

ZWISCHENBERICHT JAN. – SEPT. 99

Beate Uhse



HIGHLIGHTS

- Erfolgreiche Akquisitionen und Joint Ventures
- Umsatzanstieg um 46 % auf 164,6 Mio. DM
- Ergebnisplus (DVFA/SG) von 134 % auf 12,8 Mio. DM
- Alle Geschäftsbereiche verbessert
- Auszeichnung auf der Venus-Erotikmesse

Dem Börsengang folgen planmäßig die Akquisitionen

Nach dem herausragenden Ereignis des ersten Halbjahres, dem Börsengang, der in den Medien eine ungewöhnlich starke Resonanz hervorrief, beruhigte sich der Kurs der Beate Uhse AG nach zum Teil sehr starken Ausschlägen und fand im Bereich um 20 Euro einen soliden Basiswert. Dies entspricht fast einer Verdreifachung des Emissionskurses von 7,20 Euro.

Das dritte Quartal war geprägt von Verhandlungen mit verschiedenen Eigentümern von Einzelhandels-, Großhandels- und Versandhäusern im Raum Benelux. Mit Wirkung zum 30. 6. 1999 wurde der internationale Erotikversand Pabo b.v. mit Sitz in Walsoorden, Niederlande, erworben. Pabo hat Geschäftsaktivitäten in Holland, Belgien, Frankreich, England und Österreich. Das Unternehmen erwartet für 1999 einen Umsatz von ca. 45 Mio. DM. Die Ergebnissituation ist sehr zufriedenstellend. Neben Pabo wurde zum 1. 10. 1999 die niederländisch-belgische Einzelhandelskette Sandereijn erworben.

Da die Erwerbskosten für die o.g. Akquisitionen 10 % des Grundkapitals der Beate Uhse AG von 42 Mio. Euro übersteigen, bedarf es zum Wirksamwerden der geschlossenen Verträge nach § 52 Abs. 3 AktG der Zustimmung der Hauptversammlung der Beate Uhse AG. Aus diesem Grunde planen die Organe der Gesellschaft die Durchführung einer außerordentlichen Hauptversammlung, um die Erwerbe formal zu beschließen. Bis zu einer positiven Entscheidung schlagen sich die Umsätze und Erträge der erworbenen Gesellschaften nicht in den Konzernzahlen der Beate Uhse AG nieder.

Entwicklung

Die Beate Uhse AG weist eine durchgängig positive Entwicklung in ihren Einzel-, Versand-, Großhandels- und Multimedia-Aktivitäten aus. Im Mittelpunkt der Expansionsstrategie stehen die internationalen Aktivitäten und der Geschäftsbereich Multimedia mit Audiotex und Internet. Im Einzelhandel wurde das kontrollierte Wachstum fortgesetzt. In Köln kam ein weiterer eigener Shop hinzu und im Lizenzgeschäft Inland weitere 5 Shops. Im Lizenzgeschäft Ausland wurden insgesamt 3 Läden in Jona und Fribourg (Schweiz) und in Meran (Italien) eröffnet. Die im Versandhandel im ersten Halbjahr vollzogene positive Trendwende setzte sich fort. Der Umsatz stieg im Vergleich zum 9-Monats-Vorjahreszeitraum um knapp 7%. Ein weiterer Anstieg ist durch die kürzlich gemeldete Eröffnung des weltweit ersten live betreuten Cybershops, chat@shop, der Beate Uhse AG zu erwarten. Damit können Kunden wählen, ob sie den im Sinne des e-commerce betriebenen Online-Shop mit oder ohne persönliche Assistenz besuchen wollen. Die gut angelaufenen Umsätze dieser neuen Shop-Variante zeigen bereits, dass der Durchschnittsumsatz pro Kunde durch Beratung deutlich erhöht werden kann.

Die Mitte 1998 zu 50 % übernommene Großhandelstochter ZBF befindet sich nach den deutlichen Sanierungsschritten der vergangenen Monate auf dem Wege der Besserung.

Die Beate Uhse AG hat sich entschieden, noch tiefer gehende Maßnahmen einzuleiten als ursprünglich geplant. Die Erfolge dieser Umstrukturierungen werden sich ab Mitte des Jahres 2000 deutlich positiv bemerkbar machen. ZBF weist zum 30. 9. 1999 ein ausgeglichenes Ergebnis aus. Der Umsatz liegt geringfügig über dem des Vorjahreszeitraums.

Der Multimedia-Bereich entwickelt sich weiter sehr erfreulich und liegt im Trend der hohen Erwartungen. Der Umsatz ist um 69 % gestiegen, und das Ergebnis liegt um 57 % über den vergleichbaren Daten des Vorjahres, die allerdings in den konsolidierten Zahlen des Konzerns im Vorjahr noch nicht ihren Niederschlag fanden, da der Erwerb der aktuellen Information erst mit Wirkung zum 1. 10. 1998 erfolgte. Im Berichtszeitraum wurde ein Vertrag mit T-Online verhandelt und per 1. 10. 1999 positiv abgeschlossen. Die Vereinbarung eröffnet der Beate Uhse Tochter COM Online exklusiv ein Erotik-Portalfenster auf der Eingangsseite des meistgenutzten deutschen Online-Providers. Die Gesellschaft entwickelt derzeit neue interessante Unterhaltungsseiten und Online-Aktivitäten im erotischen und nicht-erotischen Bereich. Darüber hinaus sind die Vorbereitungen angelaufen, die neuen Benelux-Töchter mit Online-Shops unter dem dort bestens eingeführten Versandhausnamen Pabo zu versorgen. Sie werden kurzfristig „ans Netz gehen“ und können sicher zusätzliche Umsätze und Erträge generieren. Ebenso dient der Pabo Versandhauskatalog als kostenlose Werbepattform. Hier wird die gesamte erotische Internet-Dienstleistungspalette der Beate Uhse AG den neu hinzugewonnenen Regionen Holland, Belgien, Frankreich und England zugänglich gemacht.

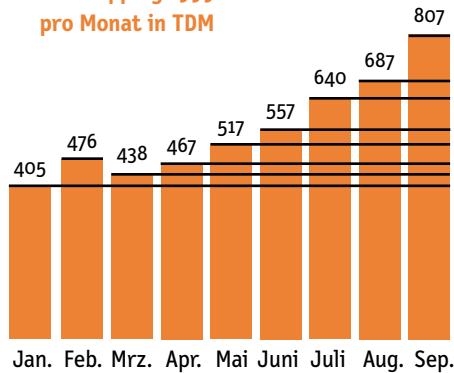
Umsatz

Der Beate Uhse Konzern hat in den ersten 9 Monaten mit 164,6 Mio. DM 46 % mehr umgesetzt als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Alle Geschäftsbereiche konnten zu diesem Wachstum beitragen. Besonders erfreulich entwickelt haben sich der Einzelhandel (+14 %) und der Bereich Multimedia (+69 %). Das hochprofitable Multimedia-Segment konnte damit den Anteil am Konzernumsatz von 7 % (31. 12. 1998) auf knapp 25 % steigern.

Ertrag

Das bereinigte Ergebnis nach Steuern (gemäß DVFA/SG) erreichte in den ersten 9 Monaten 12,8 Mio. DM. Im vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres waren es 5,5 Mio. DM. Das Ergebnis vor Steuern verdoppelte sich nahezu von 6,3 Mio. DM auf 11,7 Mio. DM. Es wurde von den einmaligen Aufwendungen des Börsengangs und Vorkosten der noch nicht in die Konsolidierung einbezogenen neu erworbenen niederländischen Unternehmen in Höhe von 9,2 Mio. DM belastet. Im Rahmen der negativen Korrekturposten des DVFA/SG-Ergebnisses wurden ferner Goodwill-Abschreibungen berücksichtigt, die durch Verrechnung der Firmenwerte mit Kapitalrücklagen in der eigentlichen G&V nicht mehr zum Tragen kommen.

**Umsatzentwicklung
Online-Shopping 1999
pro Monat in TDM**



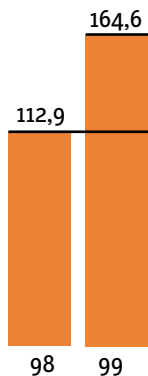
Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter im Beate Uhse Konzern ist seit dem 30.9.1998 durch Neukonsolidierungen zum 1.1.1999 zunächst angestiegen und reduzierte sich dann allerdings durch saisonale Schwankung insgesamt um 12 Mitarbeiter von 704 auf 692.

Investitionen

Die Investitionen lagen in den ersten 9 Monaten bei 8,7 Mio. DM. Bedeutendste Investitionsprojekte waren im Einzelhandel (3,7 Mio. DM) und Multimedia-Bereich (3,1 Mio. DM). Auf Anschaffung von Gebäuden und Investitionen in Gebäude entfielen 1,8 Mio. DM und auf Film- und Softwarerechte 1,1 Mio. DM. Der weitaus größte Betrag floss wie in der Vergangenheit in die Ausstattung der Einzelhandelsgeschäfte mit ca. 3 Mio. DM.

**Umsatz 3/98 zu
3/99 in Mio. DM**



**Bereinigtes Ergebnis
nach DFVA/SG 3/98 zu
3/99 in Mio. DM**



Bilanz

Die Eigenkapitalquote stieg durch den Börsengang von 36 % auf knapp 80 %. Eigenkapital und entsprechend die Bilanzsumme stiegen durch die Kapitalerhöhungen im 1. Quartal und im Rahmen des Börsengangs um insgesamt ca. 130 Mio. DM. Im Rahmen der Akquisition der niederländisch-belgischen Gruppe hat die Beate Uhse AG von der niederländischen ING Bank für

135 Mio. Gulden aus steuerlichen Gründen eine niederländische Zwischenholding, die Pertusa b.v., erworben, die wiederum die Übernahmen tätigt. Die Pertusa b.v. wird umbenannt in Beate Uhse b.v. Sie wird mittelfristig sämtliche Aktivitäten der Gruppe in den Niederlanden umfassen. Die Bilanz der Pertusa b.v. weist auf der Aktivseite beinahe ausschließlich liquide Mittel aus und auf der Passivseite ausschließlich Eigenkapitalpositionen, es handelt sich hierbei somit um eine reine Finanzierungsholding. Der Erwerb der Holdinggesellschaft schlägt sich in der Bilanz der Beate Uhse AG in den Finanzanlagen nieder. Der leichte Anstieg der Vorräte gegenüber dem 31.12.1998 weist auf die Bevorratung des Herbstgeschäfts hin. Der Anstieg der Forderungen reflektiert das insgesamt höhere Geschäftsvolumen. Die Gesellschaft verfügt derzeit über knapp 40 Mio. DM liquide Mittel.

Aussichten

Die Beate Uhse AG wird die eingeschlagene internationale Wachstumsstrategie konsequent fortsetzen. Die 9-Monats-Zahlen belegen, dass sich das Unternehmen insgesamt auf der Zielgeraden der Erwartungen für 1999 befindet, auch wenn nicht alle Einzelsegmente ihre Zielsetzung erfüllen (z.B. Großhandel). Die getätigten Investitionen und Aufwendungen sowie die Akquisitionskosten tragen dazu bei, den europaweit größten Erotik-Konzern fit für das nächste Jahrtausend zu machen. Derzeit laufen weitere Verhandlungen zur Übernahme eines europäischen Großhandels aus dem Nahbereich der bereits getätigten niederländisch-belgischen Akquisitionen. Mit australischen Partnern wurde eine Vereinbarung über eine Zusammenarbeit auf dem australischen Multimediemarkt geschlossen und eine gemeinsame Gesellschaft gegründet. Sobald die Gesellschaft gut im Markt etabliert ist, soll sie an der australischen Börse eingeführt werden. Ein ähnliches Projekt ist in der Entwicklung für den skandinavischen Markt. Die Multimedia-Division unterstützt die internationale Expansion durch Erweiterung ihrer Anwendungen in die jeweiligen Länder. Die Transformation der bestehenden Dienste vom heimatischen Computerzentrum aus bedarf in der Regel nur der Sprachanpassung und der Ausrichtung auf ggf. andere gesetzliche Regelungen. Damit ist der Bereich der neuen Medien im Konzern ein zukunftsorientierter Schlüsselbereich, der nahezu alle Akquisitionen mit den modernen Komponenten der multimedialen Welt verknüpft und so zu einem überproportionalen Wachstum und Erfolg beiträgt. Als brandaktuelles Highlight von der diesjährigen Venus-Erotikmesse in Berlin, Anfang November 1999, ist zu vermelden, dass die Beate Uhse AG mit der goldenen Venus als „Company of the year“ ausgezeichnet wurde. Diese Auszeichnung wird jährlich an die Gesellschaft verliehen, die das Image der Branche durch ihre unternehmerischen Leistungen wesentlich gefördert hat. Der in diesem Jahr neu gestaltete Messeauftritt der Beate Uhse Gruppe fand darüber hinaus große Beachtung. Die Ergebnisse der Messe bezeichnete der Vorstand mit mehr als zufriedenstellend.

Termine

- | | |
|---------------------|---|
| 7.12.1999 | Präsentation auf der German MidCap Conference |
| Mitte Januar | a. o. Hauptversammlung |
| Februar/Anfang März | vorläufige Abschlusszahlen 1999 |
| Ende März 2000 | Bilanzpressekonferenz |
| 6.6.2000 | Hauptversammlung |

Gewinn- und Verlustrechnung

	Jan. - Sep. 1999	Jan. - Sep. 1998
	TDM	TDM
Umsatzerlöse	164.566	112.850
sonst. Erlöse	8.136	4.809
Gesamtleistung	172.702	117.659
Materialaufwand	52.633	41.848
Personalaufwand	33.070	21.170
Abschreibungen	7.317	5.530
sonst. Aufwand	68.288	41.775
Zinsergebnis	308	-1.056
Ergebnis vor Steuern	11.702	6.280
Steuern	-2.878	-785
Ergebnis nach Steuern	8.824	5.495
DVFA-Korrektur	4.015	-
DVFA-Ergebnis	12.839	5.495

Bilanz

	30. 9. 1999	31. 12. 1998		30. 9. 1999	31. 12. 1998
	TDM	TDM		TDM	TDM
Immaterielles AV	3.103	32.571	Grundkapital	82.145	48.000
Sachanlagen	31.799	30.708	Kap.Rüttl./Gewinn	135.095	3.426
Finanzanlagen	123.537	1.856			
Anlagevermögen	158.439	65.135	Eigenkapital	217.240	51.426
			Sonderposten	114	146
Vorräte	31.886	27.358	Rückstellungen	15.101	28.077
Forderungen	39.193	35.504	Verb. Bank	32.130	51.357
Kassenbestand	38.017	6.616	Verb. Sonst.	12.044	13.286
RAP	9.094	9.683	RAP	-	4
Aktiva	276.629	144.296	Passiva	276.629	144.296

Cashflow

	Jan. - Sep. 1999	1998 (12 Monate)
Jahresüberschuss	8.692	4.024
Abschreibungen	7.317	10.209
sonstige Berichtigungen	226	1.038
Cashflow	16.235	15.271
Abnahme/Zunahme Aktiva/Passiva	-22.076	-26.720
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-5.841	-11.449
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-130.492	-60.832
Cashflow aus Finanzierung	167.734	69.267
Abnahme/Zunahme liquider Mittel	31.401	-3.014