



# Geschäftsbericht 2007

MERCATURA  
COSMETICS BIOTECH AG

## ÜBERBLICK

### MERCATURA Gruppe

<b>Gewinn und Verlustrechnung in EUR</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
Umsatzerlöse	13.464.191	12.861.338
Materialaufwand	4.860.132	5.236.349
Personalaufwand	3.638.519	3.956.448
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	454.545	115.194
Jahresüberschuss (Vorjahr: Jahresfehlbetrag)	454.059	-92.248
Bilanzverlust	-4.481.137	-4.935.197

<b>Bilanz in EUR</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
Anlagevermögen, gesamt	5.866.929	6.031.529
Umlaufvermögen, gesamt	9.491.889	7.735.705
Rechnungsabgrenzungsposten	55.521	81.790
Eigenkapital, gesamt	8.268.792	7.814.733
verwendete Mittel zur Eigenkapitalerhöhung	300.000	0
Rückstellungen	524.797	604.727
Verbindlichkeiten	6.320.749	5.429.564
Bilanzsumme	15.414.339	13.849.024

LIPOGEN

LEMONOIL®

STAGECOLOR  
COSMETICS

PARIS académie  
scientifique de beauté

DR. HEUBERGER'S

GREENPART

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>Übersicht</b>	<b>2</b>
<b>Bericht des Aufsichtsrats</b>	<b>4</b>
<b>Konzernlagebericht</b>	<b>6</b>
Übersicht MERCATURA Gruppe	6
Rechtliche Konzernstruktur, Organisation und Führungsverantwortung	6
Geschäft und Rahmenbedingungen	9
Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf	13
Risikobericht	18
Prognosebericht – Ausblick	22
Nachtragsbericht	24
Erklärung des Vorstands nach § 315 HGB	24
<b>Jahresabschluss Konzern</b>	<b>26</b>
Konzernbilanz zum 31.12.2007	26
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	28
<b>Konzernanhang</b>	<b>29</b>
Allgemeine Angaben	29
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	30
Erläuterungen zur Bilanz	31
Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	33
Sonstige Angaben	34
<b>Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers</b>	<b>35</b>
<b>Anlagespiegel</b>	<b>36</b>
<b>Finanzkalender</b>	<b>38</b>

## BERICHT DES AUFSICHTSRATS

### **Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,**

die MERCATURA Cosmetics BioTech AG ist auf dem profitablen Wachstumspfad angekommen. Die Integration der Krause-Gruppe ist geglückt und resultiert in einer Phase nachhaltigen Wachstums. Insofern zeigen wir uns erfreut, über die Entwicklung des Geschäftsjahrs 2007.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat den Vorstand gemäß der ihm nach Gesetz und Satzung vorgeschriebenen Aufgaben umfassend überwacht, zeitnah beraten und sich von der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugt. Insgesamt fanden im Geschäftsjahr 2007 vier Sitzungen des Aufsichtsrats, am 09.02.2007, am 25.05.2007, am 30.08.2007 und am 11.12.2007 unter Teilnahme aller Aufsichtsratsmitglieder und der Mitglieder des Vorstands, statt. Zudem nutzt der Aufsichtsrat die Möglichkeit, schriftliche Beschlüsse im Umlaufverfahren zu fassen. Im Rahmen der Sitzungen und des schriftlichen Beschlussverfahrens wurde der Aufsichtsrat vom Vorstand über alle wichtigen Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements, der wirtschaftlichen Lage sowie der Geschäftspolitik informiert.

Der Aufsichtsratsvorsitzende pflegte einen engen Kontakt mit dem Vorsitzenden des Vorstands. Dabei fand ein regelmäßiger Informationsaustausch durch schriftliche und mündliche Berichte über die wesentlichen Entwicklungen der Gesellschaft statt. Über die Inhalte wurde dem Aufsichtsrat anschließend ausführlich berichtet. Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat weiterhin über die wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen anhand schriftlicher Berichte und legte ihm zustimmungspflichtige Angelegenheiten rechtzeitig zur Beschlussfassung vor.

Der Aufsichtsrat beschäftigte sich in allen Sitzungen eingehend mit der Geschäftsentwicklung, der Unternehmensplanung –strategie sowie der Finanz- und Liquiditätssituation der MERCATURA Gruppe. Schwerpunkt der Sitzungen war die Integration der Krause-Gruppe sowie die daraus resultierenden Maßnahmen zur Neustrukturierung und organisatorischen Veränderungen.

Darüber hinaus wurde vom Aufsichtsrat die strategische Weiterentwicklung eingehend diskutiert und dem Ausbau einzelner Geschäftsfelder zugestimmt.

In der personellen Zusammensetzung des Vorstandes und des Aufsichtsrats hat sich in 2007 folgende Änderung ergeben: Nach Verlassen des Unternehmens in 2006 wurde das Ausscheiden des Vorstandsmitglieds Andreas P. Michaelis mit Wirkung zum 28.02.2007 auch formaljuristisch festgestellt.

Das Aufsichtsratsmitglied Jürgen Käding ist aus dem Aufsichtsrat mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung vom 12. Juli 2007 ausgeschieden. Die Aktionärsversammlung berief als Mitglied des Aufsichtsrates Günter Klein.

Entsprechend dem Votum der Hauptversammlung vom 12. Juli 2007 gefassten Beschlusses hat der Aufsichtsrat die Wirtschafts- und Steuerberatungsgesellschaft Jungmann, Fricke und Seewald mit der Prüfung des Jahresabschlusses der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2007 beauftragt. Die Buchführung und der Jahresabschluss der MERCATURA Cosmetics BioTech AG, der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2007 sowie der Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns sind vom Abschlussprüfer geprüft, in Übereinstimmung mit dem Gesetz und der Satzung der Gesellschaft befunden und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Die Prüfungen ergaben, dass die Buchführung und die Abschlüsse den gesetzlichen Vorschriften entsprechen und ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermitteln. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss. Die Jahresabschlüsse, die Lageberichte sowie die Prüfungsberichte sind allen Mitgliedern des Aufsichtsrates fristgemäß ausgehändigt und in der Aufsichtsratsitzung vom 25. Juni 2008 eingehend besprochen worden. Der Aufsichtsrat hat gemeinsam mit dem Vorstand ein ausführliches Gespräch mit den Abschlussprüfern über die Prüfungsergebnisse, Risikomanagement und Organisationsfragen der Gesellschaft geführt. Sämtliche Fragen des Aufsichtsrats wurden umfassend beantwortet. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der MERCATURA Cosmetics BioTech AG sowie den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2007 seinerseits geprüft und in der Sitzung vom 25. Juni 2008 gebilligt. Dem Lagebericht stimmen wir zu. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt.

Der Aufsichtsrat bedankt sich beim Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der MERCATURA Gruppe persönlich für den erfolgreichen Einsatz und ihre erbrachte Leistung im Geschäftsjahr 2007.

Achim, den 26.06.2008

Der Aufsichtsrat



Theodor Prümm

Vorsitzender des Aufsichtsrats

## LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2007

### MERCATURA Gruppe

#### 1. Überblick MERCATURA Gruppe

##### **MERCATURA Konzern profitabel**

Das Jahr 2007 haben wir mit dem besten Ergebnis seit dem Börsengang der MERCATURA abgeschlossen:

- Jahresüberschuss (Net Profit) von rund 0,5 Mio EUR erzielt:  
Gewinn je Aktie erreicht 0,07 EUR
- Deutliches Umsatzwachstum: + 4,7 % auf 13,5 Mio EUR
- Integration der Münchner Krause-Gruppe erfolgreich realisiert und abgeschlossen:  
Integrationskosten von 716 TEUR in 2007 abgearbeitet

#### 2. Rechtliche Konzernstruktur, Organisation und Führungsverantwortung

##### **2.1 Struktur des Konzerns und Organisation**

Die MERCATURA Gruppe besteht aus der Obergesellschaft des Konzerns, der MERCATURA Cosmetics BioTech AG, Achim (Deutschland) und zum Stichtag 31.12.2007 werden über die 100%ige Tochtergesellschaft MERCATURA Holding GmbH die Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH sowie die Sternmark Cosmetic GmbH voll konsolidiert.

Der Konsolidierungskreis besteht demnach aus folgenden Gesellschaften:

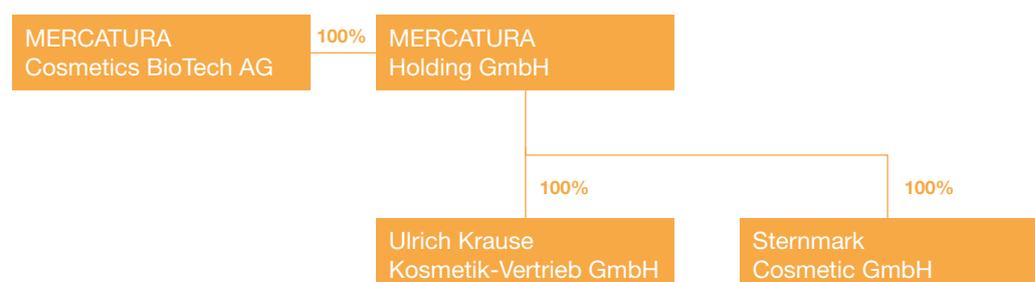
MERCATURA Cosmetics BioTech AG

MERCATURA Holding GmbH

Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH

Sternmark Cosmetic GmbH

Grafische Darstellung der Beteiligungsstruktur MERCATURA-Gruppe



- Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen der MERCATURA Cosmetics BioTech AG und der MERCATURA Holding GmbH
- Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen der MERCATURA Holding GmbH und der Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH
- Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen der MERCATURA Holding GmbH und der Sternmark Cosmetic GmbH

Mit diesen Beherrschungs- und Ergebnisabführungsverträgen verpflichten sich die MERCATURA Holding GmbH, die Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH und die Sternmark Cosmetic GmbH ihr Ergebnis an die jeweilige Muttergesellschaft abzuführen.

Dabei hatte die MERCATURA Holding GmbH im Vorjahr, zum 18.08.2006, die Münchner Krause-Gruppe – bestehend aus der Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH und der Sternmark Cosmetic GmbH – mit allen Geschäftsanteilen übernommen.  
Die Konsolidierung erfolgte rückwirkend zum 01.01.2006.

Bei sämtlichen Angaben in der Konzernberichterstattung und insbesondere bei Vorjahresvergleichen wird darauf hingewiesen, dass die Vorjahreswerte 2006 des Konzerns zu Vergleichszwecken mit dem testierten Konzernabschluss 2007 in einer untestierten Fassung herangezogen wurden.

## **2.2 MERCATURA in den Regionen**

Die MERCATURA deckt über ein Netzwerk an Vertriebspartnern über 36 Länder ab. So ist die Gruppe mit seinen Kosmetikprodukten in den geographischen Märkten Europa, Asien und Nordamerika präsent. Insbesondere die neuen Märkte China, Pakistan und Indien sind seit geraumer Zeit für die MERCATURA strategische Wachstumsmärkte mit jährlichen guten Wachstumsraten.

### 2.3 Führungsverantwortung

Die MERCATURA Cosmetics BioTech AG ist ein international tätiges Unternehmen mit Sitz in Achim. Das Unternehmen ist im so genannten Open Market börsennotiert und unterliegt daher den Kapitalmarktregelungen für Freiverkehrswerte sowie den Bestimmungen der Satzung. Als deutsche Aktiengesellschaft mit ihren Organen Vorstand und Aufsichtsrat hat die MERCATURA eine zweigeteilte Leitungs- und Überwachungsstruktur. Vorstand und Aufsichtsrat sind den Interessen der Aktionäre und dem Wohle des Unternehmens verpflichtet. Die Hauptversammlung ist das dritte Organ des Unternehmens.

#### Der Vorstand (Stand 31.12.2007)

---

##### **Dr. C.-Julius Heuberger**

Vorsitzender des Vorstands  
Mitbegründer der MERCATURA,  
verantwortlich für Strategie und  
Key Account Vertrieb

##### **Dr. Joachim Henseler**

Vorstand  
Verantwortlich für Finanzen,  
Marketing, Logistik  
Mitglied des Vorstands seit 2006

#### Aus dem Vorstand ausgeschieden:

---

##### **Andreas Michaelis** (Ausscheiden zum 28.02.2007)

Der Vorstand der MERCATURA Cosmetics BioTech AG leitet die Gesellschaft und führt deren Geschäfte. Er entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens, stimmt sie mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für ihre Umsetzung.

#### Der Aufsichtsrat (Stand 31.12.2007)

---

##### **Theodor Prümm**

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats

##### **Jens-Torsten Bausch**

Stellvertretender  
Vorsitzender

##### **Günther Klein**

Aufsichtsrat  
(seit 12.07.2007)

#### Aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden:

---

##### **Jürgen Käding** (Ausscheiden mit Ablauf der Hauptversammlung vom 28.02.2007)

Die Aufsichtsratsmitglieder sind berufen bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2010 entscheidet.

### **Weitere Mandate von Aufsichtsratsmitgliedern**

Herr Theodor Prümm, St. Gallen, Schweiz, hält weitere Aufsichtsratsmandate bei der CS Card AG mit Sitz in Erfurt und der Swiss Mobilis AG mit Sitz in St. Gallen (Schweiz).

### **Vergütung Aufsichtsrat**

Hinsichtlich der Angaben zur Aufsichtsrats-Vergütung wird auf den Konzernanhang (siehe Seite 34) verwiesen.

## **3. Geschäft und Rahmenbedingungen**

### **3.1 Geschäftsjahr 2007 – Highlights**

**MERCATURA Konzern profitabel.** Das Jahr 2007 haben wir mit dem besten Ergebnis seit Börsengang der MERCATURA abgeschlossen:

- Jahresüberschuss (Net Profit) von rund 0,5 Mio EUR erzielt:  
Gewinn je Aktie erreicht 0,07 EUR
- Deutliches Umsatzwachstum: + 4,7 % auf 13,5 Mio EUR

Sowohl als operatives Unternehmen in ihren Geschäftsfeldern als auch über die geschäftsführende Holding für ihre Beteiligungsunternehmen hat sich die MERCATURA Cosmetics BioTech AG im Berichtsjahr erfolgreich entwickelt. Die im Folgenden wiedergegebenen Zahlen der MERCATURA Cosmetics BioTech AG sind nach HGB unter Berücksichtigung der Vorschriften des Aktienrechtes ermittelt. Im Weiteren kann der MERCATURA Konzern auch in den Kurzformen MERCATURA, Gruppe oder Konzern angeführt werden.

### **3.2 Geschäftstätigkeit – Strategischer Überblick**

Die MERCATURA Gruppe entwickelt, produziert und vertreibt innovative Kosmetikprodukte. Die Wünsche der Endkunden nach hochinnovativen Wirkstoffkombinationen stehen dabei im Zentrum des Handelns. MERCATURA versteht es hierbei insbesondere medizinisches und kosmetisches Know How zu bündeln und dieses Wissen in die Rezepturen kommender Produkte zu transferieren. In der nunmehr 30jährigen Unternehmensgeschichte konnte durch stetige Produktentwicklungen in einem exzellenten Markenportfolio ein Wettbewerbsvorsprung erarbeitet werden. Mittels einer Cross-Selling-Strategie werden die Geschäftsfelder dekorative (Make-up) und pflegende Kosmetik erfolgreich adressiert.

## Die Markenwelt der MERCATURA-Gruppe

### MERCATURA

**WUNDERKIND**  
THE ART OF BEAUTY BY WOLFGANG JOOP

**STAGECOLOR**  
C O S M E T I C S

**LIPOGEN**

**DR. HEUBERGER'S**

**GREENPART**

**PLANTER'S**

### Krause-Gruppe



**STERNMARK**

**académie**  
scientifique de beauté

**X-EPIL®**

**RefectoCil®**

**HYDRACOLOR**

**Lemonoil®**

Im Berichtsjahr 2007 konnte MERCATURA das Markenportfolio um die Marken Greenpart und Planter's erweitern. Dabei konnte erneut die Spezialisierung auf erfolgreiche und innovative Brands unterstrichen werden. Bei der Planter's handelt es sich um eine italienische Kosmetikmarke, die sich in den letzten Jahren zum Bestseller im europäischen Ausland – insbesondere in Italien, Frankreich, Schweden und der Schweiz – entwickelt hat. MERCATURA konnte sich die Vertriebsrechte für Deutschland und Österreich sichern und mit dem Vertrieb der erfolgreichen Planter's Linie ‚Perfect Eyes‘ auf Aloe-vera Basis starten. Mit dieser Marke gelang es MERCATURA den Apothekenmarkt als einen weiteren Distributionsweg – neben dem Parfümerien- und Institutsgeschäft – zu öffnen. Zum Weihnachtsgeschäft 2007 sind die Produkte bereits im OTC-Bereich von Apotheken platziert gewesen.

Mit Greenpart nimmt die MERCATURA erstmals Produkte aus dem Bereich der Haarpflege in das Portfolio auf. Greenpart Produkte basieren auf pflanzlichen Rohstoffen und dem Wissen, dass die Bausteine der Natur am besten geeignet sind, den Körper optimal zu pflegen. Die hohe Qualität und Reinheit der pflanzlichen Ingredienzien für Shampoos, Treatments und Stylingprodukte garantieren Rohstoffe aus biologischem Anbau. Die natürlichen Rezepturen von Greenpart setzen neue Standards im professionellen Hair-Care-Segment. Mit Greenpart greift die MERCATURA einen der zurzeit stärksten Trends - nach Naturkosmetik - auf.

Vor diesem Hintergrund ergänzen die beiden neuen Portfoliomarken die Stärke der bisher geführten Marken optimal. Zudem ist die MERCATURA-Gruppe noch besser in der Lage, die verschiedenen Distributionskanäle mit einem sich ergänzenden Sortiment zu bedienen.

### **3.3 Wirtschaftliches Umfeld - Konjunktur- und Branchenentwicklung**

Die Wirtschaft des Euroraums konnte auch im letzten Jahr wieder einen deutlichen Aufschwung verzeichnen. Die deutsche Wirtschaft zeigte dabei in 2007 trotz der Erhöhung der Mehrwertsteuer ein robustes Wachstum, wenngleich sich die Dynamik gegenüber dem Vorjahr etwas verringerte. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes weist Deutschland mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 2,5 % das vierte Wachstumsjahr in Folge aus und erreicht im internationalen Vergleich einen Platz im Mittelfeld. Konjunkturmotor waren weiterhin die Auslandsnachfrage und die starke Investitionstätigkeit. Als Triebfeder der Investitionsgüternachfrage erwiesen sich die Ausrüstungsinvestitionen, wobei die Unternehmen vor allem in Maschinen, Anlagen und Fahrzeuge investierten. Am Arbeitsmarkt machte sich das Wachstum nun deutlich bemerkbar. Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte mit 39,7 Millionen den höchsten Stand seit der Wiedervereinigung. Der private Verbrauch war aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung Anfang des Jahres, generell steigender Verbraucherpreise und zunehmender Energiekosten preisbereinigt leicht rückläufig. Nominal stieg der private Konsum in 2007 um 1,4 % auf 1,376 Mrd. EUR. Allerdings erhöhten sich die privaten Konsumausgaben dabei langsamer als das verfügbare Einkommen, so dass die Konsumausgaben nach Bereinigung um die Preisbewegungen real um 0,3 % zurückgegangen sind. Der Realeinkommensentzug wurde in der Konsumzurückhaltung insbesondere im ersten Halbjahr spürbar. Erst im zweiten Halbjahr 2007 wirkte sich die gute Konjunktur langsam auf die Anschaffungsbereitschaft aus. Die Inflation lag im Kalenderjahr 2007 in Deutschland bei 2,2%.

#### **Einzelhandel enttäuscht 2007**

Der deutsche Einzelhandel hat 2007 das schlechteste Ergebnis seit Jahren verbucht. Laut Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sank der Umsatz im Einzelhandel preisbereinigt um 1,2 % und nominal um 2,2 %. Der Umsatzrückgang wird sowohl auf die Mehrwertsteuererhöhung als auch auf die erhöhten Lebenshaltungskosten zurückgeführt. Das Endverbraucher-geschäft verzeichnete damit das größte Umsatzminus seit fünf Jahren.

### Der Kosmetikmarkt in 2007

Die Kosmetikbranche konnte im Jahr 2007 in Deutschland einen Gesamtumsatz von 1,565 Mrd. EUR erzielen und damit eine leichte Steigerung von 0,9 % im Vergleich zum Vorjahr (2006: 1,551 Mrd. EUR) melden. Im Bereich der selektiven Kosmetik blickt man auf ein durchwachsendes Jahr 2007 zurück. Die hohen Umsatzerwartungen konnten nicht erfüllt werden. Überdurchschnittlich erfolgreich war der Bereich der Herrenkosmetik. Dieser konnte eine Umsatzsteigerung von 10,1 % verzeichnen, vornehmlich getrieben von Neulancierungen im Gesichtspflegesegment. Auch der Bereich der Dekorativen Kosmetik (Make-up Produkte) war mit einem Umsatzwachstum von 5,8 % in 2007 überdurchschnittlich erfolgreich. Ursächlich für diese Zuwächse waren überwiegend innovative Produktkonzepte und Luxuslancierungen.

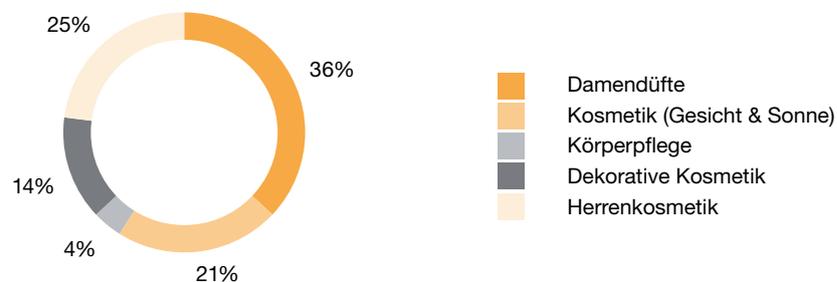
### Kosmetikbranche in Deutschland Umsatzstatistik 2007:

#### Umsatz nach Sortimentsbereichen <sup>1</sup>

Sortimentsbereich	Umsatz Mio. EUR	Anteil in %
Damendüfte	563,4	36
Kosmetik (Gesicht & Sonne)	328,6	21
Körperpflege	62,6	4
Dekorative Kosmetik	219,1	14
Herrenkosmetik	391,2	25
<b>Gesamt</b>	<b>1.565,0</b>	<b>100</b>

### Umsatzstatistik 2007:

#### Prozentanteile Produktgruppen am Gesamtumsatz in Deutschland



<sup>1</sup> Quelle: Kosmetikverband VKE

## 4. Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf

### 4.1 Umsatzentwicklung – Konzernumsatz gesteigert

Nachdem die Geschäftsentwicklung der MERCATURA bereits in 2006 in allen Segmenten positiv verlaufen ist, konnte dieser Trend in 2007 fortgesetzt werden. Der Konzernumsatz in Höhe von 13.464 TEUR übertraf das Vorjahr um 603 TEUR oder 4,7 % (i Vj. 12.861 TEUR).

Sowohl in Deutschland als auch im Export konnte der Umsatz gesteigert werden. Alle Segmente außer der pflegenden Kosmetik tragen zu dieser Steigerung bei. Durch breiten Wettbewerbsdruck im Bereich der Nagelpflege (Express Manicure) sind in diesem Bereich die Umsätze in 2007 ausgeblieben. Ansonsten wurde bei nahezu allen anderen Marken der pflegenden Kosmetik die Vorjahreswerte erreicht. Gesamt konnte aber dieser Umsatzrückgang durch die Steigerungen der anderen Bereiche mehr als aufgefangen werden.

Die Umsätze im dekorativen und pflegenden Bereich mit der MERCATURA Syria Ltd. konnten in 2007 auf 625 TEUR ausgeweitet werden. Damit lag die Geschäftsentwicklung mit der MERCATURA Syria Ltd. im Rahmen der Erwartungen.

#### Konzern Umsätze in TEUR 2007

Segment	Inland	Export	Gesamt 2007	Gesamt 2006*
Pflegende Kosmetik	6.346	808	7.154	8.021
Dekorative Kosmetik	653	1.604	2.256	2.040
Haarkosmetik	1.881	82	1.963	1.404
Sonstige	1.710	801	2.511	1.396
./ Erlösschmälerung			-420	
<b>Total</b>	<b>10.589</b>	<b>3.295</b>	<b>13.464</b>	<b>12.861</b>

\*Rabatte, Boni und Skonti bereits verrechnet.

## 4.2 MERCATURA Gruppe: Überzeugende Ergebnisentwicklung

### **MERCATURA Gruppe mit Jahresüberschuss von 0,5 Mio EUR**

MERCATURA konnte in 2007 die positive Entwicklung fortsetzen. Dabei gelang es der MERCATURA Gruppe einen Jahresüberschuss von 454 TEUR zu erzielen, nachdem im Vorjahr noch ein Fehlbetrag von –92 TEUR auszuweisen war. Damit bestätigt die MERCATURA Gruppe den eingeschlagenen, profitablen Wachstumskurs. Die erzielten Ergebniswerte markieren das beste Jahresergebnis seit Börsengang.

Auch das operative Ergebnis 2007 zeigt, dass der Turnaround im Konzern Früchte trägt: Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit verbesserte sich signifikant von 115 TEUR in 2006 auf 455 TEUR in 2007. Dies entspricht annähernd einer Verdreifachung der Ergebnisgröße.

Ursächlich für die signifikante Ergebnisverbesserung ist im Wesentlichen das deutliche Umsatzwachstum bei gleichzeitig unterproportionaler Entwicklung der operativen Kosten. Dabei gelang es trotz Leistungssteigerung den Materialaufwand im Jahresvergleich um 376 TEUR auf 4.860 TEUR zu senken (i. Vj. 5.236 TEUR). Dies entspricht einem Kostenabbau im Wareneinsatz im Jahresvergleich um 7,2 %.

Vor diesem Hintergrund verbesserte sich auch die Bruttomarge. Als wichtige Kenngröße zur Bewertung des Verhältnisses Umsatzerlöse zu Wareneinsatz gibt sie Aufschluss über die Wettbewerbsstärke eines Unternehmens und ermöglicht Rückschlüsse über Produktions- respektive Einkaufseffizienz. Hierbei haben wir zur Ermittlung die Umsätze und Bestandsveränderungen abzüglich der Aufwendungen für die bezogenen Waren ins Verhältnis zum Umsatz gesetzt. Die Bruttomarge der MERCATURA Gruppe nahm im Jahresvergleich von 64,0 % in 2006 auf 67,2 % in 2007 zu.

Kostenseitig konnten die Aufwendungen für Personal im Zuge der Konsolidierung und Integration der Krause-Gruppe planmäßig um 8,0 % auf insgesamt 3.639 TEUR zurückgefahren werden (i. Vj. 3.956 TEUR). Der Standort in Neubiberg ist in 2007 stark verkleinert worden, so dass seit Ende des Berichtsjahres lediglich das Schulungszentrum und die Administration bestehen.

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen, überwiegend geprägt durch Kosten der Integration, sowie doppelt anfallende Mieten, Büromaterialien, etc., konnten im Jahresvergleich reduziert werden auf 4.139 TEUR in 2007, gegenüber 4.372 TEUR im Vorjahr.

Hingegen stieg die Zinsbelastung im Stichtagsvergleich. Gegenüber 169 TEUR an Zinsaufwendungen in 2006 wurden im Berichtsjahr 398 TEUR verrechnet. Ursächlich hierfür sind überwiegend die Kosten aus der Übernahmefinanzierung der Münchner Krause-Gruppe.

Gemäß der handels- und aktienrechtlichen Vorschriften einer Verrechnung mit aufgelaufenen Werten weist die MERCATURA Gruppe in 2007 einen Bilanzverlust von –4.481 TEUR aus. Der Bilanzverlust konnte gegenüber dem Vorjahr um den Konzernjahresüberschuss in Höhe von 454 TEUR abgebaut werden. Je Aktie wurde in 2007 ein gewichteter Gewinn von 0,07 EUR erzielt (i. Vj. Verlust je Aktie von 0,02 EUR).

### 4.3 Finanz- und Vermögenslage

#### Vermögens- und Kapitalstruktur

Die Bilanzsumme der MERCATURA Gruppe erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 1.565 TEUR auf 15.414 TEUR. Die Zunahme ist auf der Aktivseite der Bilanz im Wesentlichen auf eine Erhöhung der Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenstände zurückzuführen. Die Veränderung hierbei setzt sich überwiegend aus einem Aufbau der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 2.350 TEUR in 2006 auf 3.482 TEUR in 2007 sowie der Sonstigen Vermögensgegenstände von 723 TEUR in 2006 auf 2.075 TEUR in 2007 zusammen.

Die Sonstigen Vermögensgegenstände enthalten im Wesentlichen einen Posten des Kontos Geldtransit (Zahlungen unterwegs TEUR 1.168). Gegenläufig entwickelten sich der Finanzmittelfonds (Liquiden Mittel) im Jahresvergleich mit 17 TEUR zum Stichtag 31.12.2007, nach 395 TEUR zum Vorjahresstichtag. Das Anlagevermögen verringerte sich abschreibungsbedingt leicht von 6.032 TEUR in 2006 auf 5.867 TEUR in 2007.

Die Veränderungen auf der Passivseite sind geprägt von der Zunahme Langfristiger Finanzverbindlichkeiten um 2.139 TEUR auf 4.570 TEUR (i. Vj. 2.431 TEUR). Hauptgrund hierfür war die Finanzierung der Übernahme der Krause-Gruppe, die sowohl mittels Eigenkapital aus Kapitalerhöhung sowie über Fremdkapital realisiert wurde.

Das Eigenkapital verbesserte sich um den Konzernjahresüberschuss von 454 TEUR auf 8.269 TEUR zum Stichtag 2007, nach 7.814 TEUR zum Jahresende 2006. Zum 31.12.2007 wies die MERCATURA Gruppe ein im Jahresvergleich unverändertes Gezeichnetes Kapital von 6.200 TEUR aus. Eine Kapitalerhöhung über 300 TEUR war zum Jahresendstichtag im Handelsregister zur Eintragung angemeldet, jedoch nicht eingetragen. Der Vorstandsvorsitzende Dr. Heuberger hatte ein gewährtes Darlehen in der Höhe von 300 TEUR in Aktien gewandelt und dabei auf den Rückzahlungsanspruch zugunsten der Eigentümerposition verzichtet.

Der Wandlungspreis betrug 1,00 EUR pro Aktie zum Nennbetrag von 1,00 EUR.

Vor diesem Hintergrund wurde die gesamte Position mit 300 TEUR in der Stichtagsbetrachtung zum 31.12.2007 unter der Passivposition ‚Zur Eigenkapitalerhöhung verwendete Mittel‘ aufgeführt.

#### **Beschaffung und Investitionstätigkeit**

Im Jahr 2007 wurde in die Erweiterung des bestehenden Standortes in Achim investiert. Ziel war die Ausdehnung der Produktionskapazitäten, Erhöhung der Qualität des Komponentenlagers und die Optimierung bestehender Prozesse. Hierbei stand eine möglichst sterile und umweltgerechte Produktion im Vordergrund. So konnten wir eine Reinraumproduktion installieren, dies bedeutet eine Herstellung unter nahezu keimfreien Bedingungen. Dies garantiert eine entsprechende Hygiene und gleichbleibende höchste Produktqualität, sowie eine einwandfreie Verarbeitung der hochwertigen Inhaltsstoffe. Um dieses Ziel - höchste Verarbeitungsstandards - zu erreichen, wurden entsprechende Absauganlagen, Schleusen und Filter installiert. Die Nutzflächen unseres Standortes Achim erweiterten sich dabei auf über 4.000 qm. Das gesamte Investitionsvolumen betrug rund 180 TEUR. Als Ergebnis dieser Investitionspolitik konnte MERCATURA im Jahr 2007 gemäß den bestehenden GMP-Regelungen (Good Manufacturing Practice) auditiert werden.

Bei der Beschaffung von Rohstoffen wurden weitere Anstrengungen unternommen, um einen hohen Qualitätsstandard zu gewährleisten. So haben wir nicht nur in neu entwickelte, hochwertige Rohstoffe investiert, sondern auch in weitergehende Dokumentationen und Testverfahren. Gleichzeitig sind erweiterte innerbetriebliche Verfahren zur Qualitätssicherung errichtet worden. Unter anderem gehörte hierzu auch ein personeller Ausbau der Qualitätssicherung durch entsprechendes Fachpersonal. Die Qualität der Rohstoffe ist für die weitergehende Verarbeitung von entscheidender Bedeutung. Dies gilt auch für die Lagerbedingungen der Materialien, die unter Einhaltung besonderer Hygienevorschriften im neuen Rohstofflager gewährleistet sind.

Hierbei hat sich erneut die enge und gute Zusammenarbeit mit den entsprechenden Zulieferern als vorteilhaft erwiesen. Dieses Netzwerk ermöglicht MERCATURA auch in der Neuentwicklung von Produkten zügige Realisierungsprozesse.

#### **Forschung und Entwicklung (F&E)**

Bei unseren Forschungs- und Entwicklungsarbeiten konzentrierten wir uns in 2007 auf den Relaunch der Pflegemarke Lipogen. Hierbei wurde die gesamte Produktpalette überarbeitet und die Marke völlig neu aufgestellt. Ein weiterer Schwerpunkt unserer F&E-Tätigkeiten betraf die Erweiterung des Produktportfolios der Marke Wunderkind um die Herrenlinie Max\_Force. Damit reagiert die MERCATURA auf die konstant wachsenden Umsätze im Bereich der Herrenkosmetik.

MERCATURA konnte hierbei auf ihr langjährig bestehendes Know-how in der Entwicklung pflegender Kosmetika setzen. Des Weiteren ist es uns im Rahmen unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit erneut gelungen Trendentwicklungen, wie „Eyelights im Backverfahren“ vorwegzunehmen. Entstanden sind hierbei wieder innovative Produkte der pflegenden und dekorativen Kosmetik, die gezielt die natürliche Schönheit der Frau und des Mannes hervorheben.

### **Mitarbeiterentwicklung**

Im Jahr nach der Übernahme der Krause-Gruppe kam der Entwicklung einer Informationskultur und einer gemeinsamen Arbeitskultur eine besondere Bedeutung zu. Wir hatten daher eine Reihe von Arbeitsprozessen aufgesetzt, welche wir im Verlaufe des Jahres 2007 abschließen konnten, um die Zusammenführung beider Organisationen wirkungsvoll zu unterstützen. Die Erweiterung der Produktions- und Logistikkapazitäten nach modernstem Standard in der Zentrale in Achim brachte auch Verbesserungen im Arbeits- und Gesundheitsschutz mit sich. Dabei ist es uns ein großes Anliegen, das Arbeitsumfeld unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so optimal wie möglich zu gestalten.

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Rahmen der fortgesetzten Integrationsmaßnahmen der übernommenen Krause-Gruppe im Geschäftsjahr 2007 verringert. In der Jahresdurchschnittsbetrachtung beschäftigte die MERCATURA Gruppe im Berichtsjahr 85,5 Mitarbeiter in 2007. Hier wird ein Rückgang in 2008 erwartet, da es auch in diesem Bereich in 2007 noch an einigen Stellen zu doppelter Belastung gekommen ist. Der im Sommer 2006 begonnene Prozess der Integration konnte im Geschäftsjahr 2007 abgeschlossen werden und erforderte Anpassungsmaßnahmen beim Personal. Der Stellenabbau betraf überwiegend die zentralen Verwaltungs-, Produktions- und Lager-/ Logistikkbereiche in München und in Achim.

### **Dank an die Mitarbeiter**

Mit Stolz können wir behaupten, wir haben Meilensteine gemeistert und befinden uns auf einem profitablen Wachstumskurs. Ohne die engagierte Arbeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wäre dieser Erfolg nicht möglich gewesen. Wir möchten allen MERCATURA Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an dieser Stelle persönlich danken und sie bitten, auch im Jahr 2008 mit ihrer Tatkraft, ihrem Einsatz und ihrem Engagement dazu beizutragen, dass MERCATURA diesen erfolgreichen Kurs fortschreibt.

## 5. Risikobericht

Im Zuge unserer geschäftlichen Aktivitäten sind wir einer Reihe von Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit unserem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Ein entscheidender Bestandteil einer erfolgreichen Unternehmensführung ist daher ein Risikomanagement, das alle wesentlichen Risiken im Unternehmensumfeld erkennt, erfasst und bewertet. Die MERCATURA AG hat ein Risikomanagement-System implementiert, das Planungs-, Controlling- und Berichterstattungssysteme beinhaltet. Diese Systeme tragen dazu bei, bestehende Chancen zu erkennen und zu nutzen.

Nachfolgend werden die wesentlichen Risiken benannt:

### **EXTERNE RISIKEN**

Wie für alle Unternehmen stellen potenzielle Umbrüche im politischen, rechtlichen und gesellschaftlichen Umfeld oder Terrorhandlungen sowie Naturkatastrophen ein grundsätzliches Risiko und damit eine theoretische Gefahr für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens dar.

### **INTERNE RISIKEN**

#### **Geschäftsrisiken – Risiken aus den Rahmenbedingungen/ Branchenrisiken**

Die Übernahme der Münchner Krause Gruppe sowie die anschließende Integration in die MERCATURA Gruppe führten zu einer weiteren Ausdehnung des Produktportfolios mit weiteren Kernmarken. Dementsprechend – und grundlegend durch anderweitige Portfolioergänzungen mittels Distributionsverträgen mit anderen Kosmetikproduzenten – hat sich das Risiko des Wegfalls einzelner Markenvertriebsrechte erhöht.

Mit der Marke Academie befindet sich die MERCATURA derzeit in einer rechtlichen Auseinandersetzung, welche bereits in erster Instanz der Sichtweise der MERCATURA entspricht. Die Vertriebsrechte sind vertraglich bis zum 31.12.2010 vereinbart.

Grundlegend sieht sich MERCATURA als Kosmetikunternehmen zudem dem Risiko ausgesetzt, dass die Produktentwicklungen vom Markt nur unzureichend oder auch verzögert aufgenommen werden.

Ständige Beobachtung der Märkte sowie die Präsenz auf Messen ermöglichen das Erkennen und Aufspüren von Strömungen, die dann als Grundlage für die Weiterentwicklung der Produktlinien dienen.

Große Chancen eröffnen vor allem die Cross-Selling-Effekte. So kann einem verbreiteten Kundenstamm ein rundes und kompletteres Sortiment angeboten werden. Hieraus ergibt sich die Chance, Kunden mehr an das Unternehmen zu binden und den Umsatz je Kunden zu erhöhen.

#### **Beschaffungs-, Produktions-, Logistik- und Vertriebsrisiken**

Im Produktions- und Beschaffungsbereich verfolgt MERCATURA zur Vermeidung von Risiken konsequent das Zentralisierungsprinzip. Zentral vom Standort Achim aus werden diese Bereiche, als auch die Logistik und der Vertrieb, überwacht und gesteuert. Darüber hinaus unterliegt die Produktion einer einheitlichen Qualitätskontrolle. Im Vertrieb wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet.

#### **Produkt- und Umweltschutzrisiken**

Produkt- und Umweltschutzrisiken vermindert die MERCATURA durch Maßnahmen zur Qualitätssicherung und zum Umweltschutz. Die gleichmäßig hohe Qualität der Produkte wird durch umfangreiche Kontrollmechanismen zur Qualitätskontrolle sichergestellt; bei Abweichungen ist eine schnelle Korrektur möglich

#### **Lieferantenrisiken**

Bei der Beschaffung von Komponenten, Vorprodukten und Dienstleistungen ist die MERCATURA auf Fremdanbieter angewiesen. Obwohl eng mit den Lieferanten zusammengearbeitet wird, um den Qualitätsstandard und die Liefertreue zu gewährleisten, kann nicht garantiert werden, dass die MERCATURA in Zukunft nicht in Versorgungsschwierigkeiten geraten könnte oder dass Qualitätsprobleme auftreten können. Unerwartete Preissteigerungen von Komponenten aufgrund von Marktengpässen oder aus anderen Gründen können sich ebenfalls auf das Geschäft auswirken.

### **Risiken in Vorräten und Forderungen**

Da die Vorräte und Forderungen einen zentralen Bestandteil der regelmäßigen Überwachung durch das Management bilden, können wesentliche Abweichungen schnell erkannt und notwendige Gegenmaßnahmen unverzüglich eingeleitet werden. Die Ursache für die dem Umsatz entsprechend hohe Bevorratung liegt in den Pflichtabnahmemengen beim Kauf von Behältnissen und Verpackungen. Da die MERCATURA selbst produziert, müssen Behältnisse und Verpackungen entsprechend bevorratet werden. Dieses Risiko wird sich mit einer Erhöhung des Umsatzes relativieren, da für die geplanten Umsatzausweitungen kaum Mehrbevorratungen nötig sind.

Das Vorratsmanagement unterliegt dabei einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess und wird ständig optimiert.

### **Markenschutz**

Für ein Unternehmen mit Markenprodukten ist eine dauerhaft erfolgreiche Entwicklung mit dem Image der Marken verbunden. Neben nachhaltigen Investitionen in die Marken, insbesondere durch ein ausgedehntes Marketing, wird auf den Schutz der Markenidentität besonderes Augenmerk gerichtet. Dies geschieht vor allen Dingen durch den Erhalt von Schutzrechten für einzelne Warengruppen.

### **Rechtliche Risiken, Haftungsrisiken und Versicherungen**

Haftungsrisiken und Schadensfälle werden durch ein umfangreiches und wirksames Versicherungspaket auf ein Minimum reduziert. Dieses bildet grundsätzlich einen wesentlichen Bestandteil des Risikomanagements, durch das Risiken wie Betriebsunterbrechungen, Verlust von Waren und Anlagen sowie Schadenersatzansprüche zentral abgesichert werden.

### **Risiken aus Akquisitionen**

Der Erwerb neuer Gesellschaften sowie deren Integration in den Konzernverbund sind stets mit Risiken verbunden. Diesen versucht die MERCATURA durch umfangreiche Prüfungen im Vorfeld sowie durch Maßnahmen, die den Prozess der Akquisition unterstützen, Rechnung zu tragen.

### **Finanzwirtschaftliche Risiken**

Die finanzwirtschaftlichen Risiken der MERCATURA werden durch das interne Controlling kontinuierlich überwacht. Die sich aus den Soll-/ Ist-Abgleichen ergebenden Abweichungen werden analysiert, damit die Geschäftsführung mit entsprechenden Maßnahmen gegebenenfalls rechtzeitig gegensteuern kann. Derzeit werden diese Abweichungsanalysen in einem monatlichen Prozess durchgeführt. Dieser Zeitrahmen wäre bei Bedarf verkürzbar.

Ausfallrisiken bei Debitoren ergeben sich aus der Gefahr der Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse von Kontrahenten mit der Folge eines teilweisen oder vollständigen Ausfalls vertraglich vereinbarter Zahlungen. Ausfallrisiken existieren bei allen Finanzinstrumenten; wesentlich hierbei für MERCATURA sind vor allem die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der Finanzmittelfonds.

Einen wesentlichen Anteil der ausstehenden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen trägt die MERCATURA Syria Ltd., Syrien. Hier schätzt MERCATURA das Risiko eines Ausfalls als sehr gering ein, da hinter dem Unternehmen MERCATURA Syria Ltd. ein renommiertes und finanzkräftiges Unternehmen der syrischen Pharmaindustrie steht. Zudem sind wesentliche Investitionen im zweistelligen Millionenbetrag seitens des Investors bereits geflossen. Gegenüber weiteren einzelnen Vertragsparteien sieht sich MERCATURA jedoch keinen nennenswerten Ausfallrisiken ausgesetzt.

Das Liquiditätsrisiko stellt das Risiko dar, dass das Unternehmen nicht genügend Finanzierungsmittel zur Verfügung hat oder beschaffen kann, um seinen Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachzukommen. Das Liquiditätsrisiko wird bei MERCATURA durch ein ständiges Reporting und einer rollierenden Cash Flow Planung auf 12 Monate im Voraus gesteuert. Bei Unterstellung der sicheren Verfügbarkeit der Konzernfinanzierung muss dafür gesorgt werden, dass negative Beeinflussungen und Planabweichungen nicht zur Überschreitung des zur Verfügung stehenden Dispositionsrahmens führen. Eine Optimierung des erforderlichen Liquiditätsbedarfs bei unterjährigen Finanzierungsspitzen kann durch die konsequente Umsetzung des verbesserten Liquiditätsplanungssystem erreicht werden.

Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung wurde das Risikomanagement-System der MERCATURA geprüft und seine Angemessenheit und Funktionsfähigkeit bestätigt.

## 6. Prognosebericht - Ausblick

**Konjunktur und Konsum 2008 und 2009:** Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) erwartet für 2008 und 2009 eine positive Wirtschaftsentwicklung. Dabei soll das Wachstum schwächer sein als im Jahr 2007, trotzdem soll die wirtschaftliche Gesamtsituation so günstig wie lange nicht mehr bleiben. Für 2008 wird derzeit für Deutschland ein Wirtschaftswachstum von 2,1 % prognostiziert.

Dabei wird erwartet, dass die positive Konjunktorentwicklung vom privaten Konsum angekurbelt wird. Der private Konsum soll in 2008 und in 2009 von einer höheren Beschäftigung profitieren. Zusätzlich können sich die Arbeitnehmer seit Jahren erstmals wieder über Reallohnsteigerungen freuen.

Auch die Einschätzung des Branchenverbandes der Kosmetikindustrie VKE für die Entwicklung seiner Mitgliedsunternehmen - rund 50 führende Unternehmen für mittel- und hochpreisige Kosmetik - ist von Zuversicht geprägt. Der Kosmetikverband erwartet für seine Mitglieder ein Umsatzplus von rund 2 %.

### **Strategie der MERCATURA Gruppe**

Wir sind davon überzeugt, dass MERCATURA als ein Kosmetikunternehmen mit gut positionierten und bekannten Marken sowie hoher Innovationskraft hervorragend aufgestellt ist und betrachten die Fokussierung auf Marken mit Qualitätsversprechen als wesentlichen Wettbewerbsvorteil. Wir wollen deshalb auch weiterhin mit großem Nachdruck die sich aus dieser Positionierung eröffnenden Marktchancen nutzen und ausbauen. Zur Sicherung des Unternehmenserfolgs wird die MERCATURA Gruppe auch in den kommenden Jahren gezielte Investitionen tätigen. Hierzu gehören sowohl die Entwicklung neuer Produkte als auch die Investition in neue Absatzfelder durch weitere sinnvolle, das Portfolio abrundende, Akquisitionen.

## **Chancen, Ziele und Aussage zur voraussichtlichen Entwicklung:**

### **Ausblick MERCATURA Gruppe**

Unser Ausblick bezieht sich auf die Aktivitäten des bestehenden Geschäfts; eventuelle Zu- oder Verkäufe von Konzerngesellschaften oder sonstige Veränderungen des Kreises der Umsatzträger sind nicht berücksichtigt.

Die MERCATURA Gruppe geht für die Geschäftsjahre 2008 und 2009 davon aus, weiter organisch und durch Optimierung des Produktportfolios zu wachsen. Das Unternehmen strebt dabei an, in den einzelnen Bereichen mittels einer Verbesserung von Verschlinkung und Prozessen sowie der weiteren Nutzung von Synergien im Konzern eine überproportionale Steigerung des Ergebnisses zu erzielen.

In das Geschäftsjahr 2008 ist die MERCATURA Gruppe erneut gut gestartet. Wir erwarten erneut ein erfolgreiches Geschäftsjahr für MERCATURA: Dabei sollen Umsatz und Ertrag leicht über den Werten des Jahres 2007 liegen. Wachstumsimpulse sind vom Export und zunehmend von weiteren Akquisitionen zu erwarten.

### **Zukunftsgerichtete Aussagen und Prognosen**

Der vorliegende Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf gegenwärtigen Erwartungen und Prognosen gemäß den aktuellen Informationen basieren. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Ungewissheiten und können daher von der tatsächlichen Entwicklung abweichen. Die MERCATURA Cosmetics BioTech AG hat keine Verpflichtung, die gemachten zukunftsgerichteten Aussagen anzupassen.

## 7. Nachtragsbericht

### Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag

Der Kosmetikproduzent Academie hat MERCATURA im Januar 2008 darüber informiert, dass beabsichtigt wird, die Vertriebsrechte für Deutschland, anderweitig zu vergeben. Trotzdem ein Markenportfolio stetig Änderungen unterworfen ist, ist MERCATURA derzeit bestrebt, alle Möglichkeiten auszuloten und in Angriff zu nehmen, die Geschäftsbeziehungen zu verbessern.

Weitere Ereignisse, die für MERCATURA von wesentlicher Bedeutung sind und zu einer veränderten Beurteilung der Unternehmenssituation führen könnten, sind nach Ablauf des Berichtsjahres nicht eingetreten.

## 8. Erklärung des Vorstands nach § 315 HGB

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht 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.

Achim, im Juni 2008

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

Der Vorstand



Dr. C.-Julius Heuberger  
Vorsitzender des Vorstands



Dr. Joachim Henseler  
Vorstand



Erfolgreiche Führung der Markenlinie Lipogen in 2007

<u>Bilanz</u>	26
<u>Gewinn- und Verlustrechnung</u>	28
<u>Konzernanhang</u>	29
<u>Bestätigungsvermerk</u>	35
<u>Anlagespiegel</u>	36

## BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2007

### MERCATURA GRUPPE

AKTIVA in EUR	2007	2006
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>		
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>		
Konzession, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	970.534	1.003.301
Firmenwert	4.207.338	4.207.338
Geleistete Anzahlungen	57.382	11.474
	<b>5.235.254</b>	<b>5.222.113</b>
<b>II. Sachanlagen</b>		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	345.633	527.117
Mietereinbauten	73.283	81.425
	<b>418.916</b>	<b>608.543</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>		
Anteile an verbundenen Unternehmen	0	0
Rückdeckungsansprüche aus Lebensversicherung	171.655	160.595
Wertpapiere des Anlagevermögens	39.554	38.728
Genossenschaftsanteile	1.550	1.550
	<b>212.759</b>	<b>200.873</b>
<b>Anlagevermögen gesamt</b>	<b>5.866.929</b>	<b>6.031.529</b>
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>		
<b>I. Vorräte</b>		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0	1.928
Fertige Erzeugnisse, Waren, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	3.913.485	4.181.522
Geleistete Anzahlungen	0	78.308
	<b>3.913.485</b>	<b>4.261.758</b>
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.481.507	2.350.239
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	2.075.185	723.756
	<b>5.556.693</b>	<b>3.073.995</b>
<b>III. Wertpapiere</b>		
Eigene Anteile	4.540	4.540
<b>IV. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks</b>		
	17.171	395.412
<b>Umlaufvermögen gesamt</b>	<b>9.491.889</b>	<b>7.735.705</b>
<b>C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	55.521	81.790
<b>AKTIVA GESAMT</b>	<b>15.414.339</b>	<b>13.849.024</b>

<b>PASSIVA</b> in EUR	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>A. EIGENKAPITAL</b>		
I. Gezeichnetes Kapital	6.200.000	6.200.000
II. Kapitalrücklage	6.545.390	6.545.390
III. Gewinnrücklagen	4.540	4.540
IV. Bilanzverlust	-4.481.137	-4.935.197
<b>Eigenkapital gesamt</b>	<b>8.268.792</b>	<b>7.814.733</b>
<b>B. ZUR EIGENKAPITALERHÖHUNG VERWENDETE MITTEL</b>	<b>300.000</b>	<b>0</b>
<b>C. RÜCKSTELLUNGEN</b>		
Steuerrückstellungen	0	0
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche		
Verpflichtungen	266.017	247.034
Sonstige Rückstellungen	258.780	357.693
<b>Rückstellungen gesamt</b>	<b>524.797</b>	<b>604.727</b>
<b>D. VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4.569.531	2.430.597
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	666.174	1.089.531
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten	1.085.045	1.909.436
<b>Verbindlichkeiten gesamt</b>	<b>6.320.749</b>	<b>5.429.564</b>
<b>E. PASSIVE RECHNUNGSABGRENZUNG</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>PASSIVA GESAMT</b>	<b>15.414.339</b>	<b>13.849.024</b>

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2007

### MERCATURA Cosmetics BioTech AG

in EUR	2007	2006
Umsatzerlöse	13.464.191	12.861.338
Bestandsveränderungen	204.992	401.805
Sonstige betriebliche Erträge	242.376	198.864
	<b>13.911.560</b>	<b>13.462.008</b>
<b>Materialaufwand</b>		
Aufwendungen für bezogene Leistungen	4.860.132	5.236.349
	<b>9.051.427</b>	<b>8.225.658</b>
<b>Personalaufwand</b>		
Löhne und Gehälter	3.162.899	3.379.003
Soziale Abgaben	475.620	577.446
	<b>3.638.519</b>	<b>3.956.448</b>
Abschreibungen auf immaterielle Vermögens-		
gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	442.834	427.147
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.138.838	4.371.997
Erträge aus Beteiligungen	0	801.431
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	0	
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	20.915	12.733
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	397.606	169.035
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>454.545</b>	<b>115.194</b>
Außerordentliche Erträge	0	0
Außerordentliche Aufwendungen	0	0
Kapitalbeschaffungskosten	0	203.265
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	445	224
Sonstige Steuern	41	3.954
Ausschüttung	0	0
Auf Grund eines Ergebnisabführungsvertrages		
abgeführter Gewinn	0	0
<b>Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag</b>	<b>454.059</b>	<b>-92.248</b>
Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-4.935.197	-4.842.949
<b>Bilanzverlust</b>	<b>-4.481.137</b>	<b>-4.935.197</b>

## ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2007 MERCATURA Gruppe

### 1. Allgemeine Hinweise

Der vorliegende Konzernabschluss wurde gemäß §§ 290 ff. HGB, sowie nach den Vorschriften des AktG aufgestellt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

#### **Konsolidierungskreis und Stichtag**

In den Konzernabschluss sind neben dem Mutterunternehmen alle Tochterunternehmen einbezogen.

Tochterunternehmen der MERCATURA Cosmetics BioTech AG werden nach den Grundsätzen der Vollkonsolidierung einbezogen.

Gegenüber dem Vorjahr ergaben sich folgende Veränderungen des Konsolidierungskreises:

Insgesamt werden vier Gesellschaften in den Konzernabschluss nach den Grundsätzen der Vollkonsolidierung einbezogen. Es handelt sich um folgende Gesellschaften

- MERCATURA Cosmetics BioTech AG
- MERCATURA Holding GmbH
- Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH
- Sternmark Cosmetic GmbH

#### **Konsolidierungsgrundsätze**

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Neubewertungsmethode (§ 301 Abs.1 Satz 2 Nr. 2 HGB) durch Verrechnung der Buchwerte der Anteile mit dem auf den Konzern entfallenden Eigenkapital der einbezogenen Tochterunternehmen zum Zeitpunkt des Erwerbs der Anteile.

Ein verbleibender Unterschiedsbetrag wird gem. § 301 Abs. 3 HGB, wenn er auf der Aktivseite entsteht, als Firmenwert und, wenn er auf der Passivseite entsteht, als Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung ausgewiesen.

Forderungen, Rückstellungen, Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wurden gegeneinander aufgerechnet.

Gewinne und Verluste aus den konzerninternen Lieferungs- und Leistungsbeziehungen wurden ebenso eliminiert wie Beteiligungserträge aus einbezogenen Unternehmen.

Konzerninterne Umsatzerlöse und Erträge wurden mit den auf sie entfallenden Aufwendungen verrechnet, soweit sie nicht in andere aktivierte Eigenleistungen oder Bestandsveränderungen umzugliedern waren.

## 2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Abschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt.

Entgeltlich erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** werden zu Anschaffungskosten aktiviert und entsprechend ihrer Nutzungsdauer planmäßig abgeschrieben.

Auf Grund der Kapitalkonsolidierung wurde im Geschäftsjahr ein Firmenwert in Höhe von EUR 4.207.337,62 ausgewiesen.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige, lineare Abschreibungen angesetzt. Die geringwertigen Wirtschaftsgüter werden grundsätzlich im Zugangsjahr voll abgeschrieben.

Die **Finanzanlagen** werden mit den Anschaffungskosten angesetzt.

Die Bewertung der fertigen Erzeugnisse und Waren, sowie der **Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe** erfolgt grundsätzlich zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten unter Beachtung des strengen Niederstwertprinzips.

Die **Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände** sind zum Nennwert angesetzt. Erkennbare Einzelrisiken wurden durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Ausfall- und Kreditrisiko wurde durch eine Pauschalwertberichtigung in Höhe von 1 % auf die Forderungen ausreichend Rechnung getragen.

**Rückstellungen für Pensionen** werden im Inland auf Grund versicherungsmathematischer Gutachten mit dem Teilwert gemäß § 6a EStG bilanziert. Bei der Berechnung des Teilwertes der Pensionsverpflichtung wurde ein Zinssatz von 6 % angewendet.

Die **Sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen sowie drohende Verluste aus schwebenden Geschäften.

**Verbindlichkeiten** sind mit ihrem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

### 3. Erläuterungen zur Bilanz

#### **Anlagevermögen**

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagespiegel (Anlage zum Anhang) dargestellt.

#### **Verminderung des Bestandes an fertigen Erzeugnissen, Waren, Roh- Hilfs- und Betriebsstoffen**

Die Bestandsverminderungen resultieren im Wesentlichen aus dem Verkauf von fertigen Erzeugnissen.

#### **Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**

Die sonstigen Vermögensgegenstände bestehen im Wesentlichen aus dem Saldo des Kontos Geldtransit (Zahlungen „unterwegs“ TEUR 1.168).

#### **Eigenkapital**

Das gezeichnete Kapital setzt sich aus auf den Inhaber lautende Stammaktion von 6.200.000 Stück à EUR 1,00 = EUR 6.200.000,00 (Aktiengattung) zusammen.

Das Konzernjahresergebnis ist in der Konzerngewinn- und -verlustrechnung dargestellt.

#### **Sonstige Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen für sonstige Verpflichtungen im Personalbereich (TEUR 61), sowie für ausstehende Rechnungen und Leistungen (TEUR 198) gebildet.

## Verbindlichkeiten

Zur Verbesserung der Klarheit und Übersichtlichkeit wurden die Angaben im Zusammenhang mit den Verbindlichkeiten in einem Verbindlichkeitspiegel zusammengefasst dargestellt:

in TEUR	Stand 12/31/2007	bis zu 1 Jahr	Restlaufzeit zw. 1 und 5 Jahren	mehr als 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber				
Kreditinstituten	<b>4570</b>	<b>2195</b>	<b>2375</b>	<b>0</b>
	(2431)	(556)	(1875)	(0)
Verbindlichkeiten aus Liefer-				
ungen und Leistungen	<b>666</b>	<b>666</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	(1089)	(1089)	(0)	(0)
sonstige Verbindlichkeiten	<b>1085</b>	<b>546</b>	<b>539</b>	<b>0</b>
	(1909)	(1615)	(294)	(0)
davon aus Steuern	<b>343</b>			
	(435)			
davon im Rahmen der				
sozialen Sicherheit	<b>0</b>			
	(49)			
<b>GESAMT</b>	<b>6321</b>	<b>3407</b>	<b>2914</b>	<b>0</b>
	(5429)	(2.027)	(2169)	(0)

## Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum 31. Dezember 2007 bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Lizenzverträgen (Laufzeit bis zum 31. Dezember 2008), aus dem Mietvertrag für das Grundstück in Achim, Bremer Str. 70, (Laufzeit bis zum 31. Dezember 2022) sowie aus Leasingverträgen in Höhe von insgesamt TEUR 4.096.

#### 4. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Nach Marken gliedern sich die Umsatzerlöse wie folgt:

	<b>2007</b>
	<b>TEUR</b>
Pflegende Kosmetik	7.153.788
Dekorative Kosmetik	2.256.523
Haarpflege	1.962.683
Sonstige	2.510.981
	<b>13.883.975</b>
abzgl. Skonto, Bonus, Delcredere	419.784
	<b>13.464.191</b>

#### Sonstige betriebliche Erträge

Die Position enthält im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 58), verrechnete Sachbezüge (TEUR 52), Erträge aus der Herabsetzung der Wertberichtigungen auf Forderungen (TEUR 22), Erträge aus Kontenbereinigungen (TEUR 40), sowie aus Versicherungserstattungen (TEUR 11).

#### Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Position enthält Betriebs- (TEUR 838), Vertriebs- (TEUR 2.385) und Verwaltungsaufwendungen (TEUR 648) sowie übrige Aufwendungen (TEUR 268).

## 5. Sonstige Angaben

### Gesamtbezüge des Aufsichtsrats

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats, die im laufenden Kalenderjahr 2007 vergütet wurden, betragen EUR 15.000,00.

### Mitarbeiter

Durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Mitarbeiter:

Gewerbliche Arbeitnehmer	29
Angestellte	56,5
<b>Insgesamt</b>	<b>85,5</b>

### Verzeichnis der Mitglieder der Organe

#### Aufsichtsrat

- Theo Prümm, St. Gallen, Schweiz (Vorsitzender)
- Jens-Torsten Bausch, Bremen (Stellvertretender Vorsitzender),
- Günter Klein, Bremen (seit 12.07.2007)
- Jürgen Käding, Bremen (bis 12.07.2007)

#### Vorstand

- Dr. Carl-Julius Heuberger, Bremen (Vorsitzender)
- Dr. Joachim Henseler, Lilienthal, (Kaufmännischer Vorstand)

Achim, den 14. Mai 2008

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

Der Vorstand



Dr. C.-Julius Heuberger  
Vorsitzender des Vorstands



Dr. Joachim Henseler  
Vorstand

## BESTÄTIGUNGSVERMERK des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Mercatura Cosmetics BioTech AG, Achim, aufgestellten Konzernabschluss für das Geschäftsjahr vom 01. Januar 2007 bis 31. Dezember 2007 geprüft. Die Aufstellung des Konzernabschlusses nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Aufgaben im Konzernabschluss überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bremen, den 18. Juni 2008

Seewald  
Wirtschaftsprüfer

## MERCATURA Cosmetics BioTech AG Anlagespiegel

Kto-Nr.	Bezeichnung	AK 01.01.2007	Zugänge	Abgänge	Umbuchg.
<b>I. IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>					
	1. Warenzeichen, Nutzungsrechte, Lizenzen	1.919.870	30.000	344.890	0
	2. Software	101.579	73.915	988	204.414
	3. Firmenwert	4.207.338			
	4. Geleistete Anzahlungen	11.474	57.382	0	-11.474
	<b>Immaterielle VG Gesamt</b>	<b>6.240.261</b>	<b>161.297</b>	<b>345.878</b>	<b>192.940</b>
<b>II. SACHANLAGEN</b>					
<b>Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung</b>					
	1. Fuhrpark	141.126	0	141.126	0
	2. Lagereinrichtung	5.257	38.163	2.783	0
	3. Lagerausstattung	267.345	18.734	4.502	0
	4. Büroeinrichtung	187.279	3.594	54.674	-60.580
	5. EDV-Hardware	66.346	450	27.722	0
	6. Messe- / Marketingausstattung	65.812	5.104	4.287	0
	7. Geringwertige Wirtschaftsgüter	2	10.733	10.733	0
	Umgliederung / Umbuchung historische AK und Abschreibungen aufgrund des Systemwechsels	0	0	0	422.391
		733.167	76.779	245.827	361.811
	<b>Mietereinbauten</b>				
	Mietereinbauten	81.425	0	0	0
	<b>Sachanlagen Gesamt</b>	<b>814.592</b>	<b>76.779</b>	<b>245.827</b>	<b>361.811</b>
<b>III. FINANZANLAGEN</b>					
	Rückdeckungsansprüche aus LV	160.595	11.060	0	0
	Wertpapiere des Anlagevermögens	38.728	826	0	0
	Genossenschaftsanteile	1.550	0	0	0
	<b>Finanzanlagen Gesamt</b>	<b>200.873</b>	<b>11.886</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Anlagevermögen insgesamt</b>	<b>7.255.727</b>	<b>249.963</b>	<b>591.705</b>	<b>554.751</b>

AK	Abschreib.	Zugänge	Abgänge	Umbuchg.	Abschreib.	Buchwert	Buchwert
31.12.2007	01.01.2007				31.12.2007	31.12.2007	31.12.2006
1.604.981	963.078	255.369	0	344.890	873.558	731.423	956.792
378.920	55.070	85.727	988	0	139.809	239.111	46.509
4.207.338					0	4.207.338	4.207.338
57.382	0	0	0	0	0	57.382	11.474
<b>6.248.621</b>	<b>1.018.149</b>	<b>341.096</b>	<b>988</b>	<b>344.890</b>	<b>1.013.367</b>	<b>5.235.254</b>	<b>5.222.113</b>
0	58.811	4.623	63.434	0	0	0	82.315
40.638	2.110	3.257	2.783	0	2.585	38.053	3.147
281.577	55.724	35.867	4.500	0	87.091	194.486	211.621
75.619	50.320	12.771	31.642	0	31.449	44.170	136.959
39.074	33.000	16.607	27.722	0	21.885	17.189	33.346
66.629	6.085	9.736	925	0	14.896	51.733	59.727
2	0	10.733	10.733	0	0	2	2
422.391	0	0	0	422.391	422.391	0	0
925.929	206.049	93.595	141.739	422.391	580.296	345.633	527.117
81.425	0	8.142	0	0	8.142	73.283	81.425
<b>1.007.355</b>	<b>206.049</b>	<b>101.738</b>	<b>141.739</b>	<b>422.391</b>	<b>588.439</b>	<b>418.916</b>	<b>608.543</b>
171.655	0	0	0	0	0	171.655	160.595
39.554	0	0	0	0	0	39.554	38.728
1.550	0	0	0	0	0	1.550	1.550
<b>212.759</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>212.759</b>	<b>200.873</b>
<b>7.468.735</b>	<b>1.224.198</b>	<b>442.834</b>	<b>142.727</b>	<b>767.280</b>	<b>1.601.806</b>	<b>5.866.929</b>	<b>6.031.529</b>

## FINANZKALENDER für das Jahr 2008

**Ordentliche Hauptversammlung**  
in Achim/ Bremen

20. August 2008

**Herausgeber:**  
MERCATURA Cosmetics BioTech AG  
Bremer Straße 70  
D-28832 Achim/ Bremen  
Telefon: 04202 529-0  
Telefax: 04202 529-91  
E-Mail: [info@mercatura.de](mailto:info@mercatura.de)

LIPOGEN

STAGECOLOR  
COSMETICS

WUNDERKIND  
THE ART OF BEAUTY BY WOLFGANG JOOP

DR. HEUBERGER'S



STERNMARK

GREENPART

 PARIS académie  
scientifique de beauté

LEMONOIL®

RefectoCil®

HYDRACOLOR

X-EPIL®

PLANTER'S

MERCATURA Cosmetics BioTech AG  
Bremer Straße 70  
D-28832 Achim/ Bremen  
Telefon: 04202 529-0  
Telefax: 04202 529-91  
E-Mail: [info@mercatura.de](mailto:info@mercatura.de)

**MERCATURA**  
COSMETICS BIOTECH AG