

beate uhse

Wir wollen die Nr. 1 in der Welt sein

Otto Christian Lindemann

Vorstandssprecher
der Beate Uhse AG

in der Hauptversammlung am 20. Juni 2005

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, ich begrüße Sie sehr herzlich zur 6. Ordentlichen Hauptversammlung der Beate Uhse AG in der Neuen Flora in Hamburg.

Bevor ich Ihnen meinen Bericht über das Geschäftsjahr 2004 gebe, möchte ich die Gelegenheit nutzen und Sie über die Dinge informieren, die uns in den letzten Monaten am meisten bewegt haben. Zuerst sind hier personelle Veränderungen im Aufsichtsrat zu nennen. Herr Richard Orthmann hat aus persönlichen Gründen sein Mandat und das Amt des Aufsichtsratsvorsitzenden bei der Beate Uhse AG niedergelegt. Die Aufgaben von Herrn Orthmann hat unmittelbar nach dem Ausscheiden Herr Ulrich Rotermund, Sohn der Firmengründerin, übernommen und am 6. April 2005 ist Herr Rotermund dann auch im Rahmen einer Aufsichtsratssitzung zum neuen Vorsitzenden gewählt worden.

Zum 31. März ist auch Herr Detlef Bindert aus unserem Aufsichtsrat ausgeschieden.

Als oberster Schatzmeister der Deutschen Bank nehmen ihn seine Aufgaben zunehmend noch mehr in Anspruch, so dass er sich zu diesem Schritt entschlossen hat.

Ein zweiter Punkt über den wir lange nachgedacht und intensiv diskutiert haben, ist die Frage nach der Zahlung einer Dividende für 2004. Wir haben das Für und Wider einer

Ausschüttung, auch vor dem Hintergrund der Dividendenpolitik in den letzten Jahren, intensiv abgewogen. Letztendlich aber möchten wir mit Blick auf die weitere Entwicklung des operativen Geschäfts, das Geld im Unternehmen belassen. Wir schlagen Ihnen deshalb vor, für 2004 keine Dividende auszuschütten und den Gewinn stattdessen in das Wachstum des Konzerns zu investieren.

Meine Damen und Herren, der dritte Punkt über den ich auch gleich zu Beginn reden möchte, ist der geplante Beteiligungsverkauf der erotic media ag. Sie kennen mich und meinen Vorstandskollegen Gerard Cok; Als Kaufleute reden wir über Dinge erst dann, wenn sie „wasserdicht“ sind. Auf der anderen Seite zwingt uns das neue Anlegerschutzverbesserungsgesetz Insiderinformationen bereits dann zu veröffentlichen, wenn eine „hinreichende Wahrscheinlichkeit“ besteht, dass ein Sachverhalt eintritt.

Wir sind diesen neuen gesetzlichen Anforderungen im Fall des geplanten Beteiligungsverkaufs der erotic media ag nachgekommen, da für uns im Dezember 2004 eine hinreichende Wahrscheinlichkeit bestand, dass wir unsere 34 Prozent Beteiligung verkaufen werden. Im März 2005 waren wir überaus überrascht, als der potentielle Käufer, die Almira S.A., uns mitteilte, dass der Verkauf in dem verhandelten Rahmen nicht stattfinden kann.

Die Profit-Center

Das stärkste Profit-Center ist der Versandhandel. Er erzielte die höchsten Umsatz- und Ergebnisbeiträge und ist die Speerspitze in der Expansionspolitik des Konzerns. Wir waren mit dem Verlauf dieses Bereiches im Jahr 2004 zufrieden, obwohl das wirtschaftliche Umfeld in vielen Ländern im letzten Jahr nur schwach ausgeprägt war. Hier einige Zahlen, die die Größe unseres Versandes verdeutlichen: Pabo hat 16 Mio. Hauptkataloge und 16 Mio. Nebenkataloge 2004 an die Kunden verschickt. Insgesamt wurden 3,2 Mio. Pakete ausgeliefert – das sind gut 18% mehr als 2003.

Der zweitgrößte Bereich ist der Einzelhandel. Wir hatten Ende 2004 insgesamt 310 Shops in 10 Ländern Europas. Im Fokus unseres Handelns stand 2004 ein „kontrolliertes Wachstum in den internationalen Märkten“. Wir haben einerseits Filialen geschlossen, die den Rentabilitätskriterien nicht entsprachen und andererseits 15 neue Standorte nach eingehender Standort-Analyse eröffnet.

Der drittgrößte Bereich ist der Großhandel. Dieses Segment bietet riesiges Potential für den ganzen Konzern, weil künftig sowohl der Einkauf als auch die Auslieferung von hier aus abgewickelt wird. Dadurch werden nicht nur die Lagerhaltungskosten des Konzerns reduziert, sondern auch die Einkaufsstrukturen

innerhalb der Profit-Center optimiert, was zu einer Margenerhöhung führt.

Jedoch gab es im Mai 2004 Anlaufschwierigkeiten, als wir mit unserem Großhändler Scala von dem alten in das neue Gebäude umgezogen sind. Wir hatten deutlich höhere Personalkosten als geplant, weil extra Personal eingestellt werden musste um die Tätigkeiten, die maschinell hätten erledigt werden sollen, in der Umstellungsphase per Hand erledigt werden mussten. Hinzu kamen Beratungs- und Schulungskosten für die Mitarbeiter, mit denen wir in der Höhe nicht gerechnet hatten.

Das vierte und kleinste Profit-Center ist das Entertainment. Werfen wir einen genaueren Blick auf diesen Bereich. Er gliedert sich in 2 Teile: Telefonsex: Dieser Bereich ist erfolgreich. Die Wachstumsraten sind nicht riesig, aber wir behaupten unsere Position in diesem hart umkämpften Segment. Online-Geschäft: Hier stecken die Probleme der gesamten Branche, Stichwort Jugendschutz. Wir begrüßen die Anstrengungen der Bundesregierung, den Jugendschutz zu gewährleisten, aber wenn, dann bitte in ganz Europa und nicht nur in einem Land. Das verzerrt den Wettbewerb.

Was machen wir aus der Situation? Die Zukunft haben wir bereits im Hause und sie liegt in einer noch stärkeren Zusammenarbeit unserer Profit-Center im Marketing. Es geht darum, die vielen Tausend Kunden, die täglich in unseren Läden, im Versand, im Großhandel einkaufen, zu den Angeboten des Bereichs Entertainment zu führen. Eine Idee ist dabei der Beate Uhse Club, in dem man als Erwachsener Mitglied wird und dann alles, was Beate Uhse zu bieten hat, konsumieren kann. Das gemeinsame Potential aller Vertriebskanäle muss genutzt werden.

Beate Uhse Konzern in Zahlen

Der Versandhandel war auch 2004 der Umsatz- und Ertragsstärkste im Konzern. Die Erlöse stiegen um rund 15% auf knapp 120 Mio. Euro, und das Ergebnis vor Steuern lag bei 11 Mio. Euro. Besonders gut entwickel-

ten sich die Märkte in Frankreich, England und Deutschland.

Insgesamt erzielte der Einzelhandel einen Umsatz von 86 Mio. Euro. Das entspricht einem Plus von 11,2%, wobei ein Teil konsolidierungsbedingt ist, da 2004 die 2003 gekauften Christine le Duc Shops erstmalig voll mit einbezogen wurden. Beim Vorsteuerergebnis schloss der Einzelhandel mit 6 Mio. Euro etwas unter dem Vorjahr ab. Das lag zum einen daran, das wir 2003 positive Einmaleffekte im Ergebnis hatten, die 2004 nicht vorkamen, und zum anderen an den Anlaufverlusten der neu eröffneten Filialen.

Im Großhandel mussten wir sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis Einbußen hinnehmen. Der Umsatz lag 2004 bei 56,2 Mio. Euro, 2003 waren es 62 Mio. Euro. Auch das Ergebnis lag 2004 mit 2,6 Mio. Euro unter dem des Vorjahres von 3,9 Mio. Euro. Der Grund waren die Anlaufkosten für die neue Zentrallogistik in Holland, ich habe Ihnen eben bereits darüber berichtet.

Das Entertainment lag mit einem Umsatz von 17 Mio. Euro unter dem Vorjahresumsatz, der 22,5 Mio. Euro ausmachte. Beim Ergebnis hatten wir 2003 einen positiven Sondereffekt von 1,1 Mio. Euro enthalten, der 2004 nicht wieder vorkam, sodass zusammen mit dem geringeren Umsatz 2004 das Vorsteuerergebnis bei 2,1 Mio. Euro lag.

Insgesamt meine Damen und Herren, sind wir trotz des wirtschaftlich schwierigen Jahres mit der Umsatzentwicklung zufrieden. Wir haben im Konzern einen Gesamtumsatz von rund 278 Mio. Euro erzielt, das entspricht einem Plus von 4,6% im Vergleich zum Vorjahr. In den sonstigen betrieblichen Erträgen erfassen wir hauptsächlich Erträge aus Mahngebühren und Vermietungen. Der Personalaufwand ist durch den Einmaleffekt des zusätzlichen Einsatzes von Zeitarbeitskräften bei Scala höher als im Vorjahr. Auffällig ist der deutliche Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen. In dieser Position sind die Werbekosten des Versandes

enthalten insbesondere für Neukundenwerbung. Die Abschreibungen und das Zinsergebnis sind auf Vorjahresniveau, sodass sich insgesamt ein Ergebnis vor Steuern von 16 Mio. Euro ergibt, was einer Vorsteuerrendite von 5,8% entspricht. Es liegt damit leicht unter dem Vorjahr. Durch die Nutzung von Verlustvorträgen konnten wir gut kompensieren, sodass unser Nachsteuerergebnis mit 9,7 Mio. Euro auf Vorjahresniveau lag. Die Steuerquote betrug nur 29%.

Das Anlagevermögen stieg um knapp 9% auf 85 Mio. Euro. Die stärksten Veränderungen verzeichneten wir bei den Finanzanlagen, da wir unsere Beteiligung an erotic media um rund 9 Mio. Euro erhöht haben. Das Umlaufvermögen veränderte sich per Saldo nur unwesentlich, hier gab es jedoch innerhalb der einzelnen Positionen größere Verschiebungen. Die Vorräte stiegen an, weil mehr teilerferte Kataloge im Lager waren, die der Versandhandel Anfang 2005 an die Kunden verschickte. Zudem hatte der Großhandel in der Anlaufphase des neuen Lagers seine Vorratsbestände erhöht.

Der Anstieg der Forderungen resultiert im Wesentlichen aus dem starken Wachstum des Versandgeschäftes, sie entwickelten sich proportional zum Umsatzwachstum dieses Profit-Centers. Die Summe der Wertpapiere sank deutlich, da wir eigene Aktien abgegeben haben und den General Media Bond, den wir 2003 während der Verhandlungen mit Penthouse erworben hatten, wieder verkauft haben. Insgesamt erhöhte sich die Bilanzsumme somit von 181 Mio. Euro auf 188 Mio. Euro. Die Kapitalstruktur unseres Konzerns ist solide. Der Bilanzgewinn stieg durch den Jahresüberschuss und aufgrund von Auflösungen der Rücklagen für eigene Anteile um insgesamt 12,9 Mio. Euro auf rund 20 Mio. Euro. Die Dividende für 2003 ist hier bereits in Abzug gebracht worden. Dadurch erhöhte sich das Eigenkapital des Konzerns von 68 auf 73 Mio. Euro, was einer Eigenkapitalquote von 38,7% entspricht. Insofern ist der leichte An-

stieg unserer Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten um 4,5 Mio. Euro wegen eines erhöhten Finanzierungsbedarfs im neuen Lager gut zu verkraften. Das gilt gleichermaßen für den Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, der analog zum Wachstum des Vorratsvermögens verlief.

Die Aktie

Sie wissen, wir wollten Penthouse kaufen, darüber hatte ich im letzten Jahr ausführlich berichtet. Von Beginn an hatten wir uns eine Preisobergrenze von rund 60 Mio. US Dollar gelegt. Um das zu finanzieren, hatten wir uns bereits rechtzeitig

- ▷ einen Teil des von Penthouse ausgegebenen Bonds gekauft
- ▷ uns eigene Anteile ins Depot gelegt, weil ein Teil des Kaufpreises mit Beate Uhse Aktien bezahlt werden sollte
- ▷ und für den Rest eine Finanzierung in bar organisiert.

Als unsere Preisobergrenze im Bieterprozess überschritten wurde, sind wir aus dem Verfahren ausgestiegen. Aus unserer Sicht war ein höherer Preis nicht gerechtfertigt. Deswegen haben wir sowohl den Bond als auch

die eigenen Anteile im letzten Jahr wieder verkauft. Den Bond hatten wir damals für knapp 2,5 Mio. US Dollar gekauft und für über 4 Mio. US Dollar wieder verkauft. Weiterhin wurden 476.000 Aktien außerbörslich und 73.450 Stücke über die Börsenplätze zu einem Durchschnittskurs von 11,98 Euro verkauft. Insgesamt ergab sich aus dem Verkauf des Bonds ein Gewinn von knapp 1,6 Mio. US Dollar umgerechnet rund 1,25 Mio. Euro und aus dem Verkauf der Aktien ein Verlust von 227.268,73 Euro. Per Saldo entsprach dies einem Gewinn von rund 1 Mio. Euro.

Unsere Aktionärsstruktur ist weiterhin konstant geblieben. Die Orthmann AG hat am 30. Dezember 2004 die Anteile aufgestockt und damit die 50%-Hürde überschritten und später Anteile an die Orthmann Holding AG abgegeben. Im Februar diesen Jahres haben wir auf unseren Internet-Seiten Directors Dealings gemeldet, die die Consipio BV betrafen. Sie hat ihre Anteile von 21 % auf 20,7 % leicht reduziert.

Corporate Governance

Wir erfüllen auch 2004 alle Corporate Governance Bestimmungen, die

wir im Jahr zuvor bereits beherzigt haben. Zudem haben wir das Geschäftsjahr 2004 genutzt, um weitere Ansätze des Deutschen Corporate Governance Kodex im Konzern zu implementieren. Die Beate Uhse AG kommt 3 weiteren Anforderungen nach. Sie sehen die entsprechenden Punkte (4.2.4 / 5.4.5 / 7.1.2).

Ausblick 2005

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Europa sind nicht besonders gut und die politische Situation trägt auch nicht gerade zu einer Aufbruchstimmung bei. Aber, wir blicken für unseren Konzern optimistisch in die Zukunft. Wir werden uns weiter konsolidieren und aus eigener Kraft wachsen. Das erste Quartal 2005 war gut, wir haben gegenüber dem Vorjahresquartal sowohl beim Umsatz als auch beim Gewinn zugelegt. Auch für das gesamte Jahr 2005 haben wir uns ein Umsatz- und Ergebnisplus vorgenommen, was aus unserer heutigen Sicht durchaus realistisch ist und im kommenden Jahr wieder zu einer Ausschüttung führen wird.

