



2004 **beate uhse**

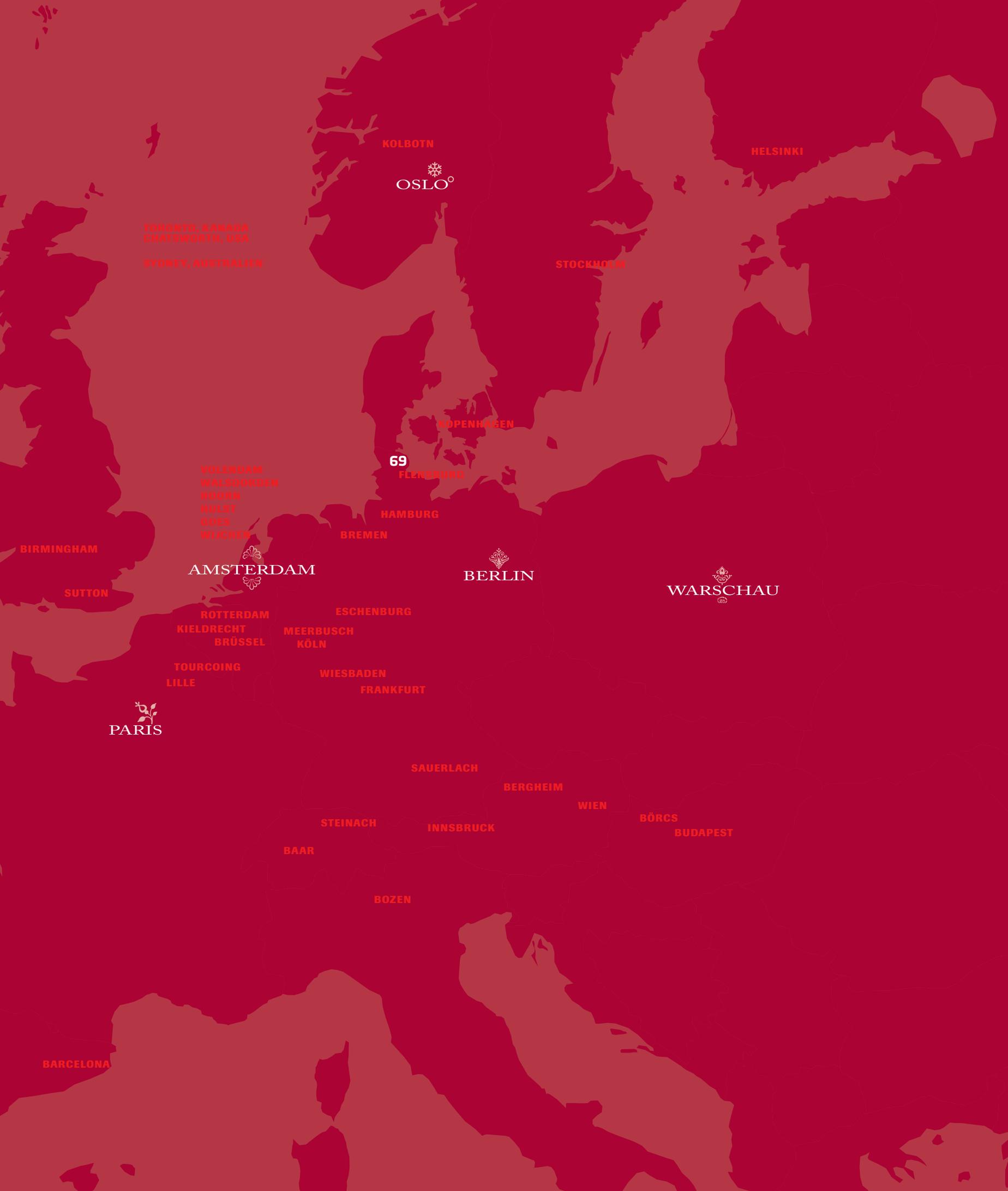


Unsere Vision:

Beate Uhse soll **der** universelle Anbieter von Erotik- und Sexprodukten für die ganze Welt sein.

KURZÜBERSICHT – BEATE UHSE AUF EINEN BLICK

Mio. EUR		2003	2004	Abw. %
UMSATZENTWICKLUNG				
Einzelhandel		77,3	85,9	11,2
Versandhandel		103,5	118,7	14,7
Großhandel		62,3	56,2	-9,7
Entertainment		22,5	17,0	-24,5
Holding Services		-	-	-
Umsatz total		265,6	277,9	4,6
Auslandsanteil des Umsatzes	%	52,6	56,6	
ERTRAGSLAGE				
EBITDA		31,5	28,8	-8,7
EBIT		21,5	18,6	-13,4
EBT		19,3	16,0	-16,8
Jahresüberschuss		9,9	9,7	-1,8
WEITERE ERTRAGSKENNZIFFERN				
Umsatzrendite vor Steuern	%	7,3	5,8	-20,9
Umsatzrendite nach Steuern	%	3,7	3,5	-5,4
Eigenkapitalrentabilität	%	14,5	13,4	-7,9
Rohermargine	%	68,7	73,0	6,2
FINANZLAGE				
Brutto Cashflow		20,0	19,7	-1,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		20,3	10,8	-46,8
Investitionen		19,3	10,1	-47,7
Abschreibungen		10,1	10,1	0,4
Abgeflossene Dividende		4,7	4,7	-0,9
VERMÖGENS- UND KAPITALSTRUKTUR				
Bilanzsumme		181,2	187,9	3,7
Eigenkapital		67,8	72,8	7,3
Eigenkapitalquote	%	37,4	38,7	3,5
Anlagevermögen		77,9	84,8	8,9
Umlaufvermögen		96,2	97,1	1,0
SONSTIGE ANGABEN				
Mitarbeiter	total	1.344	1.477	9,9
Personalaufwand		47,3	50,7	7,2
Materialaufwand		96,8	92,0	-4,9
Sonst. Aufwand		102,7	122,0	18,8
AKTIEN				
Anzahl der Aktien		47.323.696	47.323.696	-
Schlusskurs	EUR	13,25	10,48	-20,9
Höchstkurs	EUR	13,43	13,02	-3,1
Tiefstkurs	EUR	8,90	10,05	12,9
Ergebnis je Aktie	EUR	0,21	0,21	0,0
Cashflow je Aktie	EUR	0,46	0,42	-8,7



KOLBOTN

HELSINKI

OSLO°

TORONTO, KANADA
CHATSWORTH, USA

SYDNEY, AUSTRALIEN

STOCKHOLM

KOPENHAGEN

69

FLENSBURG

VOLLENDAM
WALSBOORDEN
HOORN
HULST
GIES
WILCKEN

HAMBURG

BREMEN

AMSTERDAM

BERLIN

WARSCHAU

BIRMINGHAM

SUTTON

ROTTERDAM
KIELDRECHT
BRÜSSEL

ESCHENBURG

MEERBUSCH
KÖLN

TOURCOING
LILLE

WIESBADEN
FRANKFURT

PARIS

SAUERLACH

BERGHEIM

WIEN

STEINACH

INNSBRUCK

BÖRCS

BUDAPEST

BAAR

BOZEN

BARCELONA

2004 beate uhse

INHALT**1.0 BRIEF AN DIE AKTIONÄRE**

- 1.1 Die entscheidenden Fakten 2004
- 1.2 Entertainment
- 1.3 Strategie & Ausrichtung
- 1.4 Zukunftsmärkte
- 1.5 Dank an die Mitarbeiter

2.0 CHRONIK DER BEATE UHSE AG

- 2.1 Jahr 2004
- 2.2 Firmengeschichte

3.0 BEATE UHSE STIFTUNG

- 3.1 Unterstützte Projekte
- 3.2 Beate Uhse - Chronik eines Lebens

4.0 AKTIE

- 4.1 Kursverlauf
- 4.2 Marktkapitalisierung
- 4.3 Index-Vergleich
- 4.4 Verkauf eigener Anteile
- 4.5 Investor Relations
- 4.6 Research
- 4.7 Designated Sponsoring
- 4.8 Aktionärsstruktur
- 4.9 Dividendenpolitik
- 4.10 Aktienoptionsprogramm

5.0 CORPORATE GOVERNANCE

- 5.1 Aktionäre und Hauptversammlung
- 5.2 Zusammenarbeit der Gremien
- 5.3 Vorstand
- 5.4 Aufsichtsrat
- 5.5 Transparenz
- 5.6 Rechnungslegung
- 5.7 Entsprechenserklärung

6.0 BERICHT DES AUFSICHTSRATS

- 6.1 Arbeit der Ausschüsse
- 6.2 Arbeitsschwerpunkte
- 6.3 AG- und Konzernabschlussprüfung 2004
- 6.4 Directors' Dealings & Interessenskonflikte
- 6.5 Neuzusammensetzung des Aufsichtsrats
- 6.6 Abhängigkeitsbericht
- 6.7 Dank an die Mitarbeiter

7.0 LAGEBERICHT

- 7.1 Das Jahr 2004
- 7.2 Konjunktur, Markt und Branche
- 7.3 Strategie und Umsetzung
- 7.4 Einzelhandel
- 7.5 Versandhandel
- 7.6 Großhandel
- 7.7 Entertainment
- 7.8 Umsatz
- 7.9 Ertragslage
- 7.10 Vermögenslage
- 7.11 Finanzlage
- 7.12 Mitarbeiter
- 7.13 Umweltbericht
- 7.14 Nachtragsbericht
- 7.15 Risiko- und Chancenmanagement
- 7.16 Prognosebericht

8.0 BILANZ DES KONZERNS**9.0 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DES KONZERNS****10.0 CASHFLOW DES KONZERNS****11.0 ANLAGENSPIEGEL DES KONZERNS****12.0 ANHANG DES KONZERNS**

- 12.1 Darstellung der Konzernverhältnisse
- 12.2 Allgemeine Bilanzierungsgrundsätze
- 12.3 Erläuterungen zu der Konzernbilanz
- 12.4 Erläuterungen zur Konzern GuV
- 12.5 Sonstige Angaben zum Konzern

13.0 SEGMENTBERICHT DES KONZERNS**14.0 EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DES KONZERNS****15.0 ANTEILSBESITZ DES KONZERNS****16.0 BESTÄTIGUNGSVERMERK****17.0 KURZFASSUNG JAHRESABSCHLUSS BEATE UHSE AG**

- 17.1 Bilanz
- 17.2 Gewinn- und Verlustrechnung
- 17.3 Erläuterungen

18.0 DIVERSES

- 18.1 Mehrjahrestabelle
- 18.2 Finanzkalender 2005
- 18.3 Kontakt
- 18.4 Hinweisbekanntmachung
- 18.5 Impressum

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE AKTIONÄRE,

2004 war für die Beate Uhse AG ein wechselhaftes Jahr. Wir sind mit dem ersten Quartal 2004 sehr gut in das Jahr gestartet. Im zweiten und dritten Quartal hat uns die Kaufzurückhaltung der Kundinnen und Kunden insbesondere in Deutschland und den Benelux-Ländern zu schaffen gemacht. Das Weihnachtsgeschäft verlief dagegen überaus erfreulich. Mit dem Gesamtverlauf des Jahres 2004 waren wir beim Umsatz zufrieden; hier haben wir unseren Plan nahezu erfüllt. Das gilt leider nicht für den operativen Gewinn. Dazu haben im Wesentlichen zwei Punkte beigetragen: die Probleme in der Lagerlogistik und die Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen im Entertainment. Sie haben uns nicht zu dem Ergebnisziel geführt, welches wir uns vorgenommen hatten. Mit einem Vorsteuerergebnis von 16 Mio. Euro 2004 haben wir unsere Planung nicht erreicht. Zufrieden waren wir dagegen mit dem, was unter dem Strich herauskam – dem Jahresüberschuss. Dieser lag trotz eines niedrigen Vorsteuerergebnisses auf dem Niveau des Vorjahres.

Wir haben 2004 mit dem neuen Zentrallager in Almere (Niederlande) eine entscheidende Weiche für die Zukunft gestellt. Wir sind sicher, ab dem kommenden Jahr den daraus resultierenden Erfolg einfahren zu können.

Ende 2004 standen wir kurz vor dem Verkauf unserer Beteiligung an der erotic media ag. Es war geplant, 12 Mio. Aktien zu einem Preis je Aktie von 8,50 Euro an die Almira S.A. zu veräußern. Die Verhandlungen begannen im Herbst 2004. Am 8. Dezember 2004 veröffentlichten wir eine Adhoc-Mitteilung zu dem möglichen Verkauf der Anteile, da aus Sicht des Vorstands zu diesem Zeitpunkt eine hinreichende Wahrscheinlichkeit bestand, dass der Vertragsabschluss vollzogen werden würde. Die Verhandlungen mit der Almira S.A. zogen sich in das Jahr 2005. Am 11. März 2005 teilte die Almira S.A. der Beate Uhse AG mit, dass die Übernahme der Anteile nicht in dem geplanten Zeitrahmen erfolgen könnte. Die Beate Uhse AG beendete daraufhin fürs Erste die Verkaufsverhandlungen; bleibt für weitere Gespräche aber offen.

1.1 WAS WAREN DIE ENTSCHEIDENDEN FAKTEN DES JAHRES 2004?

- Der Umsatz stieg trotz des wirtschaftlich schweren Umfelds um 4,6 Prozent auf 278 Mio. Euro. Der Konzern erzielte damit den höchsten Umsatz in der Firmengeschichte.
- Das Betriebsergebnis (EBIT) sank auf 18,6 Mio. Euro. Das entspricht einem Minus von 13,3 Prozent.
- Das Vorsteuerergebnis (EBT) fiel um 16,7 Prozent geringer aus und lag bei 16 Mio. Euro.
- Der Jahresüberschuss blieb konstant und lag zum Jahresende bei 9,7 Mio. Euro.
- Die Gesamtkapitalrendite (ROI) bleibt nahezu stabil bei 6,5 Prozent.
- Das Ergebnis je Aktie lag somit bei 0,21 Euro.

Strategischer Weitblick,
Durchsetzungsvermögen
und Menschlichkeit - das
sind die Attribute, mit denen
wir die Beate Uhse AG in
die Zukunft führen möchten.



1.2 DIE ZUKUNFT DES ENTERTAINMENTS

Die Beate Uhse Entertainment-Sparte entwickelte sich 2004 nicht entsprechend unseren Vorstellungen. Vielfältige Faktoren, darunter u.a. neue gesetzliche Grundlagen in Deutschland, haben die Basis des Online-Geschäftes verändert. In der Folge kam es im Markt generell zu wesentlichen Einschnitten im Umsatz durch den Vertrauensverlust der Verbraucher gegenüber Dialer-Inkasso-Methoden. Zudem erhöhte sich die Preissensibilität der Verbraucher durch die kostenfreien Preisansagen auf Mehrwertdienstnummern. Als weiterer umsatzbeeinflussender Punkt sind die Verschärfungen der Jugendschutzbestimmungen zu nennen. Sie haben zum Teil dazu beigetragen, dass Marktanteile an ausländische Onlineanbieter verloren gingen, da diese anderen Bestimmungen unterliegen. Insgesamt verzeichnete der Online-Markt 2004 eine Verschiebung der Kunden-Kaufentscheidungen von spontanen Käufen hin zu bewussten Käufen. Diese Entwicklung traf nicht nur die Beate Uhse new media mit wesentlichen Umsatzeinschnitten. Der Online-Markt in Deutschland hatte 2004 ein Umsatzminus von 70 Prozent zu verkraften.

Beate Uhse hat sich 2004 auf diese neuen Anforderungen mit diversen technischen Neuerungen eingestellt. Es wurden u.a. Dialer-Technologien entwickelt und das Kundenerlebnis von Online-Produkten gezielt auf die neuen Kaufentscheidungsprozesse der Kunden abgestellt.

Es ist unser Ziel, die Entertainment-Aktivitäten in der Zukunft innerhalb des Konzerns noch stärker zu bündeln. Im Fokus unserer Arbeit im Entertainment stehen zukünftig die folgenden Geschäftsfelder:

- das Stammgeschäft im Internet,
- die neuen Breitbandtechnologien und
- der Sektor Video-on-Demand.

Wir sehen in diesen Bereichen interessante Möglichkeiten, Beate Uhse weiterhin eigenständig oder auch in Kooperationen im Markt zu positionieren.

1.3 STRATEGIE UND AUSRICHTUNG DES KONZERNS

Beate Uhse ist trotz der nicht einfachen Situation in 2004 auf dem Weg, die Vision „DER universelle Anbieter von Erotik- und Sex-Produkten für die ganze Welt zu werden“ zu realisieren. Durch die erneute Steigerung unseres Umsatzes und die höhere Marktdurchdringung im internationalen Erotik-Geschäft haben wir weiteren Boden gut gemacht. Auch 2004 ist Beate Uhse gemessen am Umsatz das größte Erotik-Unternehmen der Welt.

Mit unseren vier Profit-Centern sind wir im internationalen Erotik-Markt gut aufgestellt. Im Vordergrund unserer Bemühungen steht das organische Wachstum des Konzerns. Bieten sich in vielversprechenden Märkten oder Segmenten interessante Unternehmungen zum Kauf, so prüfen wir gewissenhaft die Chancen und Risiken einer Übernahme.

Dies war 2004 bei den beiden großen Akquisitionsmöglichkeiten General Media Inc./Penthouse und condomi AG der Fall. Wir haben uns nach gründlichen Prüfungen am Ende gegen die Übernahme beider Unternehmen entschieden.

Auch die Einhaltung der strategischen Leitlinien des Konzerns zählt bei solchen Entscheidungen zu den obersten Prioritäten. Wir haben uns 2004 weiter auf unsere Kernkompetenzen konzentriert, die Internationalisierung klar vorangetrieben (z.B.: Ausbau des Filialnetzes in Europa), Optimierungspotentiale aufgespürt, um die Effizienz und den Profit des Unternehmens langfristig zu steigern (z.B.: Zentralisierung der konzernweiten Lagerlogistik in Almere) und die Marke Beate Uhse noch mehr in den Mittelpunkt unserer Aktivitäten gerückt (z.B.: weitere Umstellung der Beate Uhse Shops auf ein neues, modernes Design).

1.4 BEATE UHSE POSITIONIERT SICH IN DEN ZUKUNFTSMÄRKTEN

Zur Stärkung der Präsenz der Marke Beate Uhse hat im vergangenen Jahr auch die Einführung des neuen Shop-Konzeptes Mae B. beigetragen. Mae B. wurde als „Tochter“ von Beate Uhse positioniert und richtet sich an moderne, selbstbewusste Frauen, die wissen, was sie in Sachen Sex und Erotik wollen. Im Laufe des Jahres haben wir vier Shops in Hamburg, Berlin und Frankfurt eröffnet. Drei davon sind Shop-in-Shops in den großen Karstadt Warenhäusern, eines ist ein Stand-alone-Geschäft in einer der beliebtesten Einkaufsstraßen von Hamburg. Nach diesem ersten Roll-out sind wir derzeit in der Phase der Überprüfung von Warensortiment, Warenpräsentation und weiteren Standorten.

1.0
1.5

Meine Damen und Herren, mit den wesentlichen Maßnahmen in 2004,

- der Bündelung der Entertainment-Aktivitäten,
- der Zentralisierung der Lagerlogistik in Almere,
- der Fortsetzung des internationalen Ausbaus des Filialnetzes in Europa und
- dem Ausbau der Marktpräsenz im Versandhandel,

haben wir entscheidende Grundsteine für die weitere internationale Expansion und damit den zukünftigen Erfolg unseres Unternehmens gelegt. 2004 kam es im Rahmen der Umsetzung einiger dieser Maßnahmen, insbesondere bei der Verlagerung der Großhandelslogistik, zu Ergebniseinbußen. Wir sind jedoch sicher, dass das Zentrallager ein Investment in die Zukunft von Beate Uhse ist. Dies wird sich spätestens ab 2006 beweisen, wenn auch die möglichen Synergiepotentiale zwischen den Profit-Centern, die durch die Zentralisierung ermöglicht werden, in vollem Umfang umgesetzt werden.

1.5 UNSER DANK GILT DEN MITARBEITERN Unser Dank gilt allen, die sich jeden Tag auf ein Neues für den Erfolg des Beate Uhse Konzerns einsetzen. Wir sind der Realisation unserer Vision einen großen Schritt näher gekommen. Das verdanken wir in erster Linie unseren Mitarbeitern. Sie haben durch Ihr Engagement, Ihr Feedback auf allen Ebenen und als überzeugte Beate Uhse Botschafter das Unternehmen wesentlich gestärkt. Dafür danken wir Ihnen sehr herzlich und freuen uns, gemeinsam mit Ihnen die neuen Aufgaben anzupacken.

Mit freundlichen Grüßen



Otto Christian Lindemann
Vorstandssprecher
Finanzvorstand



Gerard Cok
Vorstand operatives Geschäft

DIE CHRONIK

2.1 DAS JAHR 2004

JANUAR

Beate Uhse kann für das Geschäftsjahr 2003 zum Dezember eine Punktlandung bei Gewinn- und Umsatzentwicklung vermelden.

FEBRUAR

Die Deutsche Telekom AG kündigt allen Kunden die in der Vergangenheit gewährleistete Übernahme des Forderungsausfall-Risikos. Fast gleichzeitig führt der Gesetzgeber in Deutschland kostenfreie Preisansagen für Anrufer aus dem deutschen Festnetz auf Mehrwertdiensternummern ein und verstärkt damit die Preissensibilisierung der Internet-User. Beide Maßnahmen führen zu Umsatzeinbußen im Online-Geschäft.

MÄRZ

Beate Uhse bietet für das US-amerikanische Unternehmen General Media Inc. 62 Mio. Euro und meldet damit Interesse an den Lizenzrechten der Marke Penthouse an. Im Sommer 2004 entscheidet Beate Uhse sich gegen ein weiteres Mitbieten um die Lizenzrechte.

Das Erotikshop-Konzept Mae B. geht Ende März mit zwei Shops in Hamburg an den Start (Karstadt Warenhaus Mönckebergstraße/Bleichenbrücke).

Der Großhändler Scala B.V. lädt zu seiner alljährlichen Frühjahrsmesse nach Amsterdam ein und erzielt bei Kunden und Interessenten einen beachtlichen Erfolg.

Nach Frankfurt, Hannover und München eröffnet Beate Uhse am Flughafen von Stuttgart den vierten Airport-Shop.

APRIL

Beate Uhse jetzt auch an Tankstellen! Mit der Beate Uhse Internet-Card können sich Kunden ausgewählte, kostenpflichtige Seiten anschauen und erotische Chats nutzen. Vertriebspartner der sexy Karten ist die Firma Lekkerland, die in Deutschland in großem Stil Tankstellen beliefert.

Der Beate Uhse Einzelhandel eröffnet die dritte Filiale in Polen (Poznan).

MAI

Die niederländische Scala BV, der bedeutendste Großhändler von Erotik-Produkten in der Welt, zieht in das neue Logistik-Zentrum Almere, Niederlande.

Die Expansion des Fachmarktkonzeptes im Einzelhandel wird durch ein weiteres Großflächen-Geschäft in Antwerpen, Belgien, fortgesetzt.

JUNI

Die Beate Uhse AG prüft die Übernahme der Kölner condomini AG, entscheidet sich später aber gegen einen Einstieg.

2.2 FIRMENGESCHICHTE

1946

Beate Uhse startet mit dem Versand der „Schrift X“, einer Aufklärungsbroschüre über Empfängnisverhütung nach der Knaus-Ogino-Methode.

1948

Gründung des Versandhandels. Der erste Prospekt erscheint mit acht Seiten.

1952

Das junge Unternehmen beschäftigt 6 Mitarbeiter, hat 200.000 Kunden und veröffentlicht den 32-seitigen Katalog „Stimmt in unserer Ehe alles?“ mit über 50 Produkten.

1962

Der erste Sex-Shop der Welt eröffnet in Flensburg.

1971

Beate Uhse eröffnet ihren 25. Shop in Deutschland.

JULI

Mae B. eröffnet den zweiten Shop-in-Shop in einem Karstadt Warenhaus am Hermann-Platz in Berlin.

AUGUST

Frankfurt wird zum dritten Standort in Deutschland für das neue Shop-Konzept Mae B. für Frauen und Paare.

Die zweite Umsetzungsstufe des Gesetz zur Bekämpfung des Missbrauchs von Mehrwertdiensternummern tritt in Kraft. Anrufer aus dem Mobilfunknetz erhalten kostenfreie Tarifsagen vor Gesprächsbeginn. Der Umsatz des Online-Geschäfts wird davon negativ beeinflusst.

SEPTEMBER

Der Wert der Marke Beate Uhse steigt laut Semion Brand Studie auf 62 Mio. Euro. Beate Uhse zählt damit zu den 50 wertvollsten und bekanntesten Marken Deutschlands.

Beate Uhse TV erzielt die größte Verbreitung seit dem Sendestart.

OKTOBER

Der Einzelhandel erhöht seine Beteiligung an der Beate Uhse Italia GmbH rückwirkend zum 1. Juni 2004 auf 96 Prozent und stärkt damit die Präsenz in Italien.

Beate Uhse strafft die Strukturen im Skandinavien Geschäft und unterzieht die dortigen Aktivitäten einer kompletten Reorganisation.

NOVEMBER

Das Warenlager der Christine le Duc-Kette zieht in das neue Zentrallager in Almere um. Der Konzern realisiert damit erstmals durch das neue Logistik-Zentrum zusätzliche Synergie-Potentiale zwischen den Profit-Centern.

DEZEMBER

Beate Uhse verhandelt mit der Almira S.A. über den Verkauf von Anteilen (12 Mio. Aktien) an der erotic media ag.

2.0
2.2

1975

Für diesen Moment hat die Unternehmerin Beate Rotermund hart gekämpft: Der § 184 StGB tritt in Kraft, es kommt zur Freigabe der regulierten Pornographie.

1981

Beate Uhse wird zur Aktiengesellschaft. Es kommt zur Realteilung des Unternehmens im Rahmen der Nachfolgeregelung.

1999

Der Börsengang: Erstnotiz der Beate Uhse Aktie an der Frankfurter Wertpapierbörse.

2001

Beate Rotermund stirbt am 21. Juli 2001.

2002

Relaunch der Marke Beate Uhse: Neugestaltung von Corporate Design, Markenarchitektur und Vorstellung des neuen Slogans „Sex up your Life“.

DIE BEATE UHSE STIFTUNG

Die Spendenbereitschaft in Europa und der ganzen Welt ist zum Glück groß; ganz besonders, wenn es um Katastrophen gewaltigen Ausmaßes geht. Das durften wir im Dezember 2004 und Anfang 2005 erleben, nachdem die unbeschreibliche Flutwelle weite Küstenregionen von Indonesien, Thailand, Indien, Sri Lanka und anderer Nationen zerstört hatte. Die Unterstützung von kleineren, weniger spektakulären Projekten tritt in solchen Zeiten immer leicht in den Hintergrund. Was verständlich ist, sich aber für die Initiatoren kleinerer Projekte erschwerend auswirken kann.

Die Beate Uhse Stiftung (www.beate-uhse-stiftung.de) hat sich auch 2004 in eben diesen kleineren, regionalen Hilfsprojekten engagiert und sich für Menschen in Not eingesetzt. Der Fokus der Aktivitäten lag weiterhin in den Bereichen Erziehung, Bildung und soziale Fürsorge, insbesondere für in Not geratene Frauen. Die Beate Uhse Stiftung hilft, wo schnelle und unbürokratische Hilfe wichtig ist.

3.1 UNTERSTÜTZTE PROJEKTE Im Gedenken an Beate Rotermund hat die Stiftung an ihrem Geburtstag (25. Oktober) die Flensburger Beratungsstelle für krebserkrankte Frauen, „Konkret“, mit einer Spende unterstützt. Das psychosoziale Beratungszentrum bietet krebserkrankten Frauen und deren Angehörigen Beratung und Beistand in diesen schwierigen Lebensphasen.

Besonders intensiv bemühte sich die Beate Uhse Stiftung in einem weiteren Projekt um eine junge, an Leukämie erkrankte Frau aus Schleswig-Holstein. Durch das gespendete Geld konnten im Rahmen einer großen Blutspende-Aktion Blutproben auf ihre Stammzellen hin typisiert werden. Doch auch die Hilfsaktion konnte das Leben der jungen Patientin nicht mehr retten. Sie verstarb Ende 2004.

Im Rahmen ihrer Arbeit kümmerte sich die Beate Uhse Stiftung auch um Menschen, deren Krankheit nicht lebensbedrohlich ist, jedoch die Lebensqualität wesentlich beeinträchtigt: um Blinde und Sehbehinderte. Die Schleswiger Iris-Stiftung unterstützt das Hamburger Institut für Rehabilitation und Integration Sehgeschädigter in ihrer Arbeit. Gemeinsames Ziel ist es, Sehbehinderten ein möglichst eigenständiges und unabhängiges Leben zu ermöglichen. Neben hilfebedürftigen Frauen stehen natürlich auch Kinder im Zentrum der Stiftungsarbeit. Bereits 2003 ermöglichte die Stiftung einem mehrfach behinderten Hamburger Jungen eine Delfin-Therapie in Florida. 2004 wurden zwei weitere Kinderprojekte in Schleswig-Holstein unterstützt. Das „Kinder – Kindernetzwerk Diako“ in Flensburg hat es sich zum Ziel gesetzt, den Krankenhausaufenthalt für die kleinen Patienten so kindgerecht wie möglich zu gestalten. Kinder sollen sich im Krankenhaus geborgen fühlen können und Traumata sollen so vermieden werden. Neben den Kindern werden auch die Eltern und Familien stark in die Arbeit integriert.

Auch die Arbeit des „Initiativkreis Kinderhospiz“ unterstützte die Beate Uhse Stiftung 2004 nach Kräften. Kinder mit lebensverkürzenden Erkrankungen werden durch die Initiative des Katharinenhospiz Flensburg gemeinsam mit ihren Eltern und Geschwistern in einer ambulanten Betreuung begleitet. Durch die Spende konnte eine Anlauf- und Kontaktstelle im Katharinenhospiz eingerichtet werden.

3.2 BEATE UHSE - CHRONIK EINES LEBENS Um sich unter anderem bei ihren Großspendern zu bedanken, wurde mit Hilfe des Archivs der Beate Uhse Stiftung der 205-seitige Bildband „Beate Uhse – Chronik eines Lebens“ publiziert. Das Buch enthält bisher unveröffentlichte Fotos aus dem Privatnachlass von Beate Rotermund. Aus dem Verkaufserlös des über die Beate Uhse Holding GmbH vertriebenen Buches (www.beateuhse-holding.de) gehen 5 Euro an die Beate Uhse Stiftung.

Die Beate Uhse Stiftung würde sich über Ihre Spende sehr freuen!

Beate Uhse Stiftung zu Flensburg
Flensburger Sparkasse - Konto: 666 666 - BLZ 215 500 50

3.0
3.2

DIE AKTIE

4.1 KURSVERLAUF 2004 Die Entwicklung der Beate Uhse Aktie war über das Jahr gesehen nicht zufriedenstellend. Die Aktie startete in das Jahr mit einem Kurs von 13,02 Euro (Xetra) und lag am 30. Dezember 2004 bei 10,48 Euro. Zu Beginn des 1. Quartals war das Wertpapier durch den im November 2003 gestarteten Rückkauf eigener Anteile beeinflusst. Ende März 2004 notierte sie bei 11,75 Euro. Das 2. Quartal war durch den Verkauf eigener Anteile geprägt, da die beabsichtigte Übernahme der General Media Inc. nicht realisiert wurde. In Vorbereitung auf die Akquisition waren Beate Uhse Aktien im Markt als mögliche Währung an der Börse gekauft worden. Die Aktie schloss zum Ende des 1. Halbjahres mit einem Kurs von 11,09 Euro und einer Entwicklung von minus 14,8 Prozent (Xetra) ab. Dieser Trend setzte sich auch im 3. Quartal fort. Die Aktie lag Ende September bei 10,40 Euro (Xetra) und somit bei einem Minus von 20,1 Prozent seit Jahresbeginn. Ende des 4. Quartals bestand für die Beate Uhse AG eine hinreichende Wahrscheinlichkeit, mit der Almira S.A. zu einem Vertragsabschluss über den Verkauf von 12 Mio. Aktien aus der Beteiligung an der erotic media ag zu kommen und damit einen zusätzlichen Ertrag von über 70 Mio. Euro für das Jahr 2004 zu erzielen. Diesen Sachverhalt veröffentlichte die Beate Uhse AG entsprechend des neuen Anlegerschutzverbesserungsgesetzes (AnSVG) am 8. Dezember 2004 per Adhoc-Mitteilung. In der Folge stieg der Aktienkurs leicht auf 11,14 Euro. Zum Jahresabschluss lag die Beate Uhse Aktie bei 10,48 Euro. **Über das Gesamtjahr betrachtet entspricht das einer Entwicklung von minus 19,5 Prozent (Xetra). Der Durchschnittskurs über 12 Monate lag bei 11,09 Euro.** Die Aktie markierte ihren höchsten Kurs im Januar mit 13,02 Euro und hatte ihren Tiefstand von 10,05 Euro im Oktober 2004.

KURSENTWICKLUNG 2003/2004

		2003	2004
Eröffnung	EUR	11,25	13,02
Schluss	EUR	13,25	10,48
Hoch	EUR	13,43	13,02
Tief	EUR	8,90	10,05
Durchschnitt	EUR	10,60	11,09
Entwicklung	%	17,78	-19,50

Basis: Xetra / Dt. Börse

4.2 MARKTKAPITALISIERUNG Die Beate Uhse Aktie startete mit einer Marktkapitalisierung von 623 Mio. Euro in das Jahr (Marktkapitalisierung Free Float: 214 Mio. Euro). Dem Kursverlauf entsprechend sank die Marktkapitalisierung im Laufe des Jahres auf 485 Mio. Euro (Marktkapitalisierung Free Float: 147 Mio. Euro). Zum Jahresabschluss verbesserte sich der Wert auf 495 Mio. Euro (Marktkapitalisierung Free Float: 152 Mio. Euro). Das Handelsvolumen lag im Xetra bei 1,5 Mio. Aktien (Wert: 16,9 Mio. Euro) im Gesamtjahr. Durchschnittlich wurden täglich 5.961 Stücke gehandelt.

AKTIEN-KENNZAHLEN 2003/2004

		2003	2004
EPS		0,21	0,21
KGV		64	51
KCF		28,6	25,12
Kurs/Umsatz		2,4	1,8
Kurs/EBITDA		19,9	17,2
Kurs/Buchwert		13,0	8,2
Buchwert je Aktie		1,0	1,3
Grundkapital	Stück	47.323.696	47.323.696
Gewichtung im SDAX	%	3,8	2,2
Marktkapitalisierung	EUR	623	495
Marktkap. Free Float	EUR	183	152
Ø Umsatz/Tag	Stück	13.538	5.961

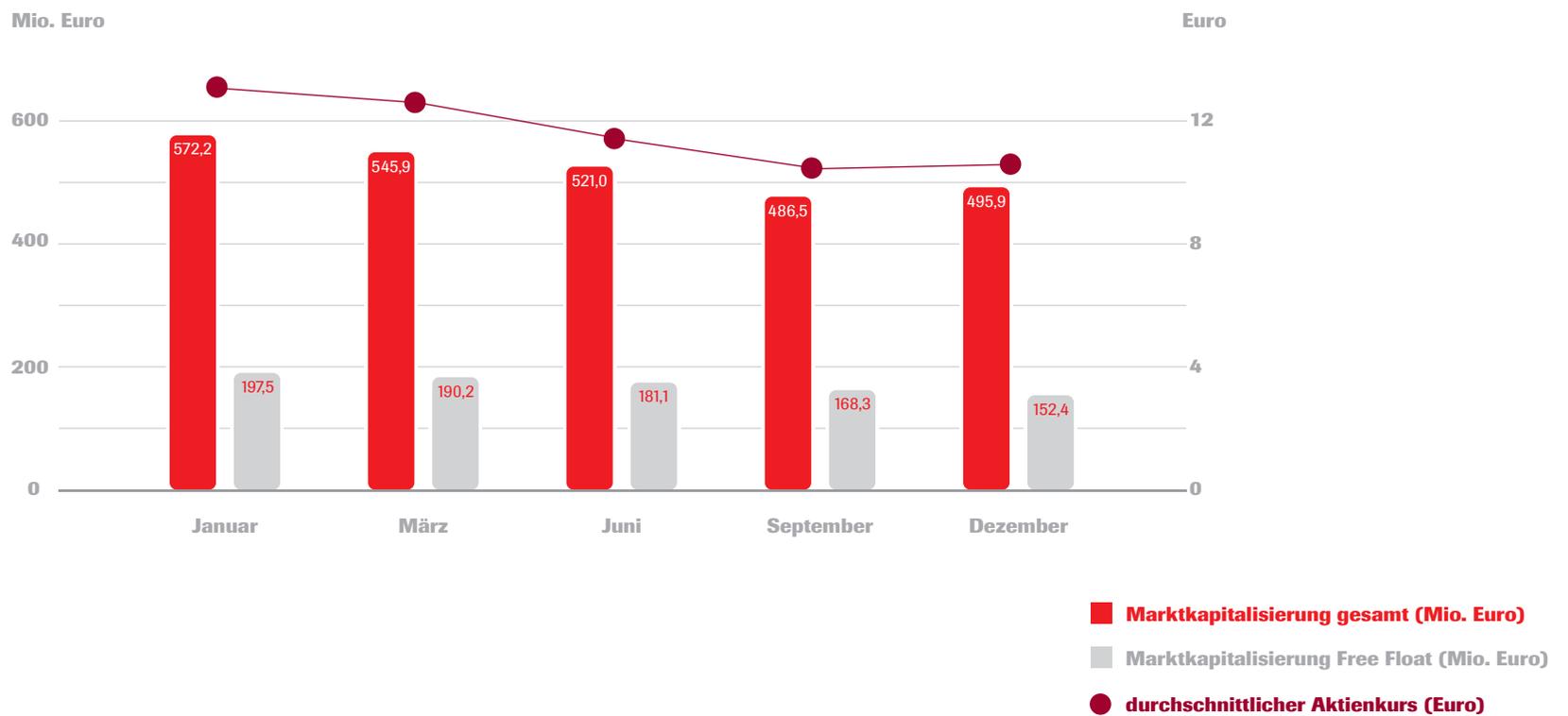
Basis: Xetra

4.3 VERGLEICH MIT DEN INDIZES In Relation zum Aktienmarkt entwickelte sich die Beate Uhse Aktie in 2004 schwächer als die Indizes. Der SDAX schloss das Jahr mit einem Plus von 11,4 Prozent ab. Auch im Vergleich mit dem DAX und MDAX verzeichnete Beate Uhse mit minus 19,5 Prozent einen schwächeren Verlauf.

Die Beate Uhse Aktie ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet und Mitglied im SDAX, Classic All Share, im Branchenindex Prime Retail und ab 3. Januar 2005 auch im neuen GEX. Der Index GEX umfasst alle deutschen Unternehmen aus dem Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse, die seit maximal zehn Jahren börsennotiert sind und die von Eigentümern geführt werden, die mindestens 25 Prozent der Anteile halten. Zum Start des neuen Mittelstands-Index waren rund 120 Unternehmen qualifiziert.

4.4 VERKAUF EIGENER ANTEILE Wie der Vorstand der Beate Uhse AG den Aktionären bereits zur Hauptversammlung 2004 ankündigte, verkaufte Beate Uhse im Verlauf des Jahres eigene Anteile (549.450 Stück). Die Verkäufe erfolgten überwiegend außerbörslich (476.000 Stück), die weiteren Anteile (73.450 Stück) wurden in der ersten Jahreshälfte über die Börsenplätze verkauft. Damit gab Beate Uhse Aktien in den Markt, die in Vorbereitung auf eine

4.0
4.4



MARKTKAPITALISIERUNG UND AKTIENKURS 2004

mögliche Übernahme der General Media Inc. gekauft worden waren. Die Beate Uhse Gruppe hatte sich für den Kaufpreis der General Media Inc. einen klaren Preisrahmen gesetzt. Da das Unternehmen über diesem Limit verkauft wurde, kam Beate Uhse nicht zum Zuge. Die vorab erworbenen Aktien wurden im Juni und Juli 2004 für einen Durchschnittskurs von 11,98 Euro in den Markt gegeben. Dies entspricht einem Verlust von rund 0,41 Euro pro Aktie (gesamt: 227.268,73 Euro). Insgesamt realisierte Beate Uhse durch den Verkauf der eigenen Anteile in 2004 einen Erlös von 6,8 Mio. Euro.

4.5 INVESTOR RELATIONS Die enge Kommunikation mit dem Finanzmarkt hat für Beate Uhse eine zentrale Bedeutung. Auch 2004 setzte das Unternehmen die gezielte Kommunikation mit Finanzmarktteilnehmern fort. Der Finanzvorstand führte während vier Roadshows in Frankfurt und London Gespräche mit institutionellen Anlegern und Analysten. Unterjährig stand der Vorstand in kontinuierlichem Kontakt mit Entscheidungsträgern des Finanzmarktes. Private Anleger wurden über aktuelle Ereignisse durch das Internet informiert. Persönliche Anfragen beantwortete die Abteilung Investor Relations zeitnah und umfassend.

Im Verlauf des Jahres relaunched Beate Uhse ihre Investor Relations Seiten im Internet. Unter www.beate-uhse.ag finden Aktionäre und Interessenten alle gesetzlich geforderten, aktuellen und wichtigen Informationen zu dem Wertpapier und zu den Unternehmungen des Beate Uhse Konzerns.

BASISDATEN

Handelsplätze	FWB, alle Dt. Börsen	
IPO Aktienpreis	EUR	7,20
Segment	Prime-Standard	
ISIN	DE0007551400	
Börsenkürzel	USE	
Aktionärsstruktur (31.12.2004):		
Orthmann AG	%	54
Consipio Holding BV	%	21
Free Float	%	25

ERGEBNIS JE AKTIE 2003/2004

		2003	2004
Netto-Periodenergebnis	Mio. EUR	9,9	9,7
Zahl der Aktien (verwässert)	Stück	46.940.995	46.549.385
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stück	46.940.995	46.549.385
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	0,21	0,21
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,21	0,21

4.6 RESEARCH Die Beate Uhse Aktie wurde 2004 von Independent Research und der Seydler AG gecovert. Die Studien sowie deren Up-Dates erschienen im März 2004 (Seydler Up-Date; Votum: Fair), September 2004 (Independent Research; Votum: Kaufen) und im Dezember 2004 (Independent Research Up-Date; Votum: Kaufen). Ebenfalls erstellte die Berenberg Bank eine Studie, die exklusiv ihren Bankkunden vorbehalten ist.

4.7 DESIGNATED SPONSORING Die Beate Uhse Aktie wird seit Januar 2003 von der Seydler AG als Designated Sponsor betreut. Die Seydler AG stellt täglich manuelle Kurse und geht somit intensiv auf die Bedürfnisse des Marktes ein. Gemeinsames Ziel der Beate Uhse AG und der Seydler AG ist es, das Handelsvolumen langfristig zu steigern. In 2004 sank das Handelsvolumen der Beate Uhse Aktie gegenüber 2003 leider um rund 35 Prozent auf 2,2 Mio. Aktien (Xetra und FWB).

4.8 AKTIONÄRSSTRUKTUR Die Aktionärsstruktur der Beate Uhse AG ist weiterhin von einer sehr hohen Konstanz geprägt. Die beiden Großgesellschafter Orthmann AG und Consipio Holding BV haben ihre Anteile auch in 2004 auf hohem Niveau gehalten. Die Orthmann AG steigerte ihr Engagement zum Jahresende auf 53,5 Prozent und überschritt damit den Schwellenwert von 50 Prozent der Stimmrechtsanteile an der Beate Uhse AG.

Die Mitteilung der Orthmann AG zu den neuen Eigentümerverhältnissen erfolgte am 3. Januar 2005 an die Beate Uhse AG. Die Veröffentlichung entsprechend des § 25 WpHG durch die Beate Uhse AG wurde am 5. Januar 2005 vorgenommen. Von der Consipio Holding BV lagen der Beate Uhse AG aus 2004 keine Meldungen zu Veränderungen des Anteilsbesitzes vor. Ihr Anteil an dem Unternehmen betrug zum Jahresende 21 Prozent. Der Free Float verringerte sich im Verlauf des Jahres von 34,2 auf 24,9 Prozent durch die Beteiligungserhöhung der Orthmann AG. Die Beate Uhse AG hält 0,6 Prozent ihrer Aktien und verfolgt weiterhin das Ziel, den Free Float langfristig auszubauen.

Das Grundkapital der Beate Uhse AG blieb im Verlauf des Jahres unverändert bei 47.323.696 Aktien. Die Zahl der ausstehenden Aktien erhöhte sich durch die Abgabe eigener Anteile auf 47.042.201 Stücke.

4.9 DIVIDENDE & DIVIDENDENPOLITIK Der Vorstand der Beate Uhse AG schlug dem Aufsichtsratsgremium vor, für das Jahr 2004 den Gewinn der AG zu thesaurieren und in das operative Geschäft zu investieren und somit auf eine Dividende für das vergangene Jahr zu verzichten.

4.4
4.10

DIVIDENDEN-AUSSCHÜTTUNG 1999/2004

		1999	2000	2001	2002	2003	2004*
Dividende je Aktie	EUR	0,10	0,14	-	0,10	0,10	-
Summe Dividende	Mio. EUR	4,2	6,2	-	4,7	4,6	-
Dividendenauszahlung		5.8.00	26.6.01	-	24.6.03	22.6.04	-

*Gewinnverwendungsvorschlag

4.10 AKTIONSOPTIONSPROGRAMM FÜR DIE BEATE UHSE MITARBEITER

Im dritten Jahr in Folge wurden die Mitarbeiter der Beate Uhse Gruppe an der Entwicklung des Unternehmens durch ein Stock Option Programm beteiligt. Die Unternehmensleitung stellte 2004 insgesamt 189.468 Optionsrechte zur Verfügung. Davon gingen 103.395 Optionsrechte à 1 Euro an Vorstände und Geschäftsführer von verbundenen Unternehmen und 86.073 Optionsrechte wurden an die Mitarbeiter der Gesellschaft und verbundener Unternehmen vergeben. Die Geschäftsführer der internationalen Unternehmen im Konzernverband teilten ihren Mitarbeitern nach eigenem Ermessen Optionen zu.

Die in 2004 ausgegebenen Optionsrechte können ab dem 16. August 2006 ausgeübt werden. Der Ausübungspreis liegt bei 11,44 Euro.

BERICHT ZUR CORPORATE GOVERNANCE

Das Geschäftsjahr 2004 hat die Beate Uhse AG dazu genutzt, erweiterte Ansätze zu guter Corporate Governance im Konzern zu implementieren, die Transparenz zu steigern und die Unternehmensführung weiter zu verbessern. Die Geschäftsordnungen für Vorstand und Aufsichtsrat blieben 2004 unverändert. In der Satzung ergaben sich aufgrund von Hauptversammlungsbeschlüssen sechs Änderungen.

Eine rückwärtsgerichtete Analyse der Corporate Governance im Unternehmen zeigte, dass es 2004 zu keinen negativen Abweichungen gegenüber der letzten Entsprechenserklärung vom 9. Dezember 2003 gekommen ist. **Vielermehr hat die Beate Uhse AG im zurückliegenden Jahr drei weitere Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in seiner Fassung vom 21. Mai 2003 erfüllt.** Abweichungen gab und gibt es noch in drei Punkten, die in der nachfolgenden Entsprechenserklärung dargestellt werden.

Oberstes Ziel der Beate Uhse AG ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes. Beate Uhse wird auch zukünftig die Corporate Governance-Grundsätze dort konsequent anwenden, wo Größe, Art und Struktur des Unternehmens diesem Ziel dienen.

5.1 AKTIONÄRE UND HAUPTVERSAMMLUNG

Der Internetauftritt der Beate Uhse AG als umfangreiche Informationsplattform rund um die Hauptversammlung wurde weiter ausgebaut. Die gesetzlich vorgeschriebenen Unterlagen konnten von den Aktionären eingesehen und heruntergeladen werden. Ergänzend waren alle Informationen rund um die Stimmrechtsvertretung und die dafür notwendigen Formulare verfügbar. Im Vorfeld der Hauptversammlung ist ein Gegenantrag eingegangen. Auch diesen veröffentlichte die Gesellschaft im Netz. Beate Uhse sieht aus Kosten-Nutzen-Gründen weiter davon ab, die Hauptversammlung komplett im Internet zu übertragen und beschränkt sich hier auf die Rede des Vorstands sowie die Abstimmungsergebnisse. Der Anregung des DCGK in Punkt 2.3.4 wird damit nicht entsprochen.

Die Präsenz der Hauptversammlung 2004 lag bei 85,8 Prozent. Die zwölf zur Abstimmung stehenden Tagesordnungspunkte wurden mit jeweils rund 99 Prozent beschlossen. Darunter war auch eine Neuregelung der Satzung zum Vorsitz auf der Hauptversammlung. Hier wurde der Kreis der theoretisch möglichen Versammlungsleiter erweitert, um in jedem Fall eine kompetente Leitung der Versammlung zu gewährleisten.

5.2 ZUSAMMENSPIEL VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Neben den insgesamt vier Aufsichtsratssitzungen in 2004 war ein direkter Kontakt zwischen dem Vorstand und dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats ein kontinuierlicher Bestandteil der Zusammenarbeit. Alle Aufsichtsratssitzungen fanden unter Beteiligung des Vorstands statt. Bei Bedarf zog sich der Aufsichtsrat ohne den Vorstand zu Gesprächen zurück. Vorbereitet wurden und werden die Sitzungen sowohl gemeinsam als auch getrennt von den Mitgliedern der Aktionärs- wie der Arbeitnehmerseite. Beate Uhse entspricht den Anregungen des DCGK in Punkt 3.6. Gleiches gilt für die Anregung in Punkt 3.10: Beate Uhse nimmt zu allen unternehmensrelevanten Anregungen des Kodex Stellung.

Der Aufsichtsrat wurde auch 2004 zeitnah über alle Entwicklungen informiert; insbesondere zu den Planabweichungen im Profit-Center Entertainment und den aufgetretenen Problemen beim Umzug der Großhandelslogistik nach Almere, Niederlande. Erstmals konnte Beate Uhse beim AG- und Konzernjahresabschluss 2003 die 90-Tage-Frist bei der Veröffentlichung einhalten.

Das Risikomanagement in der Unternehmensgruppe wurde 2004 weiter optimiert. Der verantwortliche Risikomanager berichtete wie auch in 2003 an Vorstand, Aufsichtsrat und das Audit Committee.

5.3 VORSTAND

Die 2003 begonnene enge Verzahnung der obersten Management-Ebene im Konzern und den Profit-Centern mit ihren wesentlichen Tochterunternehmen wurde 2004 fortgesetzt. Die Entscheidungswege über Vorstand, Strategy-Board und Management-Boards für die einzelnen Profit-Center haben sich bewährt und führten zu einer engeren Verknüpfung der Entscheidungsebenen.

Erstmals hat Beate Uhse 2004 mit dem Jahresabschluss 2003 die Vorstandsvergütung individualisiert und entsprechend den im Kodex geforderten Komponenten ausgewiesen. Statt eines Vergütungsberichts verweisen wir auf die Ausführungen im Anhang des Konzernabschlusses auf Seite 81.

Die Geschäftsordnung des Vorstands blieb 2004 unverändert. Interessenskonflikte einzelner Mitglieder sind nicht aufgetreten. Kein Vorstand bekleidete Aufsichtsrats- oder vergleichbare Mandate außerhalb der Unternehmensgruppe.

5.4 AUFSICHTSRAT Die Hauptversammlung 2004 hat die Vertreter der Aktionärsseite im Aufsichtsrat neu gewählt. Zur Wahl standen die bisherigen vier Vertreter, die in ihrem Amt bestätigt wurden. Die Amtszeit der Aufsichtsräte der Anlegerseite endet mit der ordentlichen Hauptversammlung 2008 und wurde so mit der Amtszeit der Arbeitnehmervertreter synchronisiert. Insoweit entspricht Beate Uhse nicht der Anregung des Kodex im Punkt 5.4.4. Mit Beschluss der Hauptversammlung wurde auch die Vergütung des Aufsichtsrats neu geregelt. Damit entsprach Beate Uhse erstmals der Empfehlung des Kodex im Punkt 5.4.5. (Detaillierte Ausführungen in der nachfolgenden Entsprechenserklärung).

Der Beate Uhse Aufsichtsrat hat 2004 neben dem Audit Committee keine weiteren Ausschüsse gebildet. Die 2004 anliegenden Aufgaben machten dies nicht notwendig. Im Sinne der Effizienz wurde auf zusätzliche Ausschüsse verzichtet. Sollten die neuen Aufgaben die Bildung von Ausschüssen sinnvoll erscheinen lassen, wird der Aufsichtsrat dies tun und entsprechend auch den Anregungen des Kodex in den Punkten 5.3.3 und 5.3.4 folgen.

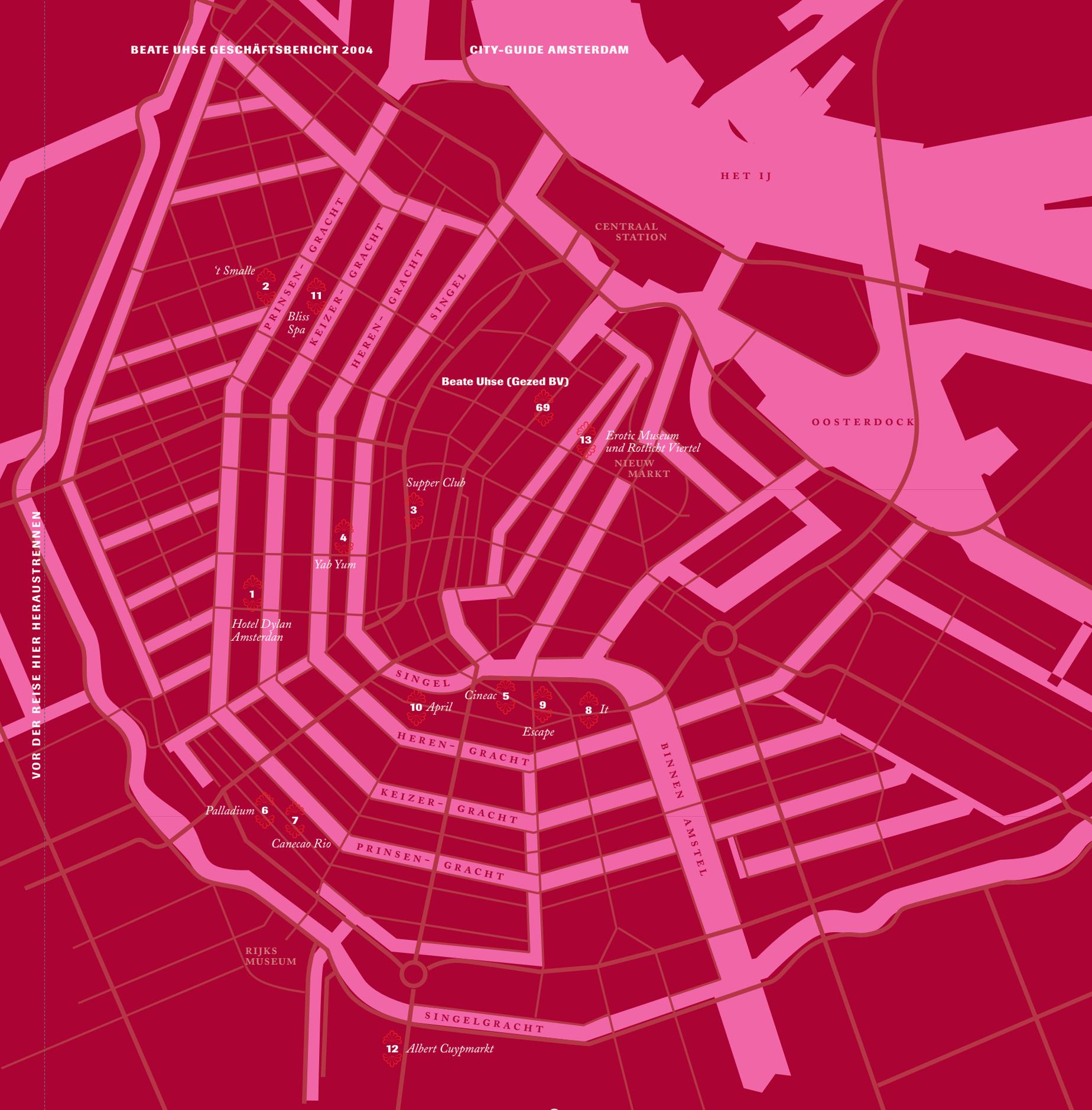
Der Aufsichtsrat hat 2004 die Effizienz seiner Tätigkeit durch Selbsteinschätzung überprüft.

Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats blieb 2004 unverändert. Interessenskonflikte traten nicht auf.

5.5 TRANSPARENZ Beate Uhse begann sehr frühzeitig mit den vorbereitenden Maßnahmen für das am 30. Oktober 2004 in Kraft getretene Anlegerschutzverbesserungsgesetz. Im Bereich der Directors Dealings wurde der betroffene Personenkreis neu definiert. Alle Personen, die als Directors zu qualifizieren waren, wurden durch das Unternehmen benachrichtigt und auf die neue Gesetzeslage aufmerksam gemacht. Beate Uhse wird die Zusammensetzung dieses Personenkreises regelmäßig überprüfen. In 2004 kam es zu keinen Meldungen bezüglich Directors Dealings.

5.0
5.5

VOR DER REISE HIER HERAUSTRENNEN



AMSTERDAM



AMSTERDAM

HOTEL

1) *Dylan Amsterdam*

Das Dylan zählt zu den ungewöhnlichsten Hotels Amsterdams: Edel, traditionsbewusst, hoch modern und doch gemütlich und klein. Das sind wohl die treffendsten Attribute für das von der britischen Designerin Anouska Hempel entworfene Hotel. Jedes der Zimmer hat seine individuelle Atmosphäre und eine eigene Farb- und Stoffwelt. Mit seiner traditionsbewussten Art bietet es seinen Gästen absolute Privatsphäre. Der Himmel auf Erden ist der kleine Garten, der den Hotelgästen Ruhe und Entspannung in mitten einer der aufregendsten Metropolen Europas bietet.

Keizersgracht 384, 1016 GB Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 53 02 010
www.dylanamsterdam.com

FOOD & DRINKS

2) *'t Smalle*

Das 't Smalle besticht durch seine traumhafte Lage direkt an einer der Grachten des Stadtkerns. Ein eigener Anleger lädt im Sommer zu einem entspannten Kaffee in der Sonne ein. Achtung: Bei gutem Wetter sind die begehrten Plätze auf dem Ponton sehr schnell belegt. Frühes Aufstehen sichert die besten Plätze für ein ausgedehntes Frühstück als Auftakt in einen aufregenden Tag. Die Atmosphäre des 't Smalle ist typisch für die so genannten *Proeflokaal*. Die kleinen *Probiestuben* haben oft einen musealen Charakter und sind überaus gemütlich.

Egelantiersgracht 12, 1015 RL Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 39 617

3) *Supper Club*

Der Supper Club ist eines der ungewöhnlichsten Restaurants der Stadt und der Garant für ein unvergessliches Erlebnis. Zum Essen machen Sie es sich auf ultra modernen Liegen, bedeckt mit vielen Kissen, bequem. Serviert werden die Speisen und Getränke von atemberaubenden Schönheiten. Und während Sie Ihr Essen genießen, ist das Happening in vollem Gang: Models präsentieren dezent aktuelle Fashion-Trends, Tänzerinnen bewegen sich zu prickelnden Klängen und wechselnde Beleuchtungs-Images tauchen die Szene in ein immer neues Licht.

Jonge Roelensteeg 21, 1012 PL Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 34 46 400
www.supperclub.nl

NIGHTLIFE

4) *Yab Yum*

Das Yab Yum versetzt Sie in ein anderes Jahrhundert. Die überwältigende Gestaltung der Räume ist üppig, sehr edel und extravagant. Vorsicht: Der Club empfängt nur männliche Gäste und steht auf Gentelman-Manieren. Auf Stil, Diskretion und Etikette legt das Yab Yum besonderen Wert.

Singel 295, 1012 WH Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 49 503
www.yabyum.com

5) *Cineac*

Das Cineac ist eine einmalige Kombination aus Restaurant und Bar in einem monumentalen Ambiente. Besonders beeindruckend ist die Großzügigkeit, die durch das Kuppeldach des in den 30er-Jahren entworfenen Gebäudes entsteht. Das Cineac steht für Qualität und hervorragenden Service. In den Genuss kommt aber nur, wer über 25 Jahre ist.

Reguliersbreestraat 31-33, 1017 CM Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 53 06 888
www.cineac.nl

6) *Palladium*

Das schöne Café mausert sich abends zur trendigen Bar. Zu richtig lauter Musik wird hier sexy getanzt. Die Atmosphäre im Palladium bringt einen in die richtige Stimmung für die weiteren Nachtaktivitäten.

Kleine Gartmanplantsoen 7, 1017 RP Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 66 566

7) *Canecao Rio*

Das ist brasilianische Lebensart mitten in Amsterdam. An den Wochenenden gerät die kleine brasilianische Bar regelmäßig aus den Fugen. Nach heißen Salsa-Rhythmen (Live-Musik) wiegen sich knapp und exotisch bekleidete junge Menschen auf der Tanzfläche. Im Canecao Rio gibt es eben Nächte, die einfach nicht enden wollen

Lange Leidsedwardsstraat 68-70, 1017 NM Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 61 500

8) *It*

Das It gehört zu den legendärsten Clubs in Holland. Hier geht die Party von Mittwoch bis Sonntag so richtig ab. Der Techno/House Club ist allerdings auch für seine gnadenlosen Türsteher bekannt. Tipp für das Outfit: je weniger oder je kreativer die Klamotte, um so eher darf man an den Jungs an der Tür vorbei. Den Vorteil der knallharten Selektion erlebt bzw. sieht man dann im Club.

Amstelstraat 24, 1017 DA Amsterdam,
www.it.nl

9) *Escape*

Das Escape ist der Treffpunkt für junge, trendige Leute. Zu einer hightech Licht- und Lasershow sowie Videoprojektionen wird zu kommerzieller House Music abgetanzt. Wer am Wochenende in das Escape möchte, muss früh kommen oder lange Wartezeiten vielleicht mit dem einen oder anderen Flirt überbrücken. Der Saturday-night-club gilt in ganz Holland als die beste Disco-Veranstaltung.

Rembrandtplein 11-15, 1017 CT Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 21 111
www.escape.nl

10) *April*

Für Schwule ist das April bei einer Amsterdam-Stippvisite ein MUSS. Der Club zählt zu den bestbesuchtesten der Stadt. Schon am Nachmittag sollte man auf das April einen Blick werfen. Dann tummelt sich hier ein breites, wunderbar gemischtes Szene-Publikum.

Reguliersdwardsstraat 37, 1017 BK Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 59 572
www.april-exit.com

WELLNESS

11) *BLISS Spa*

Bliss bedeutet soviel wie perfektes, unbeschwertes Glücksgefühl. Das Wort *Spa* steht für Gesundheit durch Wasser und Anwendungen. Zusammen ist das BLISS Spa eine Wohlfühl-Oase im Zentrum von Amsterdam. Tanken Sie Energie auf, entspannen Sie sich und lassen Sie sich einfach verwöhnen. Das Team vom BLISS Spa kümmert sich professionell um Seele, Gesicht, Geist und Körper.

Keizergracht 124, 1015 CW Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 27 504
www.blissspa.nl

PARKS & SIGHTS

12) *Albert Cuypmarkt*

Der Albert Cuypmarkt ist wohl der bunteste und unkonventionellste Gemischtwarenmarkt des Landes. Hier treffen sich Holländer und Ausländer nicht nur zum Einkaufen. Nein, ein Besuch des Albert Cuypmarkt ist auch ein gesellschaftliches Happening. Zwischen Obst, Gemüse, Käse, Blumen, Kleidung, Kurzwaren, Uhren, ... trifft man sich zu einem kleinen Schwatz, zum Leute-Schaun und kennen lernen.

Amsterdam, beim Ferdinand Bolstraat,
mit der Tram 4, 16, 24 oder 25
www.vvv.nl (Touristenbüro Amsterdam)

13) *Rotlicht Viertel / Erotic Museum*

Ein Amsterdam-Besuch ohne Besuch des legendären Rotlicht Viertels ist wie Holland ohne Käse. Als Einstieg in die berühmte Meile bietet sich das Erotic Museum an. Auf fünf Stockwerken werden Fotografien, Gemälde, Skulpturen und viele andere Exponate aus der ganzen Welt ausgestellt. Es gibt alles, was mit Sex und Erotik zu tun hat.

O.Z. Achterburgwall 54, 1012 DP Amsterdam
Telefon +31 (0)20 - 62 47 303

BEATE UHSE IN AMSTERDAM

Gezed BV
Warmoesstraat 65, 1012 HW Amsterdam
Telefon: +31 (0)20 - 622 67 53

Auch die Veränderungen im Insiderrecht wurden schnellstmöglich adaptiert, ein Insiderverzeichnis umgesetzt und entsprechende Prüf- und Benachrichtigungsroutinen implementiert. Alle Insider erhielten ein Informationsschreiben, in dem auf die neue Gesetzeslage hingewiesen wurde. Aufgrund der Erweiterungen der Adhoc-Publizität trifft Beate Uhse entsprechende Entscheidungen zur Veröffentlichung von Insiderinformationen in einem Gremium.

5.6 RECHNUNGSLEGUNG Erstmals hat der Beate Uhse Konzern 2004 seinen AG- und Konzernjahresabschluss 2003 binnen 90 Tagen veröffentlicht und damit die Empfehlung des Kodex in Punkt 7.1.2 erfüllt. Der Jahresabschluss 2004 des Beate Uhse Konzerns erscheint aufgrund des am 11. März 2005 abgesagten Verkaufs der erotic media ag Beteiligung nicht innerhalb der im Corporate Governance vorgeschlagenen Zeitspanne. Da die Entsprechenserklärung am 17. Dezember 2004 bereits veröffentlicht wurde, findet dieser Sachverhalt in dem Dokument noch keine Würdigung.

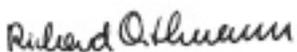
Ebenfalls nicht erfüllt wird die Forderung nach einer international anerkannten Rechnungslegung. Beate Uhse stellt mit dem Geschäftsbericht 2005 erstmalig auf IFRS um.

5.7 ENTSPRECHENSERKLÄRUNG GEMÄß § 161 AKTG Aufsichtsrat und Vorstand der Beate Uhse AG identifizieren sich mit den Zielen des Deutschen Corporate Governance Kodex, eine gute, vertrauensvolle, am Nutzen von Anteilseignern, Mitarbeitern und Kunden orientierte Unternehmensführung zu fördern. Ziel der Unternehmenspolitik des Beate Uhse Konzerns ist eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes.

Die Beate Uhse AG bekennt sich zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex. Seit unserer letzten Entsprechenserklärung vom 9. Dezember 2003 ist die Gesellschaft weiteren Empfehlungen des Kodex nachgekommen. In einigen Punkten weicht sie weiterhin ab. Einzelheiten mit Erläuterungen hierzu werden nachfolgend aufgeführt.

Flensburg, den 17. Dezember 2004

Für den Aufsichtsrat



Richard Orthmann
Aufsichtsratsvorsitzender

Für den Vorstand



Otto Christian Lindemann
Vorstandssprecher

I. In nachstehenden Punkten ist die Gesellschaft weiteren Empfehlungen seit Abgabe unserer Entsprechenserklärung vom 9. Dezember 2003 nachgekommen:

4.2.4 – Veröffentlichung der Vorstandsvergütung:

Die Vorstandsvergütung wird gemäß den Corporate Governance Empfehlungen im Anhang des Konzernabschlusses 2003 und in den Folgejahren individualisiert und entsprechend den geforderten Komponenten ausgewiesen.

5.4.5 – Vergütung des Aufsichtsrats:

Die Vergütung der Aufsichtsräte ist mit Beschluss der Hauptversammlung vom 21. Juni 2004 in § 11 der Satzung der Gesellschaft neu geregelt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten außer dem Ersatz für ihre Auslagen eine nach Ablauf des Geschäftsjahres zahlbare, feste Vergütung in Höhe von 10.000 Euro und eine dividendenabhängige und damit eine erfolgsorientierte Vergütung in Höhe von 1.000 Euro pro Cent über 7 Cent Dividende, wobei der Vorsitzende das Dreifache und sein Stellvertreter das Doppelte der Gesamtvergütung eines ordentlichen Mitglieds erhalten. Die Arbeit der Mitglieder im Audit Committee wird differenziert vergütet. Im Interesse ihrer größtmöglichen Unabhängigkeit erhalten die Mitglieder einen jährlichen Fixbetrag von 10.000 Euro und der Ausschussvorsitzende ein Fixum in Höhe von 20.000 Euro. Diese Bezüge werden im Konzernabschluss individualisiert ausgewiesen.

7.1.2 – Fristen zur Erstellung des Konzernabschlusses:

Der Jahresabschluss 2003 des Beate Uhse Konzerns wurde am 30. März 2004 veröffentlicht und entsprach den Forderungen des DCGK (90 Tage nach Abschluss der Periode). Auch die nachfolgenden Zwischenberichte und alle weiteren Geschäftsberichte der Folgejahre werden innerhalb der empfohlenen Fristen von 90 bzw. 45 Tagen veröffentlicht.

II. In den nachfolgenden Punkten wurden und werden die Empfehlungen des Kodex noch nicht umgesetzt:

5.5
5.7

4.2.3 – Bestandteile der Vorstandsvergütung:

Die Verlängerung eines Vorstandsvertrages in 2003 wurde zum Anlass genommen, entsprechend dem Kodex neben den fixen Vergütungsbestandteilen auch variable Komponenten zu vereinbaren. Die variable Vergütung ist an den geschäftlichen Erfolg des Unternehmens gekoppelt und kommt erst zum Tragen, wenn das geplante Ergebnis vor Steuern überschritten wird. In diesem Fall beträgt die zusätzliche Vergütung zwei Prozent des überschießenden Betrages. Daneben werden dem Vorstand Aktienoptionen im Nennwert von EUR 1,00 aus dem Stock Option Programm der Gesellschaft zur Verfügung gestellt. Weitere Anpassungen sind noch nicht erfolgt. Die Entwicklung eines regelrechten Systems für die Vorstandsvergütung wird derzeit nicht für sinnvoll erachtet, da der Vorstand der Beate Uhse AG sich nur aus zwei Mitgliedern zusammensetzt.

5.3 – Bildung von Ausschüssen:

Der Aufsichtsrat der Beate Uhse AG hat in der Vergangenheit und aktuell neben dem Audit Committee keine weiteren Ausschüsse gebildet. Grundlage dieser Entscheidung ist die geringe Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder (6 Personen).

Ziel des Aufsichtsrats der Beate Uhse AG ist es, möglichst flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren. Deshalb werden weitere Ausschüsse nur nach Bedarf gegründet. Den Vorsitz übernimmt jeweils das Aufsichtsratsmitglied mit der größten fachlichen Kompetenz.

7.1.1 – Konzernabschluss:

Die Beate Uhse AG veröffentlicht Geschäfts- und Zwischenberichte entsprechend dem HGB in deutscher und englischer Sprache seit dem Börsengang 1999. Die erste Veröffentlichung eines Zwischenberichts nach einem internationalen Bilanzierungsstandard (IFRS) ist für den 3-Monatsbericht 2006 geplant. Der Jahresabschluss 2005 wird nach dem internationalen Bilanzierungsstandard IFRS erstellt werden.

Weitere Informationen zur Corporate Governance des Beate Uhse Konzerns finden Sie unter www.beate-uhse.ag

BERICHT DES AUFSICHTSRATES

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,

wenn ich mit wenigen Worten das Prägendste an unserer Arbeit im Geschäftsjahr 2004 beschreiben sollte, dann würde ich dies mit den Worten „intensiver Dialog zwischen Vorstand und Aufsichtsrat“ tun. Der kontinuierliche und sehr offene Dialog mit dem Vorstand hat das Unternehmen gestärkt. Er umfasste u.a. Themen wie: Renditestеigerungen in einzelnen Unternehmensbereichen, Fortschritte in der internationalen Expansion oder gute Wachstumsraten in diversen Ländermärkten, aber auch Probleme, wie z.B. die Inbetriebnahme des neuen Logistik-Centers im Großhandel. Unser ganz besonderes Augenmerk lag auf den unternehmerischen Entscheidungen des Jahres 2004, die ein detailliertes und kompetentes Abwägen des Chancen-Risiko-Profiles nötig machten: der geplante Einstieg bei General Media Inc. / Penthouse und die Übernahme der condomini AG. Neben diesen beiden Projekten, die aus verschiedenen Gründen nicht realisiert wurden, waren selbstverständlich die Verkaufsverhandlungen der Anteile an der erotic media ag und der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG ein Schwerpunkt unserer Beratungen.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2004 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Wir haben den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. In alle Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden. Die wichtigste Grundlage unserer Entscheidungen und Beratungen war das schriftliche, monatliche Reporting, regelmäßige Telefonate zwischen Vorstand und Aufsichtsrat und der direkte Austausch im Rahmen der Plenumsitzungen. Von den Vorstandssitzungen gingen dem Aufsichtsrat schriftliche Protokolle zu.

6.1 ARBEIT DER AUSSCHÜSSE Der Aufsichtsrat hat auch im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Prüfungsausschuss eingerichtet. Weitere Ausschüsse bestanden nicht. Der Prüfungsausschuss tagte im Berichtsjahr viermal. Mitglieder dieses Gremiums: Herr Detlef Bindert (Vorsitz), Herr Nicolaas Bootsma und Herr Richard Orthmann. Der Ausschuss befasste sich vor allem mit dem AG- und Konzernjahresabschluss, der Weiterentwicklung des Risikomanagements und der Umstellung der Rechnungslegung auf IFRS. Er erörterte die Budgeteinhaltung und die Quartalsberichte. Dem von der Hauptversammlung gewählten Abschlussprüfer Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft erteilte er den Prüfungsauftrag. Der Prüfungsausschuss legte auch die Prüfungsschwerpunkte fest und stimmte die Höhe der Vergütung ab. Soweit dem Prüfungsausschuss die Entscheidungsbefugnis übertragen war, traf er die notwendigen Beschlüsse, ansonsten wurde die Beschlussfassung des Plenums entsprechend vorbereitet. Herr Bindert hat als Ausschussvorsitzender im Gesamtplenium ausführlich über die Arbeit des Audit Committee berichtet.

6.2 ARBEITSSCHWERPUNKTE DES AUFSICHTSRATES

Regelmäßige Arbeitsschwerpunkte waren neben der Abstimmung der Strategie und insbesondere von Entscheidungen, die der Aufsichtsratsgenehmigung bedürfen, die gemeinsame Beratung zu Themen wie Umsatz-, Ergebnis-, und Beschäftigungsentwicklung im Konzern. Weitere wichtige Themen: die Finanzlage, der Soll-Ist-Vergleich innerhalb des Budgets, die Investitionspolitik sowie die wesentlichen Beteiligungs- und Desinvestitionsprojekte. Innerhalb dieser Punkte galt unsere besondere Aufmerksamkeit folgenden Punkten:

- Liquiditätsplanung im Rahmen des konzernweiten Cash-Poolings
 - Strategische Unternehmensplanung vor allem im Bereich Entertainment
 - Weiterentwicklung der Corporate Governance und Abgabe der Entsprechenserklärung.
- Sehen Sie dazu auch die Seiten 18 bis 19.

- Erwerb und Verkauf eigener Aktien
- Beratungen zu den Projekten condomi AG und General Media Inc./Penthouse
- Beratung und Verhandlungsführung zum geplanten Verkauf der erotic media ag Anteile.

In der Sitzung vom 16. Dezember 2004 besprach sich der Aufsichtsrat insbesondere zur Planungsrechnung für das Geschäftsjahr 2005. In Abwesenheit des Vorstands befasste sich der Aufsichtsrat mit Themen wie Effizienzprüfung des Aufsichtsrats, Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat und dem Prüfungsausschuss. Ein wichtiger Beratungsschwerpunkt des zweiten Halbjahres waren auch die neuen gesetzlichen Regelungen des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes. Mitarbeiter und Organe der Gesellschaft konnten sich frühzeitig auf die Neuregelungen einstellen und im Sinne der Anleger die Anforderungen frühest- und bestmöglich erfüllen.

Der Aufsichtsrat traf sich im Berichtsjahr zu insgesamt vier Sitzungen. Ein Mitglied konnte aufgrund eines längeren USA-Aufenthalts nicht persönlich an zwei der Sitzungen teilnehmen, wurde aber schriftlich und mündlich informiert sowie in die Entscheidungsfindung einbezogen. Die Sitzungen waren am 17. März, 20. Juni, 3. September und 16. Dezember 2004. Alle Sitzungen fanden sowohl mit als auch ohne Beisein der Vorstände statt.

6.3 AG- UND KONZERNABSCHLUSSPRÜFUNG 2004 Der von der Beate Uhse AG erstellte AG- und Konzernjahresabschluss 2004 entspricht den Regeln des HGB. Die Prüfung der Berichte führte die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft durch. Wir haben vom Wirtschaftsprüfer eine Erklärung eingeholt, inwieweit weitere geschäftliche oder finanzielle Verflechtungen mit der Beate Uhse Gruppe vorliegen. Diese Erklärung, die z.B. auf die weiteren Prüfungsmandate wichtiger Tochtergesellschaften eingeht, gab zu keinen Beanstandungen Anlass. Über den Status der Prüfung berichtete Ernst & Young fortlaufend an den Vorsitzenden des Audit Committees. Als Ergebnis der Abschlussprüfungen erteilte Ernst & Young den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk für die Geschäftsabschlüsse der AG wie auch des Konzerns für das Geschäftsjahr 2004.

Der AG- und Konzernjahresabschluss sowie der Prüfungsbericht lagen allen Aufsichtsratsmitgliedern fristgemäß vor der Bilanzfestlegungssitzung am 6. April 2005 vor. Der Abschluss wurde in dieser Sitzung ausführlich besprochen. Der Abschlussprüfer berichtete im Rahmen dieser Sitzung über wesentliche Ergebnisse der Prüfung und stand für Fragen zur Verfügung. Wir haben das Prüfungsergebnis von Ernst & Young zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach unserer eigenen eingehenden Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernjahresabschlusses sowie der Lageberichte ergeben sich keine Einwände. **Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten AG- und Konzernjahresabschluss gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss der AG festgestellt.** Dem Vorschlag des Vorstands, den Gewinn der AG für 2004 zu

6.0
6.3

thesaurieren und keine Dividende auszuschütten, schließen wir uns an. So sollen zusätzliche Mittel für Investitionen in das operative Geschäft bereit gestellt werden, um die Marktposition weiter auszubauen. Die Gewinnverwendung wird der Hauptversammlung am 20. Juni 2005 zur Beschlussfassung vorgelegt.

6.4 DIRECTORS DEALINGS & INTERESSENSKONFLIKTE Jedes Aufsichtsratsmitglied ist aufgerufen, mögliche Interessenskonflikte, die aufgrund anderer Beratungs- und Organfunktionen auch nur temporär entstehen könnten, dem Aufsichtsrat unverzüglich offen zu legen. Im Berichtszeitraum kam es zu keinerlei Interessenskonflikten. Eine Auflistung aller Mandate, die die Mitglieder des Aufsichtsrates außerhalb ihrer Aufgabe bei Beate Uhse wahrnehmen, finden Sie bitte auf Seite 81. Die Aufsichtsräte der Beate Uhse AG haben im Geschäftsjahr 2004 keine Aktien oder damit verbundene Rechte ge- oder verkauft, die im Sinne des § 15a WpHG meldepflichtig gewesen wären.

6.5 NEUE ZUSAMMENSETZUNG DES AUFSICHTSRATS Herr Richard Orthmann trat am 22. März 2005 von seinem Amt als Vorsitzender des Aufsichtsrats zurück und schied aus dem Aufsichtsrat aus. Die Aufgaben übernahm der bisherige stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Ulrich Rotermund. Im Rahmen der Neuwahlen wurde Ulrich Rotermund am 6. April 2005 zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden der Beate Uhse AG gewählt.

Zum 31. März 2005 legte Herr Detlef Bindert sein Mandat nach langjähriger Zugehörigkeit aus beruflichen Gründen nieder. Wir danken beiden Herren für die Zusammenarbeit und das große Engagement für die Beate Uhse Gruppe in den vergangenen Jahren.

6.6 ABHÄNGIGKEITSBERICHT Der Vorstand hat für das Berichtsjahr einen Abhängigkeitsbericht gem. § 312 Abs. 3 AktG erstellt. Dieser Bericht wurde von der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Abhängigkeitsbericht wurde dem Aufsichtsrat zugeleitet, der diesen und die darin aufgeführten Rechtsgeschäfte und Maßnahmen einer eigenständigen Prüfung gem. § 314 Abs. 2 AktG unterzog. Diese führte zu keinen Beanstandungen.

ABHÄNGIGKEITSBERICHT

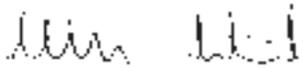
Die Beate Uhse AG, Flensburg, hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt. Dieser Bericht schließt mit folgender Erklärung: „Der Vorstand erklärt, dass die Beate Uhse AG, Flensburg, bei den im Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften nach den Umständen, die ihm im Zeitpunkt der Vornahme der Rechtsgeschäfte bekannt waren, angemessene Gegenleistungen erhalten hat. Berichtspflichtige Maßnahmen haben im Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 nicht vorgelegen.“

6.7 DANK AN DIE MITARBEITER Wir danken allen Mitarbeitern und dem Vorstand für die 2004 geleistete Arbeit. Sie können auf Ihre Leistung zu recht stolz sein. 2004 war kein einfaches Jahr. Gemeinsam wurde aber eine sehr gute Basis für eine weitere profitable Unternehmensentwicklung geschaffen.

Seien Sie versichert, dass wir alle, Mitarbeiter, Vorstand und Aufsichtsrat, unsere Arbeit im Interesse einer Wertsteigerung fortsetzen werden.

Flensburg, 6. April 2005

Ihr



Ulrich Rotermund
Vorsitzender des Aufsichtsrates

6.3
6.7

KONZERNLAGEBERICHT FÜR 2004

7.1 DAS JAHR 2004 Der Beate Uhse Konzern hat in vielen Bereichen die strategischen, operativen und finanziellen Ziele 2004 erreicht. In anderen Bereichen wurden die Vorgaben leider nicht erfüllt. Entsprechend spiegelt der Bericht zur Lage des Konzerns ein differenziertes Bild der Unternehmensgruppe wieder.

Beate Uhse konnte die Positionierung als Marktführer im internationalen Erotik-Geschäft weiter ausbauen, indem u.a. das europaweite Filialnetz erweitert wurde und mit Mae B. eine neue Marke eingeführt wurde, die im Schwerpunkt Frauen anspricht. Auch der Kundenstamm im Versandhandel konnte weiter ausgebaut werden. Der Beate Uhse Konzern liegt mit einem Umsatz von 278 Mio. Euro im weltweiten Vergleich weiterhin auf Platz eins.

Andere strategisch wichtige Projekte konnten nicht entsprechend der Planung realisiert werden, da es zu unerwarteten Problemen kam (Beispiel: Logistik-Zentrum Almere).

Aus finanzwirtschaftlicher Sicht war das Jahr 2004 nicht so erfolgreich wie vorgesehen für die Beate Uhse Gruppe. Das Umsatzziel wurde mit 278 Mio. Euro nahezu erreicht, es lag rund 12 Mio. Euro über 2003. Hinter den Erwartungen geblieben ist das Vorsteuerergebnis. Mit 16 Mio. Euro lag es unter dem Vorjahr (19,3 Mio. Euro) und unter der Planung für 2004 (21,8 Mio. Euro). Erfreulicher war die Entwicklung beim Jahresüberschuss (netto): Er war mit 9,7 Mio. Euro zufrieden stellend und lag auf dem Niveau von 2003.

2004 hat klar gezeigt, welches Optimierungspotential es gibt, um die Gruppe noch besser aufzustellen. Zu den wesentlichen Potentialen, die das zukünftige Wachstum nennenswert vorantreiben werden, zählen: das Heben der Synergien zwischen den Profit-Centern, die Optimierung der Lager-Logistik, die stärkere Nutzung der Kraft der Marke „Beate Uhse“ und der Ausbau klarer Handelskonzepte für neue Zielgruppen.

7.2 KONJUNKTUR, MARKT & BRANCHE Beate Uhse ist Marktführer in der Erotik- und Sexbranche Europas. Seit 2003 ist Beate Uhse auch weltweit das umsatzstärkste Unternehmen der Branche und dürfte diese Position 2004 gefestigt haben. Beate Uhse erzielte die Umsätze vorwiegend in 12 europäischen Ländern und den USA. Darüber hinaus exportiert der Großhandel in weitere 50 Staaten, die sich auf fast alle globalen Wirtschaftsräume verteilen. Wichtigster Absatzmarkt – mit abnehmender Bedeutung – war weiterhin Deutschland mit einem Umsatzanteil von 43,4 Prozent, gefolgt von den Niederlanden und Frankreich. Auf der Beschaffungsseite ist für Beate Uhse der asiatische und da vor allem der chinesische Markt von großer Bedeutung.

Die Konjunktur ist 2004 in Deutschland nur sehr verhalten gewachsen. Nach Berechnungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) lag das Wachstum bei 1,7 Prozent und wurde vor allem vom Export getragen. Die Ausgaben für den Konsum sind mit 1,3 Prozent deutlich weniger gewachsen. Innerhalb der EU lag Deutschland damit am Schluss des Feldes. Nach Zahlen von Eurostat ist in den ersten drei Quartalen 2004 im Euroland die Gesamtkonjunktur um 1,7 bis 2,4 Prozent je Quartal gewachsen. Deutschland lag zwischen 0,8 und 1,4 Prozent. Ähnlich schwierig war die Situation in den Niederlanden und in Italien. (Verlässliche Zahlen für das Gesamtjahr lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.) Auch der private Konsum war in diesen drei Ländern im europäischen Vergleich am schwächsten. Deutlich dynamischer bei Gesamtkonjunktur und privatem Konsum entwickelten sich die zehn der EU neu beigetretenen Länder sowie im internationalen Vergleich die USA.

Für den Beate Uhse Konzern waren damit in den wichtigsten Absatzmärkten von Seiten der Gesamtkonjunktur und des privaten Konsums wenig bis keine Impulse für die Geschäftsentwicklung spürbar. Für 2005 ist mit kaum besseren Vorzeichen bei der Konjunkturentwicklung aber mit etwas lebhafteren Konsumausgaben in den wichtigsten Ländermärkten zu rechnen.

Der Euro verteuerte sich im Jahr 2004 um rund 8 Prozent gegenüber dem US-Dollar. Die Beate Uhse Gruppe ist möglichen Wechselkursschwankungen auf der Beschaffungsseite (Einkäufe in Asien) und auf der Absatzseite bei Verkäufen außerhalb des Euro-Raums ausgesetzt und profitierte 2004 in geringem Maße von der Wertentwicklung.

HANDEL UND EROTIK-MARKT

Für den Einzelhandel in Deutschland war 2004 ein sehr schwieriges Jahr. Der Umsatz ging um 1,6 Prozent zurück (Statistisches Bundesamt) und bewegt sich damit auf dem Niveau von 1999. Die Zahl der Insolvenzen im Handel lag nach Schätzungen des Verbandes des Einzelhandels (BAG) bei

rund 4.000. Noch deutlich schlechter schnitt der Versandhandel beim Umsatz ab. Er verlor in Deutschland 3,4 Prozent (Bundesverband des Deutschen Versandhandels – bvh). Etwas besser entwickelten sich die Spezialversender. Positiv die Zahlen im E-Commerce: Hier gab es 2004 ein Plus von 36 Prozent gegenüber 2003 und damit ein absolutes Volumen allein in Deutschland von 4,9 Mrd. Euro. Auf Branchenebene lagen Bekleidung und persönliche Ausstattung etwas besser als der Durchschnitt. (Auf europäischer Ebene lagen bei Redaktionsschluss noch keine Daten vor.)

Die Erotik-Branche, speziell der Einzel- und Versandhandel von Erotik-Artikeln, konnte sich nach Einschätzung von Beate Uhse nicht von der gedrückten Konsumstimmung abkoppeln, waren aber nicht so stark betroffen wie andere Branchen.

In den einzelnen Bereichen des Erotik-Marktes setzten sich 2004 viele Tendenzen aus den Vorjahren fort. So büßten Videos gegenüber DVDs als Datenträger für Erotik-Content weiter an Bedeutung ein und spielen im Markt fast keine Rolle mehr. Gleichzeitig leidet das Segment „Film“ unter einem anhaltenden Preisdruck. Alternative Distributionskanäle wie das Internet gewinnen weiter an Bedeutung. Der Telefonie-Markt und auch das Online-Geschäft leiden unter zwei Entwicklungen, die das Inkasso erschweren: einerseits das Weiterreichen der Forderungsausfälle durch die Deutsche Telekom AG an die Anbieter und andererseits der Vertrauensverlust im Online-Inkasso durch den Missbrauch von Dialern. Hier kann nur mit einer langsamen Erholung gerechnet werden.

In der nationalen und internationalen Anbieter- und Wettbewerbsstruktur im Erotik-Markt gab es 2004 nahezu keine Veränderungen. Auch die neuen Eigentümerstrukturen bei der US-amerikanischen General Media Inc. mit ihrem Top-Brand Penthouse sowie beim Kondomhersteller condomi AG, Köln, sorgten für keine Verschiebungen in der Wettbewerbsstruktur. Die Hauptwettbewerber von Beate Uhse bleiben neben dem ebenfalls in Flensburg ansässigen Unternehmen Orion

Versand GmbH & Co. KG weiterhin kleinere und regional aufgestellte Unternehmen in den jeweils einzelnen Ländermärkten. Sowohl im Ladengeschäft als auch im Internet wird der Markt durch die Vielzahl der Anbieter und kaum durch deren Größe geprägt. Die sich bereits seit einigen Jahren abzeichnende Konsolidierung und Konzentration in der Branche, die sich durch die Verschärfung der Rahmenbedingungen in einigen Segmenten noch verstärken dürfte, will Beate Uhse als europäischer Marktführer aktiv mitgestalten.

7.3 STRATEGIE UND UMSETZUNG Die Beate Uhse Gruppe ist das führende Erotik-Unternehmen in Europa. Der Unternehmenszweck ist der weltweite Handel mit erotischen Produkten. Zu unseren Zielgruppen gehören Endkunden genauso wie Mitbewerber im Erotik-Markt. Als eines der ganz wenigen Unternehmen in Europa ist Beate Uhse in allen Vertriebskanälen aktiv. Aktuell sind wir in 13 Ländern mit eigenen Niederlassungen vertreten.

Der Erfolg des Konzerns beruht auf den vier Profit-Centern Einzelhandel, Versandhandel, Großhandel und Entertainment. Diese werden eigenverantwortlich durch internationale Geschäftsführer geleitet. Die operative Steuerung und strategische Ausrichtung des Konzerns übernimmt der Vorstand. Unterstützt wird die Profit-Center-Struktur durch Management Boards als Kontroll-Organ in allen Profit-Centern und durch ein Strategy Board, bestehend aus Vertretern aller operativen Bereiche. Dieses berichtet dem Vorstand regelmäßig und steht ihm beratend zur Seite.

Beate Uhse zählt auch mit den einzelnen Vertriebskanälen Einzel-, Versand- und Großhandel zu den führenden Unternehmen im internationalen Erotik-Geschäft. Mit dem Export in über 60 Länder der Erde ist der konzerneigene Großhändler Scala BV unangefochtener Weltmarktführer.

Zu den wichtigsten Absatzmärkten zählen neben Deutschland und den Staaten der Europäischen Union zukünftig auch die

7.0
7.3

Länder der EU-Ost-Erweiterung. Es ist unsere Vision, innerhalb der nächsten Jahre DER Anbieter für Sex- und Erotik-Produkte für die ganze Welt zu werden. Die globale Präsenz des Beate Uhse Konzerns ist ein wesentliches Ziel. Zur Erreichung der Ziele arbeitet die Beate Uhse Gruppe seit 2002 konsequent entsprechend eines strategischen Handlungsrahmens. Die wichtigsten Elemente sind:

- Konzentration auf die Kernkompetenz
- Ausbau der internationalen Präsenz
- Optimierung der Effizienz innerhalb des Konzerns
- Stärkung und Ausbau der Marke Beate Uhse
- Steigerung der Profitabilität

Neben der starken Präsenz mit und in allen Vertriebskanälen ist die Marke Beate Uhse eine weitere wichtige Säule des Erfolgs. **Mit einem Markenwert von 62 Mio. Euro (plus 5 Prozent; Quelle: Semion Brand Studie 2004) gehört die Marke Beate Uhse zu den 50 bedeutendsten Deutschlands.** Mit dem Slogan „Beate Uhse – Sex up your Life“ flankieren wir unsere 2002 gestartete Dachmarken-Strategie.

Der Beate Uhse Konzern wird mittels einer Management-Holding und dezentral agierenden Profit-Centern gesteuert. Zur Überwachung der geschäftlichen Entwicklung dient ein auf die Belange von Beate Uhse abgestimmtes Kennzahlensystem. Neben absoluten Kennzahlen werden hierbei relative Erfolgs- und Bilanzkennziffern, Finanzfluss-Kennzahlen und Bewegungskennzahlen eingesetzt. Diese Kennzahlen werden in ihrer Entwicklung anhand von Vorjahres- und Planwerten gemessen.

7.4 EINZELHANDEL

PROFIL

Der Beate Uhse Einzelhandel war zum Ende 2004 mit 310 Filialen in 10 Ländern Europas aktiv. Neben den eigenen Läden in 1A-Lagen ist Beate Uhse durch Franchise- und Lizenzpartner auch in kleineren Städten vertreten. In Österreich und der Schweiz arbeitet der Konzern mit Generalvertretungen für die Länder. Die Expansion in weitere Zukunftsmärkte wie z.B. Polen wird in Form von Beteiligungen mit Geschäftspartnern vor Ort vorangetrieben. In 2004 agierte der Beate Uhse Einzelhandel im europäischen Markt hauptsächlich mit den Marken Beate Uhse, Christine le Duc, Kondomeriet, Mae B. und E.D.C., knapp 40 Prozent der Shops firmieren unter der Dachmarke Beate Uhse.

BEATE UHSE SHOPS NACH REGIONEN

EIGENE SHOPS

	2003	%	2004	%
Deutschland	63	40,4	66	40,2
Italien	-	-	6	3,7
Niederlande	66	42,3	66	40,2
Belgien	9	5,8	10	6,1
Frankreich	8	5,1	9	5,5
Norwegen	8	5,1	7	4,3
England	2	1,3	-	-
	156	100,0	164	100,0

LIZENZ & FRANCHISE

	2003	%	2004	%
Deutschland	53	41,1	53	38,1
Österreich	33	25,6	39	28,1
Schweiz	38	29,5	43	30,9
Norwegen	4	3,4	4	2,9
Italien	1	3,4	-	-
	129	100,0	139	100,0

BETEILIGUNGEN

	2003	%	2004	%
Polen	5	50,0	7	100,0
Italien	5	50,0	-	-
	10	100,0	7	100,0

(Vermerk: Die italienischen Shops wurden 2004 in den Konzern übernommen)

STRATEGIE

Ziel des Beate Uhse Einzelhandels ist es, mit klaren Handels-Konzepten den gesamten Sex- und Erotik-Markt in Europa zu dominieren. Hierzu werden die gesamten Einzelhandels-Aktivitäten auf vier Hauptmarken- und Shop-Konzepte fokussiert. Die klar von einander differenzierten Konzepte richten sich an unterschiedliche Zielgruppen. Das Produkt- und Branchenmanagement des Einzelhandels wird konzernweit gebündelt. Zur Stärkung der Präsenz in den Märkten werden die Shop-Konzepte durch E-Commerce Aktivitäten und Shop-in-Shop Kooperationen unterstützt.

Der Einzelhandel hat durch seine große Präsenz in vielen Einkaufsstraßen Europas eine zentrale Marketingfunktion für den Gesamtkonzern. Beate Uhse ist in Deutschland, den Niederlanden und Belgien Marktführer.

UMSETZUNG & GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2004

Im Fokus des Jahres 2004 stand ein kontrolliertes Wachstum in den internationalen Märkten. Geschlossen wurden Filialen, die den Rentabilitätskriterien nicht entsprachen.

Diese Flächenbereinigung machte sich insbesondere in Deutschland und Frankreich im Verlauf des Jahres positiv bemerkbar. In beiden Ländern konnten trotz des schweren wirtschaftlichen Umfelds die Marktanteile gesteigert werden. Als schwierig erwies sich dagegen die Situation in Belgien und den Niederlanden. Beide Ländergesellschaften konnten ihre Marktpräsenz nicht weiter ausbauen. Eine maßgebliche Expansion ist in beiden Ländern nicht mehr möglich, da die Vergabe von Shop-Lizenzen durch den Staat begrenzt wird. Daher kommt es verstärkt zu einem Verdrängungswettbewerb. Beate Uhse begegnet dieser Situation mit neuen Konzepten. In Belgien (Antwerpen) ging im 2. Quartal der erste Beate Uhse Fachmarkt an den Start; die Entwicklung ist überaus erfreulich. Ein Wachstumsmarkt ist Polen. Dort war Beate Uhse über eine Beteiligung zum Jahresende mit sieben Filialen vertreten. Das Beate Uhse Klassik-Konzept wird von den polnischen Kunden sehr gut angenommen und hat innerhalb kürzester Zeit die Rolle des Trendsetters im polnischen Erotik-Markt übernommen.

Zur Stärkung der Markenpräsenz und unter Werbegesichtspunkten wurden 2004 zwei weitere Beate Uhse-Shops an den Hochfrequenz-Standorten Flughafen Stuttgart und Flughafen Köln/Bonn eröffnet. Aktuell ist der Beate Uhse Einzelhandel an fünf Flughäfen vertreten. Aufgrund des Erfolges der Filialen wird das Konzept auch an internationalen Standorten weiter verfolgt.

Neben den Hochfrequenz-Standorten setzt Beate Uhse auch weiterhin auf den internationalen Ausbau der Fachmärkte. Das großflächige Konzept bestätigte 2004 die Erfolge des Vorjahres. Die Kunden schätzen die Anonymität, die großzügige Warenpräsentation, die großen Shop-Flächen und die gute Erreichbarkeit der Geschäfte.

Im März 2004 startete der Beate Uhse Einzelhandel mit einem neuen Shop-Konzept für Frauen und Paare in Deutschland unter dem Markennamen „Mae B.“ Das Konzept spricht Frauen an, die Wert auf Stil legen, selbstbewusst, beruflich etabliert und gut situiert sind. 2004 wurden insgesamt vier Mae B. Shops in Hamburg (2 x März), Berlin (Juni) und Frankfurt (August) eröffnet. Mae B. baut in der Expansion auf einen Mix aus Shop-in-Shops, um den Bekanntheitsgrad zu steigern und um eine hohe Kundenfrequenz zu erreichen sowie auf Stand-alone-Geschäfte, um den Kundinnen ein besonderes Einkaufserlebnis mit entsprechender Atmosphäre zu bieten. Mit dem Verlauf der ersten neun Monate ist der Beate Uhse Einzelhandel zufrieden. Negativ beeinflusst wurde das Startjahr von Mae B. durch die Krise der Karstadt/Quelle AG, da die Shop-in-Shops in den Karstadt Warenhäusern von der rückläufigen Kundenfrequenz von September bis Mitte November betroffen waren. Die weitere Expansion der Mae B.-Kette wird mit Augenmaß vorangetrieben, um die Entwicklung in den Karstadt Warenhäusern abzuwarten und um Kontakte zu weiteren Kooperationspartnern aufzubauen.

Die Integration der Marke „Christine le Duc“ in die konzernweiten Einzelhandels-Aktivitäten wurde 2004 fortgesetzt. Im November zog das Christine le Duc-Warenlager in das Zentrallager in Almere, um verstärkt Synergien innerhalb des Konzerns zu nutzen. Der Ausbau der Marke in Belgien ist für 2005 geplant.

7.5 VERSANDHANDEL

PROFIL

Der Versandhandel ist die Speerspitze der Expansionspolitik des Konzerns. Um neue Ländermärkte zu erschließen, werden erste Markttests und Analysen über den Versandhandel durchgeführt. Die Versand-Aktivitäten des Beate Uhse Konzerns sind unter der Marke „Pabo“ gebündelt. Die Konzernzugehörigkeit wird durch den Kompetenzvermerk „By Beate Uhse“ verdeutlicht. Lediglich im französischen Markt arbeitet

7.3
7.5

Pabo aus sprachlichen Gründen mit einer weiteren Marke. 2004 war der Versandhandel in neun Ländern vertreten. In fast allen Märkten agiert Pabo als klarer Marktführer im Versand von erotischen Produkten. Die Kunden werden durch Direkt-Marketing-Maßnahmen wie Kataloge, Mailings, Coupon-Hefte und via Internet kontinuierlich informiert und kontaktiert.

STRATEGIE

Der Erotik-Versand unterliegt einer Saisonalität, die sich in Frühjahr / Sommer und Herbst / Winter untergliedert. Der Pabo-Versand arbeitet in jeder Saison mit zwei Hauptkatalogen und diversen weiteren Werbemaßnahmen. Über 50 Prozent vom Umsatz wurden in den vergangenen beiden Jahren über diese Kataloge erzielt. Mit der Bedeutung der Hauptkataloge als wichtigstes Marketing-Instrument wächst die Relevanz des darin präsentierten Sortiments. Die Grundsortimente des Pabo-Versandes sind Textil-Produkte, DVD/Video und Erotik-Accessoires. Seit 2002 setzt Pabo verstärkt auf den Bereich Textil als wichtigsten Umsatzträger und fokussiert damit insbesondere Frauen als Zielgruppe. Um den langfristigen Erfolg zu sichern, hat Pabo 2004 die Hauptkataloge um je 32 Seiten auf insgesamt 190, insbesondere im Bereich Wäsche, erweitert. Neben erotischen Dessous gehören Körperschmuck, Perücken und Schuhe zu diesem neuen zukunftsstarken Sortimentsbereich von Pabo.

Die Basis für den Erfolg im Versandgeschäft ist ein beständig wachsender und aktiver Kunden- und Adressbestand. Pabo investierte 2004 rund 37 Prozent des Umsatzes in das internationale Marketing und damit u.a. in die Neukunden-Gewinnung. Basierend auf diesen Erfahrungen sieht der Beate Uhse Versand in den Ländern, in denen er 2004 aktiv war, weiteres Wachstumspotential sowohl im Neukundengeschäft als auch bei bestehenden Kunden. Durch eine Erhöhung der Frequenz von Kundenkontakten z.B. in den Bereichen DVD/Video und Wäsche sollen diese Potentiale erschlossen werden. Geplant ist die Ansprache über Spezial-Kataloge, die die beiden jährlich erscheinenden Hauptkataloge ergänzen. Zudem arbeitete Pabo zur Aktivierung des Kundenstamms 2004 zunehmend über eine aggressivere Preisgestaltung.

UMSETZUNG & GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2004

Der Versandhandel des Beate Uhse Konzerns war mit der Entwicklung 2004 zufrieden. Geprägt war das Jahr durch ein wirtschaftlich weiterhin sehr schwaches Umfeld in den meisten europäischen Ländern. Im Vergleich mit klassischen Universalversendern, die massive Einbrüche verzeichneten, haben Spezialversender ihre Position festigen oder wie Pabo sogar ausbauen können. Betrachtet man die Ländermärkte, so zeigten Frankreich und England die beste Entwicklung 2004. Frankreich etablierte sich nach Deutschland als zweitgrößter Umsatzträger für den Pabo-Versand. Der deutsche Versand erzielte ebenfalls Wachstumsraten – auch weil die Marketing-Aktionen 2004 noch einmal erhöht wurden. Für die Zukunft plant Pabo den gezielten Ausbau der internationalen Aktivitäten in kleineren Märkten. Geprüft wird vom Beate Uhse Versandhandel die Expansion in die Ländermärkte der zehn neuen EU-Beitrittsländer.

Die Situation in den USA ist weiterhin schwierig. Insbesondere die Akquisition von Neukunden bereitet Probleme, da Pabo hier nicht die in Europa eingesetzten Werbe-Wege nutzen kann. Postwurfsendungen sind in den Vereinigten Staaten nicht zulässig und Magazine verweigern zum Teil die Veröffentlichung von Pabo-Anzeigen, da weitere Anzeigen-Kunden ein Erotik-Unternehmen nicht in ihrem Werbe-Umfeld tolerieren. Somit ist Pabo in den USA auf neue Werbe-Strategien angewiesen. Getestet werden in 2005 getrennte Marketing-Maßnahmen für Wäsche sowie für Erotik-Produkte.

Insgesamt verschickte Pabo in Europa und den USA 2004 rund 16 Millionen Hauptkataloge. Die Anzahl der Bestellungen erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 14 Prozent auf 2,7 Millionen, es wurden 2004 über 3,2 Mio. Pakete (plus 18 Prozent) an Kunden verschickt. Um die Strukturen im Versandhandel auf das weiterhin rasante Wachstum anzupassen, hat Pabo 2004 die Planung für eine Umstellung auf eine neue, leistungsfähigere EDV fortgesetzt. Die neue Technik soll auch im E-Commerce neue Standards setzen, so dass Kunden immer stärker eigenständig Verfügbarkeiten von Waren, Lieferzeiträumen etc. abfragen können. Eine Implementierung erster Software-Module ist für das Frühjahr 2005 vorgesehen.

7.6 GROSSHANDEL

PROFIL

Der Großhandel des Beate Uhse Konzerns beliefert Anbieter von Erotik-Produkten in über 60 Ländern der Welt. Den Kunden steht ein außergewöhnlich umfassendes Sortiment von über 20.000 Sex- und Erotik-Artikeln zur Verfügung. Im Profit-Center Großhandel sind die Aktivitäten der Unternehmen Scala BV (Niederlande), AVN BV (Niederlande), VDN BV (Niederlande), Max AB (Schweden) und ZBF GmbH (Deutschland) gebündelt. Der Beate Uhse Großhandel verfügt über ein internationales Netzwerk an Produzenten, mit denen vielfältige Exklusivverträge zur Belieferung von erotischen Produkten bestehen. Innerhalb des Konzerns übernimmt der Großhandel zunehmend die Rolle eines zentralen Logistik-Dienstleisters, so dass die anderen Profit-Center sich weitestgehend auf den Vertrieb und die Absatzstrategien konzentrieren können.

STRATEGIE

Die strategische Ausrichtung des Profit-Centers orientiert sich stark an den Belangen und Potentialen der Scala BV als dem bedeutendsten Großhändler im Konzernverbund. Scala ist Weltmarktführer im Vertrieb von Erotik-Produkten. Durch den im zweiten Quartal 2004 erfolgten Umzug in das neue Logistik-Zentrum in Almere hat Scala einen wesentlichen Schritt in die Zukunft gemacht. Unternehmensziel ist es, sich als führende „One Stop Company“ im Erotik-Markt zu etablieren und die Kunden durch Produkt-Vielfalt, Qualität sowie durch Professionalität und Kundenfreundlichkeit zu überzeugen.

Beate Uhse strebt durch die Zentralisierung der Logistik-Funktionen in Almere eine Optimierung der konzernweiten Einkaufsstrukturen an. Der Großhandel übernimmt für den gesamten Konzern die Rolle des Einkäufers der Warengruppen DVD/Video, Toys, Magazine, Erotik-Accessoires und zu Teilen der Wäsche. Durch die Bündelung der Einkaufsmacht rechnet der Konzern mit wesentlichen Einsparungspotentialen. Es ist geplant, die Beschaffung über asiatische Länder auszu-

bauen, um die Preissituation weiter zu optimieren, den Einsatz von Eigenprodukten zu erweitern und um die Einflussnahme auf die Produkt-Qualität weiter zu festigen.

Der stärkere Einsatz von Eigenprodukten in allen Profit-Centern des Konzerns spielt eine entscheidende strategische Rolle. Beate Uhse wird sich zukünftig noch klarer vom Wettbewerb absetzen, indem die Sortimente um neue Eigenprodukte ergänzt werden. Durch eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Beate Uhse Großhandel und den Produzenten können Trends im Erotik-Markt sehr frühzeitig erkannt und umgesetzt werden. Die stärkere Präsentation von Eigenprodukten ermöglicht ein ausgewogeneres Preisniveau im Sortiment. Über die eigenen Produktionsstätten in Deutschland (Pleasure GmbH) und Ungarn (Lavetra Kft) kann der konzerneigene Großhandel flexibel und schnell auf Bedürfnisse und Trends im Markt reagieren.

Das Großhandelssortiment untergliedert sich im groben in vier Bereiche: DVD/Video, Magazine, Toys (inkl. Dessous, Wellness) und Diverses. Im Bereich DVD/Video hat sich der Preisverfall der vergangenen Jahre auch 2004 fortgesetzt. Es ist vorgesehen, das Sortiment in den einzelnen Preissegmenten abzurunden und noch ausgeglichener zusammen zu setzen. Exklusiv-Verträge mit Produzenten werden forciert und auch US-Filme verstärkt ins Sortiment aufgenommen. Die Warengruppe „Toys“ wird einer eingehenden Prüfung unterzogen. Ziel ist es, weitere eigene Labels in diesem Bereich zu entwickeln und neue, moderne Produkt-Konzepte zu erarbeiten. Um das Wäsche-Sortiment im Großhandel zukünftig zu stärken, ist eine umfassende Markt-Analyse zu bestehenden Marken, Konzepten und Sortimenten vorgesehen. Resultierend hieraus ist die Entwicklung eines eigenen Dessous-Konzeptes und die Erweiterung des Sortiments um Schuhe, Accessoires und Gadgets geplant.

7.5
7.6

UMSETZUNG & GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2004

2004 war ein extrem schwieriges Jahr für den Beate Uhse Großhandel. Der Umzug der Scala BV (Mai 2004) in das neue Zentrallager erfolgte aufgrund technischer Probleme erst mit einer achtmonatigen Verspätung. Auch nach der Inbetriebnahme kam es im Verlauf des Jahres zu weiteren technischen Problemen, so dass die Arbeitsabläufe nicht plangemäß optimiert werden konnten. Um die Ausfälle zu kompensieren, war ein erhöhter Personalbedarf nötig. Trotzdem konnte die Scala BV den Bestellungen und Kundenwünschen nicht immer innerhalb der vereinbarten Lieferzeiten nachkommen, so dass ein Umsatzrückgang in 2004 zu verzeichnen war. Durch die Kosten für den Einsatz von externen Technik-Dienstleistern wurde das Ergebnis des Großhandels 2004 stark beeinflusst.

Im Laufe des Jahres konnten jedoch die Logistik-Strukturen der Unternehmen Christine le Duc, VDN und AVN in das Zentrallager integriert werden, um erste neu entstandene Synergie-Potentiale innerhalb des Konzerns zu nutzen. Die Logistik-Integration des deutschen Einzelhandels wurde auf 2005 verschoben.

Eine völlig gegenläufige Entwicklung verzeichnete der deutsche Großhändler ZBF GmbH. Die 2003 eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen sind vollständig umgesetzt und haben das Unternehmen wieder auf Erfolgskurs gebracht. ZBF agiert als eigenständige Einheit sehr eng an den Geschehnissen im Markt. 2004 konnte ZBF Erfolge im Einkauf, insbesondere bei der Neuverhandlung von Lieferverträgen und Rückgaberechten durch- und umsetzen.

Insgesamt bewegte sich ZBF 2004 in einem stabilen Markt mit geringem Wachstum. Entscheidend für diese Situation war das allgemeine wirtschaftliche Umfeld. Bei der Sortimentszusammensetzung setzte ZBF weiterhin auf DVDs, Toys und Magazine. Als Reaktion auf die weiterhin sinkende Nachfrage nach Videos wird ZBF ab 2005 Videos aus dem Programm nehmen und Filme ausschließlich als DVDs anbieten. Der

DVD-Markt war 2004 weiterhin von einem allgemeinen Preisdruck beeinflusst, jedoch scheint die Preisuntergrenze in diesem Segment erreicht zu sein. Mit der Entwicklung des Toy-Sortiments war ZBF 2004 zufrieden, sieht für die Zukunft jedoch noch Potential für eine Umsatzsteigerung und eine Optimierung der Margen durch verbesserte Einkaufsbedingungen innerhalb des Konzerns. Bei den Magazinen blieben Absatz und Margensituation in 2004 stabil.

Zum Ende des Jahres 2004 hat der Beate Uhse Konzern seine Unternehmensstrukturen in Skandinavien gestrafft, um die in den jeweiligen Profit-Centern vorhandenen Kompetenzen auch in diesem Ländermarkt verstärkt zu nutzen. Skandinavien war in der Vergangenheit die einzige Region, deren Aktivitäten im Einzel-, Versand- und Großhandel nicht an die Profit-Center angegliedert war. In Folge der Umstrukturierung wurde die dänische Großhandelsniederlassung Max APS geschlossen. Bestehende Kunden werden seither durch die Scala BV und den schwedischen Großhändler Beate Uhse Max AB beliefert. Die Max AB ist mit einem Marktanteil von 25 Prozent in Skandinavien der größte Anbieter von Erotik-Produkten. In den Bereichen Logistik und Sortimentsgestaltung wird die Max AB zukünftig enger im Konzernverbund mit der Scala BV zusammenarbeiten.

7.7 ENTERTAINMENT PROFIL

Das Profit-Center Entertainment bündelt sämtliche Aktivitäten in den Bereichen Online, Telefonie, Mobile Kommunikation und Fernsehen. Beate Uhse tritt im Unterhaltungsmarkt als Content-Anbieter für Endverbraucher und auch als Full-Service-Kooperationspartner für Portalbetreiber auf.

Die wichtigsten Firmen, mit denen Beate Uhse 2004 im Markt aktiv war, sind Beate Uhse new medi@ GmbH, Exitec AG und COM VTX Multi Media B.V. sowie die Beteiligungen an der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG (49 Prozent; At Equity

Bewertung) und der erotic media ag (34 Prozent). Sowohl die Beate Uhse TV als auch die erotic media ag Zahlen werden im Konzern im Bereich Holding berücksichtigt. Die Beate Uhse Gruppe positioniert sich als Content- und Support-Provider im Entertainment. Neue Mediendienste werden ausgebaut, dabei setzt Beate Uhse weiterhin auf das Internet, Breitband-Technologie und den immer wichtiger werdenden Ausbau von Video-on-Demand. Die Beate Uhse TV steuerte 2004 weitestgehend eigenständig die Fernseh-Aktivitäten des Konzerns, die über das Pay-TV-Programm Premiere ausgestrahlt werden.

STRATEGIE

Die New Media Sparte genießt insbesondere im Online- und Telefonie-Markt einen Ruf als seriöser Anbieter und Partner, der den gesamten Produktionsprozess abdeckt. Die technische Kompetenz und die Vielseitigkeit der Produkte bieten den Kunden einen hohen Nutzen und sind international multiplizierbar.

Die Ziele des Entertainments sind:

- führende Position im Online-Markt; international zu den großen Playern zu zählen
- aufschließen zu den beiden größten Wettbewerbern im Bereich Telefonie in Deutschland; rentable Positionierung in den internationalen Märkten;
- Strukturierung und Ausbau der Mobilen Dienste innerhalb des Konzerns

Beate Uhse setzt auf die zunehmende Regulierung des Internets. Sie wird seriösen Anbietern langfristig Vorteile verschaffen, da User-Betrug, Content- und Traffic-Diebstahl abnehmen werden. Zusätzlich kann das Profit-Center gegenüber dem Wettbewerb von den Vorteilen aus dem Beate Uhse-Konzernverbund und daraus resultierenden Synergie-Potentialen profitieren.

UMSETZUNG & GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2004

Die New Media-Sparte des Beate Uhse Konzerns entwickelte sich 2004 nicht wie geplant. **Vielfältige externe Faktoren, die den gesamten Online- und Telefonie-Markt beeinflussten, beanspruchten sowohl personelle als auch finanzielle Ressourcen, so dass das operative Geschäft nicht in gewohntem Maße entwickelt werden konnte.**

Zudem wurde das Entertainment durch den Ende 2004 beabsichtigten Verkauf der Beteiligungen an der erotic media ag (34 Prozent) und der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG (49 Prozent) beeinflusst. Der geplante Verkauf der Anteile wurde im März 2005 vorläufig abgesagt, da der potentielle Käufer (Almira S.A.) die vereinbarten Rahmenbedingungen nicht einhielt. Die Beteiligungen verbleiben bis auf weiteres im Konzern und werden weiterhin in die Entwicklung des operativen Geschäfts integriert.

Online

Im ersten Quartal 2004 wurde die Dialer-Gesetzgebung in Deutschland verschärft und der Einsatz von Dialern in der Schweiz verboten. Mittelfristig rechnet Beate Uhse mit Vorteilen durch ein strengeres Vorgehen gegen Missbrauch im Online-Markt, da Beate Uhse als seriöser Anbieter Vertriebsfelder besetzen kann, die bislang von unseriösen Mitbewerbern genutzt wurden. Die unmittelbaren Auswirkungen haben jedoch auch der Entwicklung des Beate Uhse Entertainments in 2004 geschadet, da die Verbraucher generell das Vertrauen in die Dialer-Technologie verloren haben und somit auch entsprechende Dienste des Beate Uhse Konzerns gemieden wurden.

Umsatzbelastend waren die kostenfreien Preisansagen für Anrufer aus dem deutschen Festnetz (Februar 2004) und aus dem Mobilfunknetz (August 2004) auf Mehrwertdiensternummern. Die Folge der gesetzlich vorgeschriebenen Änderung war eine steigende Preis-Sensibilität der Verbraucher und eine daraus resultierende Verringerung der Gesprächszeiten. Generell verzeichnete Beate Uhse 2004 eine Veränderung im

7.6
7.7

Online-Markt von spontanen, intuitiven Käufen hin zu bewussten Kaufentscheidungen der Kunden. Dieser Entwicklung wurde die New Media-Sparte z.B. durch die Neuausrichtung von Online-Produkten gerecht. Das Kundenerlebnis auf diversen Beate Uhse-Portalen wurde gezielt auf diese Kaufentscheidungen ausgerichtet; es begleitet den Nutzer bis zum Zahlungsvorgang. Erste Tests dieser Art zeigen Erfolg. Der Ansatz soll 2005 weiter verfolgt werden. Zudem hat Beate Uhse durch Club- und Abonnement-Modelle die Voraussetzung geschaffen, gezielt auf die Generierung nachhaltiger Kundenbindungen hinzuarbeiten.

Der Gesamtumsatz im Online-Markt in Deutschland ist aufgrund der genannten Faktoren 2004 um rund 70 Prozent zurückgegangen. Die Beate Uhse new medi@ verzeichnete im gleichen Zeitraum ein Umsatzminus von rund 34 Prozent (bereinigt um E-Commerce). Die Situation ist nicht zufrieden stellend, zeigt jedoch, dass Beate Uhse 2004 mit Problemen kämpfte, die den Gesamtmarkt weitaus stärker belasteten. Die verschärften Jugendschutzbestimmungen haben negativ zum Ergebnis beigetragen, so dass Marktanteile an ausländische Onlineanbieter verloren wurden, die diesen Bedingungen nicht Folge leisten.

Telefonie

Der Telefonie-Markt wies 2004 eine oligopolistische Struktur mit einem konstanten Marktvolumen auf. Eine Steigerung des Marktanteils wäre für Beate Uhse nur durch Verdrängung möglich gewesen. Dem Konzern boten sich keine nennenswerten Ausbau-Potentiale in der Werbung, da die Anzahl der zur verfügbaren, renditebehafteten Werbeflächen rückläufig war. Als problematisch erwiesen sich im Bereich Telefonie auch die in 2004 eingeführten kostenfreien Tarifansagen von Telefonmehrwertnummern. Sie führten zu spürbaren Responseverlusten, so dass einzelne Vermarktungsansätze nicht mehr oder nur eingeschränkt funktionierten.

Um den Ausbau des Geschäftsbereichs 2005 wieder zu forcieren, plant Beate Uhse u.a. die Ausweitung des Schaltvolumens in den Telemedien.

Mobile Kommunikation

Im Bereich Erotik ist der Markt der Mobilien Kommunikation noch in einem frühen Entwicklungsstadium. Beate Uhse sieht in diesem Sektor ein interessantes Wachstumspotential für den Konzern und ist entsprechend vorbereitet. Dazu wurden erste Kooperationen mit international tätigen Providern und Portalen geschlossen. Interaktive Services (P-SMS Chat, Videotext Kontaktmarkt etc.) und Content für diverse Endgeräte sind vorhanden, so dass die Entwicklung 2005 weiter vorangetrieben werden kann.

Fernsehen

Beate Uhse TV, der einzige deutsche TV-Sender mit einer Lizenz zur Ausstrahlung von Soft-Erotik, profitierte in 2004 von der positiven Entwicklung des Pay-TV-Senders Premiere. Ende 2004 verzeichnete der Sender mit knapp 3,2 Millionen Abonnenten einen Höchststand seit dem Start. Premiere erweiterte im vergangenen Jahr sein Erotik-Programm durch das Vollerotik-Angebot Blue Movie und gab dem Bereich Erotik innerhalb des Senders eine größere Plattform.

7.8 UMSATZ Der Beate Uhse Konzern war mit der Entwicklung des Umsatzes 2004 zufrieden. Im Vergleich zum Vorjahr wurden bei einem Gesamtumsatz von 277,9 Mio. Euro 12,3 Mio. Euro mehr Erlöst (plus 4,6 Prozent). Die Planmarke von 289,6 Mio. Euro erreichte der Erotikkonzern nicht in vollem Umfang bzw. lag um 4,1 Prozent darunter.

Die sehr gute Entwicklung in den beiden wichtigsten Umsatzträgern Einzel- und Versandhandel kann durchaus als Beleg dienen, dass Beate Uhse im Markt hervorragend aufgestellt ist und trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen – sogar in Deutschland – gute Wachstumsraten vorweisen kann. Dort, wo es 2004 zu Problemen kam, sind diese klar analysiert: Im Großhandel waren die Ursachen intern. Der Umzug in das neue Logistik-Center verzögerte sich mehrmals und der Start verlief nicht so reibungslos, wie geplant. Dies führte zu Umsatzausfällen und Belastungen im Ergebnis. Im Entertainment waren die Ursachen für den Umsatzrückgang vor allem in der deutlichen Verschärfung der Gesetzgebung zu suchen. Diese grundlegende Änderung der Rahmenbedingungen betrafen den gesamten Markt und damit auch Beate Uhse.

Insgesamt zeigt die Umsatzentwicklung des Jahres 2004, dass die Voraussetzungen für weiteres Wachstum voll intakt sind und Beate Uhse auch unter schwierigen Bedingungen richtig aufgestellt ist. Es gilt, die internen Probleme im Großhandel schnell abzustellen und die bereits 2003 begonnene Neuausrichtung der Entertainment-Sparte erfolgreich abzuschließen.

Die ausgezeichnete Performance in den umsatzstärksten Bereichen Einzel- und Versandhandel bestätigt die Strategie des Unternehmens, überwiegend durch internes Wachstum die eigene Marktposition langfristig und nachhaltig auszubauen.

UMSATZ NACH QUARTALEN 2003 / 2004

Mio. EUR	Q1/2003	Q1/2004	Q2/2003	Q2/2004	Q3/2003	Q3/2004	Q4/2003	Q4/2004
Einzelhandel	17,3	20,4	16,3	19,1	18,9	21,7	24,8	24,7
Versandhandel	31,6	36,2	23,5	22,8	28,3	28,9	20,1	30,8
Großhandel	17,1	17,5	11,5	10,8	15,8	15,6	17,9	12,3
Entertainment	5,3	4,8	5,9	4,0	5,6	4,0	5,7	4,2
Holding Services	-	-	-	-	-	-	-	-
	71,3	78,9	57,2	56,8	68,6	70,3	68,5	71,9

Vergleicht man den Verlauf der Umsatzentwicklung entsprechend der Quartale, so zeigt sich eine sehr ähnliche Tendenz wie in 2003. Die Erotik-Branche hat ihre stärksten Quartale in der dunklen Jahreszeit (1. und 4. Quartal). Beate Uhse konnte 2004 in drei von vier Quartalen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr verbessern. Die Zugewinne liegen zwischen 2,4 und 10,7 Prozent pro Quartal. Lediglich im zweiten Quartal lag das Unternehmen 0,7 Prozent unter dem Vorjahreswert. Betrachtet man die Jahre 2003 / 2004 bereinigt um die Akquisitionen (Christine le Duc, Beate Uhse Italia, FunCenter), so wuchs der Umsatz in 2004 um 4,8 Mio. Euro (plus 1,8 Prozent).

Die Umsatzentwicklung war in den Profit-Centern sehr heterogen. So erzielten der Einzel- und der Versandhandel 2004 ein zweistelliges Umsatzwachstum. Diese erfreuliche Entwicklung wurde durch die nicht optimale Entwicklung im Großhandel und im Entertainment beeinträchtigt. Die niederländische Großhandelstochter Scala BV hatte in 2004 mit den Auswirkungen des um acht Monate verschobenen Umzugs in das neue Zentrallager in Almere zu kämpfen, so dass der Umsatz im Großhandel gegenüber dem Vorjahr von 62,3 Mio. Euro auf 56,2 Mio. Euro (minus 9,8 Prozent) sank.

7.7
7.8

FLUGHAFEN
BERLIN-TEGEL

WEDDING

PRENZLAUER BERG

Club der polnischen Versager

Viaux

7

Monsieur Vong

HACKISCHE
HÖFE

11

oxymoron

AM3

9

Lustgarten

ALEXANDER
PLATZ

UNTER DEN LINDEN

MOABIT

REICHSTAG

SPREE

CHARLOTTENBURG

TIERGARTEN

BERLIN-MITTE

BRANDENBURGER TOR

Beate Uhse Erotik Museum

69

ZOO

69

**Mae B.
(Karstadt 1.0G)**

Hotel Ku'Damm 101

1

KREUZBERG

Bateau Ivre

5

2

Hamam

WILMERSDORF

SCHÖNEBERG

Arena

TREPTOW

10

← *Pfaueninsel*

FLUGHAFEN
BERLIN-TEMPELHOF



BERLIN

VOR DER REISE HIER HERAUSTRENNEN



BERLIN

HOTEL

1) *Ku'Damm 101*

Eine aufregende Adresse für Geschäftsreisende mit technologischem Anspruch und Kurzurlauber mit Sinn für Ästhetik und Lifestyle. Unbedingte *must do's*: Das Frühstück im 7. Stock mit Blick über die Dächer von Berlin und ein Absacker in der Lounge Bar. Die Lage ist perfekt für Fashion-Victims, sämtliche In-Designer-Shops liegen im unmittelbaren Umfeld. Ergo: Man trifft hier viele, schöne und moderne Menschen.

Kurfürstendamm 101, 10711 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 52 00 530
www.kudamm101.de

WELLNESS

2) *Wo nur Frauen verwöhnt werden*

Das ist *Tausend und eine Nacht* mitten in Berlin. Von der Badekultur des Orients inspiriert, gibt es in Berlin Kreuzberg ein Hamam für Frauen. Das türkische Schwitz- und Reinigungsbad, traditionell nur den Männern vorbehalten, ist Kommunikation und Entspannung pur für Körper, Geist und Seele. Die gezielte Pflege beginnt mit einem entspannenden, warmen Bad in einem orientalischen Marmorbecken oder einem Ganzkörperschlamm-Peeling. Ist der Körper weich, geschmeidig und aufnahmebereit, so beginnt die wohltuende Massage mit dem Kese, einem feinen Seidenhandschuh. Die finale Entspannung findet dann auf dem *Göbek tasi*, einer erwärmten Marmor-Sitzfläche, statt.

Schokofabrik, Mariannenstr. 6, 10997 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 615 14 64
www.hamamberlin.de

FOOD & DRINKS

3) *Monsieur Vong*

Mehr Imbiss als Restaurant – aber was für einer! Die Karte umfasst zwar nur zwei bis drei wechselnde Hauptgerichte, aber so gut schmeckt vietnamesische Küche wahrscheinlich nicht einmal in Hanoi. Von Warteschlangen nicht abschrecken lassen, das Personal hat alles im Griff und nach wenigen Minuten wird Ihnen ein Platz zugewiesen. Warnung: Körperkontakt zu Tischnachbarn ist möglich, angesichts der buntgemischten und immer interessanten Gäste aber kein wirkliches Manko – zu Berlinale-Zeiten kann es gern auch mal der Rücken eines Hollywood-Stars sein, an den Sie sich nach dem Essen glücklich lächelnd anlehnen.

Alte Schönhauser Allee 46, 10119 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 30 87 26 43
www.monsieurvong.de
(keine Reservierung!)

4) *Arena*

An lauen Sommerabenden trifft sich der gesellige Berliner gern am Wasser. In den letzten Jahren ist entlang der Spree eine ganze Reihe von Strandbars entstanden. Die spektakulärste Location ist dabei die Arena in *Treptow*. Ein im Fluss schwimmendes Badeschiff, mit Open-Air-Bar und gemütlichen Liegen, von denen sich der spektakuläre Blick über die Spree genießen lässt – der perfekte Einstieg in eine ereignisreiche Nacht. In der zum Areal gehörigen Halle (Industrie-Denkmal) finden wechselnde Events statt.

Eichenstraße 4, 12435 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 53 32 030
www.arena-berlin.de

5) *Bateau Ivre*

In der Szene einfach nur *der Franzose* genannt, ist das Bateau Ivre besonders im Sommer ein MUST für alle Freunde des südlichen Flairs und Flirts. Der Franzose ist der Stammsitz des typischen Kreuzbergers, jederzeit entspannt und immer für einen lockeren Plausch zu haben. Achtung Mädels: Die Tapas und Salate werden von *echten* Franzosen serviert!

Oranienstraße 18, 10999 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 61 40 36 59

6) *oxymoron*

Tagsüber ist das oxymoron ein elegantes Kaffeehaus mit Restaurant (italienisch-französische Küche). Am späten Abend verwandelt es sich in einen mondänen Nachtclub. Die Atmosphäre ist kommunikativ, Begegnungen Menschen unterschiedlichster Berliner Szenen gewünscht. Schon das Umfeld ist etwas Besonderes, denn der erste Dinner-Club Berlins liegt im größten Hofareal Deutschlands, den 1905/1906 erbauten *Hackeschen Höfen*. Das Interieur des oxymoron-Salons nimmt die große Zeit der *Hackeschen Höfe*, die 20er Jahre des vorigen Jahrhunderts, atmosphärisch auf und spielt aufregend mit dem Historischen.

Rosenthaler Straße 40/41, 10178 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 28 39 18 86
www.oxymoron-berlin.com

7) *Club der polnischen Versager*

Der Club ist selbst in der bunt gemischten Berliner Szene eine Ausnahmeerscheinung. Hier treffen sich allabendlich das alte und das neue Europa. Das Streben nach Vollkommenheit liegt den Betreibern und Gästen fern, sie bevorzugen den *Schund*, das macht den Club der polnischen Versager zum wohl herzlichsten seiner Art. Auf einem individuell machbaren Niveau Schöpfer sein und diesen Menschen eine Plattform zur Veröffentlichung zu bieten, das schafft der Club etwa zweimal wöchentlich. An diesen Abenden tragen Leute, denen im Leben nicht so viel gelingt, selbst verfasste Texte vor.

Torstraße 66, 10119 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 28 09 37 79
www.polnischeversager.de

KUNST

8) *Viaux – Gallery for Fashion Photography*

Die im Herzen von Mitte gelegene Dependance der Hamburger Galerie hat sich spezialisiert auf Modefotografie. Die oft wandfüllenden Originalabzüge der besten Fotografen der Welt eröffnen neue, sinnlich-erotische Perspektiven.

Mullackstraße 12, 10119 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 28 09 99 80
www.viaux.com

PARKS

9) *Lustgarten*

Nehmen Sie Ihr Herzblatt und spazieren Sie durch den Lustgarten der gekrönten Häupter Deutschlands. Die Kombination aus Blumen-garten, Orangerie, Gewürzgarten, Statuen, Grotten, Volieren, Fontänen und Lusthäusern schafft ein besonderes Umfeld für verträumte Spaziergänge zu zweit. Der 1646 angelegte Garten hat eine bewegte Geschichte und zählt heute zu den traditionsreichsten Plätzen der Stadt.

Karl-Liebknecht-Straße / Kupfergraben, 10117 Berlin
www.berlin.de

10) *Pfaueninsel*

Die Pfaueninsel ist ein Gesamtkunstwerk. 1793 erwarb König Friedrich Wilhelm II. sie als Ausflugsziel und machte aus ihr eine exotische Welt im Herzen Berlins. Charakteristisch sind die sich schlängelnden Wege, die immer wieder neue Ausblicke auf Naturschönheiten oder architektonische Erlebnisse bieten. Ein zauberhaftes Ziel für Verliebte.

Mit der S-Bahn nach Wannsee, dann weiter im Bus 218 bis zur Endstation

DRESS FOR SUCCESS

11) *AM3 – Feinripp forever*

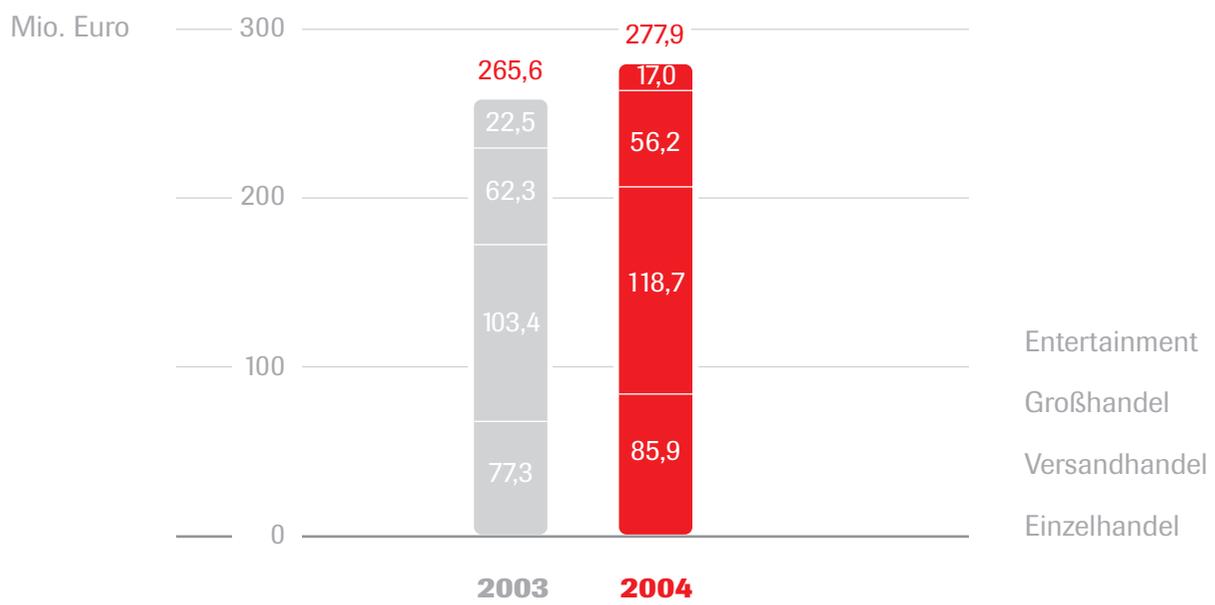
Wer sagt, dass Feinripp unsexy ist? Der kleine, aber äußert feine Shop AM3 in Mitte tritt den Gegenbeweis an. Beste Qualität fürs Unterdunter im zeitlosen Schick, Eleganz unter dem Motto *Schiesser Revival*. Unbedingt auch in den Hinterhof! Hier gibt es eine Reihe weiterer schöner Geschäfte, in denen Shopping einfach nur Spaß macht.

Münzstraße 23, 10178 Berlin
Telefon +49 (0)30 - 30 88 19 46

BEATE UHSE IN BERLIN

Mae B.
Hermannplatz (im Hause Karstadt, 1. OG)
10967 Berlin
Telefon: +49 (0)30 - 61 20 10 05

Beate Uhse Erotik Museum & Shop
Joachimstaler Straße 4 / Kantstraße 5, 10623 Berlin
Telefon: +49 (0)30 - 88 62 66 13

UMSATZ NACH PROFIT-CENTERN 2003 / 2004

Auch das Entertainment sah sich 2004 einem Umsatzrückgang gegenüber. Der Bereich verlor gegenüber dem Vorjahr 24,5 Prozent und schloss das Jahr 2004 mit einem Umsatz von 17 Mio. Euro ab (2003: 22,5 Mio. Euro). Der Hauptgrund für diese Entwicklung war u.a. der Vertrauensverlust der Verbraucher in die Dialer-Technologie als Inkasso-Methode. Diese Tendenz zeigte sich bereits zu Beginn des Jahres und betraf den gesamten Online-Markt in Deutschland. Zudem wurden in Deutschland diverse Gesetze (Jugendschutz, kostenfreie Preisansagen auf Mehrwertdiensternummern) verschärft. Diese führten zu Umsatzrückgängen im Online-Geschäft.

Sehr überzeugend entwickelte sich dagegen der Einzelhandel des Beate Uhse Konzerns. Zielgerichtet wurde das Filialnetz um 15 Geschäfte erweitert, die den renditeorientierten Kriterien des Einzelhandels entsprachen. Der Umsatz wuchs um 11,2 Prozent auf 85,9 Mio. Euro (2003: 77,3 Mio. Euro). Ein wesentlicher Teil der Umsatzsteigerung ist akquisitions- bzw. konsolidierungsbedingt. 2003 wurden die akquirierten Christine le Duc Shops zeitanteilig mit einem Umsatz von 2,6 Mio. Euro in den Konzern einbezogen. 2004 lag ihr Umsatzbeitrag bei 9 Mio. Euro.

Der Versandhandel war innerhalb des Konzerns auch 2004 der umsatzstärkste Bereich. Die Erlöse stiegen um 14,8 Prozent auf 118,7 Mio. Euro (2004: 103,4 Mio. Euro). Insbesondere die Märkte in Frankreich, England und auch in Deutschland waren für diese erfreuliche Entwicklung verantwortlich. Als weiterhin schwierig erwies sich das US-Geschäft. In allen Pabo-Ländern, aber insbesondere in Deutschland wurden die Ausgaben für Marketing-Aktivitäten erneut erhöht, um Marktanteile zu gewinnen. Der Pabo-Versandhandel will sich durch die hohen Marketing-Aufwendungen eine starke Ausgangsposition für die Zukunft schaffen.

UMSATZ NACH REGIONEN 2003 / 2004

Mio. EUR	2003	2004	Abw. %
Deutschland	125,8	120,5	-4,2
Niederlande	48,7	51,8	6,2
Belgien	16,6	17,4	5,3
Frankreich	19,0	25,3	33,2
England	13,2	14,8	12,2
Österreich	7,9	18,1	129,1
Schweiz	1,9	1,8	-5,3
Skandinavien	14,8	13,1	-11,2
Sonst. Europa	10,5	9,3	-11,4
Übrige Regionen	7,3	5,8	-20,6
	265,6	277,9	4,6

Betrachtet man die Umsatzentwicklung 2004 nach Regionen, so erwiesen sich die Ländermärkte Österreich, Frankreich und England als besonders stark. Alle drei wiesen zweistellige prozentuale Wachstumsraten und mehr auf. Auch der holländische und der belgische Markt zeigten trotz leichter Probleme im Einzelhandel (Verdrängungswettbewerb) Wachstumspotentiale. Leichte Umsatzrückgänge verzeichneten Deutschland und die Schweiz, beide beeinträchtigt durch das hohe Gewicht der Online-Aktivitäten. In Skandinavien ging das Geschäft aufgrund der Reorganisation um 11,2 Prozentpunkte zurück. Im sonstigen Europa erzielte der Beate Uhse Konzern durch die Logistik-Probleme des Großhändlers Scala BV einen geringeren Umsatz (minus 11,4 Prozent).

Mit einem Umsatzanteil von 43,4 Prozent war Deutschland auch 2004 der wichtigste nationale Markt für den Beate Uhse Konzern. Gleichzeitig stieg der Anteil der internationalen Umsätze bereits das dritte Jahr in Folge auf nun 56,6 Prozent.

7.9 ERTRAGSLAGE Der Ertrag im Beate Uhse Konzern entwickelte sich im Berichtsjahr nicht in allen Bereichen gemäß der Planung. Auf Konzernebene bestätigte Beate Uhse das Vorjahresergebnis nach Steuern, während das operative Ergebnis hinter den Erwartungen zurück blieb.

WERTSCHÖPFUNG

Der Umsatz des Beate Uhse Konzerns lag 2004 bei 277,9 Mio. Euro, verglichen mit 265,6 Mio. Euro im Jahr zuvor. Abzüglich

7.8
7.9

der Vorleistungen bei Material, Abschreibungen und sonstiger betrieblicher Aufwendungen errechnet sich eine Wertschöpfung von 53,7 Mio. Euro. Im Vorjahr lag dieser Wert bei 56 Mio. Euro. Die leicht rückläufige Wertschöpfung ist vor allem auf die gestiegenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen zurück zu führen. Die forcierten Werbeausgaben, die sich hier widerspiegeln, haben die höhere Gesamtleistung sowie den deutlich verbesserten Materialeinsatz überkompensiert. Ausschlaggebend für die geringeren Materialaufwendungen bei gleichzeitig gestiegenem Umsatz sind die verbesserten Einkaufs- und Beschaffungsstrukturen sowie der höhere Umsatzanteil des Versandgeschäfts. In der Kombination mit einer stabilen Handelsspanne über den Großteil der Sortimentsbereiche stieg der Rohertrag im Konzern 2004 überproportional auf 202,7 Mio. Euro. Das Plus lag bei 11,1 Prozent.

BETRIEBLICHER AUFWAND

Neben den positiven Effekten beim Materialaufwand konnte Beate Uhse die Personalaufwendungen nicht ganz konstant halten. Sie stiegen um 7,1 Prozent und damit etwas stärker als der Umsatz. Ausschlaggebend dafür war auch der höhere Personalbestand im neuen Logistik-Center. Die Personalkostenquote veränderte sich von 17,8 auf 18,2 Prozent. Die Personalproduktivität blieb im Vergleich von 2003 zu 2004 auf einem ähnlich hohen Niveau von 188 TEUR pro Mitarbeiter.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich in Relation zum Umsatz von 38,7 Prozent auf 43,9 Prozent. Hauptgrund waren die starken Werbeaktivitäten des Versandhandels. Ziel von Beate Uhse ist es, die zum Teil schwache Marktlage in Europa durch verstärkte Werbeanstrengungen zur Gewinnung signifikanter Marktanteile zu nutzen. Ebenfalls leicht gestiegen sind die Miet- und Raumkosten. Dies betraf einerseits den Einzelhandel aufgrund des Flächenzuwachses sowie den Großhandel durch Mietzahlungen für das Logistik-Center. Der Anstieg der Einzelwertberichtigungen innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen korrelierte direkt mit dem Umsatzanstieg insbesondere im Versandgeschäft. Insgesamt ist das Niveau von 3,7 Prozent vom Umsatz nach wie vor als zufriedenstellend einzustufen.

ENTWICKLUNG BETRIEBLICHER AUFWAND 2003 / 2004

Mio. EUR	2003	2004	Abw. %
Materialaufwand	96,8	92,0	-4,9
Personalaufwand	47,3	50,7	7,1
Sonst. betr. Aufwand	102,7	122,0	18,8

OPERATIVE ERTRAGSENTWICKLUNG

Die operativen Ertragskennzahlen gingen 2004 zurück. Von dieser Entwicklung waren aufgrund der beschriebenen Gründe besonders der Großhandel und das Entertainment betroffen. Der Versandhandel konnte auf Basis des operativen Ergebnisses vor Abschreibungen (EBITDA) einen Ergebnisbeitrag liefern, der nahezu auf dem Niveau des Vorjahres lag. Über alle Profit-Center hinweg lag die EBITDA-Marge bei 10,4 Prozent. Im Vorjahr waren es 11,8 Prozent.

Beate Uhse konnte die Abschreibungen im Jahresvergleich konstant halten. Die wichtigsten Positionen waren Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände, davon rund 1,4 Mio. auf Firmenwerte. Die Abschreibungsquote blieb konstant. Dennoch ging das Betriebsergebnis (EBIT) im Jahresvergleich um 13,4 Prozent zurück und lag damit unter den Erwartungen.

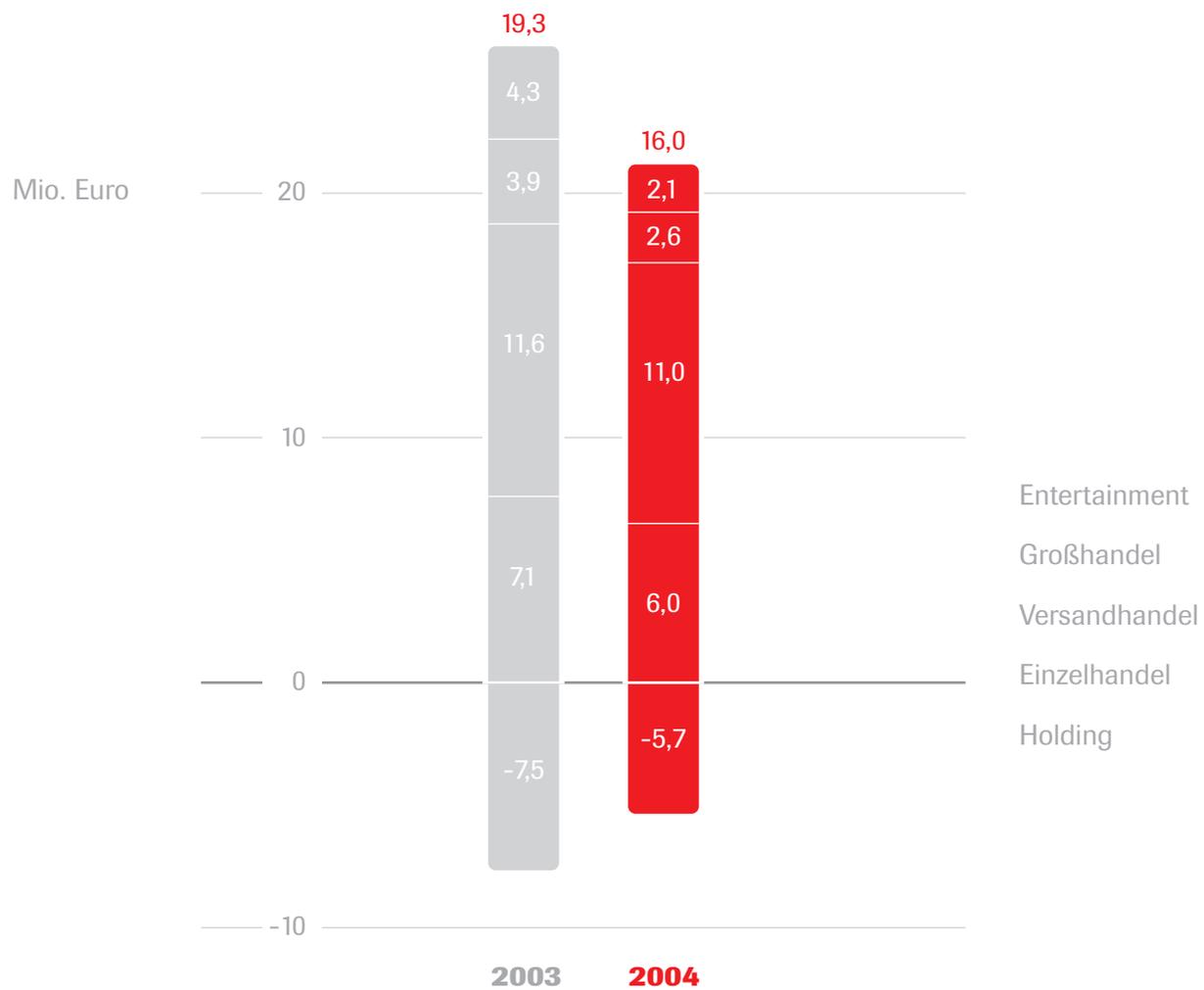
OPERATIVE ERTRAGSENTWICKLUNG 2003 / 2004

Mio. EUR	2003	2004	Abw. %
EBITDA	31,5	28,8	-8,7
EBIT	21,5	18,6	-13,4
EBT	19,3	16,0	-16,8

Das Zinsergebnis lag leicht über dem Niveau des Vorjahres. Die Zinslast betrug saldiert 2,6 Mio. Euro, nach 2,2 Mio. Euro im Jahr zuvor. Dank des konzernweiten Cash-Poolings ist der Zinsaufwand trotz leicht höherer Verbindlichkeiten am Bilanzstichtag nahezu stabil geblieben.

7.9

EBT NACH PROFIT-CENTERN 2003/2004



Damit lag das Vorsteuerergebnis (EBT) 2004 bei 16 Mio. Euro. Dieser Wert liegt um 3,3 Mio.

Euro unter dem Wert des Vorjahres und damit auch unter den eigenen Erwartungen. Mehr als die Hälfte dieses Rückgangs entfiel auf das 4. Quartal 2004. Das letzte Quartal 2004 war besonders deutlich belastet durch die Probleme im Großhandel. Die ertragsseitig stärksten Quartale waren 2004 das erste und dritte.

VORSTEUERERGESNISSE DER PROFIT-CENTER

Auch 2004 war der Versandhandel auf Basis des Vorsteuerergebnisses das mit Abstand ertragsstärkste Profit-Center. Mit einem EBT von 11 Mio. Euro erzielte es rund 50 Prozent des Ergebnisses der operativen Profit-Center.

EBT NACH QUARTALEN 2003 / 2004

Mio. EUR	Q1/2003	Q1/2004	Q2/2003	Q2/2004	Q3/2003	Q3/2004	Q4/2003	Q4/2004
Einzelhandel	1,4	1,8	0,3	0,3	2,4	1,5	3,0	2,4
Versandhandel	2,7	3,1	2,3	2,2	2,1	2,4	4,5	3,3
Großhandel	2,5	2,2	2,0	0,3	1,5	1,2	-2,1	-1,0
Entertainment	0,4	0,8	1,1	0,1	1,2	0,6	1,6	0,6
Holding Services	-1,4	-1,3	-2,8	-0,9	-1,6	-1,6	-1,7	-1,9
	5,6	6,6	2,9	2,0	5,5	4,0	5,2	3,4

Der Einzelhandel lag 2004 im Vorsteuerergebnis unter dem Vorjahr. Ursachen hierfür waren u.a. Anlaufverluste der neuen Shop-Kette Mae B. Der Versandhandel erhöhte auch in 2004 seine Marketing-Aktivitäten, um die eigene Marktpräsenz im internationalen Versandgeschäft weiter auszubauen.

Der Großhandel erreichte die geringste Vorsteuerrendite. Der ebenfalls problembehaftete Entertainment-Bereich schloss mit einer Rendite von 12,4 Prozent; dieser im Vergleich zu den anderen Profit-Centern an sich gute Wert, deckt sich allerdings noch nicht mit den tatsächlich erzielbaren Renditen im Entertainment. Die Zielvorgaben liegen hier deutlich höher. Der Versandhandel erreichte eine Umsatzrendite von 9,3 Prozent, leicht darunter blieb der Einzelhandel mit 7 Prozent. In den Holding Services konnte Beate Uhse die angestrebten Kostensenkungen weitgehend umsetzen.

STEUERN

Die Steuerlast im Beate Uhse Konzern konnte 2004 deutlich gesenkt werden. Sie lag bei insgesamt 6,3 Mio. Euro. Die Steuerquote sank von 42,8 Prozent auf 28,8 Prozent. Zu dem Rückgang kam es durch die steuerliche Nutzung von Verlustvorträgen sowie steuerlich relevante Aufwendungen für Einzelwertberichtigungen gegenüber verbundenen Unternehmen.

NETTO-ERGEBNIS UND ERGEBNIS JE AKTIE

Das Nachsteuerergebnis konnte Beate Uhse 2004 annähernd auf Vorjahresniveau halten. Nach 9,9 Mio. Euro im Jahr 2003,

erzielte Beate Uhse 2004 ein Netto-Ergebnis von 9,7 Mio.

Euro. Das entspricht einem Gewinn je Aktie von 0,21 Euro.

Die Gesellschaft plant, für 2004 auf eine Dividendenzahlung zu verzichten und den Jahresüberschuss zu thesaurieren.

Durch Verlustanteile anderer Gesellschafter (0,4 Mio. Euro), Gewinnvortrag (2,1 Mio. Euro) und Veränderungen der Rücklagen (7,5 Mio. Euro) addierte sich der Konzernbilanzgewinn zum 31. Dezember 2004 auf 19,7 Mio. Euro.

NETTO-ERGEBNIS 2003 / 2004

Mio. EUR	2003	2004	Abw. %
Jahresüberschuss	9,9	9,7	-1,4
Dividendenvorschlag	4,6	-	-

Die Eigenkapitalrendite (Basis: Jahresüberschuss) ging aufgrund des gestiegenen Eigenkapitals leicht zurück und lag bei 13,4 Prozent nach 14,5 Prozent im Jahr zuvor. Die Umsatzrendite nach Steuern blieb weitgehend stabil bei 3,5 Prozent nach 3,7 Prozent in 2003.

7.10 VERMÖGENSLAGE Die Bilanzsumme stieg 2004 um 6,7 Mio. Euro (plus 3,7 Prozent) auf 187,9 Mio. Euro. Die wesentlichste Veränderung resultierte auf der Aktiv-Seite aus der Zunahme des Anlagevermögens und der Summe der Vorräte. Auf der Passiv-Seite stieg das Eigenkapital aufgrund des Jahresüberschusses. Die Verbindlichkeiten des Konzerns erhöhten sich in Relation zum Umsatzwachstum nur in geringem Maße.

VERMÖGENSSTRUKTUR

Das Anlagevermögen des Beate Uhse Konzerns stieg zum 31. Dezember 2004 um 7 Mio. Euro (plus 8,9 Prozent) auf 84,8 Mio. Euro. Dabei gab es die stärksten Veränderungen bei den Finanzanlagen. Die Ausleihungen an assoziierte Unternehmen verringerten sich um 730 T€. Grund war eine Veränderung im Konsolidierungskreis: Die Beteiligung an der Beate Uhse Italia GmbH wurde zum 1. Juni 2004 auf 96 Prozent erhöht und deshalb erstmalig voll konsolidiert. Die Anteile an assoziierten Unternehmen erhöhten sich im dritten Quartal 2004 um insgesamt 9,3 Mio. Euro (plus 41 Prozent) auf 31,7 Mio. Euro und veränderten damit die Finanzanlagen des Konzerns. Diese stiegen im Vergleich mit 2003 um 8,1 Mio. Euro (plus 29 Prozent) auf 35,9 Mio. Euro. Das immaterielle Anlagevermögen und die Sachanlagen veränderten sich per Saldo hingegen kaum. Die bilanzierten Firmenwerte lagen zum 31. Dezember bei 15,2 Mio. Euro. Die geleisteten Anzahlungen aus 2003 (1,7 Mio. Euro) für eine neue Software des Versandhandels wurden in 2004 als Software aktiviert.

Das Umlaufvermögen stieg per Saldo nur leicht auf 97,1 Mio. Euro (plus 1 Prozent). Innerhalb der unterschiedlichen Bilanzpositionen kam es jedoch zu größeren Verschiebungen. Die Summe der Vorräte wurde wesentlich durch den Anstieg der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe (plus 38,7 Prozent) auf 9 Mio. Euro beeinflusst. Hierbei handelte es sich um teilfertige Kataloge des Pabo-Versandhandels. Ebenfalls einen starken Einfluss auf das Vorratsvermögen hatte der Anstieg der Fertigen Erzeugnisse und Waren auf 37,2 Mio. Euro (plus 12 Prozent). Die Erhöhung um 4 Mio. Euro resultierte aus den Anlaufproblemen des Zentrallagers in Almere. Die zuständige Tochtergesellschaft Scala BV hatte ihren Lagerbestand aufgrund von Logistik-Problemen bei der Inbetriebnahme erhöhen müssen, um die Lieferfähigkeit sowohl innerhalb des Konzerns als auch zu den Kunden in insgesamt 60 Ländern weltweit zu sichern.

Die Forderungen stiegen insgesamt um 14 Prozent auf 37,9 Mio. Euro. Die größte Abweichung resultiert aus dem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 4 Mio.

Euro (plus 16 Prozent) auf 29,4 Mio. Euro und wuchs damit proportional mit dem Umsatzwachstum des Versandhandels in 2004 von 14,8 Prozent.

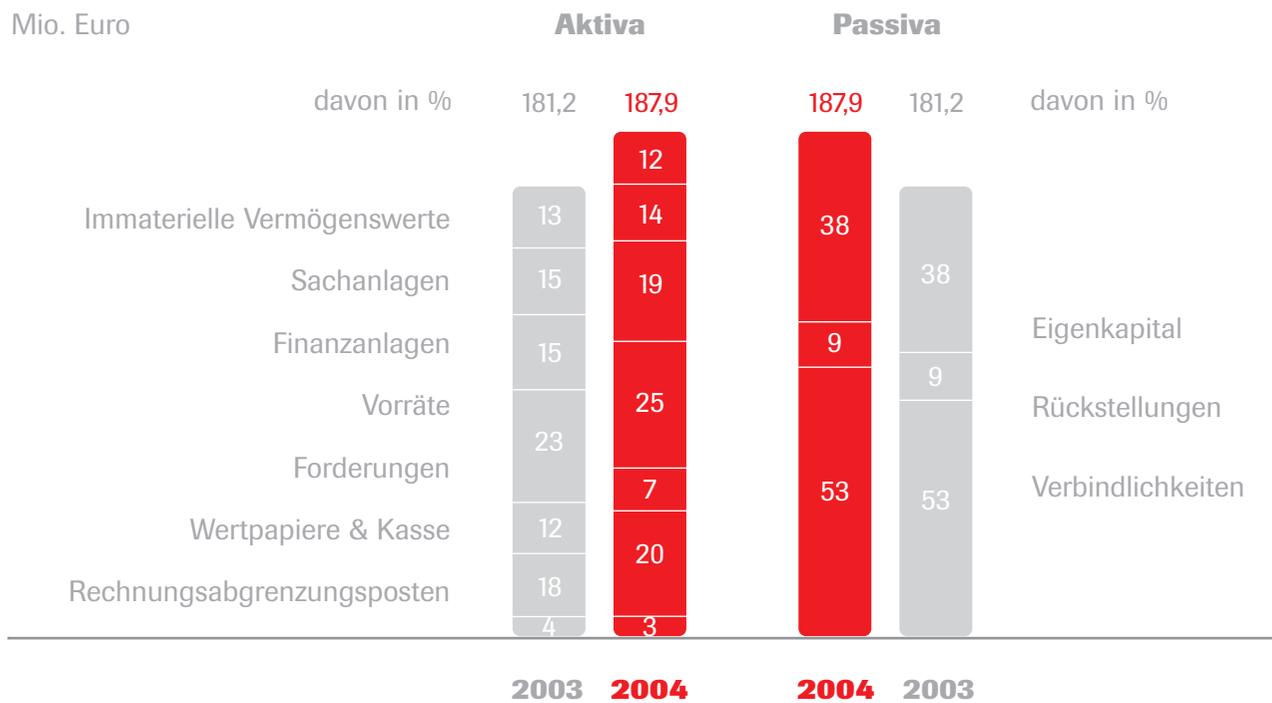
Geringer fiel 2004 dagegen die Summe der Wertpapiere aus. Sie sank durch den Verkauf der eigenen Anteile im 2. Quartal 2004 und durch die Veräußerung eines General Media Inc./Penthouse Bonds um 75,7 Prozent auf 3 Mio. Euro. Die eigenen Anteile verringerten sich dabei um 7,5 Mio. Euro (minus 72,5 Prozent) auf 2,8 Mio. Euro. Durch den Verkauf des General Media Inc./Penthouse Bonds, den die Beate Uhse Gruppe im Zuge der Akquisitionsbemühungen erworben hatte, verringerte sich der Wert der sonstigen Wertpapiere um 2,1 Mio. Euro (minus 90,5 Prozent) auf nunmehr 216,5 T€.

Das Verhältnis von Anlagevermögen zu Bilanzsumme, die Anlagenintensität, stieg leicht von 43 Prozent auf 45 Prozent. Das Working Capital reduzierte sich zum Bilanzstichtag deutlich auf 25 Mio. Euro (2003: 31,5 Mio. Euro).

KAPITALSTRUKTUR

Die Kapitalstruktur des Beate Uhse Konzerns verbesserte sich leicht. Der Bilanzgewinn stieg um 12,9 Mio. Euro auf 19,7 Mio. Euro. Das Eigenkapital verbesserte sich dementsprechend auf 72,8 Mio. Euro (plus 7,3 Prozent). Durch den Verkauf der eigenen Anteile in 2004 konnten die Rücklagen für eigene Anteile zum Jahresende um 7,4 Mio. Euro auf 2,8 Mio. Euro (minus 72,5 Prozent) verringert werden. Die Eigenkapitalquote im Konzern lag bei 38,7 Prozent und verbesserte sich damit leicht im Vergleich mit 2003 (37,4 Prozent).

7.9
7.10

BILANZSTRUKTUR 2003 / 2004

Die Eigenkapitalquote der AG lag zum 31. Dezember 2004 bei 67,8 Prozent. Das entspricht einem Eigenkapital von 157,4 Mio. Euro. Das Eigenkapital stieg zum Vorjahr um 3,6 Prozent.

Zusätzlich zu berücksichtigen ist, dass Beate Uhse im Konzern in der Vergangenheit die gemäß HGB mögliche Verrechnung der Firmenwerte mit den Rücklagen genutzt hat.

Die Summe der Rückstellungen, die der Konzern 2004 bildete, blieb im Vergleich mit 2003 weitestgehend konstant.

Gemessen am Wachstum des Konzerns stieg die Summe der Verbindlichkeiten in einem vertretbaren Rahmen. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erhöhten sich um 4,5 Mio. Euro auf 50,6 Mio. Euro (plus 9,7 Prozent). Hauptgrund war die Situation im neuen Logistik-Zentrum Almere. Der Großhandel war aufgrund der aufgetretenen Anlaufschwierigkeiten gezwungen, die Lagerbestände zu erhöhen, gleichzeitig reduzierte sich der betriebliche Cashflow im Großhandel. Dies machte in diesem Profit-Center zusätzliche Mittel nötig, die zum Teil über Bankverbindlichkeiten finanziert wurden. Die Bankverbindlichkeiten sind gemessen an den Restlaufzeiten zu 82 Prozent kurzfristiger Natur. Der Rest entfällt auf mittlere und langfristige Laufzeiten.

Der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (plus 7,2 Prozent auf 22,2 Mio. Euro) verlief analog zum Wachstum des Vorratsvermögens. Die sonstigen Verbindlichkeiten konnten auf 6,7 Mio. Euro (minus 22,1 Prozent) verringert werden.

Die Zinsbelastung des Beate Uhse Konzerns entwickelte sich parallel zum Fremdkapital. Beate Uhse hatte innerhalb des Fremdkapitals bereits 2003 eine zinsoptimale Umstrukturierung vorgenommen und zwei Schuldscheindarlehen emittiert. Das Zinsniveau erreichte Mitte 2004 einen historischen Tiefstand, um dann wieder leicht anzusteigen. Dies wirkte sich nicht auf die Zinsaufwendungen im Konzern aus.

7.11 FINANZLAGE Dank des 2003 konzernweit eingeführten Cash-Poolings konnte Beate Uhse auch 2004 das Verhältnis von kurzfristigen Verbindlichkeiten und liquiden Mitteln über alle Profit-Center hinweg optimieren. Zum Bilanzstichtag 2004 lag die Liquidität des Konzerns mit 9 Mio. Euro leicht über dem Vorjahr (8,3 Mio. Euro).

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit sank auf 10,8 Mio. Euro (2003: 20,3 Mio. Euro), teilweise bedingt durch die erhöhte Bevorratung im Großhandel, die liquide Mittelband. Darüber hinaus stiegen im Zuge des starken Umsatzwachstums des Versandhandels (plus 14,8 Prozent) auch die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in diesem Profit-Center deutlich an.

Die Gesamtinvestitionen in 2004 beliefen sich einschließlich der Finanzanlagen auf 20,5 Mio. Euro. Darin enthalten ist der Erwerb von 2 Mio. Aktien der erotic media ag Mitte 2004. Dadurch kam es zu Zugängen im Finanzanlagevermögen in Höhe von 10 Mio. Euro. Tilgungen Dritter und der Verkauf des Penthouse Bonds führten 2004 zu Einzahlungen im Rahmen der kurzfristigen Finanzmitteldisposition.

Die verschiedenen Finanzierungstätigkeiten 2004 führten im Beate Uhse Konzern zu einem Mittelzufluss von 0,4 Mio. Euro (2003: Mittelabfluss 9,5 Mio. Euro). Aus dem Verkauf der eigenen Anteile erzielte Beate Uhse 2004 Einzahlungen von 2,2 Mio. Euro. Die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2003 schlug mit einem Finanzmittelabgang von 4,7 Mio. Euro zu Buche. Saldiert ergaben sich aus Kredit-Aufnahmen und -Rückzahlungen Einzahlungen von 3 Mio. Euro.

Die bilanzielle Liquiditätsausstattung zum Bilanzstichtag lag bei 9 Mio. Euro und entsprach dem Jahresdurchschnitt.

7.10
7.11

7.12 MITARBEITER Der Beate Uhse Konzern beschäftigte zum Jahresende 2004 insgesamt 1.477 Mitarbeiter in 13 Ländern. 852 Mitarbeiter waren im Einzelhandel angestellt, 283 waren für den Versandhandel tätig, 218 Mitarbeitern bot der Großhandel einen Arbeitsplatz, 82 Kolleginnen und Kollegen arbeiteten im Entertainment und 42 waren in der Holding beschäftigt.

MITARBEITER BEATE UHSE KONZERN

NACH REGIONEN	2003	2004
Deutschland	722	748
Holland	384	509
Belgien	31	34
Frankreich	42	44
England	20	26
Österreich	7	18
Skandinavien	80	42
Sonst. Europa	41	38
USA	17	18
	1.344	1.477

NACH SEGMENTEN	2003	2004
Einzelhandel	716	852
Versandhandel	281	283
Großhandel	217	218
Entertainment	86	82
Holding Services	44	42
	1.344	1.477

ALLGEMEINE INFORMATIONEN		2003	2004
Durchschnittliches Alter	Jahre	37	38
Anteil Männer im Konzern	%	51,3	46,3
Anteil Frauen im Konzern	%	48,7	53,7
Personalaufwand	Mio. EUR	47,3	50,7
Aufwand pro Mitarbeiter	TEUR	35,2	34,3

Damit bleibt der Einzelhandel mit Abstand der stärkste Arbeitgeber innerhalb des Konzerns. Der Anstieg von 149 Mitarbeitern muss jedoch relativiert werden, da die Mitarbeiter der Christine le Duc Geschäfte in 2003 entsprechend der zeitanteiligen Konsolidierung lediglich zu einem Viertel berücksichtigt wurden. Die Integration der Shop-Kette erfolgte im Oktober 2003. Somit beschäftigte der Einzelhandel Ende 2003

stichtagsbezogen 802 Mitarbeiter. 2004 bot der Beate Uhse Einzelhandel durch die Erweiterung des Filialnetzes in Europa 136 neuen Mitarbeitern einen Arbeitsplatz.

Die Mitarbeiterzahlen in den anderen Profit-Centern blieben stabil. Der zeitweilige Anstieg im Großhandel (12 Mitarbeiter per September 2004) ist auf den Bedarf an zusätzlichen Personal-Ressourcen durch den Umzug in das neue Logistik-Zentrum zurückzuführen.

Der Personalaufwand des Beate Uhse Konzerns stieg um 3,4 Mio. Euro auf 50,7 Mio. Euro. Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatz) blieb mit 18,2 Prozent auf nahezu unverändertem Niveau (2003: 17,8 Prozent).

MOTIVATION DER MITARBEITER

Das Ziel von Beate Uhse ist es, langfristig mit motivierten und engagierten Mitarbeitern zu arbeiten, die eine positive Einstellung zu ihrem Arbeitgeber und ihren täglichen Aufgaben haben. Es ist uns klar, dass die Grundlagen für eine positive Einstellung durch die Unternehmensstrukturen und das Management gegeben werden müssen. Aus diesem Grund haben die Förderung und Weiterbildung der Beate Uhse Mitarbeiter eine hohe Priorität; Innovationen und Ideen der Mitarbeiter werden gefördert. Beide Punkte sind in der Konzernverfassung der Beate Uhse Gruppe verankert.

Zu den weiteren Grundlagen einer guten, vertrauensvollen und langfristigen Zusammenarbeit zählt eine offene und ehrliche Kommunikation. Wir möchten unsere Mitarbeiter so weit wie möglich am aktuellen Informationsfluss beteiligen. Hierzu veranstalten wir regelmäßige Informationsforen zu aktuellen Themen. Mitteilungen, die für die Belegschaft unmittelbar wichtig sind, werden möglichst zeitgleich per Aushang oder Email an alle Mitarbeiter in den diversen Ländern gegeben. Ein bei den Mitarbeitern sehr beliebtes Kommunikationsmittel ist die Hauszeitung. Sie informiert die Mitarbeiter nicht nur über die großen Themen, sondern greift auch das Kleine, Zwischenmenschliche auf. Gerade diesem Gesichtspunkt

schenken wir besondere Beachtung, da das Zwischenmenschliche für einen internationalen und dezentral aufgebauten Konzern wie die Beate Uhse Gruppe sehr wichtig ist. Neben der kontinuierlichen Kommunikation im Rahmen der Arbeit fördern wir die Kontakte zwischen den Mitarbeitern unterschiedlicher Profit-Center und Länder durch gemeinsame Aktivitäten und einen direkten Austausch.

Mitarbeiter möchten für ihre Leistungen belohnt werden. Dies ist ein wesentliches Element der Motivation. Leistungsabhängige Gehaltsbestandteile sind auch deshalb innerhalb des Beate Uhse Konzerns fester Teil des Vergütungssystems für leitende Angestellte. Zudem bieten wir Mitarbeitern die Möglichkeit, sich über ein Mitarbeiteraktienprogramm (Stock Option Programm) am Erfolg des Unternehmens am Kapitalmarkt zu beteiligen. Das Programm wurde erstmals 2002 angeboten. 2004 wurden insgesamt 189.468 Optionsrechte zur Verfügung gestellt.

Gesellschaftliche Verantwortung gehört für die Beate Uhse Gruppe zur Personalpolitik. Beate Uhse bietet jungen Menschen einen interessanten Start in das Berufsleben. Der Konzern bildet in vier Berufsbereichen aus und bietet Studenten und Berufseinsteigern Praktikanten- und Volontariatsplätze. In Zusammenarbeit mit der Nord-Akademie gibt Beate Uhse angehenden Betriebswirten die Möglichkeit eines praxisbezogenen Studiums.

7.13 UMWELTBERICHT Die Beate Uhse Gruppe ist sich im Rahmen ihrer gesellschaftlichen Gesamtverantwortung auch ihrer Sorgfaltspflicht gegenüber der Umwelt bewusst. Als Handelsunternehmen sind die Optimierungs- und Einflussmöglichkeiten begrenzt und erstrecken sich vor allem auf einen ressourcenschonenden und bewussten Waren- und Verpackungskreislauf. Unter dem Blickwinkel der Produktsicherheit legt Beate Uhse Wert auf die Umweltverträglichkeit und -unbedenklichkeit der verwendeten Inhaltsstoffe und Materialien. Entsprechende Verpflich-

tungen sind fester Bestandteil der überwiegenden Zahl der Lieferverträge. Zusätzlich führt Beate Uhse eigene Qualitäts- und Materialtests durch. Generell zielt das Unternehmen auf einen möglichst umweltverträglichen und schonenden Umgang mit allen natürlichen Ressourcen ab.

7.14 NACHTRAGSBERICHT Die Profit-Center des Beate Uhse Konzerns sind im operativen Geschäft zufriedenstellend in das Jahr 2005 gestartet.

Am 11. März 2005 veröffentlichte die Beate Uhse Gruppe per Adhoc-Mitteilung, dass die Almira S.A., Schweiz, die Übernahme der erotic media ag Aktien nicht in dem ursprünglich vorgesehenen Zeitrahmen realisieren konnte. Vorstand und Aufsichtsrat der Beate Uhse AG entschieden sich, entgegen der Meldung vom 8. Dezember 2004, die Verhandlungen mit der Almira S.A. zum Verkauf der erotic media ag Anteile vorerst abzubrechen. Ebenfalls wurde mitgeteilt, dass die Beate Uhse Gruppe bis auf weiteres auch an der Beteiligung der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG festhalten wird.

7.15 RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT Das Risiko- und Chancenmanagement ist bei Beate Uhse ein Teil der gesamten Planungs-, Controlling- und Berichterstattungsprozesse. Durch eine systematische und regelmäßige Auflistung und Analyse von Risiken, Risikopotentialen und Chancen werden Risiken soweit wie möglich minimiert, die Möglichkeit zur Problem-Analyse möglichst frühzeitig gegeben und neue Chancen geprüft. Hierzu werden die konzernweit gültigen Richtlinien (Risikophilosophie, Wertgrenzen, zulässiger Aufwand, etc.) durch die Unternehmensleitung einmal jährlich überprüft. Die Grundlagen des Risiko- und Chancenmanagements entsprechen den Anforderungen des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG).

7.12
7.15

Das Risiko- und Chancenmanagementsystem wurde in seiner Struktur und Umsetzung im vergangenen Jahr durch die Wirtschaftsprüfer im Rahmen des Jahresabschlusses geprüft. Risiken, die alleine oder in ihrer Gesamtheit bestandsgefährdend oder die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nachhaltig beeinträchtigen können, sind aktuell für Gegenwart und Zukunft nicht zu erkennen.

KONZERNWEITE RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT-PROZESSE

Neben den konzernweiten Richtlinien sind die quartalsweise vorgenommenen Risiko- und Chancenrevisionen durch das Strategie Board die zweite Säule des Kontrollsystems. Sie dienen der systematischen Identifikation, Analyse, Beurteilung, Kontrolle, Dokumentation, Kommunikation und Überwachung aller bekannten und möglichen neuen Risiken und Chancen in den Profit-Centern und im Konzern. Die Geschäftsführer der Profit-Center sind zur unmittelbaren und umfassenden Kommunikation von Risiken und Chancen verpflichtet. Die Risiken werden durch fest definierte Skalierungen zu Wertgrenzen, Eintrittswahrscheinlichkeit und Bearbeitungs-Prioritäten vereinheitlicht, um die Beurteilung zu erleichtern. Der Risikomanager berichtet regelmäßig an den zuständigen Vorstand.

GESCHÄFTSRISIKEN

Veränderungen im Wettbewerb/Verschiebungen in den Vertriebswegen

Der Erotik-Markt hat sich in seiner Grundstruktur in den letzten Jahren verändert. Insgesamt ist die Wahrnehmung für den Handel mit erotischen Produkten und Dienstleistungen in der Gesellschaft größer geworden. Durch ein liberaleres gesellschaftliches Denken erhält die Branche eine positivere Beurteilung als noch vor einigen Jahren. Sex und Erotik sind keine Tabu-Themen mehr. Für die Beate Uhse Gruppe birgt dieser Wandel sowohl Chancen als auch Risiken. Durch die Öffnung des Marktes besteht das Risiko, Marktanteile an klassische Handelsunternehmen zu verlieren und somit zukünftig einem stärkeren Konkurrenzkampf ausgesetzt zu sein. Die Beate Uhse Gruppe schätzt die Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Szenarios als relativ hoch ein. Um von dieser neuen Situation und Offenheit jedoch auch profitieren zu können, hat Beate Uhse die Einführung neuer Shopkonzepte und die Modernisierung der Beate Uhse eigenen Shops genutzt, um sich selber verstärkt in Top-Einkaufslagen zu präsentieren. Beate Uhse hat sich durch diesen Schritt bewusst dem klassischen Handel genähert und plant die weitere Expansion, um u.a. Frauen verstärkt als Zielgruppe anzusprechen. Um sich klar vom Wettbewerb abzuheben, hat Beate Uhse den Ausbau der Eigenprodukte u.a. in den Bereichen Wäsche, DVDs und Toys weiter vorangetrieben und Exklusiv-Verträge mit Produzenten geschlossen.

Neben den Veränderungen im Wettbewerb setzt sich auch im Erotik-Markt die Verschiebung der Vertriebswege hin zu den neuen technischen Medien weiter fort. Für die klassischen Handelswege besteht das Risiko, Umsatz an das Internet zu verlieren. Beate Uhse ist von diesem Risiko im Versand- und Einzelhandel betroffen. Kompensiert werden kann es zu großen Teilen jedoch durch die konzerneigenen E-Commerce-Aktivitäten. Neben dem Warenangebot wollen Einzel- und Versandhandel ihren Internet-Auftritt durch Aktivitäten wie z. B. Liveshows aufwerten. Weitere Maßnahmen sind ein starkes Engagement in den neuen Kommunikationswegen SMS, MMS, Chat etc., um über diesen Zugang Kunden zu generieren. Zur Realisation werden Profit-Center übergreifende Projekte im Konzern initiiert.

Innerhalb des Online-Marktes ist ein Wandel der Nutzung weg von spontanen, intuitiven Käufen hin zu bewussten Kaufvorgängen festzustellen. Club- und Abonnement-Systeme gewinnen an Akzeptanz im Markt. Es besteht das Risiko, dass es zu einem Preisverfall für den angebotenen Content kommt. Die Beate Uhse new medi@ begegnet dieser Veränderung mit dem Umbau der eigenen Systeme, um die User aktiv zum Kaufvorgang zu führen. Zudem werden Club- und Abo-Seiten zu Pauschalbeträgen in starkem Maße angeboten. Um das Preisniveau stabil zu halten, wird besonderer Wert auf exklusive Inhalte gesetzt.

Externe Rahmenbedingungen

Die Neuen Medien haben eine rasante technische Entwicklung in den vergangenen Jahren durchlebt. Für alle Anbieter im Internet und in der Telefonie sind hieraus große Marktpotentiale erwachsen. Die Herausforderung besteht jedoch darin, mit der technischen Weiterentwicklung z.B. bei der Inkassotechnologie Schritt zu halten. Mit diesem Risiko agieren alle Anbieter im Internet. Interne Systeme müssen kontinuierlich den neuen Standards angepasst werden, da eine technische Veralterung zu Umsatzverlusten führen kann.

Zum 1. Januar 2006 werden 0190-Rufnummern auf neue 0900-Nummern umgestellt. Es besteht das Risiko des Umsatzrückgangs, da Kunden sich durch das Abschalten der bekannten Nummern an andere Anbieter wenden. In welchem Maße die Beate Uhse new medi@ von dieser Situation betroffen sein wird, ist vorab nicht zu quantifizieren. Bereits sehr frühzeitig hat sich die Beate Uhse new medi@ über die anstehenden Veränderungen informiert und sich sowohl um neue 0900-Nummern bemüht als auch Anträge für das Embeddingverfahren (besonders gut eingeführte 0190-Nummern werden in die neuen Gassen überführt) gestellt. Da von dieser Umstellung auf 0900-Nummern der Gesamtmarkt betroffen ist, bieten sich für die Beate Uhse new medi@ mit dieser Veränderung auch Chancen, neue Kunden für die eigenen Dienste zu gewinnen, insbesondere da Beate Uhse aufgrund der Marktpräsenz und Unternehmensgröße über deutlich bessere Werbe- und Marketing-Ressourcen verfügt.

Risiken des Direktmarketings

Der Versandhandel des Beate Uhse Konzerns informiert seine Kunden zwei mal im Jahr durch Hauptkataloge und zusätzlich durch diverse, begleitende Werbemaßnahmen. Fehleinschätzungen bei der Erstellung von Hauptkatalogen und Werbeaktionen sowie bei der Auswahl der präsentierten Sortimente bergen Risiken für den Erfolg des Katalogs, da dieser in großem zeitlichen Vorlauf erstellt wird. Zur Absicherung der Lieferfähigkeit werden Waren für rund 70 Prozent des geplanten Umsatzes vor der Veröffentlichung des Katalogs eingekauft. Es besteht das Risiko, dass große Lagerbestände aufgebaut werden, falls das angebotene Sortiment bei den Kunden keinen Gefallen findet. Pabo, die Versandmarke des Beate Uhse Konzerns, minimiert dieses Risiko durch Testkataloge, die vor dem Einkauf der Waren an repräsentative Kunden als Nachfrage-Test verschickt werden. Bei der Herstellung der Kataloge wird das Risiko durch den Einsatz von Rumpfkatalogen minimiert, die dann in den geografischen Märkten durch länderspezifische Produkte ergänzt werden.

Imageverlust der Marke Beate Uhse

Die Beate Uhse Gruppe ist aufgrund der Firmengeschichte und der Branche ein Unternehmen, das im Rampenlicht steht. Neben positiven Berichterstattungen in den Medien kommt es in Einzelfällen auch zu negativer Presse. Für den Beate Uhse Konzern birgt diese starke öffentliche Wahrnehmung sowohl Risiken als auch Chancen. Um die Marke und auch das Unternehmen möglichst schadfrei zu halten, ist die Beate Uhse Gruppe in allen Fällen bemüht, die Medienvertreter offen, zeitnah und ehrlich zu informieren. Insbesondere die Marke Beate Uhse könnte durch eine negative Berichterstattung beschädigt werden oder an positiver Zugkraft verlieren. Um dieses Risiko zu minimieren, hat die Beate Uhse Gruppe vor einigen Jahren ihre Markenstruktur überarbeitet und seither neben der Muttermarke Beate Uhse weitere starke Tochtermarken z.B. Pabo, Mae B. und Dr. Müller für bestimmte Vertriebswege oder Nischenmärkte aufgebaut und etabliert.

Beschaffungs-Risiken

Die Beate Uhse Gruppe agiert als Händler von erotischen Produkten in allen Handelsstufen im Markt. Trotz starker Kontrollen innerhalb des Konzerns kann es bei der Beschaffung zum Kauf von mangelhaften Produkten kommen. Sollten solche Produkte in den Verkauf durch den Beate Uhse Konzern gelangen, so besteht das Risiko der Produkthaftung. Die Eintrittswahrscheinlichkeit aus Sicht des Konzerns ist aufgrund der diversen Kontrollen gering. Die Beate Uhse Gruppe steht in engem Kontakt mit anderen Anbietern des Erotik-Markts, um die gemeinsame Marktstellung für eine starke Einflussnahme auf Produzenten in der ganzen Welt zu nutzen. Generell legt Beate Uhse Wert auf die CE-Zertifizierung von Produkten, die im Konzern angeboten werden. Im Bereich Gummi können über die eigene Produktionsstätte in Ungarn zertifizierte Produktlinien entwickelt werden.

Personal-Risiken

Der Erotik-Markt in Europa ist auf der Anbieter-Seite relativ eng gefasst. Für Unternehmen in diesem Markt kann der Wechsel von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Branchen-Insider-Kenntnissen und guten Kontakten somit risikobehaftet sein. Der Unternehmenserfolg hängt u.a. davon ab, wie die Beate Uhse Gruppe weiterhin qualifizierte Fach- und Führungskräfte einstellen, integrieren und dauerhaft an das Unternehmen binden kann. Die Beate Uhse Gruppe zählt als der stärkste Anbieter im Erotik-Markt kraft seiner Diversifikation und Größe zu den sehr interessanten Arbeitgebern. Um Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden und um die Identifikation zu stärken, bietet Beate Uhse ihren Mitarbeitern Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen, interessante Vergütungen und gute interne Aufstiegs-Chancen.

IT-Risiken

Die Abhängigkeit jeder Unternehmung von IT-Prozessen ist groß. Für die Beate Uhse Gruppe sind die Wesentlichsten die logistischen Abläufe in den Versand- und Großhandelslagern sowie die Infrastruktur der Online-Dienstleistungen. Kommt es in einem der EDV-gestützten Abläufe zu Ausfällen, so kann der reibungslose Versand von Waren oder die Bereitstellung von Online-Content nicht gewährleistet werden. Neben dem Risiko des Umsatzausfalls besteht auch die Gefahr, Kunden langfristig zu verlieren. Im Fall des Beate Uhse Konzerns sind Ausfall-Risiken durch diverse technische Doppellösungen abgesichert, jedoch nicht auszuschließen. Insbesondere bei der Einführung neuer Systeme, wie das Beispiel im neuen Zentrallager Almere, Niederlande, zeigte, können Probleme auftreten.

RECHTLICHE RISIKEN

Verschärfung der Gesetzgebung

Der Erotik-Markt und mit ihm die Beate Uhse Gruppe unterliegt sehr vielfältigen Gesetzen. Als internationales Unternehmen, welches in 13 Ländern aktiv ist, hat die Beate Uhse Gruppe zudem die jeweiligen Ländergesetzgebungen zu beachten. Insbesondere in Deutschland sind die gesetzlichen Leitlinien u.a. zu den Themen Inkasso-Methoden, Jugendschutz und Vertrieb von erotischen Produkten eng gefasst und unterliegen einer kontinuierlichen Anpassung an aktuelle Anforderungen (z.B. EU-Recht). Für die Beate Uhse Gruppe und andere Marktteilnehmer birgt die tägliche Arbeit ein hohes rechtliches Risikopotential und zudem Folgekosten z. B. Entwicklung und Implementierung neuer Inkasso-Methoden. Generell kann die Beate Uhse Gruppe bei Verschärfungen von Gesetzgebungen auch profitieren. Denn das Unternehmen steht im Erotik-Markt für Seriosität und Kompetenz.

FINANZ-RISIKEN

Liquiditäts-Risiken

Die Beate Uhse Gruppe ist mit kreditgebenden Banken im Rahmen der Betriebsmittelkreditlinien Financial Covenants-Vereinbarungen eingegangen. Sollte durch z. B. Gründe im operativen Geschäft das Risiko der Verletzung der getroffenen Absprachen drohen, könnten Kreditlinien gekündigt werden. Die Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Risikos ist aus Sicht der Beate Uhse Gruppe gering, da das Unternehmen diesem Risiko durch eine sehr transparente und frühzeitige Kommunikation mit den Kreditgebern entgegen wirkt. Die Zusammenarbeit zwischen den Kreditgebern und der Beate Uhse Gruppe ist eng und vertrauensvoll.

Forderungsausfalls-Risiken

Die Forderungsausfalls-Risiken bestehen innerhalb des Konzerns insbesondere in den Profit-Centern Versandhandel und Entertainment. In beiden Bereichen sind drohende Forderungsausfälle im normalen geschäftlichen Maß im Rahmen von Wertberichtigungen berücksichtigt. Um das Volumen der Forderungsausfälle so gering wie möglich zu halten, hat die Beate Uhse new medi@ alternative Inkassomethoden entwickelt und ein effektives Mahnverfahren eingeführt. Erste Erfahrungen zeigen, dass insbesondere Umsatzbegrenzungen pro User zu einer deutlichen Senkung der Stornoquote beitragen konnten.

Der Beate Uhse Konzern hat Risiken für Betriebsunterbrechungen, Brand etc. über entsprechende Versicherungspolicen abgesichert. Die Beate Uhse Gruppe ist durch eine Betriebshaftpflicht-Versicherung in Höhe von 30 Mio. Euro abgesichert.

Wie jedes andere international operierende Unternehmen unterliegt Beate Uhse einer Reihe weiterer Risiken und Chancen, die die zukünftige Entwicklung maßgeblich beeinflussen können. Hinsichtlich der künftigen operativen Entwicklung zeigen aber alle Frühindikatoren wie Marktentwick-

lung, Auftragseingang, Entwicklung des Kundenstamms, Kennzahlen zu Vorräten und Forderungen, dass sich Beate Uhse 2005 wieder positiv weiter entwickeln wird. Gegenwärtig und für die Zukunft sind keine den Bestand der Beate Uhse Gruppe gefährdenden Risiken erkennbar. Die dargestellten Risiken können allerdings die im folgenden Ausblick gegebenen Prognosen beeinflussen.

Das in der Beate Uhse Gruppe implementierte konzernweite Risiko- und Chancenmanagement-System wird kontinuierlich weiter verbessert.

7.16 PROGNOSEBERICHT

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zeigen für Europa eine moderat positive Tendenz. Die konjunkturelle Situation scheint sich in einigen europäischen Ländern durch u.a. Struktur- und Steuerreformen leicht zu verbessern. Dies gilt insbesondere für Länder wie Deutschland, Frankreich und die Niederlande. Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung erwartet für 2005 in den Euro-Ländern durchschnittlich ein Plus von 1,8 Prozent und im Jahr darauf von 2 Prozent. Die Wachstumsraten der Euroländer werden damit voraussichtlich weiterhin hinter den US-amerikanischen zurückbleiben. Es ist wahrscheinlich, dass Deutschland als einer der wichtigsten Märkte für den Beate Uhse Konzern auch in den kommenden beiden Jahren nur ein geringes Wachstum verzeichnen wird und damit weiterhin zu den Schlusslichtern der Europäischen Union zählt. Die Bundesregierung rechnet z. B. für 2005 mit einem Wirtschaftswachstum von 1,6 Prozent. Dafür soll 2005 eine Trendumkehr beim privaten Konsum einsetzen und erstmals wieder ein Wachstum erreicht werden, das mit prognostizierten 0,7 Prozent allerdings recht verhalten ausfällt. Hauptgrund dürften die Steuerentlastungen aus der letzten Stufe der Steuerreform von rund 7 Mrd. Euro sein. Im Euro-Raum rechnet das ZEW mit einem Plus beim privaten Konsum von 1,5 Prozent 2005 und

1,8 Prozent 2006. In den USA könnte der private Konsum etwas hinter der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung zurückbleiben. Grund ist die hohe Verschuldung der privaten Haushalte.

Auch die europäischen Kapitalmärkte honorieren die leicht positiven Prognosen. Die Berichtssaison in Deutschland startete erfreulich, die DAX-Werte präsentierten zufrieden stellende Unternehmensdaten. Sie geben damit eine gute Basis für die Entwicklung der kommenden Monate vor und schaffen wieder eine erste Vertrauensbasis für die Anleger.

Die Erotik-Branche wird sich in den kommenden beiden Jahren weiter konsolidieren und damit die Tendenz der vergangenen Jahre fortsetzen. Kleinere Unternehmen werden zunehmend von großen Mitbewerbern übernommen. Eine wesentliche Veränderung könnte durch den Einstieg großer Handelsketten in den Erotik-Markt erfolgen. Durch die zunehmende Liberalisierung des Themas Erotik werden Produkte wie erotische Dessous und Toys gesellschaftsfähig. Für die großen Player im Erotik-Markt birgt diese Entwicklung eine Chance, neue Zielgruppen zu erschließen.

STRATEGISCHER AUSBLICK

Der Beate Uhse Konzern wird auch in der Zukunft seine 2002 formulierte Vision mit dem zugrunde liegenden strategischen Rahmen mit Vehemenz verfolgen. Beate Uhse ist auf dem Weg, der universelle Anbieter für Sex- und Erotik-Produkte für die ganze Welt zu werden. Die internationale Expansion als Grundlage der Vision wurde 2004 fortgesetzt und wird auch in den kommenden 24 Monaten durch operatives Wachstum und ggf. Akquisitionen fortgeführt. Beate Uhse hält daran fest, zukünftig die Potentiale in den Ländermärkten auszuschöpfen, in denen der Konzern bereits aktiv ist und neue Märkte auch gemeinsam mit Kooperationspartnern vor Ort zu erschließen. Der Fokus der Expansion liegt jedoch auf dem organischen Wachstum.

7.15
7.16

Ein wesentlicher Meilenstein für die internationale Expansion ist für den Konzern das neue Logistik-Zentrum in Almere. Es wird in den kommenden Jahren zunehmend zur internationalen Drehscheibe im Einkauf und Vertrieb von Erotik-Produkten für die konzerneigenen Profit-Center und für externe Dritte werden. Insbesondere im Einkauf wird der Konzern die 2004 eingeschlagene Richtung weiter verfolgen und die Kontakte zu Herstellern in Asien ausbauen.

Der Beate Uhse Konzern hält an seiner bisherigen Geschäftspolitik fest. Operative Erfolge, wie das Wachstum im Einzel- und Versandhandel in 2004 bestätigen das Management in seinem Vorgehen. Die Zukunft der Beteiligung an der erotic media ag und damit auch des Engagement im TV-Geschäft kann für 2005 und 2006 noch nicht abschließend beantwortet werden. Möglich ist ein Verkauf dieses Bereichs, wie auch eine dauerhafte Integration in den Konzernverbund.

VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG

Der Beate Uhse Konzern wird seine Umsatz- und Ertragslage in den kommenden beiden Jahren durch das operative Geschäft weiter verbessern können. **Für 2005 rechnet Beate Uhse mit einem Konzernumsatzplus von rund 5 Prozent und einer Verbesserung des Konzernergebnisses vor Steuern von mindestens 15 Prozent. Diese Tendenz wird sich unter der Voraussetzung einer weiterhin positiven wirtschaftlichen Entwicklung in Euroland 2006 fortsetzen.** Grundlage dieser positiven Annahmen sind der Wegfall der außerordentlichen Kosten, die 2004 für das Zentrallager in Almere anfielen, die Stabilisierung des Entertainment-Markts und das fortschreitende Wachstum in den Profit-Centern Einzel- und Versandhandel durch den Ausbau der Ländermärkte und Zielgruppen.

Für die kommenden beiden Jahre plant der Beate Uhse Konzern eine Erweiterung der Versandhaus-Logistik, um dem stark angestiegenen Bestellvolumen und dem Ausbau der internationalen Präsenz des Pabo-Versands gerecht zu werden. Das Unternehmen hat finanzielle Mittel in Höhe von 8 Mio. Euro in der Investitionsplanung für 2006 berücksichtigt. Des Weiteren wird der Umbau der Beate Uhse Shops auf das neue Design an den internationalen Standorten weiter fortgesetzt. Es ist eine Investition von rund 6,5 Mio. Euro für u.a. das Re-Branding vorgesehen. Weitere größere Investitionen sind derzeit nicht geplant.

Die Finanzlage des Konzerns bleibt weiterhin stabil. Die Eigenkapitalquote soll dauerhaft bei zirka 40 Prozent liegen. Insbesondere der jährliche Gewinn wird zu dieser erfreulichen Entwicklung beitragen können. Der dynamische Verschuldungsgrad wird leicht ansteigen. Die Verbindlichkeiten sollen einerseits im Rahmen der planmäßigen Tilgung aus dem Cashflow zurück geführt werden. Parallel plant Beate Uhse 2005 aufgrund der geplanten Thesaurierung eine zusätzliche Rückführung der Fremdmittel vorzunehmen. Sollte sich der Verkauf der Anteile an der erotic media ag in 2005 noch realisieren lassen, wären mit den dadurch generierten

Mitteln weitere massive Verbesserungen in der Kapitalstruktur möglich. Die Finanzierung des Ausbaus des operativen Geschäfts wird weitestgehend aus dem operativen Cashflow erfolgen können.

Es ist davon auszugehen, dass die Beate Uhse Gruppe als eines der führenden Unternehmen in Europa von der Konsolidierung des Erotik-Markts profitieren wird und weitere Marktanteile hinzu gewinnen kann. Beate Uhse hat den Ruf des seriösen und kompetenten Unternehmens und Ansprechpartners in der Branche. Mit diesen Attributen empfiehlt sich der Erotik-Konzern als Partner für große, internationale Handelsunternehmen, um gemeinsam die Veränderung im Erotik-Markt voranzutreiben. Beate Uhse ist hier bereits im Gespräch mit verschiedenen Unternehmen.

Die Profit-Center der Beate Uhse Gruppe werden sich in den kommenden Monaten weiter auf den Ausbau der internationalen Aktivitäten konzentrieren und auf die veränderten Marktbedingungen einstellen. Der Einzelhandel Deutschland wird 2005 seine Logistik in das Zentrallager in Almere verlegen. Neben der Nutzung der Synergie-Effekte innerhalb des Konzerns kann somit auch eine schnellere und kostengünstigere Belieferung der eigenen Shops erfolgen. Der Einzelhandel wird die Ausbreitung des Filialnetzes in allen bestehenden Ländermärkten voran treiben. Schwerpunkte werden in Frankreich, Deutschland und Polen liegen.

Der Versandhandel sieht für 2005 und 2006 interessante Wachstumsmöglichkeiten in den jetzigen Pabo-Ländern. Wachstumsmotoren sollen hier England, Frankreich und auch die deutschsprachigen Länder sein. Um weitere Marktanteile in Europa zu gewinnen, werden die Marketing-Kosten auf einem unverändert hohen Niveau bleiben. In dieser Wachstumsphase wird das Vorsteuerergebnis zu Gunsten steigender Marktanteile etwas zurückstehen.

7.16

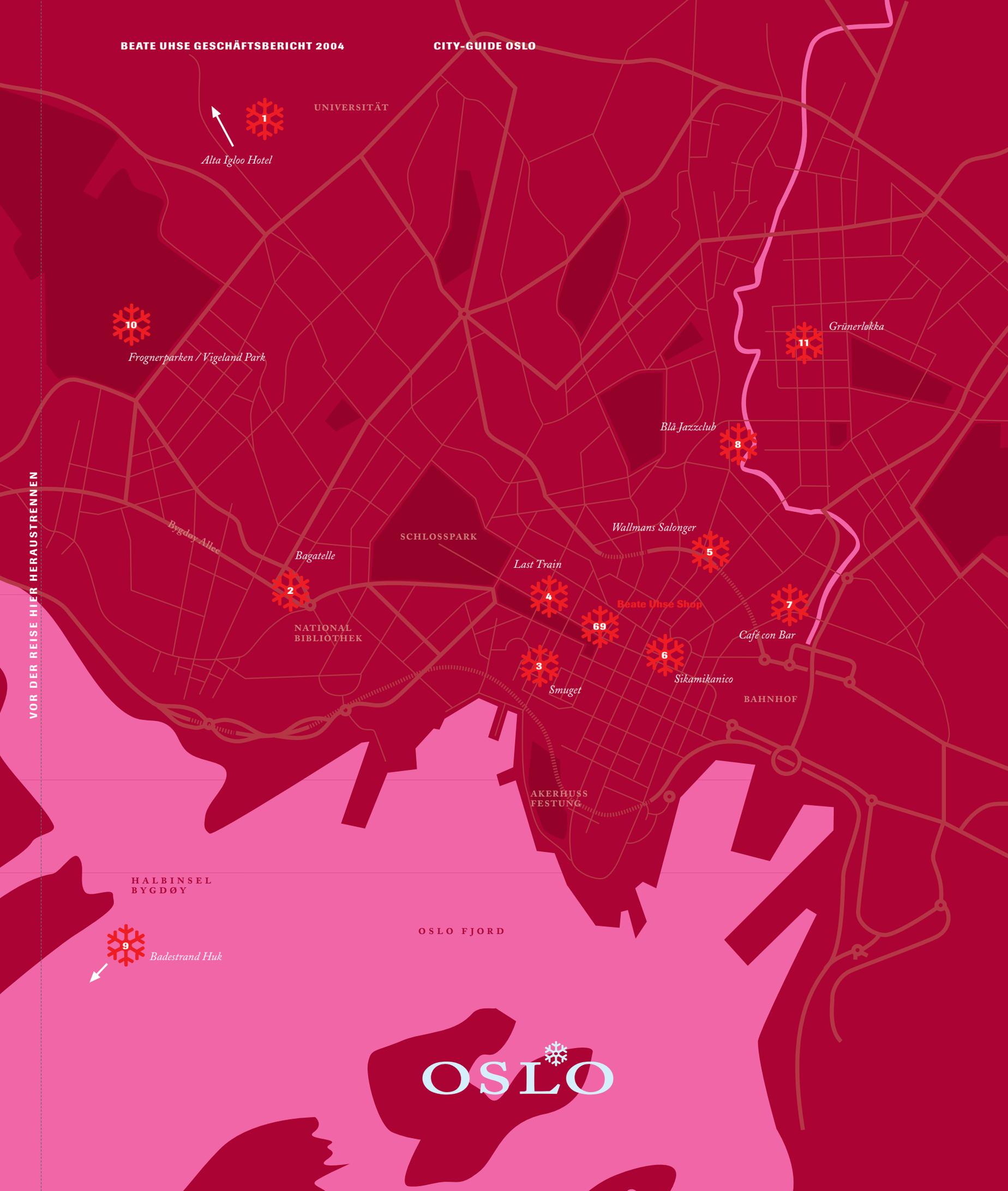
Der Großhandel wird seine Position im deutschen Markt weiter festigen. Hierzu ist der Ausbau der Sortimente durch qualitativ hochwertige Eigenprodukte geplant. Ein weiteres Ziel ist die Verbesserung der Einkaufskonditionen, um die Ergebnis-Marge auszubauen. Ein Zugewinn an Marktanteilen ist in Deutschland unwahrscheinlich. Die Scala BV wird das Jahr 2005 zur Optimierung der technischen Arbeitsabläufe nutzen, so dass der Großhandel seinen normalen Betrieb wieder aufnehmen kann. Zudem ist beabsichtigt, den Kunden durch die Verbesserung der B-2-B Plattform im Internet den Zugang zum Warenangebot noch einfacher zu gestalten. Scala fokussiert sich in den kommenden Monaten neben der Optimierung der Arbeitsprozesse auf den Ausbau der Service-Leistungen und damit auf eine engere Kundenbindung.

Das Entertainment wird sich auf die Bereiche Online, Telefonie und Mobile Kommunikation konzentrieren. Der erzwungene Rückzug unseriöser Anbieter im Online-Geschäft bietet die Chance, Vertriebsfelder neu zu besetzen. Beate Uhse ist mit neuen Produkten z.B. Club- / Abonnement-Modellen gut für diese Entwicklung gerüstet. 2005 und 2006 wird die Entertainment-Sparte sich auf den Ausbau internationaler Partnerschaften im Online- und Mobilfunk-Markt konzentrieren.

Flensburg, den 23. März 2005

Der Vorstand

VOR DER REISE HIER HERAUSTRENNEN



Alta Igloo Hotel

UNIVERSITÄT



Frognerparken / Vigeland Park



Grünerløkka



Blå Jazzclub



Bagatelle

Bygdøy Allée

SCHLOSSPARK



Last Train



Wallmans Salonger

NATIONAL
BIBLIOTHEK



Beate Uhse Shop



Café con Bar



Smuget



Sikamikanico

BAHNHOF

AKERHUS
FESTUNG



Badestrand Huk

HALBINSEL
BYGDØY

OSLO FJORD

OSLO

OSLO

HOTEL

1) *Alta Igloo Hotel*

Dies ist bestimmt die coolste Möglichkeit der Welt, eine heiße Nacht zu verbringen. Das Eishotel Alta Igloo liegt zirka 2 Flugstunden von Oslo entfernt in *Alta* (Flug mit Scandinavian Airlines rund 200 Euro pro Person). Das Hotel besteht aus 1.600 qm purem Eis; vom Bett über die Möbel bis hin zu den Gläsern an der Bar ist alles aus Eis gefertigt. Das Alta Igloo hat 20 Zimmer und ist innen minus 4 bis 7 Grad *warm*. Verglichen mit einer Außentemperatur von bis zu minus 30 Grad eine geradezu angenehme Atmosphäre. Wer nach einer außergewöhnlichen Liebesnacht alles klar machen möchte, kann sich in der hoteleigenen Eiskapelle gleich trauen lassen.

Alta Friluftspark, Storelvdalen, 9518 Alta

Telefon +47 (0)784 - 33 378

www.alta-friluftspark.no

FOOD & DRINKS

2) *Bagatelle*

Wenn Liebe durch den Magen geht, dann sollte man eine viel versprechende Beziehung hier beginnen. Das Bagatelle zählt zu den besten Adressen Skandinaviens und ist als einziges Restaurant des Landes mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnet. Seit 1932 wird hier eine First-Class Gastlichkeit zelebriert. Genau das richtige Ambiente für einen romantischen Abend zu zweit. Besonders bei Fisch und Schalentieren setzt das Bagatelle Maßstäbe.

Bygdøy Allé 3, 0257 Oslo

Telefon +47 (0)22 - 12 14 40

www.bagatelle.no

NIGHTLIFE

3) *Smuget*

Wer Promis und Celebrities sexy findet, ist hier genau richtig. Das Smuget ist einer der größten Live-Musik-Clubs der Stadt. Was in Norwegen Rang und vor allem Namen hat, feiert hier. Unter den Gästen wurden auch Superstars á la Mick Jagger oder Eric Clapton schon gesehen. Auf 3 Bühnen und an 6 Bars geht von Montag bis Samstag Abend die Party ab. Live-Konzerte von Jazz bis Blues und Rock finden regelmäßig statt. Für die ruhigeren Augenblicke gehören auch ein Restaurant und ein Café zum Smuget.

Rosenkrantz'gate 22, 0160 Oslo

Telefon +47 (0)22 - 42 52 62

www.smuget.no

4) *Last Train*

Kleiner, unscheinbarer Club mit großer Atmosphäre. Das Last Train ist im Universitätsgelände von Oslo gelegen. Bekannt ist der Club als eine gute Flirt-Adresse: Bei lauter Rock-Musik ist eine Unterhaltung ohnehin nur mit 2 Personen möglich. Beste Voraussetzungen also. Besonders angesagt ist das Last Train zu den regelmäßigen Live-Konzerten.

Karl-Johans Gate 45, 0162 Oslo

Telefon +47 (0)22 - 41 52 93

www.lasttrain.no

5) *Wallmans Salonger*

Besuchen Sie Norwegens größtes Show-Restaurant. Das Wallmans kombiniert lockere Unterhaltung mit hervorragendem Essen. Die Stars der Bühnen beziehen auch die Gäste in ihre musikalische Show ein, so dass Sie ein hautnahes Erlebnis haben werden. Neben dem Show-Restaurant gehören auch 5 Bars und ein Nachtclub für die Aftershow zum Wallmans.

Molleparken 6, 0459 Oslo

Telefon +47 (0)23 - 22 65 90

www.wallmans.no

6) *Sikamikanico*

Die Insider sprechen nur von *Sika*, wenn es um den heißesten Dance-Club der Stadt geht. Das Sika ist bekannt für seinen hohen Erotik- und Flirt-Faktor. Schöne Menschen, tolle Körper und echte Individualisten fühlen sich im Sika besonders wohl und besorgen sich ihre Portion an Tanz-Workout.

Stortovet 10, 0155 Oslo

Telefon +47 (0)22 - 41 44 09

www.sikamikanico.no

7) *Café con Bar*

Überaus beliebt bei der Osloer Society ist das Café con Bar. In dem Café mit Restaurant spürt man eine entspannte Atmosphäre, die ihre Wurzeln in der lockeren Lebenseinstellung der Skandinavier findet. Die dazugehörige Bar ist an den Wochenenden sehr beliebt, da immer wieder neue Gast-DJs heiße Rhythmen auflegen.

Brugata 11, 0186 Oslo

Telefon +47 (0)22 - 05 02 00

www.cafeconbar.no

8) *Blå*

Das Blå ist eine Institution für jeden Jazz-Liebhaber. Es ist der größte Jazz-Club in Skandinavien und wurde vom Down Beat Magazin (April 2002/2004) unter die 100 besten Clubs dieses Genres weltweit gewählt. Im Blå können Sie täglich Live-Performances aller Jazz-Variationen genießen.

Brenneriveien 9c, 0182 Oslo

Telefon +47 (0)22 - 20 91 81

www.blx.no

PARKS

9) *Romantisches Picknick am Oslo-Fjord*

Die vielen kleinen Inseln im Oslo-Fjord versprechen eins: ungestörte Zweisamkeit, Romantik und Natur pur. Per Fahrrad, Bus oder Fähre sind die ausgedehnten Strände des Festlands und der Oslo-Fjord Inseln zu erreichen. Zu den beliebtesten Plätzen der jungen und schönen Nordländer zählt *Huk*, im Südwesten der Halbinsel *Bygdøy*. Die Gay-Community trifft sich am Strand von *Paradisbukta* (Halbinsel *Bygdøy*). Besonderer Tipp für den Sommer: Auf der Insel *Langøyene* ist das Übernachten unter freiem Sternenhimmel erlaubt.

www.oslofjordinfo.com

www.norwegische-landschaften.de

10) *Frognerparken / Vigeland Park*

Die wunderschönen Parkanlagen ziehen jährlich rund 1 Million Besucher an. Somit ist Frognerparken kein lauschiges Plätzchen, aber in jedem Fall einen Besuch wert. Vor allem im Sommer bieten die Grünanlagen aufgrund der bunten Besucherschar einen hohen Flirtfaktor. Kontakte sind hier schnell geknüpft, wer nicht über das grüne Blattwerk reden möchte, kann sich auch über die rund 200 Skulpturen von Gustav Vigeland austauschen, die im Park stehen. In der homosexuellen Szene ist der Park über die Landesgrenzen hinaus ein bekannter Treffpunkt.

www.norwegische-landschaften.de

11) *Grünerløkka*

Dies ist der zur Zeit trendigste Stadtteil von Oslo. Wer hier eine Wohnung ergattert, lebt auf der angesagtesten Seite der Stadt und mitten in der Szene. Grünerløkka bietet Besuchern und Bewohnern eine bunte Mischung aus Bars, Designerläden, Galerien, Restaurants und Cafés. Zeigen sich im Frühjahr die ersten Sonnenstrahlen, verlegen die Norweger ihr Leben kurzerhand auf die Straße. Sehen und Gesehen werden ist angesagt. Grünerløkka ist die untouristische Variante zum bekannten Amusiertel *Akker Brygge* am Hafen.

www.visitoslo.com/nightlife-gruenerlokka

BEATE UHSE IN OSLO

Beate Uhse

Grensen 9 , 0159 Oslo, Telefon: +47 (0)22 - 33 47 88

email: lise@beateuhse.no

8.0 KONZERNBILANZ 2004 / 2003

AKTIVA	Anhang	2004 TEUR	2003 TEUR
ANLAGEVERMÖGEN	12.3.1		
Immaterielle Vermögensgegenstände		22.912	23.445
Sachanlagen		26.029	26.657
Finanzanlagen	12.3.2	35.895	27.778
		84.836	77.880
UMLAUFVERMÖGEN			
Vorräte	12.3.3	47109	42.020
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	12.3.4	37.929	33.254
Wertpapiere	12.3.5	3.047	12.560
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		9.035	8.343
		97.120	96.177
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		4.303	5.288
ABGRENZUNGSPOSTEN WEGEN VORAUSSICHTLICHER STEUERENTLASTUNG NACHFOLGENDER GESCHÄFTSJAHRE	12.3.6	1.675	1.905
BILANZSUMME		187.934	181.250

PASSIVA	Anhang	2004 TEUR	2003 TEUR
EIGENKAPITAL	12.3.7		
Gezeichnetes Kapital		47.324	47.324
Rücklage für eigene Anteile		2.830	10.279
Andere Gewinnrücklagen		3.052	3.295
Ausgleichsposten Währungsumrechnung		938	710
Ausgleichsposten Minderheiten		-1.115	-619
Konzernbilanzgewinn		19.734	6.795
		72.763	67.784
RÜCKSTELLUNGEN	12.3.8	16.463	17.266
VERBINDLICHKEITEN	12.3.9	98.683	96.198
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		25	2
BILANZSUMME		187.934	181.250

8.0

9.0 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG KONZERN 2004 / 2003

	Anhang	2004 TEUR	2003 TEUR
UMSATZERLÖSE			
Verminderung oder Erhöhung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	12.4.1	277.852	265.586
Andere aktivierte Eigenleistungen		-45	113
Sonstige betriebliche Erträge		91	123
Sonstige betriebliche Erträge	12.4.2	16.850	13.475
Materialaufwand	12.4.3	-92.046	-96.838
Personalaufwand	12.4.4	-50.700	-47.323
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-10.142	-10.061
Sonstige betriebliche Aufwendungen	12.4.5	-121.969	-102.654
Beteiligungsergebnis	12.4.6	-1.270	-945
Zinsergebnis	12.4.7	-2.572	-2.199
ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT		16.049	19.277
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	12.4.8	-4.615	-8.260
Sonstige Steuern		-1.712	-1.158
KONZERNJAHRESÜBERSCHUSS		9.722	9.859
Verlustanteile Minderheitsgesellschafter		425	1.517
Gewinnvortrag		2.138	313
Entnahmen aus der Rücklage für eigene Anteile		7.449	-
Einstellungen in die Rücklage für eigene Anteile		-	-6.854
Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen		-	1.960
KONZERNBILANZGEWINN		19.734	6.795

10.0 CASHFLOW RECHNUNG KONZERN 2004 / 2003

	2004 TEUR	2003 TEUR
1. Periodenergebnis (einschl. Ergebnisanteilen von Minderheitsgesellschaftern)	9.722	9.859
2. + Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	10.142	10.061
3. +/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	-818	1.976
4. +/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	1.438	1.033
5. +/- Verluste/Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-13	14
6. -/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-10.199	-640
7. +/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	558	-1.987
8. = CASHFLOW AUS DER LAUFENDEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	10.830	20.316
9. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	237	444
10. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	62	463
11. - Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-6.422	-5.093
12. - Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-3.520	-3.250
13. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	319	795
14. - Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-5.233	-1.257
15. - Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-140	-9.008
16. + Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzmitteldisposition	3.816	2.091
17. - Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzmitteldisposition	-90	-2.064
18. = CASHFLOW AUS DER INVESTITIONSTÄTIGKEIT	-10.971	-16.879
19. + Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen (Verkauf eigener Anteile)	2.217	4
20. - Auszahlungen an Unternehmenseigner und Minderheitsgesellschafter (Dividenden, Erwerb eigener Anteile, Eigenkapitalrückzahlungen, andere Ausschüttungen)	-4.755	-11.556
21. + Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	21.635	37.959
22. - Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-) Krediten	-18.674	-35.940
23. = CASHFLOW AUS DER FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT	423	-9.533
24. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus Zf. 8, 18, 23)	282	-6.096
25. +/- Wechselkurs-, konsolidierungskreis- und bewertungsbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	410	588
26. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	8.343	13.851
27. = FINANZMITTELFONDS AM ENDE DER PERIODE	9.035	8.343

11.0 ANLAGENSPIEGEL DES KONZERNS 2004

ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN								
TEUR	1. Jan. 2004	Zugänge	Kursdifferenzen	Zugänge aus Erstkonsolidierung	Abgänge	Abgänge Erst-/ Endkonsolidierung	Umgliederungen	31. Dez. 2004
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE								
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten								
Gewerbliche Schutzrechte nicht abschreibungsfähig	1.032	24	-	-	1.020	-	-	36
Rechte/Lizenzen	13.780	954	-4	-	1.952	-	-62	12.716
Software	3.775	1.304	-	14	12	-	1.852	6.933
	18.587	2.282	-4	14	2.984	-	1.790	19.685
Geschäfts- oder Firmenwert	18.523	1.238	-17	3	804	-	-	18.943
Geleistete Anzahlungen	1.687	-	-	-	-	-	-1.687	-
	38.797	3.520	-21	17	3.788	-	103	38.628
SACHANLAGEN								
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	11.511	420	105	-	4	-	-	12.032
Technische Anlagen und Maschinen	514	31	11	-	20	-	-	536
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	52.942	5.833	22	278	2.409	-	-100	56.566
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	58	138	-	-	-	-	-3	193
	65.025	6.422	138	278	2.433	-	-103	69.327
FINANZANLAGEN								
Anteile an verbundenen Unternehmen	321	-	-	-	7	18	-	296
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.092	-	-	-	-	-	-	1.092
Anteile an assoziierten Unternehmen	22.396	10.258	-	-	979	-	-	31.675
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	730	-	-	-	280	450	-	-
Beteiligungen	856	-	-	-	-	-	-	856
Ansprüche aus Rückdeckungsversicherung	660	27	-	-	-	-	-	687
Sonstige Ausleihungen	2.238	386	-	-	671	-	-	1.953
	28.293	10.671	-	-	1.937	468	-	36.559
	132.115	20.613	117	295	8.158	468	-	144.514

11.0

AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN

NETTOBUCHWERTE

1. Jan. 2004	Zugänge	Zuführung aus			31. Dez. 2004	31. Dez. 2004	31. Dez. 2003
		Erstkonsolidierung	Auflösungen	Umgliederung			

-	-	-	-	-	-	36	1.032
8.956	941	-	1.860	-23	8.014	4.702	4.825
3.189	669	13	12	58	3.917	3.016	586
12.145	1.610	13	1.872	35	11.931	7.754	6.442
3.207	1.434	2	858	-	3.785	15.158	15.315
-	-	-	-	-	-	-	1.687
15.352	3.044	15	2.730	35	15.716	22.912	23.445

3.495	1.002	-	1	-	4.496	7.536	8.016
372	76	-	20	-	428	108	142
34.501	6.020	77	2.189	-35	38.374	18.192	18.441
-	-	-	-	-	-	193	58
38.368	7.098	77	2.210	-35	43.298	26.029	26.657

51	-	-	-	-	51	245	270
142	-	-	-	-	142	950	950
-	-	-	-	-	-	31.675	22.396
-	-	-	-	-	-	-	730
-	-	-	-	-	-	856	856
-	-	-	-	-	-	687	660
322	149	-	-	-	471	1.482	1.916
515	149	-	-	-	664	35.895	27.778

54.235	10.291	92	4.940	-	59.678	84.836	77.880
---------------	---------------	-----------	--------------	----------	---------------	---------------	---------------

KONZERNANHANG FÜR 2004

VORBEMERKUNG

Die nachstehenden Erläuterungen betreffen den Konzernabschluss der Beate Uhse Aktiengesellschaft. Der Konzernabschluss der Beate Uhse AG wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs erstellt. Für die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung haben wir gemäß § 275 Abs. 2 HGB das Gesamtkostenverfahren gewählt. Um die Klarheit der Darstellung zu verbessern, haben wir einzelne Posten der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst und in diesem Konzernanhang gesondert aufgegliedert und erläutert.

12.1 DARSTELLUNG DER KONZERNVERHÄLTNISSE Mutterunternehmen ist die Beate Uhse Aktiengesellschaft, Flensburg ('Beate Uhse AG'), eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichtes Flensburg unter Nr. 3737.

KONSOLIDIERUNGSKREIS UND ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

In den Konzernabschluss sind neben der Beate Uhse AG die in der Aufstellung des Konzernanteilsbesitzes genannten Gesellschaften einbezogen.

ERSTKONSOLIDIERUNGEN DES BERICHTSJAHRES

Folgende Unternehmen wurden im Geschäftsjahr 2004 erstmals in den Konzernabschluss einbezogen.

Name, Sitz	Abkürzung	Anteil %	Erstkonsolidierung
Beate Uhse B.U. BVBA, Belgien	B.U. BVBA	100,00	1. 1. 2004
Beate Uhse Fun Center GmbH, Deutschland	BU Fun Center	100,00	28. 7. 2004
Beate Uhse Italia GmbH, Italien	BU Italia	96,54	1. 6. 2004
Beate Uhse new media AS, Norwegen	BU NM AS	100,00	25. 8. 2004
D.N.I. Dutch Net Info BV, Niederlande	DNI	100,00	1. 1. 2004
Erotic Centre BVBA, Belgien	Erotic Centre	100,00	1. 1. 2004
Retail Belgie BVBA, Belgien	Retail Belgie	100,00	1. 1. 2004
The Golden Meteor BV, Niederlande	Golden Meteor	100,00	1. 1. 2004
V.U.H. Video Holland BV, Niederlande	V.U.H. Video	100,00	1. 1. 2004

Mit Kaufvertrag vom 28. Mai 2004 erwarb die Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg, zu einem Kaufpreis von EUR 1,00 weitere 46,54 Prozent der Gesellschaftsanteile an der BU Italia und hält nunmehr 96,54 Prozent der Anteile. Das bisher at equity bewertete Unternehmen wird ab dem 1. Juni 2004 vollkonsolidiert. Aus der erstmaligen Vollkonsolidierung resultiert ein aktiverischer Unterschiedsbetrag von TEUR 243 der in voller Höhe mit den Gewinnrücklagen verrechnet wurde. Die Geschäftstätigkeit der BU Italia umfasst das Betreiben von Einzelhandelsläden in Italien.

Die Umsatzerlöse und das Jahresergebnis der BU Italia stellen sich wie folgt dar:

BU ITALIA

TEUR	2004	2003
Umsatzerlöse	800	670
Jahresfehlbetrag	82	218

Zum 25. August 2004 wurde die BU NM AS gegründet. Alleinige Gesellschafterin ist die Beate Uhse new medi@ GmbH, Flensburg. Die Geschäftstätigkeit der BU NM AS umfasst die Herausgabe der Zeitschriften Lek und Cocktail sowie sonstige Verlagstätigkeiten wie den Verkauf von Anzeigenraum, Versandgeschäft, Dienste und Mitgliedschaften über das Internet. Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der BU NM AS stellen sich wie folgt dar:

BU NM AS

TEUR	2004
Umsatzerlöse	780
Jahresüberschuss	16

Die bisher wegen untergeordneter Bedeutung nicht in den Konzernabschluss einbezogene DNI wurde zum 1. Januar 2004 erstkonsolidiert. Aus der Erstkonsolidierung hat sich kein Unterschiedsbetrag ergeben. Der Geschäftszweck der DNI umfasst Onlinedienste sowie die Verwaltung und Versorgung externer Computeranwendungen mittels Internet und anderen Diensten. Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der DNI stellen sich wie folgt dar:

DNI

TEUR	2004	2003
Umsatzerlöse	610	497
Jahresüberschuss	17	29

Zum 24. August 2004 wurde die BU Fun Center gegründet. Alleinige Gesellschafterin ist die Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg, mit der am 11. August 2004 ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag geschlossen wurde. Gegenstand des Unternehmens ist das Betreiben einer Spielothek und einer Restauration sowie der Einzelhandel mit Waren aller Art, insbesondere mit ehehygienischen pharmazeutischen Artikeln, Textilien, Druckschriften, Bild- und Tonträgern sowie ähnliche Tätigkeiten. Die Umsatzerlöse und das Jahresergebnis der BU Fun Center stellen sich wie folgt dar:

BU FUN CENTER

TEUR	2004
Umsatzerlöse	564
Jahresüberschuss (vor Ergebnisübernahme)	4

Die Konzerngesellschaft Beate Uhse BV, Walsoorden, Niederlande, erwarb mit Kaufvertrag vom 25. September 2003 eine 100-prozentige Beteiligung an der Golden Meteor zu einem Kaufpreis von TEUR 7. Ebenfalls mit Kaufvertrag vom 25. September 2003 wurden 100 Prozent der Anteile der V.U.H. Video zu einem Kaufpreis vom EUR 1 erworben. Die Golden Meteor und die V.U.H. Video halten jeweils 50 Prozent an den am 18. Oktober 2003 und am 4. November 2003 gegründeten Gesellschaften Erotic Centre und B.U. BVBA, die das belgische Einzelhandels-geschäft führen. Die erstmalige Einbeziehung der Gesellschaften in den Konzern erfolgte zum 1. Januar 2004. Aus den Erstkonsolidierungen haben sich keine Unterschiedsbeträge ergeben. Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der Golden Meteor stellen sich wie folgt dar:

GOLDEN METEOR

TEUR	2004
Umsatzerlöse	13
Jahresüberschuss	21

Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der V.U.H. Video stellen sich wie folgt dar:

V.U.H. VIDEO

TEUR	2004
Umsatzerlöse	13
Jahresüberschuss	17

Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der Erotic Centre stellen sich wie folgt dar:

EROTIC CENTRE

TEUR	2004
Umsatzerlöse	2.467
Jahresüberschuss	19

Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der B.U. BVBA stellen sich wie folgt dar:

B.U. BVBA

TEUR	2004
Umsatzerlöse	1.895
Jahresüberschuss	-

Die Retail Belgie wurde von der Beate Uhse Retail Holding BV (Anteil 99,5 Prozent) und der Beate Uhse BV (Anteil 0,5 Prozent) am 1. Januar 2004 gegründet. Gegenstand des Unternehmens ist die Erbringung von Dienstleistungen sowie die An- und Vermietung von Filial-geschäften. Die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss der Retail Belgie stellen sich wie folgt dar:

RETAIL BELGIE

TEUR	2004
Umsatzerlöse	-
Jahresüberschuss	332

Diese Änderungen des Konsolidierungskreises haben wesentliche Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung wie folgt beeinflusst:

TEUR	2004
BILANZ	
Anlagevermögen	1.614
Umlaufvermögen	2.321
Verbindlichkeiten	3.159
GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	
Umsatzerlöse	7.355
Materialaufwand	2.037
Personalaufwand	1.780
Abschreibungen	481
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.153

ZUGANG ZU ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Aufgrund des Vertrages vom 28. November 2004 brachte die Beate Uhse new medi@ GmbH, Flensburg, TEUR 100 in die Quattrocomm AG, Zug, Schweiz, ein und erhielt dafür 50 Prozent der Gesellschaftsanteile. Die Geschäftstätigkeit der Quattrocomm umfasst die Erbringung von Dienstleistungen in mobilen Telefonnetzen und im Internet, sowie Beratung von Partnerunternehmen. Die erstmalige Einbeziehung nach der equity Methode erfolgt zum 31. Dezember 2004. Aus der Erstkonsolidierung hat sich kein Unterschiedsbetrag ergeben. Zur Aufstockung des Anteilsbesitzes an der erotic media ag, Baar, Schweiz, wurden mit Wirkung zum 30. Juni 2004 sowie zum 15. Juli 2004 jeweils 1 Mio. Aktien der erotic media ag zu Anschaffungskosten von jeweils TEUR 5.000 erworben. Die Beate Uhse AG hält nunmehr 34,2 Prozent (Vorjahr: 29,3 Prozent) an der erotic media ag.

ABGANG ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

Im Dezember 2003 erwarb die Konzerngesellschaft Beate Uhse Scandinavia AB, Schweden, 50 Prozent der Anteile an der neu gegründeten Multimedia Mobile Content AS (MMC), Kolboten, Norwegen, zu einem Betrag von NOK 500.000,00 (TEUR 60). Das anteilige Eigenkapital der MMC entspricht dem Kaufpreis. Die erstmalige Einbeziehung nach der equity Methode erfolgte zum 31. Dezember 2003. Am 5. März 2004 wurde eine Kapitalerhöhung um NOK 1.107.000 durchgeführt. Der prozentuale Anteilsbesitz der Beate Uhse Scandinavia AB betrug danach 23,7 Prozent. Im Juni 2004 wurden sämtliche Geschäftsanteile zum Preis von NOK 6.340.000 an die Telitas AS, Norwegen, veräußert.

ZUSAMMENGEFASSTE ABSCHLÜSSE ASSOZIIERTER UNTERNEHMEN

Zusammengefasster Konzernabschluss der erotic media ag, Schweiz,
zum 31. Dezember 2004 (Schweizer Recht):

TCHF

AKTIVA

Anlagevermögen	29.132
Umlaufvermögen	15.995
	45.127

PASSIVA

Eigenkapital	38.880
Anteile für Minderheiten	2.518
Fremdkapital	3.729
	45.127

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Umsatzerlöse	18.484
Sonstige betriebliche Erträge	146
Materialaufwand	5.083
Personalaufwand	3.317
Abschreibungen	5.426
Verwaltung	1.575
Werbung	351
Sonstige betriebliche Aufwendungen	702
Finanzergebnis	-194
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	320
Minderheitenanteile am Ergebnis	36
Jahresergebnis	1.626

Zusammengefasster Jahresabschluss der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG, Berlin,
zum 31. Dezember 2004:

TEUR

AKTIVA

Ausstehende Einlagen	454
Anlagevermögen	3.365
Umlaufvermögen	1.523
	5.342

PASSIVA

Eigenkapital	3.168
Rückstellungen	66
Fremdkapital	2.108
	5.342

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Umsatzerlöse	7.476
Sonstige betriebliche Erträge	118
Materialaufwand	1.086
Personalaufwand	867
Abschreibungen	5.044
Sonstiger betrieblicher Aufwand	561
Jahresergebnis	36

VERGLEICHBARKEIT DES KONZERNABSCHLUSSES MIT DEM VORJAHR

Die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzernabschlusses ist mit der des Vorjahres nur bedingt vergleichbar. Das am 1. Oktober 2003 erstkonsolidierte Einzelhandelsunternehmen Christine le Duc wurde in 2004 erstmals mit dem gesamten Geschäftsjahr in der Gewinn- und Verlustrechnung erfaßt. Die wesentlichen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung der Christine le Duc stellen sich wie folgt dar:

CHRISTINE LE DUC

TEUR	2004	4. Quartal 2003
Umsatzerlöse	9.031	2.585
Materialaufwand	2.795	798
Personalaufwand	3.143	876
Abschreibungen	492	132
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.022	452
Jahresergebnis	314	188

NICHT IN DEN KONZERNABSCHLUSS EINBEZOGENE UNTERNEHMEN

Drei in der Aufstellung des Konzernanteilsbesitzes aufgeführte verbundene Unternehmen sowie sechs assoziierte Unternehmen wurden aufgrund untergeordneter Bedeutung entsprechend § 296 Abs. 2 HGB sowie § 311 Abs. 2 HGB nicht in den Konzernabschluss einbezogen.

Nach § 264 Abs. 3 HGB von der Pflicht zur Aufstellung eines Jahresabschlusses befreite Gesellschaften

Folgende in den Konzernabschluss einbezogene, verbundene Unternehmen sind gemäß § 264 Abs. 3 HGB von der Verpflichtung zur Aufstellung eines Jahresabschlusses nach den für Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften, zur Aufstellung eines Lageberichts sowie zur Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses befreit:

- Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg
- Versandhaus Beate Uhse GmbH, Flensburg
- Beate Uhse new medi@ GmbH, Flensburg.

12.2 ALLGEMEINE BILANZIERUNGS-, BEWERTUNGS- UND KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Der Konzernabschluss wurde auf den Stichtag des Jahresabschlusses des Mutterunternehmens Beate Uhse AG zum 31. Dezember 2004 aufgestellt. Die Jahresabschlüsse der einbezogenen Tochterunternehmen wurden ebenfalls auf den Stichtag des Konzernabschlusses aufgestellt.

Die Kapitalkonsolidierung der Tochterunternehmen wird nach der Buchwertmethode gemäß § 301 Abs. 1 HGB durchgeführt. Dabei werden die Buchwerte der Beteiligungen dem anteiligen konsolidierungspflichtigen Eigenkapital zum Zeitpunkt des Erwerbs der Anteile, oder bei Erwerb der Anteile zu verschiedenen Zeitpunkten, zum Zeitpunkt, zu dem das Unternehmen Tochtergesellschaft geworden ist, gegenübergestellt.

Soweit im Rahmen der Erstkonsolidierung gemäß § 301 Abs. 1 HGB ein aktivischer Unterschiedsbetrag entsteht, wird dieser einzelnen Vermögensgegenständen der Tochtergesellschaften insoweit zugeschrieben, als deren Wert höher als der bisherige Wertansatz war. Ein verbleibender Unterschiedsbetrag wird erfolgsneutral mit den Rücklagen verrechnet bzw. auf der Aktivseite als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen und entsprechend § 309 Abs. 1 HGB abgeschrieben, ein aus der Kapitalkonsolidierung resultierender passivischer Unterschiedsbetrag wird vom Geschäfts- oder Firmenwert in Abzug gebracht.

Aus der Erstkonsolidierung resultierende Geschäfts- oder Firmenwerte wurden wie folgt verrechnet:

ENTWICKLUNG FIRMENWERTE

TEUR	2004	2003
Summe Geschäfts- oder Firmenwerte	109.123	108.881
Verrechnung mit Kapitalrücklage	87.522	87.522
Verrechnung mit passivischen Unterschiedsbeträgen	4.012	4.012
Verrechnung mit Gewinnvortrag	624	624
Verrechnung mit Gewinnrücklagen	8.318	8.075
Geschäfts- oder Firmenwerte nach Verrechnung	8.647	8.648
Kumulierte Abschreibungen	1.058	354
Verbleibender Geschäfts- oder Firmenwert	7.589	8.294

Die nach der Verrechnung verbleibenden Geschäfts- oder Firmenwerte aus Kapitalkonsolidierung von EUR 8.647 werden linear über eine Nutzungsdauer von 15 Jahren abgeschrieben.

BEWERTUNG VON BETEILIGUNGEN AN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Assoziierte Unternehmen werden gemäß § 312 HGB at equity nach der Buchwertmethode bilanziert. Die Beteiligungsbuchwerte werden dementsprechend um anteilige Jahresüberschüsse bzw. -fehlbeträge, Dividendenausschüttungen und Abschreibungen fortentwickelt. Dabei werden die nach jeweiligem Landesrecht ermittelten Werte unverändert übernommen.

SCHULDENKONSOLIDIERUNG

Sämtliche Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss der Beate Uhse AG einbezogenen Unternehmen werden gegeneinander verrechnet. Eventualverbindlichkeiten werden in gleicher Weise konsolidiert.

AUFWANDS- UND ERTRAGSKONSOLIDIERUNG

Sämtliche Umsätze, Aufwendungen und Erträge zwischen den in den Konzernkreis einbezogenen Unternehmen werden miteinander verrechnet.

ZWISCHENERGEBNISELIMINIERUNG

Bei den Warenvorräten werden Zwischenergebnisse eliminiert, sofern sie aus Lieferungen während der Zugehörigkeit zum Konzernkreis stammen. Soweit bei konzerninternen Verkäufen von Gegenständen des Anlagevermögens Buchgewinne oder Buchverluste entstanden sind, werden diese eliminiert.

ABGRENZUNG LATENTER STEUERN

Die im Konzernabschluss ausgewiesene aktive Steuerabgrenzung betrifft die Bewertungsdifferenzen aus der Berechnung von Altersteilzeitrückstellungen nach steuerlichen sowie

handelsrechtlichen Vorschriften sowie aktive Steuerabgrenzungen aus der Zwischenergebniseliminierung. Für die Berechnung der latenten Steuern wurde ein Steuersatz von 38 Prozent für die deutschen, 34,5 Prozent für die holländischen und 30 Prozent für die dänischen Tochtergesellschaften verwendet.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Auf fremde Währungen lautende Forderungen werden zum Mittelkurs am Entstehungstag umgerechnet. Zum Bilanzstichtag wird das Niederstwertprinzip berücksichtigt. Auf fremde Währungen lautende Verbindlichkeiten werden zum Mittelkurs am Begründungstag umgerechnet. Zum Bilanzstichtag wird das Imparitätsprinzip beachtet. Geschäftsvorfälle in ausländischer Währung werden zum Mittelkurs am Transaktionstag umgerechnet.

Die Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Einzelabschlüsse erfolgt nach der Methode der funktionalen Währung. Die funktionale Währung der Beate Uhse AG ist der Euro. Dabei wird entsprechend den jeweils bestehenden finanzwirtschaftlichen Beziehungen zwischen Mutter- und Tochterunternehmen die Umrechnung zu Stichtagskursen oder nach dem Zeitbezug vorgenommen.

Im vorliegenden Konzernabschluss kommt ausschließlich die Umrechnung zu Stichtagskursen zur Anwendung, da es sich um selbständig operierende Unternehmen handelt. Dabei wurden alle Bilanzposten der einbezogenen ausländischen Konzernunternehmen mit Ausnahme des Eigenkapitals (gezeichnetes Kapital, Rücklagen, Ergebnisvortrag), das zu historischen Kursen umgerechnet wurde, mit dem jeweiligen Devisenmittelkurs des Bilanzstichtags in Euro umgerechnet. Die aus der Veränderung der Devisenkurse zum Vorjahr entstehenden Differenzen aus der Umrechnung des Eigenkapitals wurden erfolgsneutral in den Ausgleichsposten Währungsumrechnung eingestellt. Die Aufwendungen und Erträge in der Gewinn- und Verlustrechnung wurden mit dem Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Das Jahresergebnis der umgerechneten Gewinn- und Verlustrechnung wurde in die Konzernbilanz übernommen und die Differenz erfolgsneutral in den Ausgleichsposten Währungsumrechnung eingestellt.

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die gemäß § 300 Abs. 2 HGB in den Konzernabschluss übernommenen Vermögensgegenstände und Schulden der konsolidierten Tochterunternehmen werden gemäß § 308 HGB einheitlich nach den Methoden bewertet, die auf den Jahresabschluss des Mutterunternehmens angewandt werden. Auf die Anpassung der vom Konzernabschluss abweichenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurde bei den assoziierten Unternehmen erotic media ag, Schweiz, Quattrocomm AG, Schweiz, und FunFactory GmbH, Bremen, sowie bei dem im Jahr 2004 erstmalig vollkonsolidierten Unternehmen Beate Uhse Italia verzichtet, da die Auswirkungen für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von untergeordneter Bedeutung sind.

12.2

Die immateriellen Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen der Gesellschaft werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten i. S. d. § 255 HGB aktiviert. Abschreibungen werden planmäßig nach der linearen Methode unter Berücksichtigung der voraussichtlichen betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer der Anlagen vorgenommen. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Zugangsjahr in voller Höhe abgeschrieben. Folgende Nutzungsdauern wurden für die immateriellen Vermögensgegenstände zu Grunde gelegt:

NUTZUNGSDAUER IMMATERIELLER VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Gewerbliche Schutzrechte	unbegrenzt
Rechte / Lizenzen	4 Jahre ¹⁾
Software	3 Jahre

1) bzw. vertraglich vereinbarte Laufzeit

Filmrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden prozentual entsprechend der Ausstrahlungen abgeschrieben. Die Prozentsätze variieren je nach Art des Filmes und Anzahl der Ausstrahlungen zwischen 20 und 50 Prozent.

Die nicht verrechneten Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung werden über eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von 15 Jahren abgeschrieben. Bei den übrigen Geschäfts- oder Firmenwerten wurde eine Nutzungsdauer von 5 bis 15 Jahren zu Grunde gelegt.

Das Finanzanlagevermögen der Gesellschaft wird zu Anschaffungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert. Bei einer voraussichtlich dauernden Wertminderung werden entsprechende Abschreibungen vorgenommen.

Die Bewertung des Vorratsvermögens erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert.

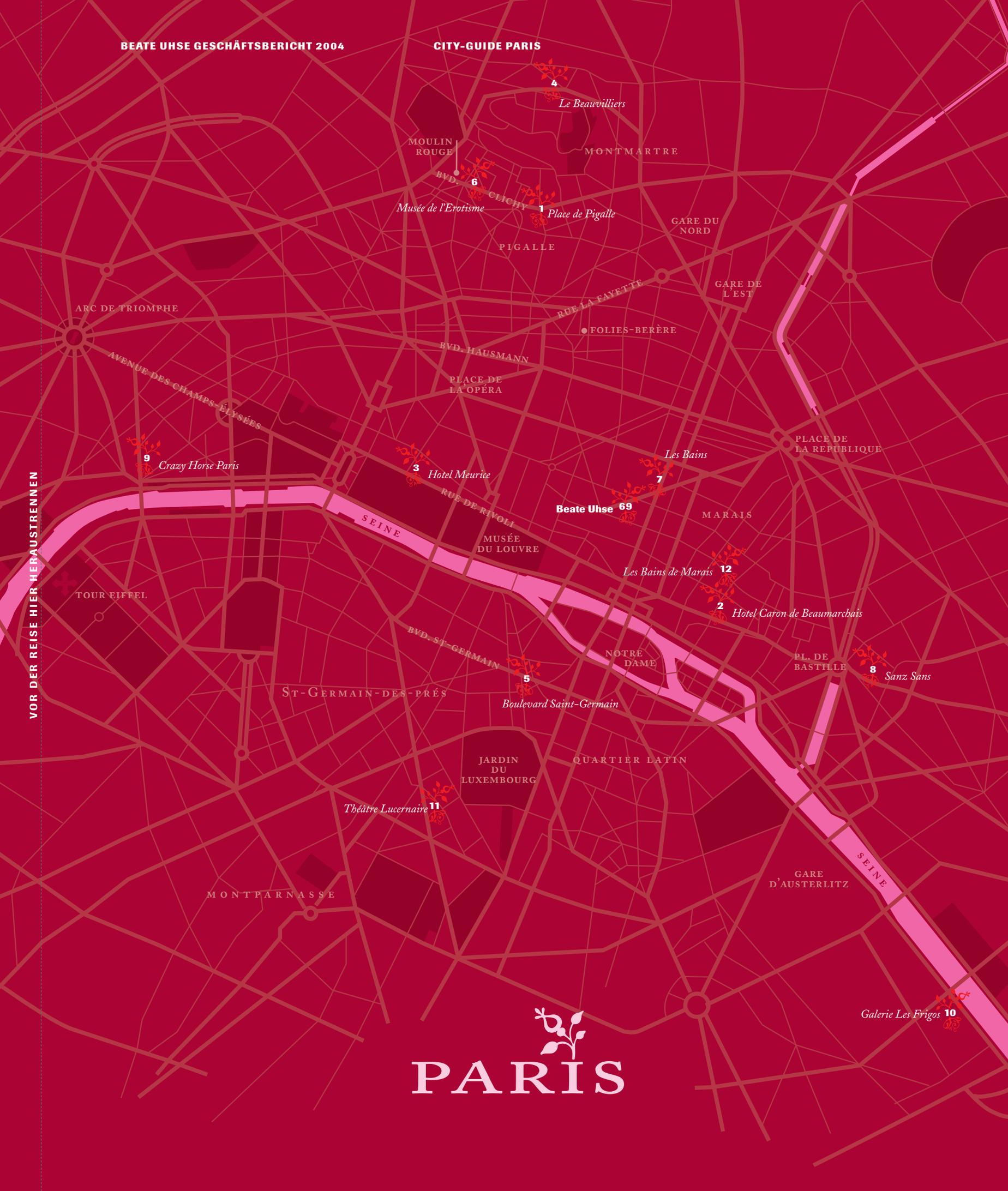
Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zum Nennwert bewertet. Für erkennbare Einzelrisiken werden angemessene Einzelwertberichtigungen vorgenommen. Im Unternehmenssegment Versandhandel wird aufgrund von Erfahrungswerten eine pauschalisierte Einzelwertberichtigung vorgenommen. Auf die Berücksichtigung einer Pauschalwertberichtigung wurde verzichtet.

Der Ansatz der sonstigen Vermögensgegenstände erfolgt zu Nennwerten unter Berücksichtigung notwendiger Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert.

Für zeitlich befristete Unterschiedsbeträge zwischen dem nach steuerlichen Vorschriften zu versteuernden Gewinn und dem handelsrechtlichen Ergebnis werden latente Steuern abgegrenzt. Für aktive Steuerabgrenzungen wird ein Abgrenzungsposten wegen voraussichtlicher Steuerentlastung nachfolgender Geschäftsjahre i. S. d. § 274 Abs. 2 HGB gebildet.

Die den Pensionsrückstellungen zugrundeliegenden Teilwerte für Anwartschaften bzw. Barwerte für laufende Renten der Versorgungszusagen nach den Pensionsplänen werden von einem Gutachter unter Berücksichtigung der Vorschriften des § 6 a EStG und der Richttafeln 1998 von Dr. Klaus Heubeck für die Pensionsgutachten errechnet.

VOR DER REISE HIER HERAUSTRENNEN



4

Le Beauvilliers

MOULIN ROUGE

MONTMARTRE

BVD. Clichy

CLICHY

1

Place de Pigalle

Musée de l'Erotisme

PIGALLE

GARE DU NORD

GARE DE L'EST

RUE LA FAYETTE

FOLIES-BERÈRE

ARC DE TRIOMPHE

BVD. HAUSMANN

PLACE DE LA OPÉRA

PLACE DE LA REPUBLIQUE

AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES

9

Crazy Horse Paris

3

Hotel Meurice

7

Les Bains

Beate Uhse 69

MARAIS

SEINE

RUE DE RIVOLI

MUSÉE DU LOUVRE

Les Bains de Marais

12

TOUR EIFFEL

2

Hotel Caron de Beaumarchais

BVD. ST-GERMAIN

NOTRE DAME

PL. DE BASTILLE

8

Sanz Sans

ST-GERMAIN-DES-PRÉS

Boulevard Saint-Germain

5

QUARTIER LATIN

JARDIN DU LUXEMBOURG

Théâtre Lucernaire

11

GARE D'AUSTERLITZ

MONTPARNASSE

Galerie Les Frigos

10


PARIS



PARIS

PARKS & SIGHTS

1) *Pigalle*

Paris, die Stadt der Liebe – dass sich dies nicht allein auf die romantische Seite beschränkt, beweist das *Arrondissement 18*, die Pigalle. Rund um den *Montmartre* am *Place Pigalle*, dem *Place Blanche* und dem *Boulevard de Clichy* geht es durchaus handfester zu Sache: eine Vielzahl Sex-Shops, Peep-Shows, Kinos und Nightclubs locken hier Touristen und Pariser gleichermaßen. Das Leben im Viertel nimmt in den späten Abendstunden Fahrt auf und wird bis spät in die Nacht richtig heiß.

www.ger.cityvox.com

HOTELS

2) *Hotel Caron de Beaumarchais*

Romantischer geht es nicht! Das Caron de Beaumarchais lädt zu einer verspielten und stilvollen Zeitreise ins 18. Jahrhundert ein. Liebevoll bis ins kleinste Detail perfekt umgesetzt, werden Besucher in eine andere Welt versetzt. Die Lage direkt im Stadtviertel *Marais* ist für Verliebte ideal, säumen doch gute Restaurants, Bars und kleine Boutiquen sowie Kleinkunst die schmalen Kopfsteinpflaster-Gässchen. Dazu ist eine Übernachtung im Caronde Beaumarchais mit rund 150 Euro für Pariser Verhältnisse sehr gut, aber dafür ist es umso schwieriger, eines der 19 Zimmer zu ergattern.

12 Rue Vieille du Temple, 75004 Paris
Telefon +33 (0) 142 - 72 34 12

3) *Hotel Meurice*

Mit dem Arrangement *A Star for Lovers* hat man sicher genau das Richtige gebucht, um seiner Liebsten das Wochenende in Paris so angenehm wie möglich zu gestalten. Champagner-Empfang, Late-Check-Out und die Möglichkeit, den großzügigen Wellness- und Spa-Bereich unbegrenzt zu nutzen, sind die Zutaten zu einem unvergesslichen Aufenthalt. Allerdings sollte dafür Geld keine große Rolle spielen mit Zimmerpreisen von 700 bis 1.300 Euro. Besonders stolz ist das Meurice auf seinen Zimmer-Service, der es noch schwerer macht, das eigene Zimmer und das Hotel für Unternehmungen in der Stadt zu verlassen.

228 Rue de Rivoli, 75001 Paris
Telefon +33 (0) 144 - 58 10 10

www.meuricehotel.com

FOOD & DRINKS

4) *Le Beauvilliers*

Romantisch, elegant, fast ein bisschen nobel: Das Le Beauvilliers ist mit seinen drei individuell gestalteten Sälen und der Blumenterrasse ein Restaurant der besonderen Art. Das sehen auch Stars und Sternchen in Paris so, die nur zu gern die umfangreiche Champagner-Auswahl testen. Namensgeber Antoine Beauvilliers war nicht nur Offizier und Graf aus der Provence, er war auch einer der Mitbegründer der Haute Cuisine. Er eröffnete 1780 in Paris das erste Restaurant im modernen Sinne und veröffentlichte das für die Esskultur epochale Werk *L'Art du cuisinier*. Die Küche im Le Beauvilliers verfolgt eine eher traditionelle und authentische Interpretation der Haute Cuisine.

52 Rue Lamarck, 75018 Paris
Telefon +33 (0) 142 - 54 54 42

5) *Boulevard Saint-Germain*

Cafés gehören zum Pariser Stadtleben wie Käse zum Baguette. Bei der ganzen Vielfalt an Cafés für jede Tageszeit und jeden Anlass soll hier gar kein Votum für ein spezielles Café gegeben werden. Der Tipp: Am Boulevard Saint-Germain findet jeder das Richtige, um Pariser Lebensgefühl zu genießen.

Boulevard Saint-Germain, Quartier Latin

MUSEUM

6) *Musée de l'Érotisme*

6 Stockwerke, deren Zahl Programm ist: Das Erotikmuseum mitten im Amüsierviertel des *18. Arrondissements* bietet eine riesige Vielfalt an sexuellen und erotischen Exponaten aus der ganzen Welt. Skulpturen, Gemälde und Grafiken aus allen Teilen des Erdballs und verschiedensten Zeitaltern. Untergebracht ist das Museum mit angeschlossener Kunst-Galerie in einem Stadthaus aus dem 19. Jahrhundert. Wer schon immer nach einem ausgefallenen erotischen Mitbringsel gesucht hat, wird im integrierten Shop fündig.

72 Boulevard de Clichy, 75018 Paris
Telefon +33 (0) 142 - 58 28 73

Geöffnet: 10 bis 2 Uhr

NIGHTLIFE

7) *Les Bains*

In diesem Club wird es nachts extrem heiß ... Und das liegt nicht nur daran, dass die Location ein ehemaliges türkisches Bad ist. Unabhängig von den aktuellen Moden und Trends hat sich das Les Bains als Hot-Spot im Pariser Nightlife etabliert. Das Les Bains ist noch immer ein Treffpunkt der Schönen und Reichen. Das Ambiente spielt mit der Vergangenheit des Gebäudes: gekachelte Böden, freiliegende Heizungsrohre, Aquarien mit Fischen werden mit stylischem Interieur kombiniert. Am Eingang des Les Bains wird hart ausgesiebt. Wer im nicht ganz billigen Restaurant ein romantisches Abendessen genießt, dem steht auch der Club offen.

7 Rue du Bourg-l'Abbé, 75003 Paris
Telefon +33 (0) 148 - 87 01 80

8) *Sanz Sans*

Eine der Top-Bars in Paris, und das seit zehn Jahren. Der besondere Reiz des Sanz Sans liegt in der gelungenen Kombination eigentlich widersprüchlicher Elemente: Mit ihrer herrlichen Samteinrichtung sieht die Bar eher wie ein Privatclub aus. Gleichzeitig heizen die besten DJs mit Soul und Hip-Hop die Stimmung so richtig an. Die Barmädchen tanzen regelmäßig auf der Theke. Die Cocktails sind legendär. Ein völlig anderes Gesicht hat die Terrasse des Sanz Sans, auf der man ruhig auch nachmittags die Frühlingssonne genießen darf. Empfehlenswert ist auch das Restaurant, und gar nicht teuer.

49 Rue du Faubourg Saint Antoine, 75011 Paris
Telefon +33 (0) 144 - 75 78 78
www.sanzsans.com

9) *Crazy Horse Paris*

Zusammen mit dem *Folies-Bergère* und dem *Moulin-Rouge* bildet das Crazy Horse (gegründet 1951) gewissermaßen das Dreiergespann des Pariser Kabarets. Das Crazy Horse ist herrlich altmodisch, eigentlich sehr touristisch, politisch nicht korrekt und trotzdem ein Erlebnis. Die aktuelle Show *L'Art du Nu* hält, was der Titel verspricht. Erotik pur, tolle Körper und Lichtspiele sind die Zutaten einer absolut heißen Show, die Frauen und Männern gleichermaßen gefällt. Im kleinen, ganz in rot gehaltenen Saal gibt es nur eine adäquate Erfrischung: Champagner.

12 Avenue George V, 75008 Paris
Telefon +33 (0) 147 - 23 97 90
www.lecrazyhorseparis.com

GALERIEN / KULTUR

10) *Les Frigos*

Hier wirken Künstler aller Couleur: Bildhauer, Maler, Foto- und Multimedia-Künstler zeigen ihre Ideen und Creationen von ausgeflippt bis erotisch. Ort dieser Ansammlung von Werken von rund 40 Künstlern ist ein altes Kühlager der Pariser Eisenbahn. Es gibt keine festen Öffnungszeiten; einfach auf dem Areal umschauen oder sich im Internet einen ersten Eindruck verschaffen.

19 Rue de Frigos, 75013 Paris
Telefon +33 (0) 144 - 24 96 96
www.les-frigos.com

11) *Théâtre Lucernaire*

Kein erotischer Tipp im eigentlichen Sinne, aber eine Empfehlung, für alle Romantiker, die Ihre Liebste mit einem echten Klassiker überraschen wollen: Denn bereits seit 20 Jahren erzählt der Fuchs dem kleinen Prinzen in diesem Theater, dass man nur mit dem Herzen richtig gut sieht. Das Théâtre Lucernaire bietet aber nicht nur den *kleinen Prinzen* von Saint Exupéry sondern noch Programm-Kinos, eine Bar, Restaurant, Buchladen und Kunstgalerie.

53 Rue de Notre Dame des Champs, 75006 Paris
Telefon: +33 (0) 145 - 44 57 34

WELLNESS

12) *Les Bains de Marais*

In diesem original marokkanischen Dampfbad werden die Gäste mit allen erdenklichen Arten von Massagen und einer Vielzahl von Wellness-Anwendungen verwöhnt. Das Les Bains de Marais ist eines der luxuriösesten Bäder der Stadt und lässt die Gäste eine ganz eigene Welt von Düften, Ölen und Cremes genießen. Zu bestimmten Zeiten ist der Besuch nur Frauen, bzw. nur Männern vorbehalten. Während der Mixed-Zeiten ist Badebekleidung notwendig.

31-33 Rue des Blanc Manteaux, 75004 Paris
Telefon +33 (0) 144 - 61 02 02
www.lesbainsdumarais.com

BEATE UHSE IN PARIS

Beate Uhse France SAS
82 Rue Saint Denis, 75001 Paris
Telefon +33 (0) 140 - 26 03 60

Die Steuerrückstellungen und die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind in der Höhe angesetzt, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Für Verkäufe mit Rückgaberecht im Versandhandelsbereich werden angemessene Rückstellungen gebildet. Die Einstellungen in diese Rückstellungen werden von den Umsatzerlösen abgesetzt. Zum 31. Dezember 2004 wurde erstmals bei der Bemessung der Rückstellungshöhe die geschätzte Rückgabequote berücksichtigt. In den Vorjahren wurde die Rückstellung auf Basis aller zulässigen Retouren bemessen.

Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden Steuerabgrenzungen gemäß § 306 HGB insoweit vorgenommen, als sich der abweichende Steueraufwand in späteren Geschäftsjahren voraussichtlich ausgleicht. Auf quasi-permanente Differenzen, bei denen sich die Ergebnisunterschiede erst in ferner Zukunft ausgleichen, werden keine Steuerabgrenzungen vorgenommen.

Die Verbindlichkeiten werden zum Rückzahlungsbetrag angesetzt.

12.3 ERLÄUTERUNGEN ZU DER KONZERNBILANZ

12.3.1. ANLAGEVERMÖGEN

Die Entwicklung des Konzernanlagevermögens ist im beiliegenden Anlagenspiegel dargestellt. Die Angaben über den Anteilsbesitz gemäß § 313 Abs. 2 Nr. 4 Satz 1 HGB werden gemäß § 313 Abs. 4 Satz 1 HGB in einer separaten Aufstellung zusammengestellt und beim Amtsgericht Flensburg hinterlegt.

12.3.2. ANTEILE AN ASSOZIERTEN UNTERNEHMEN

Der Bruttobetrag einschließlich kumulierter Abschreibungen aller nicht gesondert ausgewiesenen aktivischen Unterschiedsbeträge, die auf assoziierte Unternehmen entfallen, beträgt zum 31. Dezember 2004 TEUR 23.903. Die kumulierte Abschreibung beläuft sich zum 31. Dezember 2004 auf TEUR 3.277.

12.3.3. VORRÄTE

TEUR	2004	2003
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	8.953	6.455
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	289	273
Fertige Erzeugnisse und Waren	37.226	33.227
Geleistete Anzahlungen	641	2.065
	47.109	42.020

12.3.4. FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

TEUR	2004	2003
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	29.403	25.320
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	-	83
Forderungen gegen beteiligte Unternehmen	16	50
Sonstige Vermögensgegenstände	8.510	7.801
	37.929	33.254

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind wie im Vorjahr innerhalb eines Jahres fällig.

12.3.5. WERTPAPIERE

TEUR	2004	2003
Eigene Anteile	2.830	10.279
Sonstige Wertpapiere	217	2.281
	3.047	12.560

Im Zuge des Börsengangs wurden bereits am 27. Mai 1999 mit Ermächtigung durch den damaligen Hauptversammlungsbeschluss eigene Anteile für den Verkauf an Geschäftspartner und Kunden erworben. Im Dezember 2001 sowie im Januar 2002 wurden weitere eigene Anteile zum Zweck von ganzen oder teilweisen Akquisitionen, wechselseitigen Beteiligungen oder für andere Schritte zur strategischen Unternehmensentwicklung erworben. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 21. Juni 2004 ist die Beate Uhse AG bis zum 21. Dezember 2005 ermächtigt, eigene Anteile in einem Volumen von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals zu erwerben.

Der Bestand eigener Aktien hat sich im Geschäftsjahr 2004 wie folgt entwickelt:

EIGENE AKTIEN 2004

	Eigene Anteile Stück	Anteile am Grundkapital %	Anschaffungskosten EUR
Anfangsbestand	831.082	1,757	10.278.722,03
Veräußerung	549.587	1,161	-6.814.166,40
Abwertung auf den Kurswert per 31.12.04	-	-	-634.343,54
Endbestand	281.495	0,596	2.830.212,09

Der Veräußerungsverlust von durchschnittlich EUR 0,41 pro Stück, insgesamt somit EUR 227.268,73 ist erfolgswirksam in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung eingeflossen. Im Geschäftsjahr 2004 wurden Erlöse von EUR 5.232.000 aus der Veräußerung von 436.000 Stück eigener Anteile zur Aufstockung des Anteilsbesitzes an der erotic media ag, Baar, Schweiz, verwendet. 40.000 Stück eigener Aktien wurden an die Consipio Holding BV, Walsoorden, und 137 Stück an übrige Erwerber veräußert. Weitere 73.450 Stück eigene

Aktien wurden über die Börse veräußert. Der Durchschnittspreis der eigenen Anteile beträgt EUR 10,05. Für sämtliche eigenen Anteile wurde eine Rücklage für eigene Anteile gebildet.

12.3.6. ABGRENZUNGSPOSTEN WEGEN VORAUSSICHTLICHER STEUERENTLASTUNG NACHFOLGENDER GESCHÄFTSJAHRE

Die aktiven latenten Steuern setzen sich wie folgt zusammen:

ABGRENZUNGSPOSTEN

TEUR	2004	2003
aus Zwischengewinneliminierung	1.652	1.865
aus Altersteilzeit	23	40
	1.675	1.905

12.3.7. EIGENKAPITAL

Das voll eingezahlte Grundkapital beträgt EUR 47.323.696. Es ist eingeteilt in 47.323.696 auf den Inhaber lautende Aktien zu je EUR 1,00. Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals ist in der Anlage dargestellt. Zur Ausschüttung an die Aktionäre steht der Bilanzgewinn der Beate Uhse AG von EUR 19.717.384,36 zur Verfügung.

GENEHMIGTES KAPITAL

Mit Beschlüssen der Hauptversammlungen vom 17. März 1999, 1. April 1999 und 11. Mai 1999 bestand ein genehmigtes Kapital von EUR 21.000.000 zur Ausgabe neuer Aktien gegen Sach- oder Bareinlage. Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Gezed Holding BV, Amsterdam, Niederlande, erfolgte am 19. Oktober 2000 eine Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage aus dem genehmigten Kapital um EUR 4.970.570. Entsprechend hat sich das genehmigte Kapital auf EUR 16.029.430 verringert. Durch die Kapitalerhöhung um EUR 353.126 aus genehmigtem Kapital gegen Einbringung der NetCom GmbH, Flensburg, und der Exitec AG, Flensburg, reduziert sich das genehmigte Kapital am 14. Februar 2002 um EUR 353.126 auf EUR 15.676.304. Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 21. Juni 2004 ist das bisherige genehmigte Kapital aufgehoben und sodann auf EUR 23.661.000 erhöht worden.

BEDINGTES KAPITAL

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 4. August 2000 und Änderungsbeschluss vom 17. Juni 2002 wurde ein bedingtes Kapital über EUR 1.000.000 genehmigt. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durch Ausgabe von bis zu einer Million neuen Inhaberaktien im Nennbetrag von EUR 1,00 mit Gewinnberechtigung ab Beginn des Geschäftsjahres der Ausgabe und nur zur Einlösung von Bezugsrechten durchgeführt, die im Rahmen des Aktienoptionsplans der Beate Uhse AG gewährt werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Optionsrechten, die im Rahmen des Beate Uhse AG Aktienoptionsplans aufgrund der in der Hauptversammlung vom 17. Juni 2002 erteilten Ermächtigung ausgegeben werden, von ihrem Optionsrecht Gebrauch machen und die

12.3

Optionsrechte nicht durch Gewährung eigener Aktien bedient werden. Erstmals wurden im Geschäftsjahr 2002 Optionsrechte ausgegeben und zwar 101.820 Optionsrechte à EUR 1,00 an die obere Ebene (Vorstand der Gesellschaft und Geschäftsführer von verbundenen Unternehmen) und 89.034 Optionsrechte an die untere Ebene (Mitarbeiter der Gesellschaft und verbundenen Unternehmen). Diese Optionsrechte durften nicht vor dem 9. Oktober 2004 ausgeübt werden. Der Ausübungspreis beträgt EUR 11,06. Im Geschäftsjahr 2003 sind zum zweiten Mal Optionsrechte ausgegeben worden und zwar 99.275 Optionsrechte à EUR 1,00 an die obere Ebene (Vorstand der Gesellschaft und Geschäftsführer von verbundenen Unternehmen) und 94.265 Optionsrechte an die untere Ebene (Mitarbeiter der Gesellschaft und verbundenen Unternehmen). Die Optionsrechte dürfen nicht vor dem 9. August 2005 ausgeübt werden. Der Ausübungspreis beträgt EUR 11,11. Im Geschäftsjahr 2004 sind zum dritten Mal Optionsrechte ausgegeben worden und zwar 103.395 Optionsrechte à EUR 1,00 an die obere Ebene (Vorstand der Gesellschaft und Geschäftsführer von verbundenen Unternehmen) und 86.073 Optionsrechte an die untere Ebene (Mitarbeiter der Gesellschaft und verbundenen Unternehmen). Die Optionsrechte dürfen nicht vor dem 16. August 2006 ausgeübt werden. Der Ausübungspreis beträgt EUR 11,44.

GEWINNRÜCKLAGEN

TEUR	2004	2003
Rücklage für eigene Anteile	2.830	10.279
Andere Gewinnrücklagen	3.052	3.295
	5.882	13.574

Die Rücklage für eigene Anteile hat sich folgendermaßen entwickelt:

TEUR	2004
Stand per 1. Januar 2004	10.279
Entnahme aus der Rücklage für eigene Anteile	7.449
Stand per 31. Dezember 2004	2.830

PASSIVISCHE UNTERSCHIEDSBETRÄGE

Aus der Kapitalkonsolidierung resultierten in den Vorjahren passivische Unterschiedsbeträge von TEUR 4.012, die mit Geschäfts- oder Firmenwerten verrechnet wurden.

12.3.8. RÜCKSTELLUNGEN

TEUR	2004	2003
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.171	3.295
Ertragsteuern	4.168	3.004
Latente Steuern auf temporäre Differenzen	228	1.368
Summe Steuerrückstellungen	4.396	4.372
Urlaub/Mehrstundenansprüche von Mitarbeitern	1.552	1.633
Warenrücksendungen	1.262	1.172
Abfindungen	891	1.222
Personalkosten (Boni, Gratifikationen)	882	1.580
Mieten	710	407
Ausstehende Rechnungen	702	673
Portokosten	657	376
Altersteilzeit	430	463
Rechtsanwaltskosten	68	303
Übrige	1.742	1.770
Summe sonstige Rückstellungen	8.896	9.599
Summe Rückstellungen	16.463	17.266

Grundlage der Pensionsrückstellungen ist die einheitliche Versorgungsregelung der Beate Uhse Gruppe. Das Versorgungswerk wurde im Dezember 1978 für Neuzugänge geschlossen.

12.3.9. VERBINDLICHKEITEN

TEUR	31.12.04	davon bis 1 Jahr	31.12.03	davon bis 1 Jahr
Gegenüber Kreditinstituten	50.605	41.674	46.139	33.731
Schuldscheindarlehen	19.071	1.429	20.500	1.429
Erhaltene Anzahlung auf Bestellungen	-	-	5	5
Aus Lieferungen und Leistungen	22.182	22.182	20.684	20.684
Gegenüber verbundenen Unternehmen	169	169	317	317
Gegenüber beteiligten Unternehmen	-	-	4	4
Sonstige Verbindlichkeiten	6.656	6.656	8.549	8.549
Summe Verbindlichkeiten	98.683	72.110	96.198	64.719
davon aus Steuern	2.731	2.731	3.273	3.273
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	1.189	1.189	1.266	1.266

Von den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten haben TEUR 8.931 (Vorjahr: TEUR 12.408) eine Restlaufzeit von 1 bis 5 Jahre. Von den kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten TEUR 41.674 sind TEUR 5.000 durch einen Zinsswap (Laufzeit bis 06/2005) gegen Zinssatzerhöhungen gesichert. Von den in 2003 am Finanzmarkt platzierten Schuldscheindarlehen (TEUR 10.500 Laufzeit 02/2006, endfällig und TEUR 10.000 Laufzeit 10/2010, halbjährliche Tilgung ab 30. April 2004; dreizehn Raten á EUR 714.285,00; Schlussrate am 30. Oktober 2010 von EUR 714.295,00) haben TEUR 16.214 (Vorjahr: TEUR 16.214) eine Laufzeit

von 1 bis 5 Jahre und TEUR 1.429 (Vorjahr: TEUR 2.857) eine Laufzeit größer 5 Jahre. Zur Reduzierung des festen Zinssatzes wurde in 01/2004 für das Tilgungs-Schuldscheinanlehen über ursprünglich TEUR 10.000 ein Receiver-Zinsswap (Laufzeit 10/2010) abgeschlossen.

Die Verbindlichkeiten sind wie folgt besichert:

SICHERHEITEN

TEUR	Sicherheit
Commerzbank AG, Flensburg	2.895
Gesamtgrundschuld eingetragen auf folgende Grundstücke in Flensburg: Gutenbergstraße 12 u. Mergenthaler Straße über TEUR 2.556 sowie Am Pferdewasser und Friesische Straße 35-39 über TEUR 1.534	

Des Weiteren wurden im Rahmen der Betriebsmittelkredite mit der Commerzbank AG, der Dresdner Bank AG, der Vereins- und Westbank AG und der HSBC Trinkaus & Burkhardt KGaA, Nord/LB Norddeutsche Landesbank sowie mit den Investoren des Tilgungs-Schuldscheinanlehens (TEUR 10.000) Financial Covenants vereinbart. Danach sind die folgenden Ober-/Untergrenzen bei den jeweiligen Finanzkennzahlen einzuhalten: Dynamischer Verschuldungsgrad max. 3,0 (beim Schuldscheinanlehen 2,5), Zinsdeckungsgrad mindestens 7,0 und Eigenkapitalquote mindestens 30 Prozent.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzten sich zum 31. Dezember 2004 wie folgt zusammen:

TEUR	2005	2006	2007	2008	2009 und später	Gesamt
Mieten Räume/ Einrichtungen	15.479	13.197	11.351	10.099	29.008	79.134
Avalgebühren/Zinsaufwendungen	1.210	496	335	193	153	2.387
Lizenzgebühren	306	306	306	306	920	2.144
Wartung/Reinigung/Instandhaltung	406	95	95	96	97	789
Beratungskosten	209	205	210	35	35	694
Ausstehende Einlageverpflichtung						
Beate Uhse TV GmbH & Co. KG Berlin	454	-	-	-	-	454
Dienstleistungen/Fremdarbeiten	179	-	-	-	-	179
Übrige	127	12	10	10	10	169
	18.370	14.311	12.307	10.739	30.223	85.950

Aus dem Kaufvertrag über den Erwerb von 25,1 Prozent der Anteile an der Fun Factory GmbH, Bremen, besteht die Verpflichtung, dem Veräußerer spätestens zum 30. April eines jeden Jahres, beginnend ab 2004, 10 Prozent des EBITDA der Fun Factory GmbH als Restkaufpreis zu zahlen. Diese Verpflichtung ist auf fünf Jahre und einem Betrag von TEUR 250 begrenzt. Im Geschäftsjahr 2004 wurden aufgrund dieser Verpflichtung TEUR 42 geleistet. Im Konzern bestehen folgende Haftungsverhältnisse gem. § 251 HGB:

TEUR	2004
Aus Bürgschaften und Wechselbürgschaften	1.040
Aus der Begebung und Übertragung von Wechseln	147
	1.187

12.3.10. DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Es bestehen folgende derivative Finanzinstrumente gemäß § 285 Nr. 18 HGB:

ZUR ABSICHERUNG VON ZINSRISIKEN VON FINANZVERPFLICHTUNGEN

Von den kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten von TEUR 41.212 sind TEUR 5.000 durch einen Zinsswap gegen Zinssatzerhöhungen gesichert. Der Zinsswap in Höhe von TEUR 5.000 hat eine Laufzeit bis zum 28. Juni 2005. Zum 31. Dezember 2004 war der Marktwert (Marking-to-market) mit TEUR 55 negativ. Zur Reduzierung des festen Zinssatzes wurde für das Tilgungs-Schuldscheindarlehen über ursprünglich TEUR 10.000 ein Receiver-Zinsswap abgeschlossen. Der Receiver-Zinsswap mit Laufzeit bis zum 30. Oktober 2010 valutierte per 31. Dezember 2004 in Höhe von TEUR 8.571. Zum 31. Dezember 2004 war der Marktwert (Marking-to-market) mit TEUR 40 positiv.

ZUR ABSICHERUNG VON WÄHRUNGSRISIKEN VON ZAHLUNGSVERPFLICHTUNGEN

Für die Kalkulation sowie die Bezahlung von Wareneinkäufen in US-Dollar durch die Tochtergesellschaften Scala Agenturen BV, Amsterdam, Niederlande, und Pabo BV, Hulst, Niederlande, hat die Beate Uhse AG am 17. Mai 2004 ein Devisentermingeschäft über den Kauf von TUSD 2.000 mit Laufzeit bis zum 5. Januar 2005 abgeschlossen. Aus der Differenz zwischen dem gesicherten Kurs und dem Kurs per 31. Dezember 2004 ergibt sich ein negativer Effekt von TEUR 199, der bei der jeweiligen Tochtergesellschaft im Rahmen der Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften berücksichtigt wurde.

12.4. ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

12.3

12.4

12.4.1. UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse gliedern sich in folgende Bereiche:

TEUR	2004	2003
Warenverkäufe	238.039	220.135
Kino, Videokabinen	16.538	17.376
Telefondienste	9.622	10.361
Vergütung Internet/T-Online	7.732	11.940
Übrige	5.921	5.774
	277.852	265.586

Bezogen auf die Geschäftstätigkeit ergibt sich entsprechend der geographischen Märkte folgende Aufteilung:

UMSATZERLÖSE NACH REGIONEN

TEUR	2004	2003
Deutschland	120.488	125.749
Niederlande	51.750	48.737
Frankreich	25.276	18.980
Sonstiges Europa	22.414	25.280
Österreich	18.082	7.890
Belgien	17.439	16.560
England	14.807	13.200
USA	4.790	6.232
Schweiz	1.841	1.940
Übrige Regionen	965	1.018
	277.852	265.586

12.4.2. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

TEUR	2004	2003
Betriebliche Erträge		
Verzugszinsen und Mahngebühren	9.201	6.444
Mieterträge	1.323	1.226
Kursdifferenzen	1.106	418
Erträge aus dem Verkauf Finanzanlagen	694	-
Übrige betriebliche Erträge	1.025	1.514
	13.349	9.602
Periodenfremde und neutrale Erträge		
Erträge aus dem Verkauf von Wertpapieren	1.476	-
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.100	1.521
Übrige periodenfremde und neutrale Erträge	925	2.352
	3.501	3.873
	16.850	13.475

12.4.3. MATERIALAUFWAND

TEUR	2004	2003
Aufwendungen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe / bezogene Waren	80.785	81.208
Aufwendungen für bezogene Leistungen	11.261	15.630
	92.046	96.838

12.4.4. PERSONALAUFWAND

TEUR	2004	2003
Löhne und Gehälter	40.525	37.719
Soziale Abgaben / Altersversorgung und Unterstützung	10.175	9.604
	50.700	47.323
davon für Altersversorgung	277	279

ANGABEN ZU ARBEITENEHMERN

Absolut	2004	2003
Mitarbeiter	1.477	1.344

12.4.5. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

TEUR	2004	2003
Betriebliche Aufwendungen		
Werbekosten	45.691	36.179
Mieten / Raumkosten	22.168	20.571
Zuführung zu Einzelwertberichtigungen	10.322	6.898
Porto	9.751	6.865
Fremdarbeiten	5.651	4.000
Rechts- / Beratungskosten	4.485	4.334
Paketporto / Nachnahmegebühr	3.522	4.013
Versicherungen, Gebühren, Beiträge	1.810	1.732
Übrige betriebliche Aufwendungen	12.309	10.430
	115.709	95.022
Finanzergebnis		
Kursdifferenzen	767	2.772
Periodenfremde und neutrale Aufwendungen		
Forderungsverluste	5.051	4.701
Übrige periodenfremde und neutrale Aufwendungen	442	159
	5.493	4.860
	121.969	102.654

12.4

12.4.6. BETEILIGUNGSERGEBNIS

TEUR	2004	2003
Erträge aus Beteiligungen	292	94
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	-784	-322
Gewinn / Verlust aus assoziierten Unternehmen:		
FunFactory GmbH, Bremen	123	43
Beate Uhse TV GmbH & Co. KG, Berlin	18	5
erotic media ag, Baar, Schweiz	-919	-696
Beate Uhse Italia GmbH, Bozen, Italien	-	-69
Gewinn / Verlust aus assoziierten Unternehmen	-778	-717
	-1.270	-945

12.4.7. ZINSERGEBNIS

TEUR	2004	2003
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	355	553
davon aus verbundenen Unternehmen	-	-
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-2.927	-2.752
davon an verbundene Unternehmen	3	4
	-2.572	-2.199

12.4.8. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

TEUR	2004	2003
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4.135	8.080
Steuernachzahlung aufgrund Betriebsprüfung	480	180
	4.615	8.260

Folgende latente Steueraufwendungen oder -erträge wurden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst:

TEUR	2004	2003
Latente Steueraufwendungen aus Altersteilzeitrückstellung	-17	-19
Latente Steueraufwendungen/-erträge aus Zwischenergebniseliminierungen	-213	710
Latente Steuererträge/-aufwendungen aus Schuldenkonsolidierung	1.140	-1.140
	910	-449

Der Betrag von bislang nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträgen liegt bei TEUR 15.686.

ÜBERLEITUNG DES ERWARTETEN STEUERAUFWANDES AUF DEN AUSGEWIESENEN STEUERAUFWAND

Aus dem Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von Mio. 16 EUR und einem Steuer-
aufwand von Mio. 4,6 EUR ergibt sich im Konzern eine Steuerquote von 28,8 Prozent. Die
erwartete Steuerquote im Konzern beträgt für das Inland 38 Prozent, für die Niederlande 34,5
Prozent. Die Überleitung des erwarteten Steueraufwands zum tatsächlichen Steueraufwand
ergibt sich aus folgenden Sachverhalten:

TEUR	2004	Steuerersatz	Steueraufwand
Erwarteter Steueraufwand auf 16.048 (EBT)		38 %	6.098
Verluste im Ausland, die steuerlich nicht geltend gemacht werden können	4.692	38 %	1.783
Zuschreibungen auf Finanzanlagen (verbundene Unternehmen)			1.543
Steuernachzahlung aufgrund einer Betriebsprüfung in den Niederlanden			480
Steuerlich nicht abziehbare Aufwendungen aus der Stichtagsbewertung eigener Anteile			329
Abweichende Steuersätze im Ausland		8 bis 10 %	105
Nutzung von Verlustvorträgen im Ausland	1.676	38 %	-637
Quasi permanente Differenzen aufgrund von Wertberichtigungen auf Forderungen/Ausleihungen an verbundene Unternehmen			-5.086
Tatsächlicher Steueraufwand			4.615

12.5. SONSTIGE ANGABEN

VERÖFFENTLICHUNG GEMÄSS §§ 15A; 25 UND 41 WPHG

Im Geschäftsjahr 2004 sind keine Meldungen gem. § 15a WpHG bei der Gesellschaft einge-
gangen und somit auch keine entsprechenden Veröffentlichungen erfolgt. Die Orthmann AG,
Schulstraße 6, CH-9323 Steinach, teilte der Gesellschaft am 3. Januar 2005 gem. § 21 WpHG
mit, dass sie am 30. Dezember 2004 die Schwelle von 50 Prozent der Stimmrechtsanteile an
der Beate Uhse AG überschritten hat und nunmehr 53,48 Prozent statt der bisherigen 44,86
Prozent der Stimmrechte hält.

Bezüglich weiterer bestehender Beteiligungen in mitteilungspflichtiger Höhe sind folgende
Angaben zu machen: Im April 2002 gingen nachfolgende Meldungen gem. § 41 WpHG bei der
Gesellschaft ein:

Die Consipio Holding BV, Walsoordensestraat 72, NL-45588 KD Walsoorden, hat der Gesell-
schaft mitgeteilt, dass ihr am 1. April 2002 20,98 Prozent der Stimmrechte an der Beate Uhse
AG zustanden.

12.4
12.5

Die Summa NV (vormals: Fienco NV), Zegersdreef 96, B-29330 Brasschaat, hat der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihr am 1. April 2002 mittelbar 20,98 Prozent der Stimmrechte an der Beate Uhse AG zustanden. Diese Stimmrechte sind ihr gem. § 22 Abs.1 Satz 1 Nr.1 WpHG zuzurechnen.

Die Mitteilungen hat die Gesellschaft an die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht weitergeleitet und in der Börsenzeitung veröffentlicht.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Richard Orthmann hat gem. § 15a WpHG gemeldet, dass er am 30. Dezember 2002 84.501 Aktien der Gesellschaft für einen Preis von Euro 10,13 pro Aktie erworben hat und nunmehr 154.501 Aktien der Gesellschaft zum Nennwert von je Euro 1,00 besitzt.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG GEM. § 161 AKTG

Die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung ist von Vorstand und Aufsichtsrat am 16. Dezember 2004 abgegeben und am 20. Dezember 2004 den Aktionären auf den Internetseiten der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht worden.

GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN PERSONEN

Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Personen sind gemäß Deutschem Rechnungslegungs Standard Nr. 11 (DRS 11) 'Berichterstattung über Beziehungen zu nahe stehenden Personen' anzugeben.

Zu den nahe stehenden Personen zählen natürliche Personen sowie juristische Personen und Unternehmen, die das berichtende Unternehmen oder eines seiner Tochterunternehmen beherrschen können oder die auf das berichtende Unternehmen oder auf seine Tochterunternehmen unmittelbar oder mittelbar wesentlich einwirken können, sowie diejenigen natürlichen sowie juristischen Personen und Unternehmen, die das berichtende Unternehmen beherrschen kann oder auf die es wesentlich einwirken kann.

Dazu zählen auch die Mitglieder des Vorstandes oder Aufsichtsrates der Beate Uhse AG sowie Mitarbeiter des Managements der Beate Uhse AG in Schlüsselpositionen. Des Weiteren trifft dies auf die Geschäftsführung von Tochterunternehmen sowie deren Management in Schlüsselpositionen zu.

Über Geschäftsvorfälle, die im Rahmen der Konsolidierung eliminiert werden, erfolgen keine Angaben.

Über folgende angabepflichtige Geschäfte ist zu berichten:

Herr Ulrich Rotermund ist stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates und Eigentümer des Objektes Düsseldorf, Graf Adolf Strasse, in dem die Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg, ein Filialgeschäft betreibt. Des Weiteren ist Herr Ulrich Rotermund 100-prozentiger Kommanditist der Beate und Ulrich Rotermund Grundstücksverwaltungs GmbH & Co KG, Flensburg, die wiederum Eigentümerin des Gebäudes Gutenbergstr. 13, Flensburg, ist, das von der Beate Uhse AG angemietet wird. Die Mietverträge wurden zu marktüblichen Bedingungen abgeschlossen. Die gezahlte Miete belief sich im Geschäftsjahr 2004 auf TEUR 216 (Vorjahr: TEUR 217). Aus dem Mietverhältnis bestanden zum Bilanzstichtag des Geschäftsjahres 2004 und des Vorjahres keine Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Eventualforderungen und -verbindlichkeiten. Aus den Mietverträgen bestehen zum Bilanzstichtag sonstige finanzielle Verpflichtungen von TEUR 480.

An der Immo Almere BV, Walsorden, Niederlande, ist zu 50 Prozent die DIAG Deutsche Immobilien AG, Norderfriedrichskoog, beteiligt. Weitere 50 Prozent der Anteile an der Immo Almere werden durch die Summa Finance BV, Niederlande, gehalten. 100 Prozent der Anteile an der Summa Finance BV wiederum werden von der Summa NV, Belgien, gehalten. Gesellschafter dieses Unternehmens ist die Familie Cok. An der DIAG Deutsche Immobilien AG, Norderfriedrichskoog, ist zu 79 Prozent die Orthmann AG, Steinach, Schweiz, beteiligt. Die Aktien der Orthmann AG werden wiederum zu je 49 Prozent von Herrn Richard Orthmann, Aufsichtsratsvorsitzender, und Herrn Ulrich Rotermund, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats, gehalten.

Zwischen der Immo Almere BV und der Scala BV, Amsterdam, wurde ab dem 1. Juli 2003 ein Mietvertrag bezüglich eines Logistikzentrums in Almere, Niederlande, zu marktüblichen Bedingungen abgeschlossen. Ein weiterer Mietvertrag über die Nutzung der im Lager vorhandenen technischen Ausstattung begann am 1. Juli 2004. Die Miete belief sich im Geschäftsjahr 2004 auf TEUR 1.340 (Vorjahr: TEUR 554). Aus dem Mietverhältnis bestanden zum Bilanzstichtag des Geschäftsjahres 2004 und des Vorjahres keine Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Eventualforderungen. Aus diesem Mietvertrag bestehen zum Bilanzstichtag sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von TEUR 24.985.

Die Summa Finance BV, Niederlande, ist Vermieter von 37 Filialgeschäften der Beate Uhse Retail Holding, BV, Niederlande, sowie Vermieter des Verwaltungs- und Lagergebäudes der Pabo BV, Niederlande. Sämtliche Mietverträge wurden zu marktüblichen Bedingungen abgeschlossen. Die Miete aus diesen Verträgen belief sich im Geschäftsjahr 2004 auf TEUR 1.922 (Vorjahr: TEUR 1.843). Aus diesen Mietverträgen bestanden zum Bilanzstichtag sonstige finanzielle Verpflichtungen von TEUR 29.020. Forderungen, Verbindlichkeiten sowie Eventualforderungen und -verbindlichkeiten bestanden zum Bilanzstichtag des Geschäftsjahres 2004 keine. Im Vorjahr bestanden Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 43.

12.5

Herr Nicolaas Bootsma, Aufsichtsratsmitglied der Beate Uhse AG, ist Gesellschafter der Crop registeraccountants, Steuer- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Niederlande. Die Crop registeraccountants hat im Geschäftsjahr 2004 Honorare für die steuerliche Beratung von Konzerngesellschaften in einer Gesamthöhe von TEUR 130 (Vorjahr: TEUR 134) erhalten. Das Honorar für diese Dienstleistungen ist angemessen und marktüblich. Es bestanden keine Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag des Geschäftsjahres und des Vorjahres.

Zwischen der MVW Medien- Vertriebs GmbH, Wiesbaden, Geschäftsführer Herr Günter Schmitt, und der ZBF Zeitschrift-Buch- und Film-Vertriebs GmbH, Wiesbaden, Geschäftsführer Herr Günter Schmitt, wurde mit Datum vom 17. Januar 2002 ein Filmlizenzvertrag über eine jährliche Lizenzgebühr von TEUR 153 beginnend ab Januar 2002, befristet auf 10 Jahre, abgeschlossen. Daraus ergeben sich zum Bilanzstichtag sonstige finanzielle Verpflichtungen von TEUR 1.074. Dieser Lizenzvertrag wurde zu marktüblichen Bedingungen abgeschlossen. Aus dem Filmlizenzvertrag bestanden keine Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag des Geschäftsjahres und des Vorjahres.

Herr Gerard Cok, Vorstandsmitglied der Beate Uhse AG und Inhaber der European Business Consult GmbH, Bereldance, Luxemburg, hat über die European Business Consult für geleistete Managementberatung von Konzernunternehmen Honorare von insgesamt TEUR 185 (Vorjahr: TEUR 172) erhalten. Die Honorare für diese Dienstleistungen sind angemessen und marktüblich. Zum Bilanzstichtag des Geschäftsjahres und des Vorjahres bestanden keine Verbindlichkeiten.

Die Orthmann AG, Schweiz, erwarb mit Vertrag vom 24. Juni 2004 insgesamt 436.000 Stück Aktien der Beate Uhse AG zu einem Kaufpreis von 12,00 Euro je Aktie. Im Gegenzug erwarb die Beate Uhse AG mit Vertrag vom selbigen Tag von der Orthmann AG, Schweiz, 2.000.000 Stück Aktien der erotic media ag zu einem Kaufpreis von 5,00 Euro je Aktie. Zwischen der Beate Uhse AG und der Orthmann AG wurde die Aufrechnung der Kaufpreisforderungen und -verbindlichkeiten vereinbart. Über die aus diesen Verträgen resultierende Restzahlungsverpflichtung der Beate Uhse AG gegenüber der Orthmann AG von TEUR 4.768 wurde ebenfalls am 24. Juni 2004 ein Darlehensvertrag geschlossen. Der Zinssatz betrug 4,5 Prozent p.a., eine Tilgung war jederzeit bis spätestens 31. Dezember 2004 möglich. Die vollständige Tilgung durch die Beate Uhse AG erfolgte im Geschäftsjahr mit TEUR 1.000 am 15. Juli 2004 und mit TEUR 3.768 am 28. Dezember 2004. Der Zinssatz war angemessen und marktüblich. Es bestanden aus diesem Geschäft keine Verbindlichkeiten zum Jahresende.

Mit Vertrag vom 15. Juni 2002 hatte die Beate Uhse AG mit der Orthmann AG Verkaufsoptionen bezüglich der Anteile der Gesellschaft an der erotic media ag, Baar, Schweiz, der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG, Berlin, sowie der Beate Uhse Verwaltungsgesellschaft mbH, Berlin, abgeschlossen. Die Beate Uhse AG war berechtigt, die Verkaufsoptionen bis zum 31. Dezember 2004 gegenüber dem Stillhalter Orthmann AG auszuüben. Die Verkaufsoptionen wurden mit Aufhebungsvereinbarung vom 24./25. Juni 2004 aufgehoben.

ERLÄUTERUNG ZUR SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Bilanzansätze und Bewertungsmethoden sind identisch mit denen des Konzernabschlusses und sind vor Konsolidierung ermittelt. Die Segmente des Konzerns sind operativ nach den Funktionsbereichen Einzelhandel, Versandhandel, Großhandel, Entertainment sowie Holding abgegrenzt.

Das Segment Entertainment umfasst Online-Dienste, wie Internet Content, e-commerce und Telefondienste. Die Aktivitäten der Holding umfassen im Wesentlichen die zur Verfügungsstellung eines Konzern Cash-Pools, die Vermietung von konzern-eigenen Gebäuden sowie die zur Verfügungsstellung zentraler Stabsstellen im administrativen Bereich. Für alle Geschäftsfelder erfolgte eine Aufteilung nach geographischen Regionen. Die Darstellung der Jahresergebnisse erfolgt ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen. Das Segmentvermögen umfasst alle betrieblichen Vermögenswerte, die von einem Segment genutzt werden und besteht aus Anlage- und Umlaufvermögen sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Die Segmentverbindlichkeiten umfassen alle betrieblichen Verbindlichkeiten, die von einem Segment genutzt werden und bestehen aus Rückstellungen sowie kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten. Die Verrechnungspreise für konzern-interne Umsätze sind marktorientiert festgelegt. Die Überleitung zum Konzernergebnis ergibt sich im Wesentlichen aus der Zwischengewinneliminierung im Anlage- und Umlaufvermögen und den Eliminierungen von Beteiligungserträgen.

ERLÄUTERUNG ZUR CASHFLOW RECHNUNG

Die Gesamtinvestitionen in 2004 beliefen sich einschließlich der Finanzanlagen auf EUR 20,6 Mio. wovon EUR 15,3 Mio. zahlungswirksam waren. Sie wurden aus dem Verkauf eigener Anteile (EUR 2,2 Mio.), der Aufnahme von Bankkrediten (EUR 4,5 Mio.), dem Erlös aus dem Verkauf des General Media Bonds und aus dem Cashflow des operativen Geschäftes finanziert. Der Finanzmittelfond beinhaltet im Geschäftsjahr wie im Vorjahr ausschließlich Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten. Im Geschäftsjahr 2004 wurden Ertragsteuerzahlungen von TEUR 8.391 (Vorjahr: TEUR 7.297), Zinszahlungen von TEUR 3.003 (Vorjahr: TEUR 2.440) und Dividendenzahlungen von TEUR 4.755 (Vorjahr: 4.702) geleistet.

Zur Aufstockung des Anteilsbesitzes an der erotic media ag, Baar, Schweiz, wurden mit Wirkung zum 30. Juni 2004 sowie zum 15. Juli 2004 jeweils 1 Mio. Aktien der erotic media ag zu Anschaffungskosten von jeweils TEUR 5.000 von der Orthmann AG erworben. Dieser Aktienerwerb wurde teilweise durch die Veräußerung von 436.000 Stück eigener Aktien der Beate Uhse AG an die Orthmann AG zum Preis von EUR 12,00 je Aktien finanziert, indem zwischen der Beate Uhse AG und der Orthmann AG die Aufrechnung der Kaufpreisforderungen und -verbindlichkeiten vereinbart wurde, so dass nur TEUR 4.768 der Kaufpreisverpflichtung zahlungswirksam wurde.

ANGABEN ZU DEN ORGANEN

Dem Vorstand der Gesellschaft gehören an:

Otto Christian Lindemann Kaufmann
Finanzvorstand, Sprecher des Vorstandes

Gerard Phillipus Cok Kaufmann
Vorstand Operatives Geschäft

Die im Geschäftsjahr 2004 gezahlten Vorstandsbezüge des Vorstandssprechers Herrn Otto Christian Lindemann betragen TEUR 249. Erfolgsbezogene Bezüge wird Herr Otto Christian Lindemann für das Geschäftsjahr 2004 nicht erhalten. Den Vorstandsmitgliedern wurden im Geschäftsjahr insgesamt 39.100 (Otto Christian Lindemann 16.000 und Gerard Ph. Cok 23.100) Optionsrechte auf Aktien der Gesellschaft zum Nennwert von Euro 1,00 zum Ausübungspreis von Euro 11,44 gewährt. Die Optionsrechte dürfen nicht vor dem 16. August 2006 ausgeübt werden.

Der Aufsichtsrat wurde von folgenden Mitgliedern besetzt:

Richard Orthmann Steinach, Schweiz, Privatinvestor
Vorsitzender des Aufsichtsrats der Beate Uhse AG
Mitglied des Audit Committees

Ulrich Rotermund Meggen, Schweiz, Privatinvestor
Stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrats der Beate Uhse AG

Detlef Bindert Frankfurt am Main
Group Treasurer, Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main
Ausschussvorsitzender des Audit Committees
Bis 31. März 2005

Nicolaas Bootsma Blokker, Niederlande
Wirtschaftsprüfer bei Crop registeraccounts, Hoofddorp,
Niederlande
Stellvertretender Ausschussvorsitzender des Audit Committees

Monika Wilk Flensburg
Justitiarin bei der Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg
(Arbeitnehmervertreterin)

Carlo Floridi Köln
Filialleiter bei der Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg
(Arbeitnehmervertreter)

ZOO

1 Hotel Le Regina

NEUSTADT

9 Marktplatz
ALTSTADT

6 Tea Art

WISLA

69 Beate Uhse

UNI

STADION

12 Klubokawiarnia

10

Nowy Swiat

13 The Mexican

Riverview Wellness Centre
(InterContinental Warszawa)

7 KULTUR
PALAST

WARSCHAU
HAUPTBAHNHOF

5 Green Coffee

Tonic Caffè

11

3 Bacio

4 Cafe Karma

2 Ocbnia Artystyczna

Lazienki Park

8

VOR DER REISE HIER HERAUSTRENNEN



WARSCHAU





WARSCHAU

HOTEL

1) *Hotel Le Regina*

Im Herzen der *Altstadt* von Warschau liegt das Le Regina. Das 5-Sterne Wellness-Hotel ist liebevoll dem Vorbild eines Palastes aus dem 18. Jahrhundert nachempfunden und vereint historische Wärme mit Modernität. Nach einem aufregenden Bummel durch Warschau können Sie im behaglichen Wellness-Bereich entspannen und sich ausgiebig verwöhnen lassen.

Koscielna 12, 00-218 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 53 16 000

www.leregina.com

FOOD & DRINKS

2) *Qchnia Artystyczna*

Die *künstlerische Küche* ist ein romantisches Restaurant an der Ostseite des *Ujazdowski Schösschens*. Es zählt trotz der vielen Besucher die Warschau jährlich hat, zu den echten Geheimtipps. Denn dem Lokal fehlt jede Form von Hinweisschild, also Augen gut offen halten.

Al. Ujazdowski 6, 00-461 Warschau

www.qchnia.pl

3) *Bacio*

Das Bacio ist ein wunderbar kleiner, romantischer Ort für ein Rendezvous. Schon der Name ist verheißungsvoll, denn *Bacio* ist das polnische Wort für *Kuss*. Das verträumte Restaurant bietet eine große Auswahl an klassischen italienischen Gerichten und Weinen. Tipp: Was auch immer Sie als Hauptgang nehmen, beim Dessert sollten Sie unbedingt das *Deser Bacio* (Bienen mit heißer Schokolade und Wodka) probieren.

Ul. Wilcza 43, 00-678 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 62 68 303

www.bacio.pl

4) *Cafe Karma*

Sie möchten einen 1a Espresso? Gehen Sie in's Cafe Karma. Hier treffen sich junge Polen, um sich die Zeit zu vertreiben und um etwas Entspannung zu finden. Das kleine Cafe ist besonders empfehlenswert, um die ersten Sonnenstrahlen an einem kleinen Tisch im Freien zu genießen. Dann zeigt das Cafe Karma auf dem kreisrunden *Zbawiciela-Platz* seinen vollen Charme.

Plac Zbawiciela 3/5, 00-640 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 875 87 09

5) *Green Coffee*

Einen Steinwurf vom Kulturpalast entfernt liegt das Green Coffee. Es ist genau der richtige Ort für einen Moment der Entspannung. Genießen Sie die Auswahl an hervorragenden Kaffee-Variationen und die Möglichkeit, interessante und schöne Menschen zu beobachten.

Marszalkowska 84/92, 00-514 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 825 98 96

6) *TeaArt*

Ein Stück britischer Tee-Kultur in Polen, das ist TeaArt. Extrem gemütlich eingerichtet mit alten Tischen, Sofas und Lehnstühlen, die bestimmt schon mehr als eine Liebslei gesehen haben, ist das TeaArt genau der richtige Ort, um eine eigene Romanze zu beginnen. Tipp: Ergänzen Sie die gute Tasse Tee mit einem Stück *Apple-Pie* oder *Ingwerkuchen*.

Bednarska 28/30, 00-321 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 852 80 68

WELLNESS

7) *Riverview Wellness Centre (InterContinental Warszawa)*

Genießen Sie den wohl atemberaubendsten Blick auf die polnische Metropole. Der Ausblick macht jede Form des körperlichen Workouts zu einem einmaligen Erlebnis. Das Riverview Wellness Centre liegt im 43. und 44. Stock des Hotels. Der Fitness- und Wellness-Club bietet sämtliche Sportkurse, Sauna, Dampfbad, Massagen und alle erdenklichen Schönheits- und Entspannungsanwendungen.

Ul. Emilii Plater 49, 00-125 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 328 88 88

www.warszawa.intercontinental.com

PARKS & SIGHTS

8) *Lazienki Park*

Der Park ist in erster Linie ein Garten der Künste, ein Zeugnis des besonderen Geschmacks des Mannes, dem der Park seine Schönheit verdankt: König Stanislas Augustus Poniatowski, dem letzten König Polens. Das Herzstück des Parks ist die am Wasser gelegene Königliche Residenz. Wasser ist von symbolischem Charakter für den Park. Das Wort *Lazienki* steht im Polnischen für *Bad*. Zum Ende des 17. Jahrhunderts gehörte der Park dem Politiker und Poeten Lubomirski. In seiner Liebe zur griechischen Mythologie, zu den Frauen im Allgemeinen und Aphrodite, der Liebesgöttin, im Besonderen, schuf er in den Gartenanlagen viele gemütliche, kleine Ecken und Pavillons, in denen man der Liebe frönen konnte. Die Allgegenwärtigkeit der Liebe ist auch heute noch zu spüren.

Ul. Agrykoli 1, 00-460 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 621 62 41/5

www.lazienki-krolewski.pl

9) *Altstädtischer Marktplatz*

Er ist das Herzstück von Warschau. Zu jeder Jahreszeit trifft man auf dem Altstädtischen Marktplatz auf ein buntes Treiben. Konzerte und Auftritte von Theatergruppen, Berufs- und Laienkünstlern kann man hier spontan unter freiem Himmel besuchen. Wer abseits vom Trubel eher etwas romantische Stille sucht, den laden die geheimnisvollen Ecken und Winkel rund um die Stadtmauer zu einem Spaziergang ein. Die malerischen Gassen führen vom Stadtkern weg zur *Weichsel* – sehr zu empfehlen für Romantiker.

10) *Nowy Świat*

Die Nowy Świat gehört zu den Vorzeige-Straßen von Warschau. Sie grenzt direkt an die renommierte *Krakowskie Przedmieście* an. Die Nowy Świat ist ideal zum Bummeln. Läden, Restaurants, Cafés und Konditoreien mit leckerem polnischen Gebäck laden zum Stöbern ein. Tipp: In den zahlreichen Gartenlokalen kann man am besten der stimmungsvollen Musik der Straßenmusiker lauschen.

Nowy Świat 63, 00-357 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 826 58 03

www.nowyswiat.com.pl

NIGHTLIFE

11) *Tonic Caffè*

Das Tonic Caffè ist für seine ausnehmend hübschen Mitarbeiterinnen stadtbekannt. Die Damen sehen nicht nur gut aus, sie bestechen auch durch einen guten Service. Die Atmosphäre in der Bar ist stylisch, die Musik gut, wenn auch manchmal etwas laut. Zum Genießen lädt auch der weitläufige Blick über die Pracht- und Einkaufsstraße *Marszalkowska* ein.

Marszalkowska 77/79, 00-683 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 622 17 77

12) *Klubokawiarnia*

Mit Sicherheit einer der coolsten Orte in Warschau. Eine durchtanzte Nacht in diesem Club und Sie wissen, was in der Szene der Warschauer Singles so geht. Die DJs des Klubokawiarnia gehören zu den besten ihrer Zunft, die Einrichtung nimmt auf spaßige Art die Vergangenheit des Landes auf die Schippe. Achtung: An Wochenenden wird an der Tür glashart selektiert.

Ul. Czackiego 8, 00-043 Warschau

www.klubokawiarnia.pl

13) *The Mexican*

Das Mexican war der Hot-Spot des Sommers 2004. Es besticht durch seine ausnehmend heiße und junge Atmosphäre. Die Tanzfläche ist während der ganzen Nacht gepackt voll, aus den Hightech-Boxen hämmern aktuelle Hits. Immer wieder gerne gesehen: Striptease und erotische Tanzeinlagen. Achtung: Die Türsteher sind sehr direkt in ihren Aussagen und achten genau auf ein gutes Verhalten.

Foksal 10a, 00-366 Warschau

Telefon +48 (0)22 - 826 90 21

www.mexican.pl

BEATE UHSE IN WARSCHAU

Beate Uhse Retail Poland

Jana Pawla II 46/48 paw. 6 , 01-148 Warszawa

Telefon +48 (0)22 - 635 96 43

Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind Mitglieder in folgenden weiteren Aufsichtsräten:

- Richard Orthmann** Vorsitzender des Aufsichtsrats
der DIAG Deutsche Immobilien AG, Norderfriedrichskoog
- Detlef Bindert** Vorsitzender des Aufsichtsrats
der Deutsche Bank Finance NV, Curacao
Aufsichtsratsmitglied Deutsche Bank Financial Inc., Delaware, USA

Die Aktionärsvertreter im Aufsichtsrat sind am 21. Juni 2004 von der Hauptversammlung gewählt worden. Im Anschluss an die Hauptversammlung haben die Mitglieder des Aufsichtsrats Herrn Richard Orthmann zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats und Herrn Ulrich Rotermund zu seinem Stellvertreter wiedergewählt.

Die Hauptversammlung hat am 21. Juni 2004 die Vergütungen der Aufsichtsratsmitglieder neu geregelt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine jährliche feste Vergütung von TEUR 10. Als variabler Bestandteil erhalten die Aufsichtsratsmitglieder zusätzlich eine dividendenabhängige Vergütung in Höhe von TEUR 1 pro Cent über 7 Cent Dividende.

Der Vorsitzende erhält das Dreifache und sein Stellvertreter das Doppelte der Gesamtvergütung eines ordentlichen Mitglieds. Aufsichtsratsmitglieder, die Mitglieder im Audit Committee sind, erhalten zusätzlich einen jährlichen Festbetrag von TEUR 10, der Ausschussvorsitzende erhält das Doppelte. Die Aufsichtsratsvergütungen für das Geschäftsjahr 2004 betragen TEUR 117. Der fixe Bestandteil belief sich auf TEUR 90, der variable auf insgesamt TEUR 27. Es erhielten der Aufsichtsratsvorsitzende TEUR 39, sein Stellvertreter TEUR 26, alle übrigen Aufsichtsratsmitglieder je TEUR 13.

Für frühere Organmitglieder der Beate Uhse AG bestehen Pensionsrückstellungen von TEUR 981. Die Pensionsbezüge dieser Organmitglieder betragen für das Geschäftsjahr 2004 TEUR 92. Die Organmitglieder besaßen zum Bilanzstichtag insgesamt 324.041 Aktien der Gesellschaft sowie Optionsrechte auf 107.550 Aktien der Gesellschaft.

**VORSCHLAG FÜR DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS
DER BEATE UHSE AG**

Der Hauptversammlung soll vorgeschlagen werden den Bilanzgewinn der Beate Uhse AG von EUR 19.717.384,36 auf neue Rechnung vorzutragen.

Flensburg, den 23. März 2005

Otto Christian Lindemann

Gerard Philippus Cok

12.5

13.0 SEGMENTDATEN NACH GESCHÄFTSBEREICHEN 2004 / 2003

2004							
TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Konsolidierung	Konzernwert
UMSATZERLÖSE	86.358	118.722	70.257	17.477	1.225	-16.187	277.852
- davon mit Dritten	85.925	118.707	56.232	16.988	-	-	277.852
- davon mit anderen Segmenten	433	15	14.025	489	1.225	-16.187	-
Abschreibungen	6.004	1.083	2.243	810	1.277	-1.275	10.142
Zinsergebnis	-1.211	-314	-918	-16	-862	749	-2.572
Ertragsteuern	894	4.116	2.116	233	694	-3.438	4.615
andere nicht zahlungswirksame Buchungen	2.144	2.213	2.585	488	1.627	-1.385	7.672
Ergebnisse aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-	-	-	-	-778	-	-778
Erträge aus sonstigen Beteiligungen	-	-	-	17	929	-514	432
JAHRESERGEBNIS (ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen)	1.828	6.522	-629	1.402	6.053	-5.454	9.722
Vermögen (einschl. Beteiligungen)	44.241	42.632	51.558	14.823	282.104	-247.424	187.934
Investitionen in das langfristige Vermögen	5.815	1.399	5.139	2.500	11.775	-6.015	20.613
Schulden	35.957	33.631	35.952	8.769	110.432	-109.570	115.171

SEGMENTDATEN NACH GEOGRAFISCHEN REGIONEN 2004 / 2003

2004							
TEUR	Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Konsolidierung	Konzernwert
DEUTSCHLAND							
Umsatzerlöse mit Dritten	53.726	32.544	21.120	13.098	-	-	120.488
Vermögen	24.942	9.299	11.659	10.910	218.867	-188.314	87.363
Investitionen in das langfristige Vermögen	3.730	6	572	2.290	11.685	-3.265	15.018
ÜBRIGES EUROPA							
Umsatzerlöse mit Dritten	32.199	81.373	34.148	3.890	-	-	151.610
Vermögen	19.299	33.333	39.899	3.913	63.237	-59.110	100.571
Investitionen in das langfristige Vermögen	2.085	1.393	4.567	210	90	-2.750	5.595
ÜBRIGE REGIONEN							
Umsatzerlöse mit Dritten	-	4.790	964	-	-	-	5.754
Vermögen	-	-	-	-	-	-	-
Investitionen in das langfristige Vermögen	-	-	-	-	-	-	-

13.0

2003

Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Konsolidierung	Konzernwert
77.727	103.448	84.169	23.042	1.663	-24.463	265.586
77.308	103.448	62.330	22.500	-	-	265.586
419	-	21.839	542	1.663	-24.463	-
4.932	935	2.656	678	1.344	-484	10.061
-887	-186	-928	43	-966	725	-2.199
1.427	4.148	2.282	498	-537	442	8.260
1.673	3.015	9.427	373	3.885	-	18.373
-	-	-	-	-713	-	-713
-	-	-	56	10.565	-10.530	91
4.826	7.310	1.784	3.509	2.099	-9.669	9.859
48.465	42.763	49.474	16.849	301.119	-277.420	181.250
11.552	1.028	1.901	2.434	6.430	-6.549	16.796
41.745	34.149	40.649	12.558	105.588	-121.223	113.466

2003

Einzelhandel	Versandhandel	Großhandel	Entertainment	Holding	Konsolidierung	Konzernwert
51.928	32.658	22.080	19.090	-	-	125.756
25.290	10.371	11.039	12.546	235.262	-194.680	99.828
3.347	41	369	298	6.430	-4.444	6.041
25.380	64.560	39.230	3.410	-	-	132.580
23.175	32.392	38.435	4.303	65.857	-82.739	81.423
8.204	987	1.532	2.136	-	-2.104	10.755
-	6.230	1.020	-	-	-	7.250
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-

14.0 EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DES KONZERNS 2004 / 2003

Beate Uhse AG						
TEUR	Gezeichnetes Kapital	Gewinnrücklagen		Bilanzgewinn	Erwirtschaftetes Konzern- eigenkapital	Ausgleichsposten Währungs- umrechnung
		Rücklage für eigene Anteile	Andere Gewinn- rücklagen			
STAND 1.1.2003	47.324	3.425	7.920	5.015	16.360	117
Konzernergebnis der Periode				9.859	9.859	
- davon ausschüttungsfähig TEUR 6.795						
Währungsänderungen						593
Verlustanteile Minderheiten				1.517	1.517	
Verrechnung Geschäfts-/Firmenwert			-2.665		-2.665	
Entnahme Gewinnrücklagen			-1.960	1.960		
Erwerb eigener Anteile		6.854		-6.854		
Dividende				-4.702	-4.702	
STAND 31.12.2003	47.324	10.279	3.295	6.795	20.369	710
Konzernergebnis der Periode				9.722	9.722	
- davon ausschüttungsfähig TEUR 9.722						
Währungsänderungen						228
Verlustanteile Minderheiten				425	425	
Verrechnung Geschäfts-/Firmenwert			-243		-243	
Veräußerung eigener Anteile		-7.449		7.449		
Dividende				-4.657	-4.657	
STAND 31.12.2004	47.324	2.830	3.052	19.734	25.616	938

Minderheitsgesellschafter		Konzern- eigenkapital gesamt
Ausgleichsposten Minderheiten	Ausgleichsposten Währungsumrechnung	
795		64.596
		9.859
	-249	344
-1.165		352
		-2.665
		-4.702
-370	-249	67.784
		9.722
	27	255
-425		
		-243
-98		-4.755
-893	-222	72.763

14.0

15.0 ANTEILSBESITZ DES KONZERNS PER 31. DEZEMBER 2004

NAME, SITZ	Anteil %	Konsoli- dierung	Wahrung	Eigenkapital 31.12.2004	Jahresberschuss/ Jahresfehlbetrag 2004
Beate Uhse Einzelhandels GmbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	5.183	3.069 1)
Beate Uhse Grundstcksgesellschaft bR, Flensburg	100,0	V	TEUR	-	255 2)
Beate Uhse Grundstcksverwaltungsgesellschaft mbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	49	-
Beate Uhse Fun Center GmbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	25	3 7)
Beate Uhse Italia GmbH, Bozen, I	96,6	V	TEUR	2	-27
Ceproma central product management GmbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	-322	-44
EXITEC AG, Flensburg	100,0	V	TEUR	-249	240
KONDOMERIET AS, Kolbotn, N	80,0	V	TEUR	1.062	517 6)
Lavetra International Kft., Brcs, H	100,0	V	TEUR	132	1.153 6)
Mae B. GmbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	13	-663 1)
Scala Beteiligungs GmbH, Wiesbaden	100,0	V	TEUR	62	2
Versandhaus Beate Uhse GmbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	5.525	1.945 1)
TEILKONZERN BEATE UHSE new medi@ GmbH					
Arena Online-Service GmbH, Flensburg	100,0	-	TEUR	65	20
Beate Uhse new medi@ GmbH, Flensburg	100,0	V	TEUR	5.067	770 1)
Beate Uhse New Media AS, Oslo, N	100,0	V	TEUR	1.982	16
COM VTX Multi Media BV, Rotterdam, NL	100,0	V	TEUR	811	154
D.N.I. Dutch Net Info BV, Rotterdam, NL	100,0	V	TEUR	18	17
M.O.S. Media Online Services BV, Hoorn, NL	100,0	V	TEUR	434	80
METAVOX Service & Communication GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Meerbusch	52,0	V	TEUR	-141	200
METAVOX Service & Communication GmbH, Meerbusch	52,0	-	TEUR	48	3
TEILKONZERN BEATE UHSE BV					
Beate Uhse BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	30.933	-873
B.U. BVBA, Knokke-Heist, B	100,0	V	TEUR	20	- 8)
Erotic Centre BVBA, Brgge, B	100,0	V	TEUR	39	19 8)
Erotic Discount Centre, Budapest, H	50,0	-	TEUR	4	-
International Fun Center, Warschau, PL	50,0	-	TEUR	50	-
Intersex, Warschau, PL	50,0	-	TEUR	133	-
Pabo BVBA, Kieldrecht, B	100,0	V	TEUR	3.324	1.747 3)
Retail Belgie BVBA, Brgge, B	100,0	V	TEUR	352	332 9)
Sandereijn Belgie BVBA, Brssel, B	100,0	V	TEUR	504	140 4)
The Golden Meteor BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	27	21
V.U.H. Video Holland BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	11	17
TEILKONZERN BEATE UHSE RETAIL HOLDING BV (BER BEATE UHSE BV)					
Beate Uhse France SAS, Lille, F	100,0	V	TEUR	788	-284
Beate Uhse Ltd., Sutton, GB	100,0	V	TEUR	-949	-503
Beate Uhse Retail Holding BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	2.913	-270
Christine le Duc BV, Voldendam, NL	100,0	V	TEUR	1.005	314
Gezed BV, Amsterdam, NL	100,0	V	TEUR	1.518	816
Interieur & Elektra Service BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	64	-53
Movie Rent Amsterdam BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	580	262
Sandereijn BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	1.532	292
TEILKONZERN GEZED HOLDING BV (BER BEATE UHSE BV)					
Adult Video Netherlands Productions BV, Amsterdam, NL	100,0	V	TEUR	-64	21
Both Multimedia & Internet Exploitatie BV, Walsoorden, NL	100,0	V	TEUR	59	52

NAME, SITZ	Anteil %	Konsoli- dierung	Währung	Eigenkapital 31.12.2004	Jahresüberschuss/ Jahresfehlbetrag 2004
Gezed Holding BV, Amsterdam, NL	100,0	V	TEUR	14.082	317
Intex Nederland BV, Amsterdam, NL	100,0	V	TEUR	51	3
Phofil Book Import BV, Amsterdam, NL	100,0	-	TEUR	18	-
Scala Ltd., Birmingham, GB	100,0	V	TEUR	444	107
Scala Agenturen BV, Amsterdam, NL	100,0	V	TEUR	15.138	791
Video Distributie Nederland Vdn BV, Wijchen, NL	100,0	V	TEUR	465	-121
World Entertainment BV, Walsorden, NL	100,0	V	TEUR	6	3
TEILKONZERN PABO HOLDING BV (ÜBER BEATE UHSE BV)					
Calston Industries Inc., Toronto, CDN	38,0	-	TCAD	280	-68
Dutch finest Fantasies Inc., Chatsworth, USA	73,0	V	TEUR	-6.385	-1.768
Pabo BV, Hulst, NL	100,0	V	TEUR	18.543	3.806
Pabo Holding BV, Hulst, NL	100,0	V	TEUR	727	-70
Pabo Ltd., Birmingham, GB	100,0	V	TEUR	-278	-74
Pabo SARL, Tourcoing, F	100,0	V	TEUR	3.024	1.961
Pabo USA BV, Goes, NL	73,0	V	TEUR	-5.474	-14
Pabo Versandhandel GmbH, Innsbruck, A	100,0	V	TEUR	-370	-673
TEILKONZERN SCALA GROSßHANDEL GMBH & CO. KG					
Pleasure-Verlagsgesellschaft mbH, Wiesbaden	100,0	V	TEUR	307	428 10)
Scala Großhandel GmbH & Co. KG, Wiesbaden	100,0	V	TEUR	21.197	19.803
ZBF Zeitschrift- Buch- und Film Vertriebs GmbH, Wiesbaden	100,0	V	TEUR	2.971	1.636
TEILKONZERN BEATE UHSE SCANDINAVIA AB					
Beate Uhse AS, Oslo, N	82,0	V	TEUR	-1.808	-903 6)
Beate Uhse Max's AB, Stockholm, S	82,0	V	TEUR	-2.129	-876 6)
Beate Uhse OY, Helsinki, FIN	82,0	V	TEUR	7	-
Beate Uhse Scandinavia AB, Stockholm, S	82,0	V	TEUR	-101	507
Max's Aps, Kopenhagen, DK	82,0	V	TEUR	-420	-264
TEILKONSOLIDIERTE ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN					
Beate Uhse TV GmbH & Co. KG, Berlin	49,0	E	TEUR	3.168	36 5)
Beate Uhse Verwaltungs GmbH, Berlin	49,6	-	TEUR	31	3
erotic media ag, Baar, CH	34,2	E	TCHF	47.142	2.256 12);13)
FunFactory GmbH, Bremen	25,1	E	TEUR	1.487	479
MJP Medien- Produktions- und Vertriebs GmbH & Co. KG, Eschenburg	50,0	-	TEUR	843	-151
Quattrocomm AG, Zug, CH	50,0	E	TCHF	250	50

1) Jahresergebnis vor Ergebnisübernahme durch die Beate Uhse AG

2) Anteil von 99,5 % über die Beate Uhse AG und 0,5 % über die Beate Uhse Grundstücksverwaltungsgesell. mbH

3) Anteil von 99,9 % über Pabo Holding BV und 0,1 % über Beate Uhse BV

4) Anteil von 99,9 % über Beate Uhse Retail Holding BV und 0,1 % über Beate Uhse BV

5) Auf das gezeichnete Kapital ausstehende Einlagen von TEUR 454.

6) Umrechnung zu historischen Kursen

7) Jahresergebnis vor Ergebnisübernahme durch die Beate Uhse Einzelhandels GmbH

8) Anteil von 50 % über die The Golden Meteor BV und 50 % über die V.U.H. Video Holland BV

9) Anteil von 99,5 % über die Beate Uhse Retail Holding BV und 0,5 % über die Beate Uhse BV

10) Jahresergebnis vor Ergebnisübernahme durch die Scala Großhandels GmbH & Co. KG

11) Es handelt sich um Angaben aus dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2003. Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 lag nicht vor.

12) Die erotic media ag hält 49% der Anteile an der Beate Uhse TV GmbH & Co. KG. Der mittelbare Anteil der Beate Uhse AG erhöht sich somit anteilig.

13) Die erotic media ag hält 50,4% der Anteile an der Beate Uhse Verwaltungs GmbH. Der mittelbare Anteil der Beate Uhse AG erhöht sich somit anteilig.

V = vollkonsolidiert

E = Ausweis und Bewertung gemäß §§ 311, 312 HGB

- = kein Einbezug gemäß § 296 Abs. 2 HGB sowie § 311 Abs. 2 HGB

16.0 BESTÄTIGUNGSVERMERK

16.0

Zu dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

Wir haben den von der Beate Uhse Aktiengesellschaft, Flensburg, aufgestellten Konzernabschluss und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2004 bis zum 31. Dezember 2004 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und über den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, 23. März 2005

Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Nendza Dührkop
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüferin

17.0 KURZFASSUNG JAHRESABSCHLUSS BEATE UHSE AG 2004 / 2003

17.1 BILANZ BEATE UHSE AG	2004	2003	2004	2003
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
AKTIVA				
ANLAGEVERMÖGEN				
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.030	2.189		
Sachanlagen	526	713		
Finanzanlagen	176.868	159.078		
	178.424	161.980		
UMLAUFVERMÖGEN				
Vorräte	76	35		
Forderungen + sonstige Vermögensgegenstände	49.790	49.479		
Wertpapiere	2.819	12.329		
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	971	228		
	53.656	62.070		
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	84	52		
ABGRENZUNGSPOSTEN WEGEN VORAUS- SICHTLICHER STEUERENTLASTUNG NACHFOLGENDER GESCHÄFTSJAHRE	4	33		
BILANZSUMME	232.168	224.135		
PASSIVA				
EIGENKAPITAL				
Gezeichnetes Kapital	47.324	47.324		
Kapitalrücklage	87.522	87.522		
Rücklage für eigene Anteile	2.819	10.266		
Bilanzgewinn	19.717	6.795		
	157.382	151.907		
RÜCKSTELLUNGEN	3.406	2.592		
VERBINDLICHKEITEN	71.377	69.634		
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	3	2		
BILANZSUMME	232.168	224.135	232.168	224.135

17.2 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG BEATE UHSE AG

	2004 TEUR	2003 TEUR
UMSATZERLÖSE	1.577	1.457
Sonstige betriebliche Erträge	22.379	733
Personalaufwand	-2.211	-2.431
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-693	-609
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-6.632	-3.658
Beteiligungsergebnis	-4.021	18.109
Zinsergebnis	-5	-334
ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	10.394	13.268
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-261	69
Sonstige Steuern	-1	-1
JAHRESÜBERSCHUSS	10.131	13.336
Gewinnvortrag	2.138	313
Entnahmen aus der Rücklage für eigene Anteile	7.448	-
Einstellungen in die Rücklage für eigene Anteile	-	-6.854
KONZERNBILANZGEWINN	19.717	6.795

17.0

17.3

17.3 WESENTLICHE INFORMATIONEN ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER BEATE UHSE AG IN 2004

ALLGEMEIN:

Die Beate Uhse AG agiert innerhalb des Konzerns als Holding für die Tochtergesellschaften und Beteiligungen. Sie ist als Aktiengesellschaft an der Frankfurter Börse notiert.

In der AG werden die zentralen Konzern-Funktionen Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Personal, Recht und Kommunikation erbracht.

GESCHÄFTSVERLAUF:

Die Beate Uhse AG verkaufte insgesamt 549.469 (EUR 6,8 Mio.) Stück eigene Anteile und hielt zum Jahresende 279.905 Aktien (Vorjahr 829.374 Stück) im Wert von EUR 2,80 Mio. (Vorjahr 10,3 Mio.).

Die Beate Uhse AG erwarb weitere 2 Mio. Aktien von der erotic media ag zu einem Kaufpreis von 10 Mio. Euro und hielt zum Jahresende 34,15 % der Anteile an der Gesellschaft.

Die Bonds der General Media Inc., New York wurden mit einem Ertrag von 1,2 Mio. EUR verkauft.

Die Beate Uhse AG nahm auf Grund der erfreulichen Ertragslage der Großhandelstochter ZBF GmbH eine Zuschreibung der Beteiligung von 19,6 Mio. EUR vor.

Im Gegenzug mussten Finanzanlagen verbundener Unternehmen um 71 Mio. EUR wertberichtigt werden.

Auf Grund eines vorliegenden Kaufangebots musste der Beteiligungsansatz der Beate Uhse TV KG um 2,4 Mio. EUR abgeschrieben werden.

Die wichtigsten Positionen des Finanzanlagevermögens per 31. Dezember 2004:

• Beate Uhse BV, Niederlande	66,8 Mio. EUR
• Beate Uhse new medi@ GmbH, Deutschland	39,3 Mio. EUR
• erotic media ag, Schweiz	32,4 Mio. EUR
• Scala Großhandel GmbH & Co KG, Deutschland	21,1 Mio. EUR

Der Bilanzgewinn der Beate Uhse AG von 19,7 Mio. EUR soll auf neue Rechnung vorgetragen werden. Der Beschluss wird in der Hauptversammlung am 20. Juni 2005 vorgelegt und zur Abstimmung gegeben.

18.1 MEHRJAHRESÜBERSICHT - BEATE UHSE 1999 / 2004

		1999	2000	2001	2002	2003	2004
Mio. EUR							
Umsatzerlöse		116,4	163,5	222,8	244,5	265,6	277,9
ERTRAGSLAGE							
EBITDA		15,4	21,0	21,3	30,1	31,5	28,8
EBIT		10,1	13,9	10,6	20,3	21,5	18,6
EBT		10,2	13,0	8,7	17,2	19,3	16,0
Jahresüberschuss		5,1	9,6	2,2	9,5	9,9	9,7
WEITERE ERTRAGSKENNZIFFERN							
Umsatzrendite nach Steuern	%	4,4	5,9	1,0	3,9	3,7	3,5
FINANZLAGE UND DIVIDENDE							
Cashflow aus betriebl. Tätigkeit		-1,5	10,4	12,8	21,4	20,3	9,7
Flüssige Mittel		14,3	8,2	14,8	13,9	8,3	9,0
Abschreibungen		5,3	7,1	10,7	9,9	10,1	10,1
Abgeflossene Dividende		0,9	4,2	6,2	0,0	4,7	4,7
VERMÖGEN UND KAPITAL							
Bilanzsumme		145,8	132,0	169,4	169,1	181,2	187,9
Eigenkapital		105,6	63,9	60,3	64,6	67,8	72,8
Eigenkapitalquote	%	72,4	48,4	35,6	38,2	37,4	38,7
Anlagevermögen		84,1	52,6	73,9	72,1	77,9	84,8
Umlaufvermögen		57,0	74,9	86,9	86,4	96,2	97,1
AUFWENDUNGEN							
Personalaufwand		22,8	32,5	42,3	42,3	47,3	50,7
Materialaufwand		48,8	70,4	90,9	94,0	96,8	92,0
SONSTIGES							
Mitarbeiter	absolut	722	905	1.173	1.251	1.344	1.477
Dividende je Aktie	EUR	0,10	0,14	-	0,10	0,10	-
Cashflow je Aktie	EUR	0,32	0,23	0,26	0,46*	0,46	0,42
Kurs zum 31. Dezember	EUR	19,00	14,00	11,98	11,35	13,25	10,48
Höchstkurs des Jahres	EUR	28,20	20,03	14,34	12,00	13,43	13,02
Tiefstkurs des Jahres	EUR	12,52	11,00	8,10	8,65	8,90	10,05
Aktien im Umlauf (Jahresende)	absolut	42.000.000	46.970.570	46.970.570	47.323.696	47.323.696	47.323.696
Marktkapitalisierung zum Jahresende		803,9	577,5	563,7	534,8	623,0	495,0

*Ab 2002: Berechnung des Cashflow je Aktie auf Basis Brutto-Cashflow

18.2 FINANZKALENDER 2005

3-Monatsbericht 2005	11. Mai 2005
Ordentliche Hauptversammlung 2005	20. Juni 2005
Aktionärsbrief II/2005	5. Juli 2005
6-Monatsbericht 2005	15. August 2005
Aktionärsbrief III/2005	20. Oktober 2005
9-Monatsbericht 2005	15. November 2005
Geschäftsjahresende	31. Dezember 2005

18.2
18.4

18.3 KONTAKT INVESTOR RELATIONS

Birte Hennig **Telefon** +49 (0) 4 61 - 99 66 - 307
Fax +49 (0) 4 61 - 99 66 - 440
E-Mail ir@beate-uhse.de

KONTAKT PRESS & PUBLIC RELATIONS

Assia Tschernookoff **Telefon** +49 (0) 4 61 - 99 66 - 125
Fax +49 (0) 4 61 - 99 66 - 377
E-Mail pr@beate-uhse.de

GESCHÄFTS- UND ZWISCHENBERICHTE

Fax +49 (0) 4 61 - 99 66 - 440
E-Mail bbrodersen@beate-uhse.de

Internet www.beate-uhse.ag

Der Geschäftsbericht 2004 ist auch in englischer Sprache erschienen und kann bei der Gesellschaft angefordert werden.

18.4 HINWEISE ÜBER VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN

Dieser Geschäftsbericht enthält unter anderem gewisse vorausschauende Aussagen und Informationen über zukünftige Entwicklungen, die auf Überzeugungen des Managements der Beate Uhse AG sowie auf Annahmen und Informationen beruhen, die der Beate Uhse AG gegenwärtig zur Verfügung stehen. Sofern in diesen Unterlagen beispielsweise die Begriffe „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/könnten“, „planen“, „prognostizieren“ und „sollten“ oder ähnliche Ausdrücke benutzt werden, sollen sie vorausschauende Aussagen kennzeichnen, die insoweit gewissen Unsicherheitsfaktoren unterworfen sind. Viele Faktoren können dazu beitragen, dass die tatsächlichen Ergebnisse des Beate Uhse Konzerns sich wesentlich von den Zukunftsprognosen unterscheiden, die in solchen vorausschauenden Aussagen ihren Niederschlag finden, wie z. B.

- Veränderungen der allgemeinen Wirtschaftsbedingungen, insbesondere einer möglichen wirtschaftlichen Rezession oder eines nur geringen Wachstums in Europa
- Veränderungen der Wechselkurse und Zinssätze
- Zunehmender Wettbewerbsdruck, der sich negativ auf die Preisentwicklung auswirkt
- Engpässe oder Unterbrechung in der Versorgung/Beschaffung/Logistik oder Arbeitskämpfe
- Änderungen von Gesetzen, Verordnungen und der Regierungspolitik
- Änderungen der Geschäftsstrategie
- Andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren.

Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrundeliegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, könnten die Ergebnisse wesentlich von den abgegebenen Erklärungen abweichen. Die Beate Uhse AG beabsichtigt außerhalb ihrer gesetzlichen Verpflichtungen nicht, solche vorausschauenden Aussagen und Informationen laufend zu aktualisieren und übernimmt auch keine diesbezügliche Verpflichtung. Die vorausschauenden Aussagen und Informationen gehen von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung aus.

18.5 BEATE UHSE GESCHÄFTSBERICHT 2004

Herausgeber	Beate Uhse AG, Gutenbergstraße 12, 24941 Flensburg, Deutschland http://www.beate-uhse.ag
Redaktion	Beate Uhse AG Haubrok Investor Relations GmbH
Prüfung	Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Gestaltung	visuphil® design studios
Satz	Wolfgang Greggensen Beate Uhse Einzelhandels GmbH



69

SEX UP YOUR LIFE