



6-Monatsbericht
Zum 30.06.2004



**FÜR WEITERE INFORMATIONEN
WENDEN SIE SICH BITTE AN:**

Dr. Scheller Cosmetics AG
Schillerstraße 21-27
D-73054 Eisingen
Telefon: +49 (0) 7161-803 0
Telefax: +49 (0) 7161-803 300
E-Mail: Aktie@Dr-Scheller-Cosmetics.de

FINANZKALENDER

13. August 2004	Veröffentlichung 6-Monatsbericht
15. November 2004	Veröffentlichung 9-Monatsbericht
April 2005	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2004 Bilanzpresse- und Analystenkonferenz
Mai 2005	Veröffentlichung 3-Monatsbericht
15. Juni 2005	Hauptversammlung

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

1. JANUAR BIS 30. JUNI 2004

	01.01.04- 30.06.04 T €	01.01.03- 30.06.03 T €
Umsatz	38.803	38.114
Umsatzrendite (%)	-2,93	1,26
EBITDA	1.201	1.936
EBIT	-519	252
EBT	-1.054	480
Mitarbeiter	424	424
Cash flow	2.943	-3.695*
Investitionen	1.240	4.117*
Abschreibungen	1.720	1.684
DVFA/SG-Ergebnis	-1.136	479
Ergebnis je Aktie nach DVFA/SG (EUR)	-0.17	0,07

* vgl. Kapitalflussrechnung

WKN 730 130

ISIN DE0007201303

DOS

BERICHT DES VORSTANDS

**Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Freunde der Dr. Scheller Cosmetics AG**

Der Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2004 lag mit 38.803 T€, 1,8 % über dem Vorjahr. Damit konnte nicht nur der im Vergleichszeitraum des Vorjahres erlittene Verlust eines maßgeblichen Kunden aufgefangen werden, sondern darüber hinaus sogar ein leichtes Wachstum erzielt werden.

Aufgeteilt nach Geschäftsbereichen liegen die Umsätze des Geschäfts mit unseren Marken im Inland bei Plus 1,5 % und im Ausland bei Plus 5,0 %. Das Wachstum mit Handelsmarken hat sich im Vorjahresvergleich abgeschwächt und liegt nur knapp über dem Vorjahresniveau. Die positive Entwicklung im in- und ausländischen Markengeschäft wurde maßgeblich durch den außerordentlichen Erfolg der Serie MANHATTAN CLEARFACE getragen.

Das EBIT im ersten Halbjahr 2004 liegt bei ./ 519 T€. Es ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum belastet durch die periodengerechte Abgrenzung der Erlösschmälerungen (Erlösschmälerungsrückstellungen) in Höhe von 1.017 T€, einem signifikanten Bestandsabbau in Höhe von ./ 4.500 T€, der sich negativ auf die Betriebsleistung auswirkt, sowie einmalige Restrukturierungsaufwendungen für das eingeleitete Restrukturierungsprogramm „Big Wave“.

Zielsetzung ist es, unser Unternehmen an die veränderte Markt- und Wettbewerbslage anzupassen und innerhalb der nächsten zwei Jahre ein Gesamtkostenvolumen in Höhe von 10 % der heutigen Kosten nachhaltig einzusparen. Nach den ersten vier Monaten der Umsetzung des Restrukturierungsprogramms „Big Wave“ sind wir auf einem guten Weg: Die Material- und Rohstoffkosten liegen 6,7 % unter dem vergleichbaren Vorjahreswert. Das Konzept zur Reorganisation der Supply Chain und Flexibilisierung der Produktionskapazitäten ist seit Ende Juni in der Pilotphase und bis Jahresende erwarten wir hieraus bereits erste Ergebnisbeiträge.

BERICHT DES VORSTANDS

Zur Erreichung von signifikanten Einsparungen waren leider auch Kündigungen notwendig, die allesamt bis zum Ende des zweiten Quartals ausgesprochen wurden, so dass sich die Mitarbeiterzahl in den Folgequartalen um 46 Stellen reduzieren wird.

Damit haben wir mit „Big Wave“ kostenseitig die Grundlage für die Rückkehr zu einer nachhaltigen, deutlich positiven Rendite gelegt. Wir haben noch 16 harte Monate der Arbeit vor uns, aber wir wissen, was wir zu tun haben.

Eislingen, im August 2004

Der Vorstand



Dr. Ulrich Scheller
FuE, Produktion, Beschaffung



Reinhold Schlensok
Vertrieb, Marketing

DIE MARKEN DER DR. SCHELLER COSMETICS AG



MANHATTAN

Das Revival der 60ies wurde im Frühjahr 2004 erfolgreich in der gleichnamigen Frühjahrs promo „Sweet Sixties“ aufgenommen. Der Look von einst kehrte im angesagten Make up Trend zurück, seidenmatter Duo-Lipgloss im neuartigen Eiswürfel-Design, samtartiger Eyeshadow und Eyeliner für den unverzichtbaren Lidstrich schafften „more Sixappeal“ und konnten die Trendkompetenz weiter ausbauen.

Im Sommer 2004 begeistert MANHATTAN mit „Calypso Shine“ und Produkten, die einen sonnig-warmen Lichterglanz auf Haut und Nägeln zaubern. Die changierenden Farbtöne fangen das Spiel der Sonnenstrahlen vom warmen Bronze-Schimmer bis ins Golden-Rosé ein. Nicht nur die Farben sondern auch die Eigenschaften der Produkte sind für die heiße Jahreszeit wie geschaffen, der Calypso-Shine Gel Eyeshadow kühlt schon beim Auftragen und hält einen ganzen Sommertag. Die Calypso-Shine Powder Pearls hinterlassen einen Teint wie von der Sonne geküsst und dürfen in keiner Sommertasche fehlen.

Ein verbraucherfreundlicher und besser verständlicher Auftritt am Point of Sale wurde durch eine umfassende Neugestaltung des Nagellacksortiments erreicht. Zugleich wurde die Nagellacklinie „Colour Boost“ eingeführt – die einen maximalen Farbauftrag mit nur einem Aufstrich ermöglicht. Der neuartige Feinpinsel X-Act Brush verstärkt diese Wirkung und ermöglicht ein noch präziseres Auftragen des Nagellacks. Neu im Sortiment ist auch der einfach zu dosierende Magic Lip Marker, ein farbintensiver Lipgloss mit einem Drehmechanismus für die perfekte Dosierung. (www.manhattan-cosmetics.com)



MANHATTAN CLEARFACE

Mit der Überarbeitung und Neugestaltung der Dekorativ-Produkte der COVER-Phase im Mai 2004 wurde der Relaunch der gesamten Produktpalette erfolgreich abgeschlossen und setzt eine neue Benchmark im Markt. Seit Oktober 2003 wurden ca. 5.600 Competence Center, die neue Art der Warenpräsentation, europaweit distribuiert. Der Regalimpact wurde durch das hochwertige Display mit einer größeren Farbauswahl sowie einer verbesserten Testerpräsentation noch erhöht. Der neuartige Push-Feed-Mechanismus, ein automatisches Nachrücksystem, ermöglicht eine prominente Produktanordnung.

Mit der Neuprodukteinführung von „Twin Therapy“, einem Duo-Produkt bestehend aus einem entzündungshemmenden Anti Pickel Gel und einer lang anhaltenden Abdeckcreme wurde eine absolute Produktinnovation geschaffen. 2004 gibt es neben Produktneuheiten auch eine große Sommer-Gewinnspielaktion: Über Produktbroschüren am POS, Anzeigen oder unter www.manhattan-clearface.com ruft CLEARFACE zum „Dreamdate Contest“ auf. Egal, von welchem Traumdate Teenager so träumen – ob vom Candle-Light-Dinner auf dem Empire State Building oder einem Tandemsprung aus dem Flugzeug: Den Fantasien sind keine Grenzen gesetzt! Unter allen eingesendeten Teilnahmen ermittelt MANHATTAN CLEARFACE das Dreamdate 2004 und lässt es wahr werden.

DIE MARKEN DER DR. SCHELLER COSMETICS AG

APOTHEKER SCHELLER – Das Naturkonzept

Seit Mai 2004 präsentiert sich die Serie Mineral Balance mit einer neuen Printanzeige. Unter dem Motto „von Hautirritationen will ich nichts mehr hören“ wird die Wirksamkeit und Verträglichkeit der Marke erneut unter Beweis gestellt. Mineral Balance ist die intelligente Hautpflege für sensible Haut. Durch die einmalige Verbindung des beruhigenden und regenerierenden Algen-Mineral-Komplexes und der innovativen DMS Cremegrundlage kann deswegen auch ganz bewusst auf hautirritierende Inhaltsstoffe wie Duft-, Farb- und Konservierungsstoffe, sowie Emulgatoren verzichtet werden. Im Mai 2004 wurde eine neue Art der Gesichtsmasken, in Form von praktischen Doppelkammer-Sachets eingeführt. Die Systempflegemasken bieten 2 ergänzende Produkte für jedes Hautbedürfnis. Die neu entwickelte Anti-Aging Handcreme mit grünem Tee und Vitamin E erweitert das erfolgreiche Sortiment der NATURA VITAL Serie. Sie hilft vorzeitiger Hautalterung vorzubeugen und verleiht den Händen ein sichtbar jüngeres und geschmeidigeres Aussehen. Unter dem Motto „Treue wird belohnt“ startete dieses Jahr die Treue-Punkt Aktion, für vier zugesendete Öko Control Siegel erhält man ein Gratis-Produkt seiner Wahl. Auf der neuen Website www.apotheker-scheller.com erfährt man alles Wissenswertes über die Marke und ihre Produkte.

DURODONT MEDICAL UND DENTA CLIN

Denn Lächeln hat die Farbe Weiss, dieser Satz ist gerade in der heutigen Zeit mehr denn je ein Thema auf dem Gebiet der Zahn- und Mundpflege. Schönheitszahnweiß zur täglichen Anwendung, Weißmacher und Bleaching-Produkte in unterschiedlichsten Anwendungsbereichen sind erfolgsversprechende und interessante Konzepte im Premiumsegment der Zahnpflege, die auch in der Umsetzung für Handelsmarken zu weiterem Wachstum führen werden.

BILANZ zum 30. Juni 2004

AKTIVA	30.06.04 T €	30.06.03 T €	31.12.03 T €
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	1.026	968	1.046
II. Sachanlagen	23.100	22.081	23.689
III. Finanzanlagen	467	780	310
	24.593	23.829	25.045
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte	8.630	13.121	10.596
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	10.607	8.085	9208
III. Wertpapiere	201	261	261
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	212	606	1.513
	19.650	22.073	21.577
C. Rechnungsabgrenzungsposten	86	100	91
	44.329	46.002	46.714
PASSIVA	30.06.04 T €	30.06.03 T €	31.12.03 T €
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	6.500	6.500	6.500
II. Kapitalrücklagen	7.800	7.800	7.800
III. Gewinnrücklagen	346	406	406
IV. Bilanzgewinn/-verlust	-3.493	387	-2.417
	11.153	15.093	12.289
B. Rückstellungen	13.708	10.535	9.139
C. Verbindlichkeiten	19.468	20.374	25.281
D. Rechnungsabgrenzungsposten			5
	44.329	46.002	46.714

Den Zahlen liegen die Rechnungslegungsgrundsätze des HGB / AktG zugrunde, ebenso wie die des Jahresabschlusses 2003. Der Konsolidierungskreis ist gleich wie im Jahresabschluss 2003

GEWINN UND VERLUSTRECHNUNG 1. Januar bis 30. Juni

	H1(Q1+Q2) 2003/04		Q2 2003/04	
	01.01.04- 30.06.04 T €	01.01.03- 30.06.03 T €	01.04.04- 30.06.04 T €	01.04.03- 30.06.03 T €
Bruttoumsatz	51.313	49.301	26.074	22.557
Erlösschmälerungen	-12.510	-11.187	-6.777	-5.132
Nettoumsatz	38.803	38.114	19.297	17.425
Bestandsveränderungen	-1.732	2.819	-1.186	1.106
Betriebsleistung	37.071	40.933	18.111	18.531
Materialaufwand	-14.566	-17.149	6.939	-7.804
Rohertrag	22.505	23.784	11.172	10.727
Personalkosten	-8.253	-8.120	-4.080	-3.998
Instandhaltungskosten	-458	-596	-179	-287
Werbung/Marketing	-6.859	-7.942	-4.110	-3.964
Verwaltung/Vertrieb	-5.571	-5.190	-2.850	-2.505
Sonstige betriebliche Aufwendungen u. Erträge	-163		-77	
Sonstige Aufwendungen	-21.304	-21.848	-11.296	-10.754
EBITDA	1.201	1.936	-124	-27
Abschreibungen	-1.720	-1.684	-912	-853
EBIT	-519	252	-1.036	-880
Zinsen	-535	-245	-256	-65
Neutrales Ergebnis		473		473
EBT	-1.054	480	-1.292	-472
Steuern	-82	-177	5	173
Periodenergebnis nach Steuern	-1.136	303	-1.287	-299

KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30 Juni

	H1 2003/04	
	01.01.04- 30.06.04 T €	01.01.03- 30.06.03 T €
1. Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Jahresüberschuss	-1.136	303
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	1.720	1.684
Veränderungen Rückstellungen	4.569	256
Gewinne aus Anlageabgängen	33	359
Zunahme (-) / Abnahme		
- Vorräte	1.966	-3.142
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-2.726	-2.649
- andere Aktiva	1.332	3.568
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie andere Passiva	-2.815	-3.815
Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit	2.943	-3.436*
2. Cash flow aus der Investitionstätigkeit		
- Auszahlung für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-985	-4.342
- Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-98	-34
- Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-157	0
Cash flow aus der Investitionstätigkeit	-1.240	-4.376*

* Auf Grund der Umgliederung der Investitionen in Shoptheken i.H.v. 100 TEUR vom Sachanlagevermögen in das Umlaufvermögen ergab sich hier ein Aktiv-/Aktiv- Tausch.
Die Abgrenzung erfolgt nun quartalsmäßig – entsprechend dem Jahresabschluss – und nicht wie bisher nur zum Geschäftsjahresende.

KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni

	H1 2003/04	
	01.01.04- 30.06.04 T €	01.01.03- 30.06.03 T €
3. Cash flow aus der Finanzierungstätigkeit		
Auszahlungen der Dividende des Vorjahrs und Erwerb eigener Aktien	0	-1.159
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	-190	-340
Cash flow a. d. Finanzierungstätigkeit	-190	-1.499
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Zwischensumme 1 bis 3)	1.513	-9.311
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	-11.442	-4.816
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	-9.929	-14.127
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	413	606
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-10.342	-14.733
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	-9.929	-14.127

EIGENKAPITALENTWICKLUNG

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Gewinnrücklagen	Bilanzgewinn	Gesamt
Stand am 01.01.03	6.500	7.800	406	1.243	15.949
Dividende für das Vorjahr				-1.159	
Periodenüberschuss				303	
Entnahme aus der Rücklage für eigene Anteile					
Übrige Veränderungen					
Stand am 30.06.03	6.500	7.800	406	387	15.093
Stand am 01.01.04	6.500	7.800	406	-2.417	12.289
Dividende für das Vorjahr				-1.136	
Periodenüberschuss					
Entnahme aus der Rücklage für eigene Anteile				-60	
Übrige Veränderungen				60	
Stand am 30.06.04	6.500	7.800	346	-3.493	11.153

GESCHÄFTSVERLAUF NACH SEGMENTEN

	01.01.04- 30.06.04 T €	01.01.03- 30.06.03 T €
Umsatz nach Segmenten		
Körperpflege	28.865	28.329
Zahn- und Mundpflege	9.938	9.785
	38.803	38.114
Periodenergebnis		
Körperpflege	-870	225
Zahn- und Mundpflege	-266	78
	-1.136	303