



6-MONATSBERICHT 2014

INHALTSVERZEICHNIS

3 Kurzübersicht

4 Vorwort des Vorstands

7 Zwischenlagebericht

7 Geschäftsverlauf und Rahmenbedingungen

7 Entwicklung der Vertriebswege

14 Unsere Mitarbeiter

14 Investor Relations

18 Nachtragsbericht

18 Prognose-, Chancen- und Risikobericht

20 Zwischenabschluss Beate Uhse Konzern

20 Gewinn- und Verlustrechnung & Erläuterungen

22 Gesamtergebnisrechnung

22 Bilanz & Erläuterungen

25 Kapitalflussrechnung

26 Eigenkapitalveränderungsrechnung

27 Segmentbericht

28 Erläuterungen zum Zwischenabschluss

29 Weitere Informationen

29 Finanzkalender, Kontakt & Impressum

KURZÜBERSICHT

TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013	Abw. %
Umsatzentwicklung			
Einzelhandel	20.809	21.458	-3,0
Versandhandel	30.585	30.128	1,5
Großhandel	15.850	13.246	19,7
Entertainment	2.787	3.602	-22,6
Umsatz total	70.031	68.434	2,3
Auslandsanteil des Umsatzes (%)	69,1	68,3	
Ertragslage			
EBITDA	4.050	4.002	1,2
EBIT	1.453	1.093	32,9
EBT	662	255	159,6
Jahresergebnis fortgeführte Geschäftsbereiche	696	101	589,1
Weitere Ertragskennziffern (%)			
Umsatzrendite vor Steuern	0,9	0,4	-
Umsatzrendite nach Steuern	1,0	0,1	-
Eigenkapitalrentabilität	2,5	0,4	-
Rohertragsmarge	51,8	50,7	2,1
Finanzlage			
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	2.882	2.858	0,8
Investitionen	1.837	1.778	3,3
Abschreibungen	-2.597	-2.909	-10,7
Vermögens- und Kapitalstruktur*			
Bilanzsumme	83.933	82.618	1,6
Eigenkapital	28.189	27.245	3,5
Eigenkapitalquote (%)	33,6	33,0	1,8
Langfristige Vermögenswerte	40.850	42.126	-3,0
Kurzfristige Vermögenswerte	43.083	40.492	6,4
Sonstige Angaben			
FTEs (absolut)	676	663	2,0
Umsatzkosten	33.781	33.735	0,1
Vertriebskosten	28.382	26.517	7,0
Aktien (€)			
Anzahl der Aktien (Stücke)	78.074.696	78.074.696	-
Schlusskurs	0,75	0,70	7,1
Höchstkurs	0,77	1,20	-35,8
Tiefstkurs	0,65	0,63	3,2
Ergebnis je Aktie	0,01	0,00	-

*Vorjahr per 31.12.

VORWORT DES VORSTANDS

Sehr geehrte Damen und Herren,
 liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,
 liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

die positive Entwicklung des Beate Uhse Konzerns setzt sich nach dem erfolgreichen Geschäftsjahr 2013, in dem wir unsere gesetzten Prognosen mit einem Umsatz von 142,0 Mio. Euro und einem EBIT von 3,4 Mio. Euro erreicht haben, weiter fort. Aufgrund des guten ersten Halbjahres 2014 halten wir an unseren für das laufende Geschäftsjahr gesteckten Zielen fest und erwarten für 2014 einen Umsatz zwischen 145,0 bis 150,0 Mio. Euro und ein EBIT von 5,0 bis 7,0 Mio. Euro.

Mit Beginn dieses Geschäftsjahres sind wir in die Expansionsphase eingestiegen. Insbesondere in den Bereichen Großhandel und Versandhandel konnten wir Wachstumspotentiale erfolgreich nutzen. Dadurch realisierte der Beate Uhse Konzern in den ersten sechs Monaten 2014 einen Umsatzanstieg von 2,3% auf 70,0 Mio. Euro (6M/2013: 68,4 Mio. Euro). Das EBIT konnte ebenfalls gesteigert werden von 1,1 Mio. Euro auf 1,5 Mio. Euro zum 30. Juni 2014, das EBT lag bei 0,7 Mio. Euro (6M/2013: 0,3 Mio. Euro). Diese Zahlen belegen, dass wir die Phase der Stabilisierung hinter uns gelassen haben und auf Wachstumskurs sind.

Zu diesem positiven Ergebnis trug sicherlich auch die Ausstrahlung unseres ersten TV-Werbespots für die Marke Beate Uhse im deutschen Fernsehen bei. Der Spot lief tagsüber und auch zur Primetime auf den Sendern Pro7, Sat.1, Kabel 1 und Sixx. Mit dieser Marketingkampagne erreichten wir eine breite Aufmerksamkeit und gewannen Neukunden.

Ein weiteres Highlight im ersten Halbjahr 2014 war die gelungene Platzierung unserer Unternehmensanleihe „Beate Uhse Anleihe 14/19“ mit einem Volumen von 30,0 Mio. Euro im Entry Standard für Unternehmensanleihen an der Frankfurter Wertpapierbörse. Die Anleihe hat eine Laufzeit von fünf Jahren bei einer Verzinsung von 7,75% p.a. und konnte ab dem 30. Juni 2014 gezeichnet werden. Da das Orderbuch bereits am Morgen des 30. Juni 2014 überzeichnet war, wurde es vorzeitig geschlossen. Mit den zugeflossenen Mitteln haben wir unsere Finanzierung langfristig gesichert und am 22. Juli 2014 bereits unsere Bankverbindlichkeiten gegenüber der ING Bank N.V. vollständig abgelöst. Darüber hinaus werden wir mit dem Geld verstärkt in das Wachstum von Beate Uhse investieren.

Wir bedanken uns bei unseren Mitarbeitern für die immer sehr gute Unterstützung, ohne die der Eintritt in die Wachstumsphase nicht möglich gewesen wäre. Und auch unseren Aktionären danken wir für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns, dass Sie mit uns gemeinsam die weitere Entwicklung von Beate Uhse begleiten.

Mit freundlichen Grüßen



Serge van der Hoof / Vorstandssprecher, CEO



Erwin Cok / COO



Cornelis Vlasblom / CFO



DIE BEATE UHSE ANLEIHE

Am 30. Juni 2014 haben wir die Unternehmensanleihe „Beate Uhse Anleihe 14/19“ mit einem Volumen von 30,0 Mio. Euro im Entry Standard für Unternehmensanleihen an der Frankfurter Wertpapierbörse erfolgreich platziert.

Mit der Anleihe stellen wir unsere Finanzierungsstruktur auf eine langfristige Basis. Mit diesen Mitteln stärken wir unser Working Capital, setzen wachstumsfördernde Investitionen um und werden unser Brand Marketing, also die Marken von Beate Uhse, ausbauen.

Die Details der Anleihe:

Volumen: 30,0 Mio. Euro
Laufzeit: 5 Jahre
Zinssatz: 7,75% bei jährlichem Auszahlungsmodus
Erster Handelstag: 1. Juli 2014

Zur Verwendung der Anleihe:

- 50% Optimierung der Finanzierungsstruktur durch die Ablösung alter Verbindlichkeiten
- 40% Aufbau von Working Capital als Grundvoraussetzung für Wachstum
- 10% breite Aufmerksamkeit für unsere Marke und unsere B2C-Vertriebskanäle, zu Hebung von Wachstumspotentialen

Die Anforderungen des Best Practice Guides der Deutschen Börse erfüllen wir in allen Punkten. Mit der Anleihe wird unser Fremdkapitalanteil steigen. Das zusätzliche Fremdkapital wird unser Umsatz- und Ergebniswachstum fördern. Unsere Eigenkapitalquote bleibt dabei stark genug.

Wir stellen unsere Wachstumsstrategie auf ein solides finanzwirtschaftliches Fundament. Die Mittelverwendung aus der Anleihe wird dazu beitragen, die Chancen zur mittelfristigen Ausschüttung von Dividenden zu erhöhen. Damit sind wir in der Expansion auf Spur.



ZWISCHENLAGEBERICHT

Geschäftsverlauf und Rahmenbedingungen

Die Geschäftsaktivitäten des Beate Uhse Konzerns finden hauptsächlich in Deutschland und dem angrenzenden europäischen Ausland statt. Die wichtigsten Absatzmärkte sind Deutschland, die Niederlande und Frankreich.

Die Wirtschaft in der Eurozone hat sich im ersten Halbjahr 2014 nur verhalten entwickelt. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Euroraums legte im ersten Quartal 2014 lediglich um 0,2% verglichen mit dem Vorquartal zu. Schätzungen zu Folge wuchs die Wirtschaftsleistung im zweiten Quartal ebenfalls nur gering. Es wird eine schwache Zunahme des BIP von 0,3% gegenüber dem ersten Quartal 2014 erwartet. Für 2014 wird im Euroraum ein Konjunkturwachstum von 1,0% verglichen mit dem Jahr 2013 prognostiziert. Hingegen entwickelte sich die deutsche Wirtschaft im ersten Quartal 2014 gut und wuchs um 0,8% gegenüber dem Vorquartal. Diese positive Entwicklung setzte sich im Folgequartal leider nicht fort, so dass Experten lediglich mit einem BIP-Wachstum von 0,3% gegenüber dem Vorquartal rechnen. Für das Gesamtjahr 2014 wird ein Anstieg der deutschen Wirtschaftsleistung von 2,0% verglichen mit dem Vorjahr erwartet. In Frankreich sowie in den Niederlanden kommt die Wirtschaft voraussichtlich auch im Jahr 2014 nicht in Schwung. Für beide Länder wird nur ein verhaltenes Wachstum des BIPs um 0,5% verglichen mit dem Vorjahr prognostiziert.

Im Berichtszeitraum ist der GfK Konsumklimaindex für Deutschland von 7,7 Punkten im Januar auf 8,6 Punkte im Juni gestiegen. Für August wird ein weiterer Anstieg auf 9 Punkte erwartet. Dies zeigt, dass sich die Konsumneigung der privaten Haushalte weiter positiv entwickelt. Auch in den Niederlanden hat sich die Verbraucherstimmung in den ersten sechs Monaten des Jahres weiter verbessert, entsprechend hat auch die Konsumneigung zugenommen. Hingegen zeigte sich in Frankreich weiterhin eine eingetrübte Verbraucherstimmung mit verhaltener Konsumneigung.

Entwicklung der Vertriebswege

Als Marketing-Highlight im ersten Halbjahr erwähnen wir besonders den ersten TV-Werbespot für die Marke Beate Uhse im deutschen Fernsehen. Unsere TV-Werbung lief im März und April für sechs Wochen auf den Sendern Pro7, Sat.1, Kabel 1 und Sixx. Der TV-Spot unter dem Motto „Für mich, für ihn, für uns beide“ lief tagsüber und abends zur besten Sendezeit. Mit dieser Marketingkampagne konnten wir eine breite Aufmerksamkeit erzielen und die vorhandene gesellschaftliche Akzeptanz für die Themen und Produktwelten von Beate Uhse unterstreichen und die Reichweite in unseren e-Commerce Shops steigern. Im Rahmen einer Zuschauer-Umfrage des Imas-Instituts München erhielt unser Werbe-

spot eine Top-Bewertung und wurde sogar zu einem der effizientesten und besten TV-Spots in 2014 gewählt. Die Ergebnisse hieraus zeigten sich bereits in den Neukundengewinnen. Darüber hinaus haben wir unsere Marketing-Aktivitäten in unseren Kernmärkten intensiviert. Des Weiteren haben wir an der kontinuierlichen Optimierung unseres Sortimentsmix gearbeitet, um die Kundenwünsche noch besser bedienen zu können.

Einzelhandel

Innerhalb des ersten Halbjahres 2014 konnte Beate Uhse im Einzelhandel einen Umsatz von 20,8 Mio. Euro erwirtschaften. Dies entspricht einem leichten Rückgang von 3,0% gegenüber den 21,5 Mio. Euro des vergleichbaren Vorjahreszeitraums. Diese Verringerung lässt sich insbesondere auf deutliche Wechselkurschwankungen in Norwegen zurückführen. Ohne diesen Effekt lägen die Umsätze mit -1,1% nahezu auf dem Niveau des Vorjahres. Im Kernmarkt Deutschland werden wir mit der fortschreitenden Umgestaltung bzw. Neueröffnungen von Shops weitere Umsatzpotentiale angehen. Dass dieser Weg richtig ist, zeigt Belgien. Hier konnte durch die Neueröffnung von Filialen ein Umsatzplus von 28,6% im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013 erzielt werden. EBIT und EBT im Einzelhandel haben sich deutlich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013 verbessert. Das EBIT stieg zum 30. Juni 2014 um 21,2% auf 0,8 Mio. Euro (6M/2013: 0,6 Mio. Euro); das EBT gar um 42,3% auf 0,6 Mio. Euro (6M/2013: 0,4 Mio. Euro). Die optimierte Kostenstruktur im Einzelhandel schafft die Voraussetzung im zunehmenden Maße neuen, rentablen Umsatz zu erschließen.

Mit Hilfe der zugeflossenen Mittel aus der platzierten Anleihe können wir nun weitere Maßnahmen zur Erreichung unserer Expansionsziele im Einzelhandel vorantreiben. Neben der fortgesetzten Umgestaltung geeigneter Filialen, wird, insbesondere in Deutschland, in die Erweiterung der Filialkette investiert. Ziel dieser Investitionen ist es, die definierten Zielgruppen, Frauen und Paare optimal anzusprechen. Durch das neue Konzept haben wir eine Veränderung des Einkaufsverhaltens unserer Kunden erreicht. Früher wurde ein Großteil der Käufe nach Bedarf vorgenommen, heute liegt der Schwerpunkt bei Impulskäufen. In unseren modernen Läden können wir nun die lifestyle Beate Uhse Produktwelt zeitgemäß präsentieren und damit insbesondere bei shoppingaffinen Zielgruppen wie Frauen zusätzliche Umsatzpotentiale generieren. Insgesamt betreibt der Beate Uhse Konzern aktuell 96 Shops in sechs Ländern.

Shops nach Regionen Eigene Shops	6 Monate 30.06.2014		6 Monate 30.06.2013	
		%		%
Deutschland	35	36,5	37	38,5
Italien	7	7,3	7	7,3
Niederlande	36	37,5	36	37,5
Belgien	10	10,4	8	8,3
Frankreich	4	4,2	4	4,2
Norwegen	4	4,2	4	4,2
	96	100,0	96	100,0

Einzelhandel TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Umsatz	20.809	21.458
EBITDA	1.574	1.474
EBIT	766	632
EBT	585	411

Versandhandel

Der Versandhandel zeigte im Berichtszeitraum eine positive Entwicklung. In den ersten sechs Monaten 2014 konnte ein Umsatz von 30,6 Mio. Euro (6M/2013: 30,1 Mio. Euro) realisiert werden. Damit wurde der Umsatz um 1,5% gesteigert. Das EBIT stieg erfreulich; ebenso das EBT. Es wuchs im Betrachtungszeitraum von 1,4 Mio. Euro am 30. Juni 2013 um 20,4% auf 1,7 Mio. Euro. Vor allem der Online-Handel verzeichnete mit einer Zunahme von 4,3% eine positive Umsatzentwicklung. Dies beweist, dass die weiterhin konsequente Ausrichtung des Versandhandels auf den e-Commerce der richtige Weg ist. Inzwischen macht der e-Commerce einen festen Anteil am Versandhandel von 83,2% aus. Seit Beginn des Jahres lässt sich ein Neukundenanstieg von 14% im Versandhandel verzeichnen. Dies zeigt, dass die Markenrepositionierung im wichtigsten B2C-Kanal erfolgreich ist. Bis zu 80% der Neukunden sind derzeit weiblich. Obwohl wir uns noch im Prozess der Etablierung unseres neuen Markendesigns und unserer neuen Markenbotschaften befinden, wird die Akzeptanz unserer neuen konzeptionellen Ausrichtung bereits jetzt schon sichtbar.

Insbesondere auch der Versandhandel profitiert von der zunehmenden Etablierung der Eigenmarken. Die Strategie der Eigenmarken ist abgestimmt auf die jeweiligen Bedürfnisse der Zielgruppen hinsichtlich Interessen und Erfahrungslevel – vom Einsteiger bis hin zu

echten Toy- und Dessous-Liebhabern mit viel Erfahrung finden alle die jeweils richtigen Produkte für jeden Geschmack. Ausgewählte Produkte werden dabei exklusiv nur über die Beate Uhse B2C-Kanäle vertrieben und nicht über den Großhandel angeboten. Dies sichert zusätzliche Wettbewerbsvorteile durch einzigartige Produkte.

Auch in den Versandhandel werden wir einen Teil der Einnahmen aus der platzierten Anleihe investieren und die Mittel für verstärkte Marken- und Direkt-Werbemaßnahmen zum weiteren Ausbau des e-Commerce verwenden. Beispielsweise arbeiten wir gerade mit Hochdruck an dem neuen Online-Shop in Frankreich und planen mittelfristig den Relaunch.

Versandhandel TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Umsatz	30.585	30.128
EBITDA	2.893	2.612
EBIT	1.837	1.610
EBT	1.691	1.405

Entertainment

Beate Uhse konnte in den ersten sechs Monaten 2014 des Geschäftsjahres im Entertainment-Bereich einen Umsatz von 2,8 Mio. Euro (6M/2013: 3,6 Mio. Euro) realisieren. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 bedeutet dies einen Rückgang von 22,6%. Dank der 2013 umgesetzten Maßnahmen zur Optimierung der Arbeitsprozesse blieb die Ertragskraft nahezu konstant. Das EBT verringerte sich daher unterproportional um 0,02 Mio. Euro auf 0,26 Mio. Euro (6M/2013: 0,28 Mio. Euro).

Da sich das Marktumfeld aufgrund der kostenfreien Angebote im Internet weiterhin als schwierig erweist, konzentrieren wir uns auf ein Sortiment mit qualitativ hochwertigen Angeboten. Darüber hinaus werden wir dieses Jahr eine neue Männermarke etablieren, die unser Entertainment-Angebot von den Produkten der Marke Beate Uhse trennt und sich spezifisch der männlichen Zielgruppe widmet. Da wir hierfür bereits bestehende Strukturen und Produktionen nutzen können, besteht kein nennenswerter Investitionsbedarf.

Entertainment TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Umsatz	2.787	3.602
EBITDA	161	195
EBIT	67	101
EBT	258	276

Großhandel

Besonders der Großhandel verzeichnete im ersten Halbjahr 2014 eine sehr erfreuliche Performance. Durch die gezielte Vermarktung der rentablen und zukunftsweisenden Eigenmarken im Dessous-, Toy- und Wellnessbereich konnten wir unseren Umsatz um 19,7% auf 15,9 Mio. Euro steigern (6M/2013: 13,2 Mio. Euro). Der guten Umsatzentwicklung folgend, hat sich das EBIT weiter verbessert und betrug 1,0 Mio. Euro (6M/2013: 0,7 Mio. Euro). Dies bedeutet eine deutliche Steigerung von 45% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert. Im Berichtszeitraum stieg auch das EBT auf 0,6 Mio. Euro (6M/2013: 0,4 Mio. Euro). Neben dem Ausbau des Vertriebs unserer Eigenmarken haben ebenso die verstärkte Ansprache von Mainstream-Kunden aus dem Fashion- und Drogeriebereich sowie die Optimierung unserer Logistikprozesse zu dieser Entwicklung im Großhandel beigetragen. Durch die gezielte Mainstream-Ausrichtung (zum Beispiel durch Partnerschaften mit Drogeriemärkten oder Modeketten) haben wir unser Kundenportfolio erfolgreich erweitert.

Auch im Großhandel wollen wir investieren und dafür die zugeflossenen Mittel aus der platzierten Anleihe nutzen. Die zur Verfügung stehenden Warenvorräte sollen erweitert werden, um dem weiteren Wachstum des Großhandels eine solide Basis zu geben.

Großhandel TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Umsatz	15.850	13.246
EBITDA	1.581	1.538
EBIT	969	670
EBT	612	426

EIGENMARKEN

In den vergangenen Monaten konnten wir unsere Eigenmarken in den Bereichen Dessous, Love Toys und Wellness weiter ausbauen und zunehmend etablieren. Mit der gezielten Vermarktung der rentablen und zukunftsweisenden Eigenmarken generieren wir Wettbewerbsvorteile und stützen so die wichtigen B2C-Kanäle als auch den B2B-Bereich über den Großhandel.

Im ersten Halbjahr 2014 konnten wir im Segment unserer eigenen Marken viele attraktive Produkte auf den Markt bringen. Im Großhandel ermöglicht uns die Weiterentwicklung und Ausweitung unseres Sortiments der Eigenmarken die verstärkte Ansprache von Mainstream- und branchenfremden Kunden insbesondere aus dem Fashion- und Drogeriebereich.



taboom®

go for it

Taboom steht für trendige Love Toys und spricht vor allem junge Zielgruppen an, die ihre ersten Erfahrungen mit Vibrator, Liebeskugeln und Co. machen. Mit den farbenfrohen, verspielten Love Toys lassen sich ganz einfach die ersten Schritte in die Welt der sexuellen Abenteuer wagen.





TOYJOY®

for fun!

Toy Joy ist die Marke für Trendsetter und Individualisten! Knallige Farben, außergewöhnliche Designs und innovative Funktionen machen Lust auf die Liebe. Ob Single oder Pärchen, Einsteiger oder erfahrener Toy-Fan: Toy Joy hat für jeden das passende Liebesspielzeug – vom klassischen Dildo bis zum Vibrator, der flüsterleise auch noch durch Musik überrascht.



Mae B

Die eleganten Love Toys von Mae B, der exklusiven Toy-Marke von Beate Uhse, verwöhnen mit weichen Oberflächen, prickelnden Vibrationen und femininen Farben – perfekt abgestimmt auf die Ansprüche selbstbewusster Frauen, die wissen, was sie wollen. Frauen, die das Leben lieben und sich gern erotisch inspirieren lassen.





BESIRED

- AMSTERDAM LONDON BERLIN PARIS -

Seidig-weiche Materialien, perfekte Passformen bis Plus Size, romantische Akzente, Spitzen-Details: Besired steht für exklusive, feminine und tragbare Dessous, die die Sinnlichkeit ihrer Trägerin perfekt unterstreichen – alle Modelle exklusiv von Beate Uhse entworfen. Jede Besired Linie präsentiert sich in hochwertigen Qualitäten und verführerischen Dessins.



KISS ME

Die pure Versuchung in sexy Dessous: KissMe ist die Lingerie-Marke für unabhängige Frauen, die ihre Sinnlichkeit zeigen und ihre Kurven betonen wollen. Ob Bustier, aufregende Netzstrümpfe oder verspieltes Baby Doll – alle KissMe Modelle verführen mit zarten Materialien und raffinierten Details.

Unsere Mitarbeiter

Beate Uhse beschäftigte zum Ende des ersten Halbjahres 2014 insgesamt 676 Mitarbeiter (FTE). Gegenüber den 663 Beschäftigten zum 30. Juni 2013 bedeutet dies einen leichten Anstieg von 2,0%. Die im Vorjahr umgesetzte, weitere Optimierung von Arbeitsprozessen führte im Entertainment zu einem Rückgang der Mitarbeiterzahl.

FTEs Nach Regionen	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Deutschland	246	246
Niederlande	319	307
Belgien	28	26
Frankreich	34	32
Großbritannien	4	4
Skandinavien	30	32
Italien	15	16
	676	663

FTEs Nach Vertriebswegen	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Einzelhandel	370	343
Versandhandel	156	159
Großhandel	88	89
Entertainment	28	36
Holding Service	34	36
	676	663

Investor Relations

Die Aktie

Die Beate Uhse Aktie zeigte im Berichtszeitraum eine volatile Entwicklung. Der Aktienkurs bewegte sich zwischen 0,65 Euro je Aktie und 0,77 Euro je Aktie. Nachdem die Aktie im Januar bei einem Kurs von 0,67 Euro gestartet war, notierte sie am 30. Juni 2014 bei einem Schlusskurs von 0,75 Euro. Dies bedeutet eine Aktienkurssteigerung von 11,9% innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2014.

Die Gesamtmarktkapitalisierung betrug zum Ende des Betrachtungszeitraums 58,6 Mio. Euro (6M/2013: 54,5 Mio. Euro) und lag auf Free Float Basis bei 20,6 Mio. Euro (6M/2013: 19,2 Mio. Euro). Die Aktienanzahl blieb mit 78.074.696 Stück unverändert. Im ersten Halbjahr 2014 wurden durchschnittlich 67.937 Aktien pro Tag gehandelt.

Aktienkursverlauf



Quelle: www.ariva.de
 Basis: XETRA-Schlusskurse

Aktienkennzahlen*		6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Eröffnung	EUR	0,67	0,77
Schluss	EUR	0,75	0,70
Hoch	EUR	0,77	1,20
Tief	EUR	0,65	0,63
Entwicklung		11,9%	-9,6 %
Zahl der Aktien (unverwässert)	Stücke	78.074.696	78.074.696
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,01	0,00
Marktkapitalisierung	Mio. EUR	58,6	54,5
Marktkapitalisierung Free Float	Mio. EUR	20,6	19,2
Ø Umsatz / Tag	Stück	67.937	102.766

Quelle: www.ariva.de
 *basierend auf XETRA-Kursen

Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2013 fand am 30. Juni 2014 am Sitz der Gesellschaft in Flensburg statt. Neben den Ergebnissen des vergangenen Geschäftsjahres und der aktuellen Entwicklung des Konzerns berichtete der Vorstand zudem über die Unternehmensanleihe und deren erfolgreiche Platzierung. Rund 150 Aktionäre und Aktionärsvertreter sowie einige Gäste nahmen an der Versammlung teil. Dies entspricht einem vertretenen Grundkapital von 51,54%. Alle Beschlüsse, wie etwa die Neuwahl von Herrn Udo Bensing in den Aufsichtsrat, wurden mit einer großen Mehrheit von 99% gefasst.

Im Berichtszeitraum wurden wir von Herrn Reuben Rotermund gemäß § 21 Abs. 1 WpHG darüber informiert, dass sein Stimmrechtsanteil an der Beate Uhse Aktiengesellschaft, Flensburg, Deutschland am 21. März 2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten und an diesem Tag 2,82% (das entspricht 2.200.839 Stimmrechten) betragen hat. Des Weiteren teilte uns die Rotermund Holding AG in Nachtragsliquidation, Vaduz, Fürstentum Liechtenstein gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Beate Uhse Aktiengesellschaft, Flensburg, Deutschland am 21. März 2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten und an diesem Tag 2,82% (das entspricht 2.200.839 Stimmrechten) betragen hat.

Stammdaten zur Beate Uhse Aktie

ISIN	DE0007551400
WKN	755140
Börsen-Kürzel	USE
Bloomberg-Kürzel	USE GR
Reuters-Kürzel	USEG
Designated Sponsor	Close Brothers Seydler Bank AG, Frankfurt am Main
Segment	Regulierter Markt, General Standard
Indizes	CDAX

Die Anleihe

Zum Ende des ersten Halbjahres 2014 haben wir die erste Unternehmensanleihe der Beate Uhse Aktiengesellschaft begeben. Insgesamt konnten Teilschuldverschreibungen in einem Gesamtvolumen von 30,0 Mio. Euro bei institutionellen Investoren und Privatanlegern platziert werden. Die Anleihe ist im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert, hat eine Laufzeit von fünf Jahren und wird mit 7,75 % p.a. auf ihren Nennbetrag verzinst.

Die Anleihe konnte ab dem 30. Juni 2014 gezeichnet werden. Aufgrund der großen Nachfrage wurde das Orderbuch bereits am selben Tag um 9:30 Uhr wegen Überzeichnung vorzeitig geschlossen. Die youmex Invest AG betreute die Emission als Lead Manager und Sole Bookrunner.

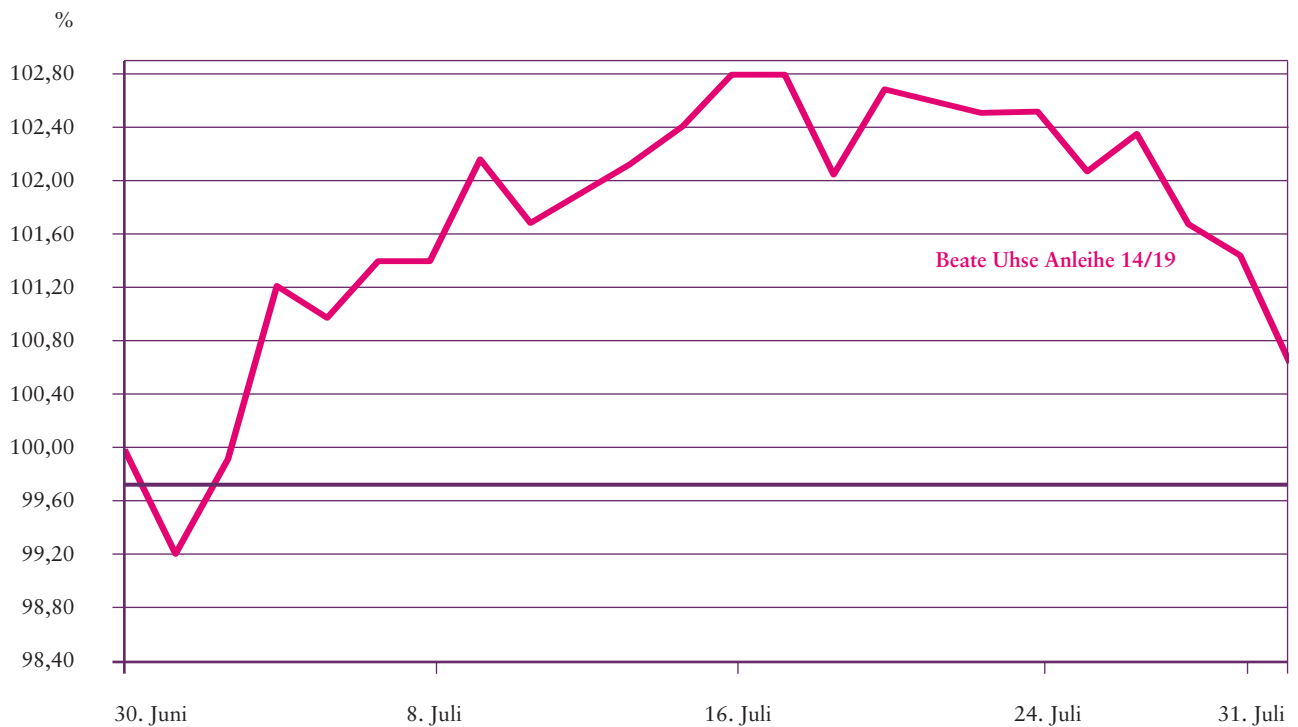
Beate Uhse hat sich während des Ausgestaltungsprozesses strikt an den Vorgaben des Best Practice Guides für „Unternehmensanleihen im Entry Standard“ der Deutschen Börse orientiert und erfüllte sowie erfüllt alle Anforderungen dieser Richtlinie. Bei einigen Kennzahlen weisen wir sogar einen weit besseren Faktor aus, als gefordert. Besonders stark ist beispielsweise unsere EBITDA/Interest Coverage, die auch nach der Emission der Anleihe noch weit über dem geforderten Mindestwert liegt.

Für Beate Uhse ist es von großer Bedeutung, dass wir damit neue Maßstäbe im Segment der Mittelstandsanleihen gesetzt haben. Wir sind uns der hieraus resultierenden Verantwortung bewusst und werden uns dieser annehmen. Wir werden unsere Investor Relations Aktivitäten ausbauen und insbesondere unsere Finanzberichterstattung an die Bedürfnisse der Anleger anpassen. Beispielsweise werden wir das EBT als feste Kennzahl in unseren Finanzpublikationen mit ausweisen – dies wurde bereits in diesem Bericht umgesetzt.

Der Erlös aus der Emission wird zur Finanzierung von Investitionen, der Warenbevorratung und des weiteren Wachstums der Beate Uhse-Gruppe sowie zur Rückführung von Verbindlichkeiten und zu Investitionen in das Brandmarketing, d.h. der weiteren Umsetzung des Marken-Relaunch, verwendet.

Die Erstnotierung der Beate Uhse Anleihe erfolgte am 30. Juni 2014 zu einem Kurs von 100%. Aufgrund der großen Nachfrage betrug das Handelsvolumen am ersten Handelstag der Anleihe drei Mio. Stücke. Innerhalb der ersten Handelstage stieg der Anleihekurs um rund 2,5% und pendelte sich auf diesem Niveau ein. Ende Juli trübte sich die Stimmung am gesamten Kapitalmarkt aufgrund der Konflikte in der Ukraine sowie im Nahen Osten ein. Im Zuge dessen sank der Anleihekurs leicht und schloss am 31. Juli 2014 bei 100,64%. Im ersten Monat der Notierung wurde ein Höchstkurs von 102,9% erreicht. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen betrug 240.632 Stücke.

Kursverlauf der Anleihe 14/19



Quelle: www.boerse-frankfurt.de

Stammdaten zur Beate Uhse Anleihe 14/19

ISIN	DE000A12T1W6
WKN	A12T1W
Kürzel	USE1
Volumen	30.000.000,00 EUR
Kupon	7,75% p.a.
Zinszahlungsmodus	jährlich nachträglich jeweils am 9. Juli; erste Zinszahlung erfolgt am 9. Juli 2015
Stückelung	1.000 EUR
Erster Handelstag	1. Juli 2014, Handel per Erscheinen
Valuta	9. Juli 2014
Laufzeit/Fälligkeit	5 Jahre/9. Juli 2019
Segment	Entry Standard für Unternehmensanleihen der Frankfurter Wertpapierbörse
Unternehmensrating	BB- (Euler Hermes Rating GmbH), Juni 2014

Nachtragsbericht

Am 9. Juli 2014 erfolgte der Geldeingang der Erlöse aus der Unternehmensanleihe. Bereits am 22. Juli wurde ein Teil des Geldes zur vollständigen Ablösung der letzten ausstehenden Verbindlichkeiten gegenüber der ING Bank N.V. verwendet.

Am 1. August erfolgte die Tilgung des ausstehenden Darlehens in Höhe von 2,1 Mio. Euro gegenüber der Dobu B.V.

Über die vertraglich vereinbarten Tilgungen werden bis Ende August auch die Verbindlichkeiten gegenüber den deutschen Banken vollständig zurückgeführt.

Darüber hinaus sind im Zeitraum vom 1. Juli bis zum 14. August 2014 keine weiteren wesentlichen Ereignisse eingetreten, die möglicherweise einen bedeutenden Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Beate Uhse Konzerns haben könnten.

Prognose-, Chancen- und Risikobericht

Prognosebericht

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Die gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen, die die künftige Entwicklung des Beate Uhse Konzerns maßgeblich beeinflussen werden, sind im Kapitel Geschäftsverlauf und Rahmenbedingungen dieses Zwischenlageberichts beschrieben.

Branchenentwicklung

Das Thema Erotik gehört zum gesellschaftlichen Alltag und ist in der Mitte der Gesellschaft verankert. Die Aufmerksamkeit für Erotik ist mittlerweile so groß, dass sich immer mehr Branchen, wie die Fashion- und Kosmetikindustrie, dem Thema in ihrer Werbung annehmen, um damit eine höhere Aufmerksamkeit zu erzielen. Dies unterstreichen u.a. die verstärkten Werbekampagnen im Fernsehen und in den Print-Medien, bei denen Erotik und Sexualität im Hinblick auf die Produktdarstellung aufgegriffen werden sowie die MDR-Reportage-Reihe „Make Love“. Vor allem Paare und Frauen leben ihre Sexualität bewusster aus und sprechen offen über ihre Neugier und Bedürfnisse. Entsprechend haben sich das Angebot an Erotik-Artikeln und -Beratung sowie die Produktpräsentation und auch die Produkte an sich verändert. Moderne und stylische Shops haben sich in Innenstadtlagen, in Einkaufszentren, als Shop-in-Shop Konzepte in Drogeriemärkten oder Kaufhäusern positioniert. Die Shops präsentieren sich offen und hell mit geschultem Personal, das eine gute und zielgerichtete Beratung bieten kann. Somit heben sich diese Shops deutlich vom früheren Image der Pornobranche ab und streifen jedes Schmuttelimage ab. Neben den Shops bietet der Online-Verkauf von Erotik- oder erotiknahen Produkten wie hochwertiger Lingerie, Toys und Accessoires einen star-

ken Vertriebskanal. Der Online-Einkauf ermöglicht es den Kunden schneller und einfacher für sich das passende Produkt zu finden und durch den direkten Preisvergleich mit anderen Shops eine Preistransparenz zu schaffen. Dies bedeutet einen erhöhten Preisdruck bei den Anbietern. Des Weiteren nimmt der Anteil an den Produktweiterentwicklungen rasant zu. Neue Produkte kommen auf den Markt, die sich inzwischen als Designobjekte hochwertig und qualitativ überzeugend präsentieren. Diese Entwicklung führt ebenfalls zur Zunahme von Impulskäufen.

Strategische Ausrichtung

Im aktuellen Geschäftsjahr sowie in 2015 wollen wir wachsen und unsere Expansion weiter vorantreiben. Basis für dieses Wachstum ist der erfolgreiche Abschluss unserer Stabilisierungsphase im vergangenen Geschäftsjahr. Bereits die Zahlen zum ersten Halbjahr 2014 belegen, dass wir den Einstieg in die avisierte Wachstumsphase geschafft haben. Wir wollen unsere Marke weiter stärken und unsere Sortimente zielgruppengerecht weiterentwickeln, um unseren Kundinnen und Kunden somit neue Mehrwerte zu bieten. Durch die zielgerichtete Verfolgung unseres Plans wollen wir die Marktführerschaft erreichen. Hierfür setzen wir insbesondere auf den Ausbau und die stetige Weiterentwicklung unseres starken B2C-Bereichs e-Commerce und die Erweiterung unseres Kundenportfolios im Großhandel mittels unserer Eigenmarkenstrategie.

Wir haben der Marke Beate Uhse ein modernes und lifestyle Image gegeben und haben das Unternehmen für eine erfolgreiche Zukunft positioniert. Nach erfolgreicher Etablierung unseres neuen Markenauftritts in den B2C-Vertriebswegen, steht Beate Uhse auf einem stabilen Fundament, um die eingeleitete Expansionsphase verstärkt voranzutreiben.

Mit attraktiven Einkaufswelten und geschultem Personal wollen wir in unseren Shops ein kundenorientiertes Einkaufserlebnis bieten. Zudem werden wir nach weiteren rentablen Shop-Standorten suchen, um neue Läden in zentralen Innenstadtlagen zu eröffnen und damit unser Filialnetz im Einzelhandel weiter auszubauen.

Im Versandhandel werden wir uns weiterhin schwerpunktmäßig auf den Online-Verkauf konzentrieren. Mit einer zielgruppenorientierten Sortimentsausrichtung und einer zeitgemäßen sowie modernen Plattform bieten wir unseren Kunden ein „State-of-the-art“ Einkaufserlebnis. Mit dem Angebot von mobilen Einkaufswelten, wollen wir unsere Absatzkanäle weiter miteinander vernetzen, um unseren Kundinnen und Kunden einen noch komfortableren Zugang zu unseren Produkten zu ermöglichen.

Mit der Weiterentwicklung unserer Eigenmarken und einem verstärkten sowie erfahrenen Verkaufsteam wollen wir unsere Absatzmärkte im Großhandel weiter ausbauen. Die Etablierung unserer eigenen Produkte ist bereits gut vorangekommen. Diese werden wir auch zukünftig noch weiter vorantreiben und damit unser Kundenportfolio erweitern. Hierzu konzentrieren wir uns auf die ständige Weiterentwicklung der Produkte insbesondere im Hinblick auf die Qualität und aktuelle Trends. Darüber hinaus wollen wir unsere Kunden als Full-Service-Anbieter u.a. mit der Gestaltung neuer Labels und der Bereitstellung von Point-of-Sale Material, umfassend und bestmöglich betreuen.

Im Entertainment-Bereich werden wir uns schwerpunktmäßig auf die Etablierung einer neuen Männermarke konzentrieren. Unter dieser Marke wollen wir unseren männlichen Kunden qualitativ hochwertige Angebote anbieten. Mit Hilfe dieser Qualitätsprodukte wollen wir die Nachfrage unserer Zielgruppe beleben. Darüber hinaus wollen wir uns mit den produzierten Premiuminhalten vom Wettbewerb abheben.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung Beate Uhse Konzern

Aufgrund der bereits ausgeführten positiven Erwartungen zur Wirtschaftslage und dem Konsumverhalten, rechnet der Vorstand mit einer weiteren Verbesserung der wirtschaftlichen Entwicklung von Beate Uhse.

Dabei sind die in der Finanzlage und im Risikobericht beschriebenen Rahmenbedingungen der Finanzierung von Bedeutung. Mit der Platzierung der Unternehmensanleihe erfolgte die Neustrukturierung der Finanzierung, über die neben der Ablösung bisheriger Verbindlichkeiten ausreichende Mittel für das weitere Wachstum von Beate Uhse zur Verfügung stehen. Die Mittel aus der Anleihe werden dazu beitragen, unsere Strategie umzusetzen. Aufgrund der Vorlaufzeiten für die jeweiligen notwendigen Maßnahmen werden sich die Mittel im Geschäftsjahr 2014 allerdings noch nicht wesentlich auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung auswirken.

Der Vorstand ist mit der Ergebnis- und Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr 2014 zufrieden und hält an seiner Prognose für das Geschäftsjahr 2014 weiter fest. Er erwartet in diesem Jahr einen Umsatz von 145,0 bis 150,0 Mio. Euro (Umsatz 2013: 142,0 Mio. Euro) sowie ein operatives Ergebnis von 5,0 bis 7,0 Mio. Euro (EBIT 2013: 3,4 Mio. Euro). Mittelfristig sollen die Umsätze und das operative Ergebnis aufgrund der eingeleiteten Expansionsstrategie weiter nachhaltig ansteigen.

Chancenbericht

Gegenüber den im Lagebericht und Konzernlagebericht des Jahresabschlusses 2013 dargestellten Chancen ergab sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2014 keine wesentliche Veränderung.

Risikobericht

Grundsätzlich wird auf die im Lagebericht und Konzernlagebericht des Jahresabschlusses 2013 dargestellten Risiken verwiesen.

Mit Hilfe der erfolgreichen Platzierung unserer Unternehmensanleihe und den daraus resultierenden Erlösen konnte den im Geschäftsbericht 2013 beschriebenen finanzwirtschaftlichen Risiken aus der Finanzierung bei der ING Bank N.V. vollständig begegnet werden.

Im Zuge der Begebung der Unternehmensanleihe ergeben sich die Risiken, dass Bedingungen der Anleihe nicht erfüllt werden könnten und damit die Anleihegläubiger eventuell einen Anspruch auf vorzeitige Rückzahlung der investierten Beträge haben könnten. Des Weiteren besteht das Risiko, dass die jährlich fällig werdenden Zinsen nicht gezahlt werden könnten. Die Eintrittswahrscheinlichkeit dieser Risiken wird als unwahrscheinlich eingestuft. Im Falle ihres Eintretens hätte dies bedeutende Auswirkungen für die Finanz- und Vermögenslage der Gesellschaft.

ZWISCHENABSCHLUSS BEATE UHSE KONZERN

Gewinn- und Verlustrechnung & Erläuterungen

TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013	Abw.	Abw. %
Umsatzerlöse	70.031	68.434	1.597	2,3
Umsatzkosten	-33.781	-33.735	-46	0,1
Bruttoergebnis vom Umsatz	36.250	34.699	1.551	4,5
Sonstige betriebliche Erträge	3.231	3.239	-8	-0,2
Vertriebskosten	-28.382	-26.517	-1.865	7,0
Allgemeine Verwaltungskosten	-9.739	-10.237	498	-4,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-5	-104	99	-95,2
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	98	13	85	653,8
Betriebsergebnis (EBIT)	1.453	1.093	360	32,9
Finanzerträge	75	134	-59	-44,0
Finanzierungsaufwendungen	-866	-972	106	-10,9
Ergebnis vor Steuern (EBT)	662	255	407	159,6
Ertragsteuer	34	-154	188	-122,1
Konzernergebnis	696	101	595	589,1
Davon entfallen auf:				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	679	35	644	-
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	17	66	-49	-
Ergebnis je Aktie (EPS)				
unverwässert (in Euro)	0,01	0,00	0,01	-
verwässert (in Euro)	0,01	0,00	0,01	-

Umsatzentwicklung

Im ersten Halbjahr 2014 erwirtschaftete der Beate Uhse Konzern einen Umsatz in Höhe von 70,0 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr konnten die Umsatzerlöse somit um 2,3% gesteigert werden (6M/2013: 68,4 Mio. Euro). Das Umsatzwachstum ist insbesondere auf die positive Entwicklung des Groß- und Versandhandels zurückzuführen. Unsere Strategie sich auf die Stärkung des e-Commerce Vertriebs und die Vermarktung der rentablen und zukunftsweisenden Eigenmarken im Dessous-, Toy- und Wellnessbereich zu konzentrieren, zeigt weitere Erfolge. Hingegen haben die erwarteten geringeren Umsätze im Entertainment den Umsatz negativ beeinflusst.

Im Hinblick auf die Entwicklung der Umsatzerlöse in den verschiedenen Ländern, waren Frankreich, Belgien und Großbritannien die Wachstumstreiber. Im Rahmen der fortlaufenden Etablierung unseres neuen Markenauftritts und den mit der Umstellung verbundenen Maßnahmen verzeichnete unser Kernmarkt Deutschland eine stabile Umsatzentwicklung.

Umsatz nach Vertriebswegen TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013	Abw. %
Einzelhandel	20.809	21.458	-3,0
Versandhandel	30.585	30.128	1,5
Großhandel	15.850	13.246	19,7
Entertainment	2.787	3.602	-22,6
	70.031	68.434	2,3

Umsatz nach Regionen TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013	Abw. %
Deutschland	21.615	21.683	-0,3
Niederlande	15.893	17.001	-6,5
Frankreich	11.428	9.861	15,9
Belgien	5.450	5.150	5,8
Skandinavien	5.445	5.561	-2,1
Sonstiges Europa	4.831	4.472	8,0
Großbritannien	2.009	1.557	29,0
Österreich	1.534	1.614	-5,0
Übrige Regionen	966	732	32,0
Italien	861	805	7,0
	70.031	68.434	2,3

Ertragsentwicklung

Zum Ende des ersten Halbjahres 2014 betragen die Umsatzkosten 33,8 Mio. Euro. Trotz steigender Umsätze blieben sie im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2013 nahezu stabil. Entsprechend lag der Anteil der Umsatzkosten an den Umsatzerlösen unter Vorjahresniveau und betrug 48,2%. Zum 30. Juni 2013 belief sich der Anteil auf 49,3%. Damit konnte 2014 eine Verbesserung der Rohtragsmarge um 1,1%-Punkte realisiert werden. Die Verbesserung der Materialeinsatzquote wurde insbesondere durch einen optimierten Sortimentsmix im Versandhandel sowie im Großhandel erreicht. Aufgrund einer höheren Anzahl an Aktionswaren im Einzelhandel und dem Margendruck im Audiotex beim Entertainment lag der Anteil der Umsatzkosten in diesen Segmenten über dem Niveau des Vorjahres.

Im Berichtszeitraum blieben die sonstigen betrieblichen Erträge gegenüber dem Vorjahr konstant und beliefen sich auf 3,2 Mio. Euro (6M/2013: 3,2 Mio. Euro). Hierbei wurden geringere Mieteinnahmen aus der Untervermietung von Shops durch Effekte aus einem verbesserten Forderungsmanagement im Versandhandel kompensiert.

Insbesondere aufgrund der verstärkten Werbeaktivitäten im Versandhandel stiegen die Vertriebskosten im ersten Halbjahr 2014 um 1,9 Mio. Euro auf 28,4 Mio. Euro (6M/2013: 26,5 Mio. Euro). Hier ist im Wesentlichen die TV-Werbung auf reichweitenstarken Sendern im deutschen Fernsehen zu nennen. Damit stieg der Anteil der Vertriebskosten an den Umsatzerlösen von 38,7% im ersten Halbjahr 2013 auf 40,5% zum 30. Juni 2014.

In den ersten sechs Monaten des Jahres konnten die allgemeinen Verwaltungskosten um 4,9% auf 9,7 Mio. Euro reduziert werden (6M/2013: 10,2 Mio. Euro). Diese Verringerung resultiert insbesondere aus realisierten Einsparungen im Bereich der Dienstleistungs- und Beratungskosten.

Aufgrund des positiven Ergebnisanteils der tmc Content Group AG erhöhte sich der Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen von 13TEUR am 30. Juni 2013 auf rund 0,1 Mio. Euro zum Ende des ersten Halbjahres 2014.

Im Zuge der weiteren Tilgung von verzinslichen Darlehen innerhalb des Berichtszeitraums konnte das Zinsergebnis weiter verbessert werden. Es verringerte sich im Vergleich zum Vorjahreswert um 5,6% auf 0,8 Mio. Euro zum 30. Juni 2014.

Der Steueraufwand im ersten Halbjahr 2013 resultierte insbesondere auf dem Verbrauch aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge. Im ersten Halbjahr 2014 ergaben sich keine nennenswerten Steuereffekte.

Im Zuge des realisierten Umsatzwachstums sowie weiterer Kosteneinsparungen und Optimierungen von Arbeitsprozessen konnte die Beate Uhse Gruppe das EBIT im Berichtszeitraum deutlich verbessern. Es stieg von 1,1 Mio. Euro zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 32,9% auf 1,5 Mio. Euro zum 30. Juni 2014. Ebenso positiv fiel die Entwicklung des EBT aus. Dieses zeigt einen Zuwachs von 159,6% auf 0,7 Mio. Euro (6M/2013: 0,3 Mio. Euro). Besonders erfreulich ist die Zunahme des Konzernergebnisses, welches um 0,6 Mio. Euro auf 0,7 Mio. Euro zum Ende des Berichtszeitraums gestiegen ist. Diese Entwicklung stellt erneut die zunehmende Stärkung der Ertragskraft von Beate Uhse unter Beweis.

Gesamtergebnisrechnung

TEUR	6 Monate 30.06.2014	6 Monate 30.06.2013
Periodenergebnis	690	101
Unterschiede aus Währungsumrechnungen	254	-177
Nettoverlust aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	0	0
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	254	-177
Gesamtergebnis nach Steuern	944	-76
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	846	-103
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	98	27

Bilanz & Erläuterungen

Erläuterungen zur Vermögens- und Finanzlage

Zum Ende des ersten Halbjahres 2014 weist die Bilanz des Beate Uhse Konzerns eine Bilanzsumme in Höhe von 83,9 Mio. Euro auf. Gegenüber dem 31. Dezember 2013 bedeutet dies eine Zu-

nahme der Bilanzsumme um 1,3 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 82,6 Mio. Euro).

Aktiva

TEUR	6 Monate 30.06.2014	12 Monate 31.12.2013	Abw.
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte	6.684	7.127	-443
Geschäfts- oder Firmenwert	9.064	9.064	0
Sachanlagen	10.758	11.291	-533
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	3.016	3.375	-359
Beteiligungen	26	66	-40
Anteile an assoziierten Unternehmen	6.681	6.582	99
Latente Steueransprüche	4.621	4.621	0
	40.850	42.126	-1.276
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	20.051	18.065	1.986
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.700	16.070	630
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte und sonstige Vermögenswerte	3.221	2.343	878
Ertragsteuererstattungsansprüche	263	193	70
Flüssige Mittel	2.848	3.821	-973
	43.083	40.492	2.591
Bilanzsumme	83.933	82.618	1.315

Innerhalb des Berichtszeitraums verringerten sich die langfristigen Vermögenswerte um 1,3 Mio. Euro auf 40,9 Mio. Euro. Zum 31. Dezember 2013 beliefen sich die langfristigen Vermögenswerte auf 42,1 Mio. Euro und im vergleichbaren Vorjahreszeitraum waren es 38,9 Mio. Euro. Die Abnahme resultiert aus den Abschreibungen auf die immateriellen Vermögenswerte und auf die Sachanlagen. Daneben wurden Mietkautionen zum Teil auf eine Versicherung übertragen, was dazu führte, dass die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte reduziert wurden. Die Erhöhung der Anteile an assoziierten Unternehmen ist die Folge des positiven Ergebnisanteils aus der Beteiligung an der tmc Content Group AG, Schweiz.

Hingegen stiegen die kurzfristigen Vermögenswerte im ersten Halbjahr 2014 an. Nach 40,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2013 erhöhten sich diese um 6,4% auf 43,1 Mio. Euro (6M/2013: 47,5 Mio. Euro). Gründe hierfür sind neben der Erhöhung der Vorräte im Großhandel und Versandhandel auch der Anstieg der Forderungen aufgrund des gestiegenen Umsatzes. Die Zunahme der sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und sonstigen Vermögenswerte ist u.a. die Folge aus gestiegenen Forderungen aus Güfa-Erlösen. Die Höhe der Mittelbindung der liquiden Mittel wurde weiter optimiert.

Passiva

TEUR	6 Monate 30.06.2014	12 Monate 31.12.2013	Abw.
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	78.075	78.075	0
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-3.463	-3.463	0
Kapitalrücklagen	-89	-89	0
Gewinnrücklagen	3.295	3.295	0
Sonstige Rücklagen IAS 19	-487	-487	0
Bilanzverlust	-50.681	-51.360	679
Ausgleichsposten Währungsumrechnung	1.506	1.339	167
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	33	-65	98
	28.189	27.245	944
Langfristige Schulden			
Verzinsliche Darlehen	825	3.504	-2.679
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	4.001	4.066	-65
Sonstige Rückstellungen	578	735	-157
Sonstige finanzielle Schulden	632	733	-101
Latente Steuerschulden	28	36	-8
	6.064	9.074	-3.010
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15.288	12.014	3.274
Sonstige finanzielle Schulden	16.114	16.758	-644
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	272	272	0
Sonstige Rückstellungen	1.087	1.074	13
Ertragsteuerschulden	3.333	3.647	-314
Kontokorrentverbindlichkeiten	12.436	11.113	1.323
Kurzfristige Darlehen	1.150	1.421	-271
	49.680	46.299	3.381
Bilanzsumme	83.933	82.618	1.315

Im Laufe des Berichtszeitraums konnte das Eigenkapital des Beate Uhse Konzerns um 3,5% gesteigert werden. Nach 27,2 Mio. Euro am 31. Dezember 2013 erhöhte sich das Eigenkapital zum 30. Juni 2014 in Folge des im ersten Halbjahr realisierten Jahresüberschusses auf 28,2 Mio. Euro.

Im Rahmen der aus den Mitteln der platzierten Unternehmensanleihe vorgesehenen Tilgung der langfristigen Darlehen wurde ein Großteil der Darlehen als kurzfristige Darlehen bilanziert. Folglich sanken die langfristigen Schulden im ersten Halbjahr von 9,1 Mio. Euro im Dezember 2013 auf 6,1 Mio. Euro (6M/2013: 10,6 Mio. Euro). Dies führte zu einem Anstieg der kurzfristigen Darlehen, der jedoch über die weitere Tilgung von Bankkrediten in Höhe von 1,6 Mio. Euro zum Teil kompensiert wurde. Darüber hinaus haben der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aufgrund der höheren Vorräte sowie der Minderung ausstehender Warenrechnungen zum Anstieg der kurzfristigen Schulden beigetragen.

Die Ertragssteuerschulden betragen zum 30. Juni 2014 3,3 Mio. Euro was einer Verringerung von 0,3 Mio. Euro gegenüber den 3,6 Mio. Euro am 31. Dezember 2013 entspricht.

Aus der Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen innerhalb des ersten Halbjahrs 2014 resultierte eine Verringerung des kurzfristigen Betriebskapitals um 0,7 Mio. Euro auf 21,4 Mio. Euro zum 30. Juni 2014.

Im Berichtszeitraum konnte die Nettoverschuldung des Beate Uhse Konzerns weiter reduziert werden und lag am 30. Juni 2014 bei 11,6 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 12,2 Mio. Euro).

Finanzlage

Mit Hilfe der am 30. Juni 2014 platzierten Unternehmensanleihe haben wir unsere Finanzierungsstruktur neu strukturiert und auf eine langfristige Basis gestellt.

Die Kreditverbindlichkeiten gegenüber der ING Bank N.V. wurden im ersten Halbjahr 2014 um 1,0 Mio. Euro zurückgeführt. Das Kreditvolumen bei der ING Bank N.V. belief sich damit Ende Juni auf 10,0 Mio. Euro. Am 22. Juli wurde diese Restschuld aus Mitteln der Unternehmensanleihe vollständig getilgt.

Im ersten Halbjahr 2014 haben wir die Kreditverbindlichkeiten bei den deutschen Banken um weitere 0,6 Mio. Euro zurückgeführt. Vom verbleibenden Kreditvolumen in Höhe von 200.000 Euro entfallen jeweils 100.000 Euro auf die Nord-Ostsee Sparkasse und die Investitionsbank Schleswig-Holstein. Bis Ende August werden wir die restlichen Verbindlichkeiten tilgen und damit die Kredite bei den deutschen Banken vollständig ablösen.

Mit der Rückführung der ING Bank N.V., der Nord-Ostsee Sparkasse und der Investitionsbank Schleswig Holstein sind sämtliche Bankkredite komplett getilgt.

Kapitalflussrechnung

TEUR	6 Monate 30.06.14	6 Monate 30.06.13	Abw.
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit			
Ergebnis vor Steuern (EBT)	661	254	408
Berichtigungen für:			
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	2.597	2.908	-311
Erträge/Verluste aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-1	20	-21
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen	-98	63	-161
Veränderungen der:			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-630	2.327	-2.957
Sonstigen Vermögenswerte	-1.792	-3.792	1.444
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.274	4.775	-1.501
Sonstigen Schulden	-2.081	-4.759	3.480
Finanzerträge	-75	-134	59
Finanzaufwendungen	866	972	-106
Ertragsteuern	161	224	-310
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	2.882	2.858	24
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit			
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	223	468	-245
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle und sonstige langfristige Vermögenswerte	-1.836	-1.777	-59
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	-4	-3	-1
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der Finanzmitteldisposition	31	17	14
Erhaltene Zinsen	36	60	-24
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-1.550	-1.235	-315
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit			
Aufnahme von Bankverbindlichkeiten	421	300	121
Gezahlte Zinsen für Kredite/Darlehen und Sicherungsinstrumente	-680	-1.024	344
Rückzahlung von Bankverbindlichkeiten	-1.971	-2.039	68
Rückzahlung an Dritte	-72	-48	-24
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-2.302	-2.811	509
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere	-970	-1.188	218
Wechselkursbedingte Änderungen	-3	-169	166
Flüssige Mittel zu Beginn der Periode	3.821	4.641	-820
Flüssige Mittel am Ende der Periode	2.848	3.284	-436
Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes am Ende der Periode			
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks, Wertpapiere	2.848	3.284	-436

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapital- rücklage	Gewinn- Rücklagen	Sonstige Rücklagen IAS 19	Bilanz- verlust	Ausgleich- posten Währungs- umrechnung	Summe	Minder- heiten- anteile	Summe Eigenkapital
TEUR										
Saldo zum 1. Januar 2013	78.075	-3.463	-89	3.295	-659	-54.865	1.723	24.017	684	24.701
Periodenergebnis						35		35	66	101
Neubewertung Pensionsverpflichtung wegen Wegfall Korridormethode										
Ausschüttung an Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss			-472			-469		-941	0	-941
Kapitalerhöhung Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss										
Sonstiges Ergebnis							-138	-138	-39	-177
Saldo zum 30. Juni 2013	78.075	-3.463	-561	3.295	-659	-55.299	1.585	22.973	711	23.684
Saldo zum 1. Januar 2014	78.075	-3.463	-89	3.295	-487	-51.360	1.339	27.310	-65	27.245
Periodenergebnis						679	0	679	11	690
Neubewertung Pensionsverpflichtung wegen Wegfall Korridormethode										
Ausschüttung an Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss										
Kapitalerhöhung Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss										
Sonstiges Ergebnis							167	167	87	254
Saldo zum 30. Juni 2014	78.075	-3.463	-89	3.295	-487	-50.681	1.506	28.156	33	28.189

Segmentbericht

	Einzelhandel		Versandhandel		Großhandel		Entertainment		Dienstleistungen		Konsolidierung		Konzernwert	
	30.06.14	30.06.13	30.06.14	30.06.13	30.06.14	30.06.13	30.06.14	30.06.13	30.06.14	30.06.13	30.06.14	30.06.13	30.06.14	30.06.13
Segmentdaten nach Vertriebswegen														
TEUR														
Umsatzerlöse	20.829	22.054	30.730	30.128	25.420	20.953	2.923	3.809	0	1	-9.871	-8.511	70.031	68.434
- davon mit Dritten	20.809	21.458	30.585	30.128	15.850	13.246	2.787	3.602	0	0	0	0	70.031	68.434
- davon mit Konzerngesellschaften	20	596	145	0	9.570	7.707	136	207	0	1	-9.871	-8.511	0	0
Abschreibungen auf														
immater. Vermögenswerte	-73	-78	-643	-718	-436	-462	-64	-59	-2	-18	0	0	-1.218	-1.335
Abschreibungen auf Sachanlagen	-835	-764	-213	-284	-276	-406	-30	-35	-25	-85	0	0	-1.379	-1.574
auf außerplanmäßige Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zinsergebnis	-181	-221	-146	-205	-357	-244	191	175	-298	-343	0	0	-791	-838
Ergebnis aus Beteiligungen	0	0	0	0	0	0	0	0	98	13	0	0	98	13
an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EBIT*	585	411	1.691	1.405	612	426	258	276	-2.369	-2.263	-115	0	662	255
Ertragsteuern	-113	-8	0	-1	0	5	7	-116	140	-34	0	0	34	-154
Jahresergebnis*	472	403	1.691	1.404	612	431	265	160	-2.229	-2.297	-115	0	696	101
Vermögen (ohne assoziierte														
Unternehmen, Vorräte und														
Steueransprüche)	16.818	17.958	28.206	29.040	24.496	24.075	9.655	9.524	123.435	129.372	-150.293	-152.687	52.317	57.282
Vorräte	5.564	5.892	4.620	6.652	9.867	8.479	0	0	0	2	0	0	20.051	21.025
Beteiligungen an														
assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	0	0	0	0	6.681	6.610	0	0	6.681	6.610
Investitionen in														
das langfristige Vermögen	776	509	700	1.168	286	74	27	23	48	4	0	0	1.837	1.778
Investitionen in														
das Finanzanlagevermögen	0	0	0	0	0	0	191	724	121	257	-191	-953	121	28
Schulden (ohne Steuerschulden)	15.149	17.295	28.649	32.428	29.399	28.958	1.181	1.748	35.940	39.186	-57.935	-60.799	52.383	58.816

* ohne Berücksichtigung von Ergebnisabführungsverträgen

Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Angaben zur Beate Uhse Aktiengesellschaft

Die Beate Uhse Aktiengesellschaft verfügt über kein eigenes operatives Geschäft. Sie fungiert innerhalb des Konzerns als Holding für die Tochtergesellschaften und Beteiligungen. In der Aktiengesellschaft werden die zentralen Konzern-Management-Funktionen Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Personal, Recht und Kommunikation erbracht. Die Ertragsentwicklung der Beate Uhse Aktiengesellschaft resultiert wesentlich aus den mit den Tochtergesellschaften abgeschlossenen Gewinnabführungsverträgen sowie weiteren Beteiligungserträgen und den mit ihrer Holding-Funktion verbundenen Aufwendungen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Beate Uhse Aktiengesellschaft ist Mutterunternehmen im Sinne des § 290 HGB. Aufgrund der Emission von Eigenkapitaltiteln auf dem Kapitalmarkt ist die Gesellschaft nach Artikel 4 der Verordnung Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 verpflichtet, den Konzernabschluss der Gesellschaft nach den IFRS zu erstellen. Dementsprechend wurde auch dieser Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2014 in Übereinstimmung mit den geltenden IFRS-Rechnungslegungsvorschriften aufgestellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften entsprechen denen des letzten Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr 2013. Anpassungen bei den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden waren nicht erforderlich. Der Zwischenbericht wurde neben den Vorschriften des internationalen Bilanzierungsstandards IFRS auch in Übereinstimmung mit dem DRS 16 erstellt. Zur Verbesserung der Klarheit und Lesbarkeit werden in der Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Cash Flow-Rechnung des Beate Uhse Konzerns einzelne Posten zusammengefasst.

Eine prüferische Durchsicht des 6-Monatsberichts 2014 durch den Abschlussprüfer hat nicht stattgefunden.

Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2014 gab es keine wesentlichen Veränderungen im Konsolidierungskreis der Beate Uhse Aktiengesellschaft.

Segmentberichterstattung

Im vorliegenden Zwischenbericht wurde die Berichtsstruktur des vorangegangenen Jahresabschlusses unverändert beibehalten.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wurde über die Division des Netto-Ergebnisses des Konzerns (ohne Minderheitenanteile) durch die Anzahl der Aktien ermittelt.

Veränderungen in den Organen

Im ersten Halbjahr 2014 hat es keine Veränderungen beim Vorstand und dem Aufsichtsrat gegeben.

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Im Berichtszeitraum vom 1. Januar 2014 bis zum 30. Juni 2014 wurden Geschäfte mit folgenden nahestehenden Unternehmen und Personen sowie beteiligten und assoziierten Unternehmen getätigt:

Immo Almere B.V.
Summa Vastgoed B.V.
Summa Finance B.V.
Consipio Holding B.V.
Mohist B.V.
tmc Content Group AG
Devatrade Managementdiensten
Th.B.H.Ruzette Holding B.V.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter gemäß § 37y WpHG i.V.m. § 37w Abs. 2 Nr. 3 WpHG

Wir versichern nach bestem Gewissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

WEITERE INFORMATIONEN

Beate Uhse Aktiengesellschaft Finanzkalender 2014

Datum	Ereignis
Freitag, 14. November 2014	Zwischenmitteilung innerhalb des 2. Halbjahres

Kontakt

Beate Uhse Aktiengesellschaft
Investor Relations
Jürgen Schulz / Petra Bargel
Telefon 0049 (0)461 / 99 66 – 0
Fax 0049 (0)471 / 99 66 – 99377
E-Mail ir@beate-uhse.de
Website www.beate-uhse.ag

Impressum

Herausgeber
Beate Uhse Aktiengesellschaft
Gutenbergstraße 12
24941 Flensburg
www.beate-uhse.ag

Redaktion

Beate Uhse Aktiengesellschaft
Haubrok Corporate Events GmbH

Gestaltung

Christine Schwerdel
silkdeshign GmbH

Disclaimer

Dieser Zwischenbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen bzw. Schätzungen des Managements von Beate Uhse beruhen. Trotz der Annahme, dass die vorausschauenden Aussagen realistisch sind, kann nicht dafür garantiert werden, dass diese Erwartungen sich auch als richtig erweisen werden.