

Beate Uhse verführt Frauen

Geschrieben von: Helmut Hetzel

Freitag, 17. Mai 2013 um 19:47 Uhr - Aktualisiert Freitag, 17. Mai 2013 um 19:47 Uhr



Frauen stehen auf Beate Uhse

Die Erotik-Aktien sind wieder sexy

HM-Interview mit Beate Uhse-CEO Serge van der Hooff

Von HELMUT HETZEL

Sex sells - Sex verkauft sich, fast wie von selbst. Das wissen nicht nur Marketing-Manager. Das ist eine Binsenweisheit. Doch ausgerechnet Europas größter Erotik-Konzern Beate Uhse rutschte mit ihrem Sexartikel-Verkauf in den letzten Jahren in die roten Zahlen. Die Beate Uhse-Aktien verkümmerten zum Pennystock und sanken zeitweise auf den Tiefpunkt von 0,26 Euro je Anteilschein. Derzeit pendeln die Erotik-Aktien zwischen 0,80 und 0,90 Euro je Stück. Anfang des Jahres wurden sie zeitweilig sogar mit 1,20 Euro gehandelt.

Sex verkaufte sich nicht mehr wie von selbst, zumindest die Erotik-Produkte, die Beate Uhse in ihren Katalogen und Shops anbot, erwiesen sich immer öfter als Ladenhüter. Kaum mehr ein Mann, der bei Beate Uhse einen erregenden Film kaufte. Porno und Erotik sind im Internet seit Jahren gratis zu haben.

„Der Markt hat sich komplett gedreht - und mit ihm die Produkte, das Einkaufsverhalten und die

Zielgruppen. Wir haben zu spät auf die Herausforderungen des Internet reagiert und uns zu spät auf den E-Commerce, also den Verkauf über Internet, eingespielt,“ gibt der Vorstandsvorsitzende der Beate Uhse AG, Serge van der Hooft, selbstkritisch zu. Doch jetzt unter der Führung des erst 35jährigen Niederländers Serge van der Hooft wird das Ruder bei Beate Uhse radikal herumgeworfen. Der Holländer fährt eine neue Strategie, hat den Erotik-Konzern saniert - 35 unrentable Erotik-Shops geschlossen, 350 Stellen abgebaut - und will wieder expandieren. „Unsere Hauptzielgruppe sind heute Frauen und Paare, nicht mehr „nur“ Männer,“ stellt Serge van der Hooft im Gespräch mit HM HetzelMedia. „Frauen sind anspruchsvoller. Sie kaufen anders ein, sie kaufen andere Produkte. Sie wollen Dessous, Love-Toys, Sexspielzeug mit dem sie sich selbst verwöhnen können. Sie wollen Wellness und Bodycare-Produkte. Frauen im Alter zwischen 18 und 35 Jahren sowie Paare im Lebensabschnitt von 18 bis 55 Jahren, das ist heute unsere Hauptzielgruppe,“ definiert der Chef der Beate Uhse-Gruppe die neue Strategie des von ihm geführten Erotik-Unternehmens.

50 Shades of Grey

Einen wahren Nachfrageschub nach Erotik-Attributen löste das Buch „50 Shades of Grey“ aus. Seit die SM-Lektüre auf dem Markt ist boomt der Absatz bei Beate Uhse. „Alle Toys und Produkte, wie Peitschen oder Handschellen, die in dem Buch erwähnt werden,“ verkaufen wir jetzt en masse,“ stellt van der Hooft fest. Im großen Showroom des Beate Uhse-Centers im niederländischen Almere gibt es eine große Abteilung „50 Shades of Grey.“ Dort können sich die Großkunden von Beate Uhse alle Produkte anschauen und bestellen. Einer läuft gerade vorbei, begrüßt CEO Serge van der Hooft freundlich und sagt: „Ich habe gerade für 7000 Euro Toys gekauft.“ Serge van der Hooft freut sich. Er kontert: „Nur für 7000...“

Bemerkenswert ist es, dass Beate Uhse unter Leitung von Serge van der Hooft ausgerechnet in der Wirtschaftskrise den Turnaround geschafft hat. Zwar war der Umsatz von Europas größtem Erotik-Konzern mit 144,32 Mio. Euro im Jahresvergleich um 3,1 % rückläufig, aber das operative Betriebsergebnis vor Steuern war mit 1,4 Mio. Euro erstmals seit zwei Jahren wieder positiv. „Diesen positiven Ertragstrend wollen wir natürlich fortsetzen. 2013 wird noch ein Jahr der Stabilisierung. Aber ab 2014 werden wir wieder gesund expandieren,“ kündigt der Erotik-Chef van der Hooft an. Wo? „Zuerst in unseren Kernländern: Deutschland, Holland, Belgien. Aber auch in Polen sehe ich gute Wachstumsmöglichkeiten.“

Im ersten Quartal 2013 setzte sich der positive Trend fort. Der Umsatz von Beate Uhse stieg um 1,6 % auf 36,54 Mio. Euro. Das operative Vorsteuerergebnis Ebit war mit 0,62 Mio. Euro aber im Jahresvergleich etwas niedriger als im ersten Quartal 2012 als 0,67 Mio. Euro verdient wurden.

Beate Uhse verführt Frauen

Geschrieben von: Helmut Hetzel

Freitag, 17. Mai 2013 um 19:47 Uhr - Aktualisiert Freitag, 17. Mai 2013 um 19:47 Uhr

We Vibe

Beate Uhse will aber nicht nur neue Erotik-Shops eröffnen, sondern geht inzwischen auch auf dem Internet voll in die Offensive. Über das Verkaufsportaal bol.com, das in den Benelux-Ländern eine hohe Bekanntheit genießt, weil es bis vor kurzem vom Einzelhandelskonzern Ahold genutzt wurde, werden die Sexartikel von Beate Uhse nun an die Frau und den Mann gebracht.

Beate Uhse hat derzeit einen neuen Bestseller. Es ist das Erotik-Produkt „We Vibe.“ We Vibe ist der Vibrator für Sie und Ihn. Er stimuliert bei richtiger Platzierung beide beim Geschlechtsakt - Sie und Ihn. „Ein älteres kanadische Ehepaar hat den We Vibe konzipiert, um sich gegenseitig zu stimulieren. Wir haben ihn perfektioniert. Jetzt gibt es dazu sogar eine Fernbedienung und verschiedene Vibrationsstufen, die sich damit regeln lassen, von soft bis hart,“ erläutert van der Hooft die Funktionsweise des We Vibe. Allerdings ist der bisexuelle Vibrator für Mann und Frau nicht gerade billig. Circa 130 Euro kostet ein We Vibe bei Beate Uhse im Einzelhandel.

Die Erotikbranche hat sich nach Meinung von van der Hooft in den zurückliegenden Jahren grundlegend verändert. „Das liegt nicht nur am Internet und den darin zu findenden Erotik-Angeboten, das liegt vor allem auch daran, dass Erotik und Erotikprodukte heute in der Gesellschaft allgemein akzeptiert sind - ein Trend, der mit TV-Serien wie „**Sex and the City**“ begann. Die Produkte sind heute Teil unseres Lebens geworden. In unseren Erotikshops „Christine le Duc“ in den Niederlanden kaufen heute fast ausschließlich Frauen ein. Und auch bei Beate Uhse-Shops sind die Kunden heute bereits zu circa 60 Prozent weiblich. Das war vor einigen Jahren noch undenkbar. Sex und Erotik gehören jetzt zum modernen Lifestyle, sind weitgehend enttabuisiert.“

Kurzportrait Serge van der Hooft

Htz/HM Media. Mit seinen 35 Jahren ist Serge van der Hooft einer der jüngsten, wenn nicht gar der jüngste CEO eines börsennotierten Unternehmens in den Niederlanden. Er leitet das Erotik-Unternehmen Beate Uhse seit zwei Jahren und war davor Chief Operation Officer bei Beate Uhse (2008-2010). Davor war der gebürtige Seeländer Finanzvorstand der zur Beate Uhse-Gruppe gehörenden „Scala Playhouse.“

In seiner Freizeit spielt van der Hooft gerne Tennis oder Squash. Im Winter steht er mit seinen Skiern auf der Piste in Österreich oder der Schweiz.

Er ist nicht verheiratet und hat drei Kinder

Unter seiner Leitung schaffte Beate Uhse den Turnaround. Sein mittelfristiges Ziel: Die Wiederaufnahme der Dividendenzahlungen so dass Beate Uhse auch für die Aktionäre wieder

Beate Uhse verführt Frauen

Geschrieben von: Helmut Hetzel

Freitag, 17. Mai 2013 um 19:47 Uhr - Aktualisiert Freitag, 17. Mai 2013 um 19:47 Uhr

erotisch und anziehend wird.

/ Textende / Copyright © by HELMUT HETZEL / Den Haag

17.5.2013

Link

www.beateuhse.com