziert werden. Beate Uhse hatte sich 1999 über einen umfangreichen Know-how-Transfer an Sharon Austen beteiligt und erwartet, dass das innovative Internet-Unternehmen in Australien und Neuseeland eine entscheidende Rolle im Erotik-Markt spielen wird.

Umsatz

Der Beate Uhse Konzern konnte im 1. Quartal mit 65,1 Mio. DM im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 22 % mehr umsetzen. Die traditionellen Geschäftsbereiche Einzelhandel (+5%) und Versandhandel (+16%) sowie die Vollkonsolidierung der Großhandelsaktivitäten konnten zu diesem Wachstum deutlich beitragen.

Die Umsätze des Multimedia-Bereichs gerieten bedingt durch das von der Telekom / T-Online eingestellte Inkasso (icash) unter Druck. Dennoch konnte im 1. Quartal über die Vergabe von Lizenzrechten ins Ausland das Umsatz-Niveau des Vorjahres (mit einem Plus von 2%) gehalten werden.

Ertrag

Die Ertragssituation wurde durch die Inkasso-Problematik im Multimedia Bereich belastet. Dieser Effekt konnte über die Lizenzvergabe und die erfreulichen Ergebniszuwächse im Einzel- und Versandhandel kompensiert werden. Der Beate Uhse Konzern realisierte in den ersten drei Monaten ein Ergebnis nach Steuern von 3,8 Mio. DM. Im vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres waren es 4,0 Mio. DM. Das Ergebnis vor Steuern stieg von 5,9 Mio. DM um 7% auf 6,3 Mio. DM an.

Effekte der Akquisitionen

Unter wirtschaftlicher Betrachtung der Unternehmensgruppe Beate Uhse, einschließlich noch nicht konsolidierter neuer Beteiligungen, hätte sich der Umsatz von 53,5 Mio. DM auf 109,4 Mio. DM mehr als verdoppelt und das Ergebnis vor Steuern wäre von 5,9 Mio. DM auf 14,9 Mio. DM sogar um 152% gestiegen.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter im Beate Uhse Konzern hat sich seit dem 31.12.1999 aufgrund saisonaler Schwankungen um 34 auf 744 Mitarbeiter reduziert.

Investitionen

In den ersten 3 Monaten investierte der Beate Uhse Konzern 3,2 Mio. DM. Die Investitionstätigkeit konzentrierte sich auf den Ausbau des stationären Einzelhandels (1,6 Mio. DM) und Multimedia-Bereichs (1,3 Mio. DM). Mit 2,4 Mio. DM flossen die investierten Mittel wesentlich in die Sachanlagen. Auf die Investitionen in Gebäude entfielen 0,7 Mio. DM. Für Film- und Softwarerechte wurden 0,1 Mio. DM investiert.

Ausblick

Nach den zahlreichen Akquisitionen in 1999 wird der Beate Uhse Konzern auch weiter international wachsen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem organischen Wachstum. Durch die neuen Tochterunternehmen und Beteiligungen ist Beate Uhse international optimal aufgestellt, um die Chancen des globalen Erotik-Markts zu nutzen.

Zweiter Schwerpunkt der Wachstumsstrategie ist der Ausbau des Bereichs Neue Medien. Beate Uhse wird den eigenen Content im Bereich Erotik-Entertainment konsequent verbreitern und bei der Vermarktung über alle elektronischen Medien neue Wege gehen.

Der Anspruch von Beate Uhse ist es, weltweit die Standards bei Erotik-Content, professioneller Vermarktung und Technologie-Entwicklung zu setzen.

Umsatzentwicklung
Versandhandel Jan.-März 1999 / 2000 in Mio.

