

**Sperrvermerk: 29. Juni 2015 um 13 Uhr 00
Es gilt das gesprochene Wort**

Hauptversammlung der Beate Uhse AG am 29. Juni 2015

**Redner:
Cornelis Vlasblom
Finanzvorstand (CFO) der Beate Uhse AG**

**Guten Tag, meine Damen und Herren,
auch ich heiÙe Sie herzlich willkommen!**

Ich freue mich, Ihnen auch in diesem Jahr die Zahlen zu unserer Entwicklung präsentieren zu dürfen. Sie haben es eben von Serge van der Hoofit gehört: Hinter uns liegt ein Jahr, das uns zufrieden stimmt.

Ich möchte Ihnen das jetzt mit dem Zahlenwerk unterlegen. Zunächst möchte ich Ihnen einen Überblick über die Entwicklung unseres Konzerns im vergangenen Geschäftsjahr geben:

- 2014 haben wir in den Umsätzen erstmals wieder ein moderates Wachstum erzielen können.
- Der Umsatz stieg leicht von 142 Millionen Euro auf 142,9 Millionen Euro.

Die Konzerngruppe verzeichnet damit erstmals seit der Restrukturierung und der darauf folgenden Stabilisierung wieder einen Umsatzanstieg. Der nur leichte Anstieg resultiert

- zum einen aus einem verhaltenen Weihnachtsgeschäft in 2014.
- Aber vor allem trugen insbesondere die zum Planungszeitpunkt nicht vorhersehbare, notwendige Schließung unserer Filiale in Berlin und die Entkonsolidierung der Beate Uhse Italia GmbH dazu bei.

Beide Ereignisse machten sich im Umsatz deutlich bemerkbar. Allein für das vierte Quartal 2014 waren aus diesen Geschäftsaktivitäten Umsätze in Höhe von 1,0 Mio. Euro geplant.

Im Ergebnis sehen wir folgende Entwicklung: Das EBITDA lag 2014 mit 10,3 Millionen Euro um 0,2 Millionen Euro über dem Vorjahr. Das operative Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern, EBIT, stieg von 3,4 Millionen Euro auf 5 Millionen Euro. Das ist eine Erhöhung von beinahe 50 Prozent. Das Ergebnis vor Steuern, EBT, lag im vergangenen Jahr bei 2,4 Millionen Euro – und verzeichnete damit einen Anstieg von über 80 Prozent im Vergleich zum Geschäftsjahr 2013. Positiv auf das Ergebnis ausgewirkt hat sich ein Sondereffekt aus der Entkonsolidierung der Kondomeriet AS und der Beate Uhse Italia GmbH: Und zwar mit 3,5 Millionen Euro auf das EBIT und mit 3,9 Millionen Euro auf das EBITDA.

Es ist nachvollziehbar, dass wir uns im aktuellen Geschäftsjahr nun ganz besonders auf die Stärkung unserer Ertragskraft konzentrieren werden. Im Rahmen unserer weiteren Expansion soll das vor allem umsatzgetrieben realisiert werden.

Ich komme zur Finanzierung. Im letzten Jahr ist es uns gelungen, die Neugestaltung unserer Finanzierung erfolgreich auf die Beine zu stellen. Die Platzierung der Beate Uhse Unternehmensanleihe war ein wichtiger Meilenstein im Rahmen unserer Expansionsstrategie. Durch ihre Begebung haben wir die notwendige unternehmerische Handlungsfähigkeit und Bewegungsfreiheit, die wir zur Erreichung unserer Expansionsziele benötigen.

Wir haben

- alle Bankverbindlichkeiten abgelöst und damit unsere Finanzierungsstruktur flexibilisiert.
- Und wir haben nachdrücklich unser Working Capital stärken können. Dies hat uns die Möglichkeit verschafft, wesentliche Investitionen zu tätigen und zum Beispiel den Einkauf zu optimieren.
- Und wir haben – Serge van der Hooft hat es vorgestellt – in unser Brand Marketing investiert und damit die Marken von Beate Uhse weiter gestärkt.

So haben wir eine gute Basis für weiteres Wachstum geschaffen. Sie wissen: Insgesamt konnten wir ein Gesamtvolumen von 30 Millionen Euro bei institutionellen Investoren und Privatanlegern platzieren. Die Erstnotierung erfolgte am 1. Juli zu einem Kurs von 100 Prozent. Ich möchte Ihnen aufzeigen, wie sich der Kurs der Anleihe seitdem entwickelt hat.

Entsprechend der Stimmung am Kapitalmarkt war der Kurs der Anleihe im zweiten Halbjahr 2014 recht volatil. Im ersten Monat der Notierung wurde ein Jahreshöchstkurs von 102,9 Prozent erreicht. Zum Ende des Jahres konnte die Anleihe dann auch noch einmal die positive Stimmung an den Kapitalmärkten nutzen und auf einen Schlusskurs von 101 Prozent steigen. Damit ist der Wert der Anleihe in den ersten sechs Monaten nach der Notierung um ein Prozent gestiegen. Das durchschnittliche Handelsvolumen betrug 200.508 Stücke. Derzeit liegt der Kurs unserer Anleihe bei 103,58 Prozent.

Ich möchte jetzt auf die Entwicklungen und Zahlen der einzelnen Vertriebskanäle eingehen. Und ich beginne mit dem Einzelhandel.

Mit einem EBITDA in Höhe von 6 Millionen Euro und einem EBIT von 4,4 Millionen Euro ist der Einzelhandel 2014 deutlich in der Gewinnzone. Hierbei wirkte sich die Entkonsolidierung der Kondomeriet AS mit 2,7 Mio. Euro positiv auf das EBIT des Einzelhandels aus.

Die Rentabilität des Filialnetzes haben wir auch im letzten Jahr weiter optimiert. In der Folge haben wir noch einmal einzelne Läden geschlossen und uns, wie erwähnt, von der Beate Uhse Italien GmbH sowie der Kondomeriet getrennt. In diesem Zusammenhang ging auch der Umsatz zurück – und zwar von 46 Millionen Euro im Vorjahr auf 44,3 Millionen Euro in 2014. Wichtig ist: Die Bestandsfilialen entwickeln sich positiv und wachsen im einstelligen Prozentbereich. Alle Filialen genügen unseren Rentabilitätskriterien.

Wie eingangs erwähnt, muss der Umsatz des Einzelhandels auch vor dem Hintergrund der notwendigen Schließung unseres Shops und Museums in Berlin gesehen werden. Der Eigentümer des Hauses hat dort alle Mietverträge beendet und das Haus wurde bereits abgerissen.

Kommen wir zum Versandhandel. Die Umsatzerlöse lagen 2014 mit 59,7 Millionen Euro auf dem Vorjahresniveau. Und auch das EBITDA konnte mit 5,3 Millionen Euro stabilisiert werden. Ebenso das EBIT, welches bei 3,5 Millionen Euro auf dem Level des Vorjahres blieb. Das ist ein gutes Ergebnis, wenn man den umfassenden Relaunch des Webshops und die damit verbundenen Herausforderungen – wie von Serge van der Hooft beschrieben – berücksichtigt.

Zum Entertainment. Sie wissen um das schwierige Marktumfeld für Telefonmehrwert- und Onlinedienste. In diesem Umfeld zeigt sich unser Entertainment-Bereich mit folgender Entwicklung: Die Umsätze gingen von 6,8 Millionen Euro im Vorjahr auf 5,4 Millionen Euro zurück.

Dennoch konnten wir mit einem EBITDA von 0,5 Mio. Euro nahezu den Vorjahreswert von 0,6 Mio. Euro erreichen. Auch das EBIT lag mit 0,3 Mio. Euro nur 0,1 Mio. Euro hinter dem Vorjahr zurück. Mit dem Fokus auf unsere qualitativ hochwertigen Produkte sehen wir auch im Entertainment einen stabilen Kern an Umsatzmöglichkeiten, auf den wir uns weiter fokussieren werden. Strategisches Kostenmanagement wird auch künftig das Ergebnis stabil halten.

Besonders erfreulich entwickelte sich der Großhandel. Die Verbesserungen unseres Vertriebs und die weitere Stärkung unserer Eigenmarken haben sich hier deutlich ausgezahlt. Der Großhandel erzielte einen Umsatzzuwachs von 28,8 Millionen Euro auf 33,5 Millionen Euro. Das entspricht einem Zuwachs von mehr als 16 Prozent.

Nicht zufrieden stimmt uns die Entwicklung des Ergebnisses. Das EBITDA ging aufgrund der negativen Euro-Dollar-Entwicklung von 4,3 Millionen Euro im Vorjahr auf 2,9 Millionen Euro zurück. Das EBIT blieb hingegen mit 1,4 Millionen Euro auf dem Vorjahresniveau. 2013 lag es bei 1,5 Millionen Euro.

Ich fasse zusammen: Alle Geschäftsbereiche des Konzerns haben sich 2014 gut entwickelt. Wir haben durch gezielte strategische Maßnahmen und Führung in den Sparten unser solides Fundament weiter stabilisiert und können darauf basierend unseren Weg weiter gehen. Mit dem Bericht zum ersten Quartal 2015 haben wir Kostenmaßnahmen angekündigt. Diese werden wir im zweiten Halbjahr 2015 umsetzen. Dazu werden wir mit dem Halbjahresbericht informieren können.

Lassen Sie mich nun die Erläuterungen zum aktuellen Geschäftsjahr aus der Rede von Serge van der Hooft etwas ergänzen: Das erste Quartal 2015 verlief im Umsatz zufriedenstellend. Der Konzern verzeichnete im ersten Quartal dieses Jahres einen bereinigten Umsatzzuwachs um 3,8 Prozent. Dieser zeigt deutlich, dass wir in den bestehenden Geschäftsfeldern gut wachsen können.

- Positiv entwickelte sich dabei der wichtige e-Commerce, der über alle Länder um beinahe drei Prozent zulegen sowie in Deutschland sogar zweistellige Zuwachsraten aufweisen konnte.
- Auch das, um unrentable Filialen und die Beendigung der Geschäftstätigkeit in Italien und Norwegen bereinigte, Einzelhandelsgeschäft sowie der Großhandel entwickelten sich erwartet positiv.

Auf Basis der strategischen Trennung von den Ländermärkten Norwegen und Italien sowie insbesondere der notwendigen Schließung des umsatzstarken Einzelhandelsgeschäfts in Berlin ging der Umsatz unbereinigt im Vergleich zum ersten Quartal 2014 um 4,6 Prozent auf 36,2 Millionen Euro zurück.

Ergebnisseitig schloss der Konzern das erste Quartal mit einem EBITDA von minus 0,2 Millionen Euro ab. Das EBIT beträgt minus 1,1 Millionen Euro.

Das Ergebnis wurde im ersten Quartal beeinflusst durch:

- negative Währungseffekte in Höhe von 1,7 Mio. Euro
- sowie im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,8 Mio. Euro höhere Marketing- und Vertriebsaktivitäten zur Förderung des weiteren Umsatzwachstums.

Zu den Währungseffekten: Diese treffen die gesamte Branche. Wir haben gut eingekauft und haben mit Preisanpassungen reagiert.

Im EBT wirkte sich zudem der höhere Zinsaufwand aus der im Juli 2014 platzierten Unternehmensanleihe mit 0,4 Mio. Euro auf das Ergebnis aus.

Unser erklärtes Ziel ist es, die Ertragskraft nun im weiteren Jahresverlauf weiter zu stärken. Insbesondere nach den in den vergangenen Monaten getätigten Marketing-Investitionen und eingeleiteten Maßnahmen zur Kostenreduzierung zeigen wir uns zuversichtlich, dass uns dies gelingt. Mit den strategischen Investitionen in das Marketing, die e-Commerce Plattform und den Vertrieb sowie durch bereits eingeleitete Maßnahmen zur Kostenreduzierung sind die Rahmenbedingungen für die weitere Geschäftsentwicklung geschaffen.

Meine Damen und Herren, an diesen Ausführungen können Sie sehen: Unsere Marketing- und Vertriebsmaßnahmen zeigen positive Effekte. Ich schließe mich den Worten von Serge van der Hooft an und betone, dass wir trotz der Währungskursentwicklung Dollar/Euro den für das laufende Geschäftsjahr 2015 abgegebenen Prognosekorridor bestätigen können. Demnach sollen Umsatzerlöse zwischen 134 und 139 Mio. Euro und ein operatives Ergebnis in einer Bandbreite zwischen 2 und 5 Mio. Euro erreicht werden.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich an dieser Stelle auf meine Rede vom letzten Jahr verweisen: Damals hatte ich Ihnen für das Jahr 2014 eine zu erwartende Ergebnisbelastung aufgezeigt. Tatsächlich haben Sie heute gesehen, dass diese Prognose eingetreten ist. Damals haben wir aber auch gesagt: In 2015 erwarten wir aus den wachstumsfördernden Maßnahmen positive Impulse. Damit sind wir in der Expansion weiter in der Spur.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!