

Konsumtag 2007
Close Brothers Seydler AG

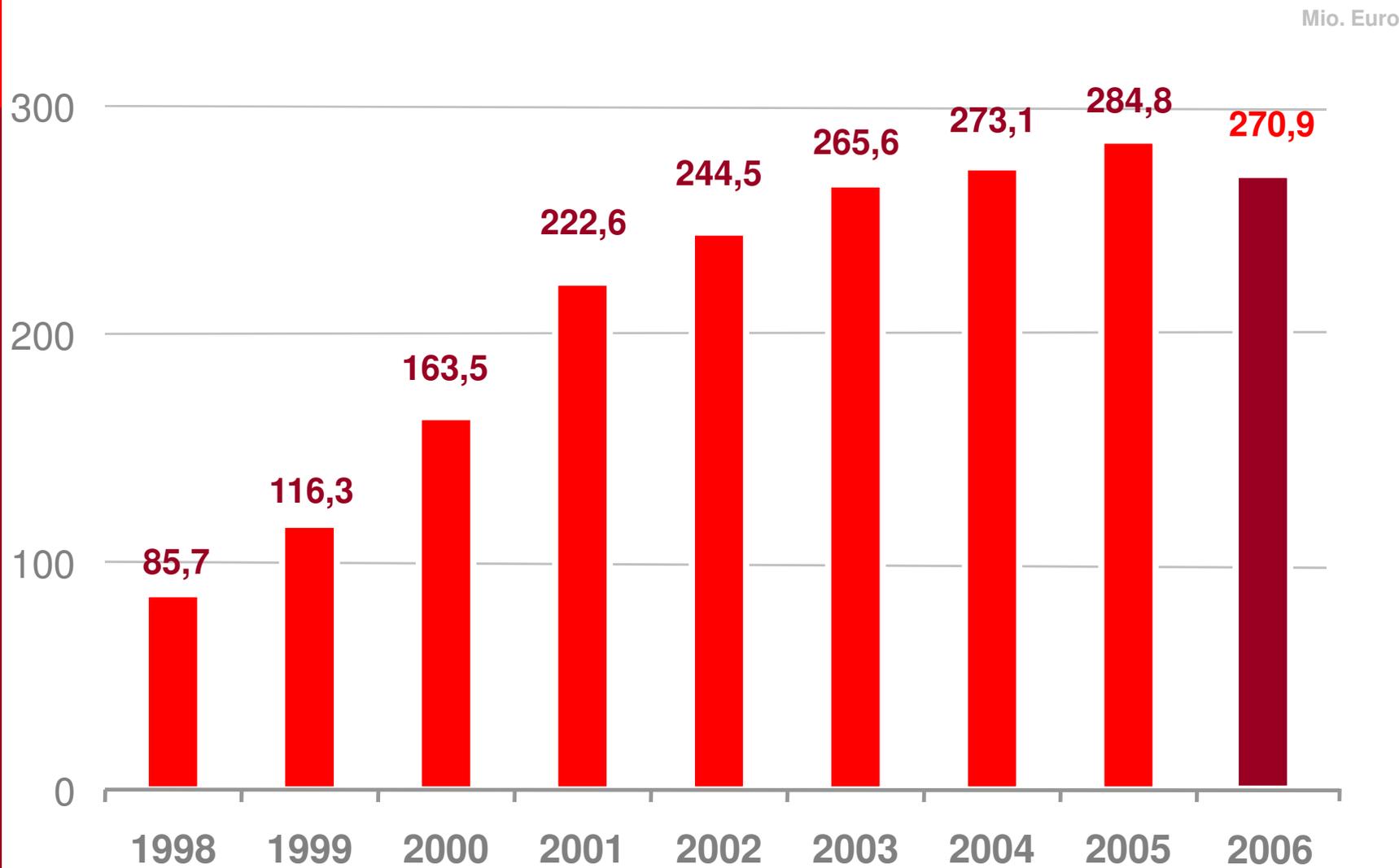
beate uhse



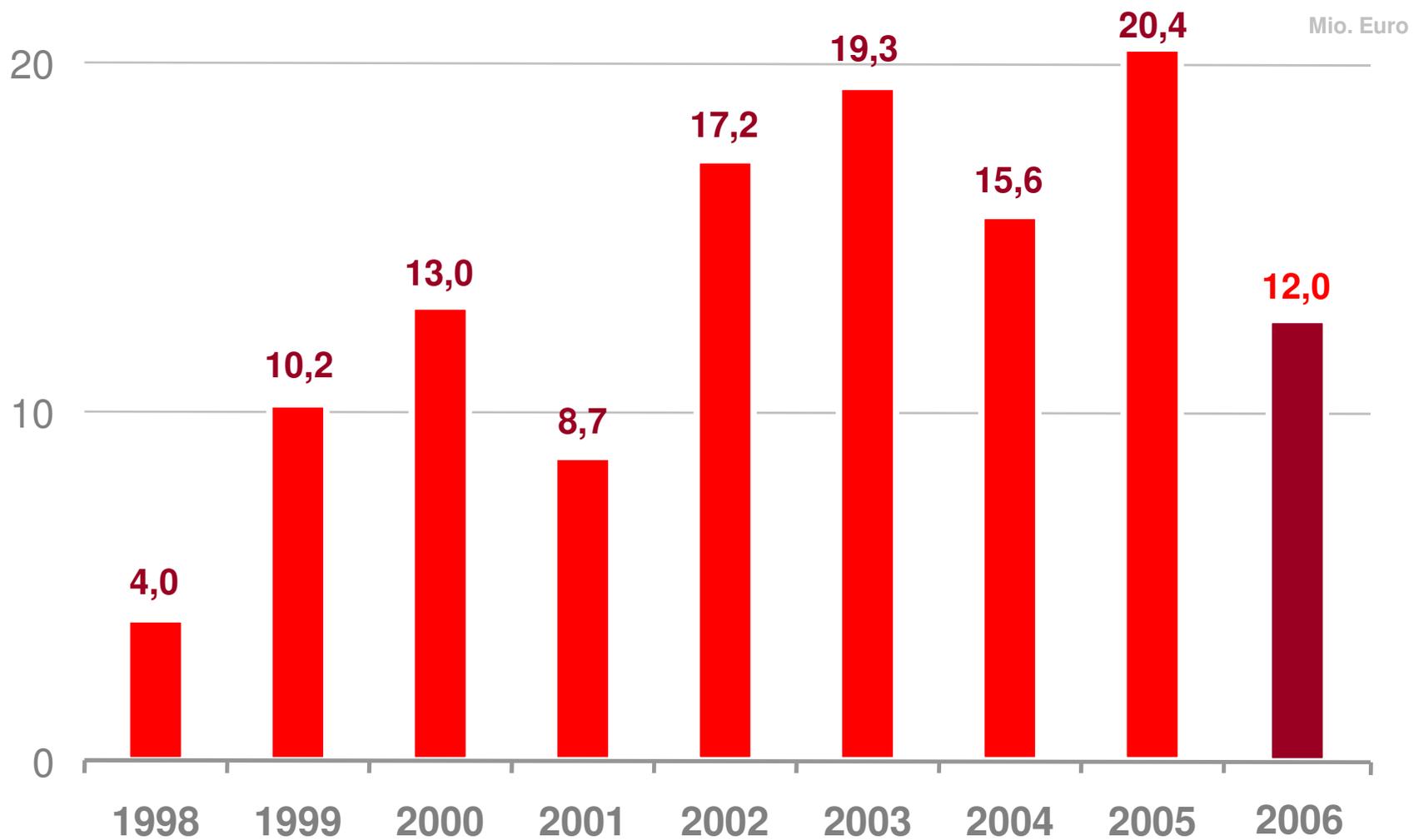
Die Ausgangssituation

- Das führende Erotik-Unternehmen in Europa
- Weltweit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Erotikbranche
- Vom deutschen Ein-Frau-Unternehmen zum europäischen Konzern
- In 15 Ländern Europas aktiv
- Kundenbindung über alle Vertriebskanäle

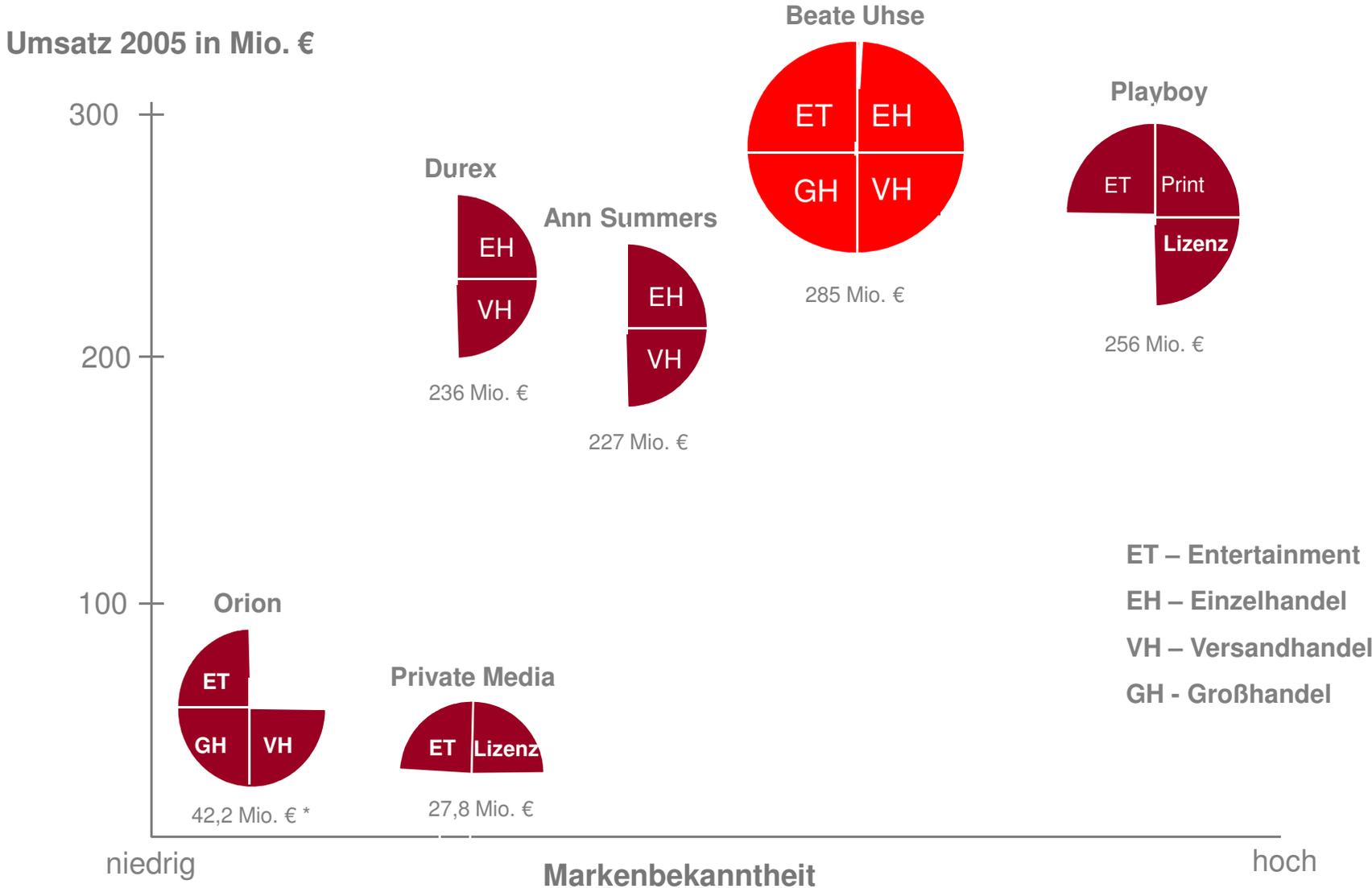
Umsatzentwicklung 1998 - 2006



EBT-Entwicklung seit Börsengang



Beate Uhse im Umfeld der Mitbewerber



* Gebrochenes Geschäftsjahr

Quelle: Unternehmensangaben, eigene Schätzungen

Gewinn- und Verlustrechnung

TEUR	2005	2006	Abw. TEUR
Fortgeführte Geschäftsbereiche			
Umsatzerlöse	284.787	270.934	-13.853
Umsatzkosten	-109.070	-107.607	1.463
Bruttoergebnis vom Umsatz	175.717	163.327	-12.390
Sonstige betriebliche Erträge	14.588	20.160	5.572
Vertriebskosten	-142.593	-142.412	181
Allgemeine Verwaltungskosten	-25.802	-26.313	-511
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.402	-1.041	361
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehm	1.748	981	-767
Übriges Beteiligungsergebnis	399	57	-342
Betriebsergebnis (EBIT)	22.655	14.759	-7.896
Finanzergebnis	-2.237	-2.769	-532
Ergebnis vor Steuern (EBT)	20.418	11.990	-8.428
Ertragsteuer	-6.049	-1.950	4.099
Ergebnis aus fortgeführten GB	14.369	10.040	-4.329
Eingestellte Geschäftsbereiche			
Ergebnis eingestellter Geschäftsbereiche	-773	0	773
Konzernergebnis	13.596	10.040	-3.556

Bilanz

BILANZ

Aktiva

TEUR	31.12.2005	31.12.2006
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	27.449	28.438
Sachanlagen	26.837	55.031
Finanzanlagen	46.500	44.976
Latente Steueransprüche	10.856	13.892
	111.642	142.337

Kurzfristige Vermögenswerte

Vorräte	36.749	41.390
Forderungen aus L+L	30.019	27.604
Sonstige finanzielle Vermögensw.	11.265	11.572
	78.033	80.566

Bilanzsumme	189.675	222.903
--------------------	----------------	----------------

Passiva

TEUR	31.12.2005	31.12.2006
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	47.324	47.324
Eigene Anteile	-3.464	-3.463
Rücklagen	6.515	4.264
Bilanzgewinn	33.704	36.782
Ausgleichsp. Währungsumrg.	180	15
Minderheitenanteile	-643	-438
	83.616	84.484

Langfristige Schulden

Verzinsliche Darlehen	15.712	40.819
Pensionen u. ä. Verpflichtungen	3.032	3.327
Sonstige Rückstellungen	2.401	2.200
Sonstige f. Verpflichtungen	7.401	2.803
	28.546	49.149

Kurzfristige Schulden

Verbindlichkeiten aus L+L	17.149	21.555
Sonstige f. Verpflichtungen	17.543	19.131
Pensionen u.ä. Verpflichtungen	214	241
Sonstige Rückstellungen	1.342	1.892
Darlehen	41.265	46.451
	77.513	89.270
Bilanzsumme	189.675	222.903

Umsatz & EBT 2006 nach Profit-Centern

Umsatz EUR Mio.	2005	2006
Einzelhandel	89,1	86,5
Versandhandel	125,0	113,8
Großhandel	52,2	54,7
Entertainment	18,5	16,0
Holding Service	-	-
	284,8	270,9

EBT EUR Mio.	2005	2006
Einzelhandel	6,9	4,4
Versandhandel	12,9	-2,2
Großhandel	3,3	2,8
Entertainment	0,4	3,0
Holding Service	-3,1	4,0
	20,4	12,0

Der Markt ist reif für Veränderungen

- Erotik gehört zur Alltagskultur
- Sex ist aus der Tabuzone heraus
- Paare und Singles gestalten ihr Liebesleben individuell
- Frauen gehen selbstbestimmt mit Sex um
- Eine ältere, selbstbewusste Generation tritt auf den Plan

→ **Beate Uhse Trendsetter der Branche!**

Die strategischen Eckpfeiler des Wachstums

- Beate Uhse wird als Lead-Marke etabliert
 - ◆ In allen Ländern
 - ◆ In allen Vertriebschienen
 - ◆ Im Multi-Channel-System
 - Beate Uhse definiert „Sexstyle“ (Matthias Horx)
 - ◆ Zeitgemäßes Store-Konzept
 - ◆ Produkte für individuelle Lebensstile
 - Versand und Internet verschmelzen zu Homeshopping
- **Wir sind auf die sich ändernden Marktbedingungen eingestellt!**

beate uhse

The sexiest Shop on Earth

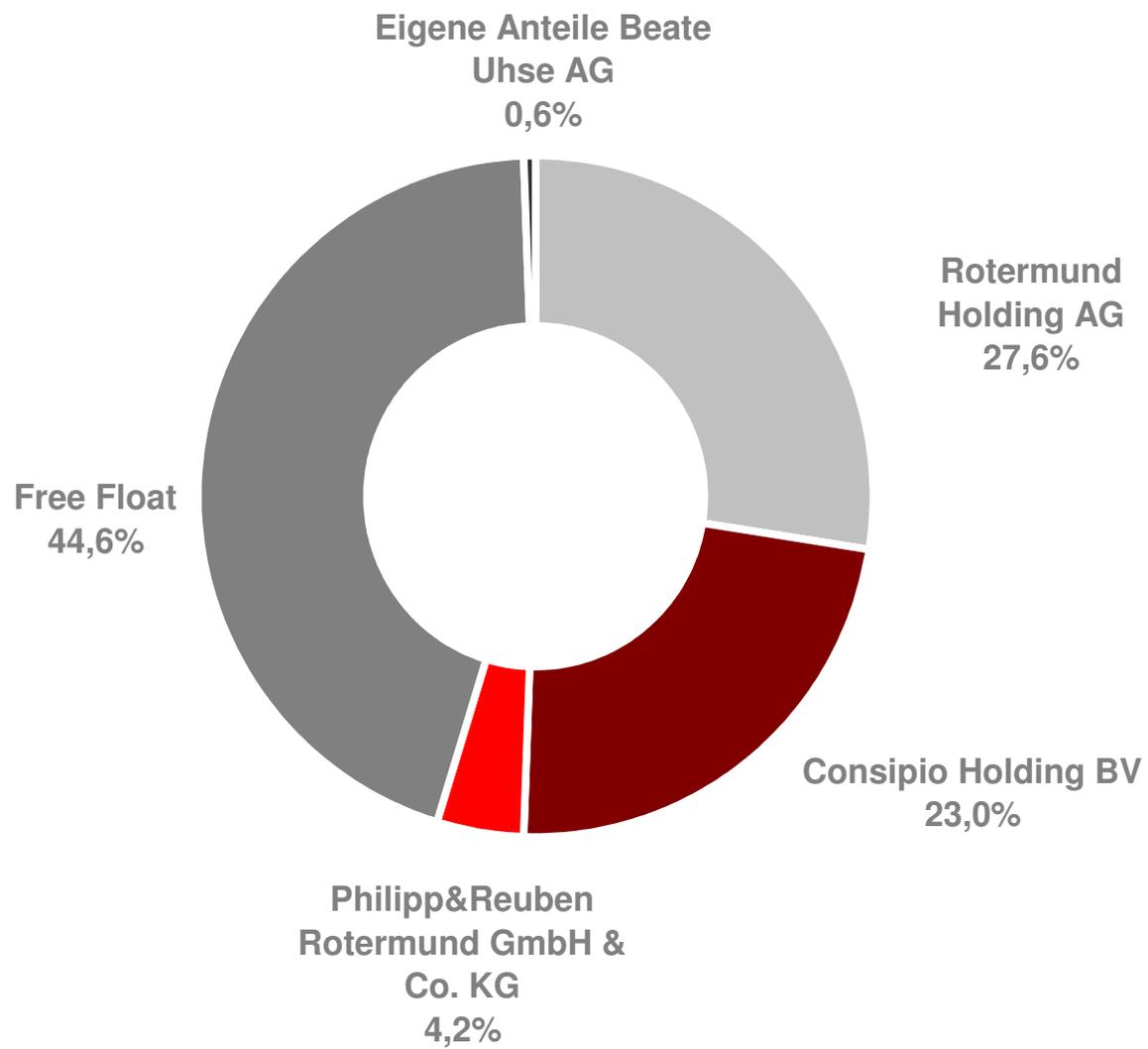


Operative Umsetzung des strategischen Konzepts

Marke	<ul style="list-style-type: none">■ Etablierung von Beate Uhse als Lead Marke■ Ausbau eines zentralen Marketings■ Stärkung der Eigenprodukte
Warenfluss	<ul style="list-style-type: none">■ Neuordnung der Warenströme abgeschlossen■ Logistik-Zentrum Walsoorden■ Fulfilment-Zentrum Almere
Einkauf	<ul style="list-style-type: none">■ Weiterentwicklung des Großhandels zur konzernweiten Sourcing-Modul■ Hebung aller Synergiepotentiale in der Beschaffung
IT	<ul style="list-style-type: none">■ Konzernweit erfolgreiche Einführung von Hyperion■ Verkürzung der Reaktionszeiten

Zentrale Prozesse und Strukturen sind erfolgreich erneuert worden, um jetzt über die Marke und die Profit Center die Marktpotentiale optimal ausschöpfen zu können

Aktionärsstruktur



Konsumtag 2007
Close Brothers Seydler AG

beate uhse