



Geschäftsbericht 2006

MERCATURA
COSMETICS BIOTECH AG

ÜBERBLICK

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

Gewinn und Verlustrechnung in EUR	2006	2005
Umsatzerlöse	5.310.381	4.320.596
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	89.893	-1.459.610
Jahresfehlbetrag	-113.372	-1.681.437
Bilanzverlust	-4.956.321	-4.842.948

Bilanz in EUR	31.12.2006	31.12.2005
Anlagevermögen, gesamt	1.589.341	2.232.757
Umlaufvermögen, gesamt	8.044.950	5.844.355
Rechnungsabgrenzungsposten	8.601	17.815
Liquide Mittel	216.645	1.106
Eigenkapital	7.793.609	4.625.357
Rückstellungen	446.497	358.558
Verbindlichkeiten	1.619.432	2.752.120
Bilanzsumme	9.859.538	8.096.034

INHALTSVERZEICHNIS

Übersicht	2
Bericht des Aufsichtsrats	4
Lagebericht	6
Wirtschaftliches Umfeld – Konjunktur- und Branchenentwicklung	6
Geschäftstätigkeit, rechtliche Struktur, Organisation, Leitung und Kontrolle	7
Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf	11
Prognosebericht – Ausblick	18
Jahresabschluss	20
Bilanz zum 31.12.2006	20
Gewinn- und Verlustrechnung	22
Anhang	23
Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss	23
Angaben zu Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	23
Angaben zur Bilanz	24
Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung	27
Sonstige Angaben	28
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	30
Untestierter Konzernabschluss	31
Bilanz zum 31.12.2006	32
Gewinn- und Verlustrechnung	34
Finanzkalender	35

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

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 2006 drei ordentliche Sitzungen, sowie eine ausserordentliche Sitzung des Aufsichtsrats statt. Daneben wurde auch das schriftliche Umlaufverfahren angewandt.

Neben den Beratungen des Gremiums informierte der Vorstand den Aufsichtsratsvorsitzenden regelmäßig durch schriftliche und mündliche Berichte über die wesentlichen Entwicklungen der Gesellschaft. Besondere Aufmerksamkeit hat der Aufsichtsrat den seit Börseneinführung erfolgreich durchgeführten Kapitalerhöhungen gewidmet. 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 2006 folgende Änderung ergeben: Das Vorstandsmitglied Andreas Peter Michaelis ist aus dem Vorstand ausgeschieden. Aufgrund des in der ordentlichen Hauptversammlung vom 18. August 2006 gefassten Beschlusses hat der Aufsichtsrat die Wirtschafts- und Steuerberatungsgesellschaft Jungmann, Fricke und Seewald mit der Prüfung des Jahresabschlusses der MERCATURA Cosmetics BioTech AG für das Geschäftsjahr 2006 beauftragt. Jahresabschluss und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2006 der MERCATURA Cosmetics BioTech AG wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Jungmann, Fricke und Seewald mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

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 Prüfungsberichte sind allen Mitgliedern des Aufsichtsrates fristgemäß ausgehändigt und in der Aufsichtsratsitzung vom 25.Mai 2007 eingehend besprochen worden. Sämtliche Fragen des Aufsichtsrats wurden umfassend beantwortet. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss zum 31.12.2006 sowie den Lagebericht seinerseits geprüft und in der Sitzung vom 25.Mai 2006 gebilligt.

Der Jahresabschluss der MERCATURA Cosmetics BioTech AG ist damit festgestellt.

Der Aufsichtsrat bedankt sich beim Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der MERCATURA Cosmetics BioTech AG für den persönlichen Einsatz und ihre erbrachte Leistung im Geschäftsjahr 2006.

Achim, den 29.Mai 2007

Der Aufsichtsrat

The image shows a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be 'T. Prümm'. It consists of two main parts: a tall, narrow vertical stroke on the left and a more complex, horizontal stroke on the right that ends in a small hook.

Theodor Prümm
Vorsitzender des Aufsichtsrats

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2006

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

1. Wirtschaftliches Umfeld - Konjunktur- und Branchenentwicklung

Die Wirtschaft des Euroraums konnte einen deutlichen Aufschwung verzeichnen. Die Kräftigung des wirtschaftlichen Wachstums gründete vor allem auf der Erholung in Deutschland, Frankreich und Italien. Die deutsche Wirtschaft erreichte dabei im Jahr 2006 mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 2,7 % das stärkste Wachstum seit dem Boomjahr 2000. Neben der nach wie vor hohen Auslandsnachfrage kam in 2006 auch die Binnenkonjunktur in Schwung. Die Inlandsnachfrage leistete, im Gegensatz zum Vorjahr, einen wesentlichen Beitrag zu dem Wirtschaftswachstum. Zu den Triebkräften der Binnennachfrage gehörten vor allem höhere Ausrüstungs- und Bauinvestitionen. Aber auch der private Konsum legte leicht zu, wobei eine Belebung am Arbeitsmarkt diese Entwicklung stärkte. Trotzdem blieb die Konsumneigung der privaten Haushalte weiterhin hinter den Erwartungen zurück, obwohl aufgrund der am 1. Januar 2007 in Kraft getretenen Mehrwertsteuererhöhung (von 16 % auf 19 %) Käufe so genannter langlebiger Produkte vorgezogen wurden. Gedämpft wurde die Konjunkturentwicklung durch die im Kalenderjahr 2006 weiterhin auf hohem Niveau verharrenden Energiepreise. Die Inflation lag im Kalenderjahr 2006 bei 1,7 %.

Einzelhandel – Stimmung hellt sich auf: Im deutschen Endverbrauchergeschäft, dem Einzelhandel, hat sich in 2006 die Stimmung aufgehellt. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes stieg der Einzelhandelsumsatz 2006 nominal um 2,1 %. Der Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Kraftfahrzeughandel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apothekenumsätze) verbesserte sich nominal leicht um 0,6 % auf 392,1 Mrd. EUR. Diese positive Entwicklung ist ausschließlich auf Zuwächse bei den Betriebsformen des Lebensmittelhandels und des Fach Einzelhandels, so z. B. auch Parfümerien, zurückzuführen.

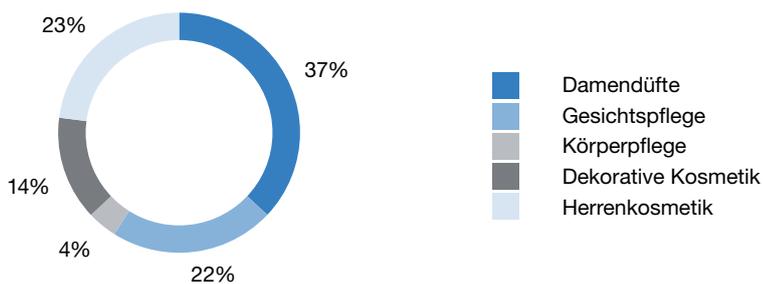
Der Kosmetikmarkt in 2006: Die Kosmetikbranche verzeichnete in 2006 nach drei Jahren der Marktschwäche erstmals wieder ein erfreuliches Umsatzplus in Höhe von 3,6 %. Überdurchschnittlichen Erfolg konnten dabei vor allem die hochpreisigen Marken aber auch die selektiven Marken am unteren Ende der Preisskala erzielen. Betrachtet nach Produktgruppen konnten die höchsten Zuwächse dabei Gesichtspflege mit einer Umsatzausweitung von 7,6 % sowie Dekorative Kosmetik mit einer Steigerung von 6,0 % erlangen. Ursächlich für die hervorragende Entwicklung im Bereich der Gesichtskosmetik waren insbesondere die Launches von High-tech-/Anti-Aging-Produkten, die von den Verbrauchern sehr gut angenommen wurden.

Kosmetikumsatz nach Sortimentsbereichen 2006 in Deutschland ¹

Sortimentsbereich	Umsatz Mio. EUR	Anteil in %
Damendüfte	574	37
Gesichtspflege	341	22
Körperpflege	62	4
Dekorative Kosmetik	217	14
Herrenkosmetik	357	23
Gesamt	1.551	100

¹Quelle: Kosmetikverband VKE

Anteile am Kosmetikumsatz nach Produktgruppen in Deutschland 2006



2. Geschäftstätigkeit, rechtliche Struktur, Organisation, Leitung und Kontrolle

2.1 Vorbemerkungen

Sowohl als operatives Unternehmen in ihren Geschäftsfeldern als auch über die geschäftsführende Holding für ihre Beteiligungsunternehmen hat sich die MERCATURA Cosmetics BioTech AG erfolgreich entwickelt. Die im Folgenden wiedergegebenen Zahlen der MERCATURA Cosmetics BioTech AG sind nach HGB ermittelt. Auswirkungen aus der Übernahme der Krause-Gruppe in 2006 auf die Geschäftstätigkeit und die Organisationsstruktur der MERCATURA-Gruppe werden auch im vorliegenden Lagebericht der MERCATURA Cosmetics BioTech AG aufgezeigt. Im Weiteren kann die MERCATURA Cosmetics BioTech AG auch in den Kurzformen MERCATURA oder MERCATURA AG angeführt werden.

2.2 Geschäftstätigkeit

MERCATURA Cosmetics BioTech AG entwickelt, produziert und / oder vertreibt innovative Kosmetikprodukte. Als Vorreiter auf dem Gebiet „Regeneration der Hautzellen“ wurde frühzeitig das Wachstumsfeld „Anti-Aging“ besetzt. In mehr als 20 Jahren hat das Unternehmen das exzellente Markenportfolio auf wachstumsstarke Nischenmärkte ausgerichtet. Mit einer Cross-Selling-Strategie werden die Geschäftsfelder dekorative (Make-up) und pflegende Kosmetik abgedeckt.

Durch die Akquisition der Krause-Gruppe hat sich die Anzahl der Marken der MERCATURA-Gruppe deutlich erhöht. Hierbei ergeben sich keine Kannibalisierungseffekte, sondern neue Chancen durch eine Ergänzung des vorhandenen Marken – Portfolios.

So ist die MERCATURA-Gruppe nun in der Lage, verschiedene Kanäle mit einem sich ergänzenden Sortiment zu beliefern.

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

**SWISS
DENT** DENTALS

Krause-Gruppe



STERNMARK

académie
SCIENTIFIQUE DE BEAUTE

X-EPIL®

RefectoCil®

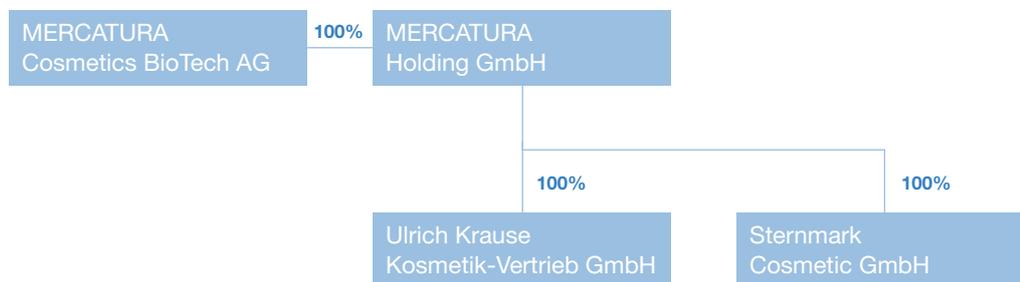
HYDRACOLOR

LEMONOIL®

Besonders hervorzuheben sind die möglichen Cross-Selling-Effekte im Sortiment. So kann im Bereich der Kosmetikinstitute den neu hinzugewonnenen Kunden der pflegenden Kosmetik nun auch dekorative Kosmetik angeboten werden. Im Bereich der Parfümerien ergänzt ein Selbstbräuner als Market Leader optimal das Sortiment und zudem ist mit Zahnkosmetik ein insgesamt rundes Sortiment in den Nischenbereichen gelungen.

2.3 Organisation und Beteiligungsverhältnisse der MERCATURA Cosmetics BioTech AG

Beteiligungsstruktur der neuen MERCATURA-Gruppe nach Übernahme der Krause-Gruppe



Die MERCATURA Holding GmbH hat zum 18.08.2006 die Akquisition der Münchner Krause-Gruppe, bestehend aus der Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH und der Sternmark Cosmetic GmbH, abgeschlossen und alle Gesellschaftsanteile übernommen. Mit dem strategisch konsequenten Schritt der Übernahme konnte ein führendes Mehrmarkenunternehmen im Bereich der Kosmetik Institute geschaffen werden. In der Konzernbeurteilung werden die Unternehmen rückwirkend zum 01.01.2006 konsolidiert.

2.4 Vorstand und Aufsichtsrat

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

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

verantwortlich für Marketing, Vertrieb,
Mitglied des Vorstands seit 01.07.2005
Ausgeschieden mit Wirkung zum 30.01.2007

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 31.12.2006)

Theodor Prümm

Vorsitzender des
Aufsichtsrats

Jens-Torsten Bausch

Stellvertretender
Vorsitzender

Jürgen Käding

Aufsichtsrat

Mit Ablauf der Hauptversammlung vom 18. August 2006 endete die Amtszeit sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats. Die Hauptversammlung folgte den Wahlvorschlägen und bestätigte das Gremium in unveränderter Besetzung bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrates für das Geschäftsjahr 2010 beschließt.

3. Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf

3.1 Umsatzentwicklung

Nach einer bereits in 2005 verbesserten Geschäftsentwicklung hat die MERCATURA in 2006 eine sehr positive Geschäftsentwicklung erreicht. Der Umsatz der MERCATURA Cosmetics BioTech AG stieg um 22,9 %. In Euro legte der Umsatz in 2006 um 989 TEUR auf 5.310 TEUR zu (Vj. 4.321 TEUR).

In Deutschland konnte der Umsatz mehr als verdoppelt werden. Dabei stieg der Umsatz des Berichtsjahres auf 3.006 TEUR (2005: 1.746 TEUR), was einer Steigerung von 72 % gegenüber dem Wert der Vergleichsperiode entspricht. Ursächlich hierfür waren zum Einen die erhöhte Nachfrage im Inland und zum Anderen die ersten, durch die Übernahme der Krause-Gruppe entstandenen, Synergieeffekte.

Ein Rückgang der Auslandsumsätze wurde durch die Umsatzsteigerung im Inland mehr als ausgeglichen. Die Warenumsätze im Ausland konnten im Jahr 2006 gesteigert werden und somit die durch den Lizenzverkauf entstandenen Einkünfte des Vorjahres nahezu ausgeglichen werden. So beliefen sich die im Ausland getätigten Umsätze der MERCATURA AG auf 2.304 TEUR in 2006, nach 2.969 TEUR im Vorjahr.

Bereits Mitte des Jahres 2006 konnten erste Umsätze in der Größenordnung von knapp 200 TEUR mit der MERCATURA Syria Ltd. erzielt werden. Diese ersten Umsätze dienen zur weiteren Konfiguration des Werkes in Syrien. Weitere Umsätze werden in 2007 erwartet, sind aber in den Planungen nicht berücksichtigt.

Alle Segmente trugen zur deutlichen Umsatzsteigerung bei: Die Umsatzsteigerung der MERCATURA AG wurde von zweistelligem Umsatzwachstum in allen Segmenten unterstützt.

Umsätze nach Segmenten der MERCATURA AG in 2006:

in TEUR	2006 Inland	2006 Ausland	2006 Gesamt	2005 Gesamt ¹	Nominale Ver- änderung in %
Dekorative Kosmetik	839	1.201	2.040	1.650	23,6
Pflegende Kosmetik	963	911	1.874	1.495	25,3
sonstiges	1.204	192	1.396	1.175	18,9
Gesamt	3.006	2.304	5.310	4.320	

¹Rabatte, Boni, Skonti wurden verrechnet

In Anbetracht der Segmente war der Hauptwachstumsträger der Bereich Pflegende Kosmetik mit Zuwächsen in Höhe von 25,3 %. Verantwortlich hierfür war sowohl das gesamte Umsatzwachstum, als auch die positive Entwicklung des Kosmetikmarktes im Bereich Anti-Aging. Erneut starke Zuwächse verzeichnete dabei vor allem die Marke Wunderkind. Bei der in Zusammenarbeit mit dem Designer Wolfgang Joop entwickelten Pflegelinie konnte der um Boni und Skonti bereinigte Umsatz von 226 TEUR in 2005 auf 471 TEUR in 2006 mehr als verdoppelt werden. Wunderkind steuerte nun 8 % vom Gesamtumsatz bei.

Mit einem Anteil von 38 % am Gesamtumsatz in 2006 untermauerte die Marke Stagecolor seine Position als die wichtigste Produktlinie des Unternehmens. Verantwortlich hierfür waren die positiven Impulse aus dem Markenrelaunch mit neuem Design von Aufmachung und innovativen Displays in der Produktpräsentation am Point of Sales. Die Umsatzerlöse beliefen sich dabei auf 2.040 TEUR im Berichtsjahr, nach dem um Boni und Gutschriften bereinigten Umsatz von 1.650 TEUR im Vorjahr.

Im Bereich Sonstige weisen wir die Umsätze mit 1.204 TEUR in 2006 und 192 TEUR in 2005 aus. Zum Anstieg in diesem Segment trug auch die positive Entwicklung aus der Markteinführung im 2. Halbjahr 2006 des Dental Kosmetik Produktes ‚Swissdent‘ bei. MERCATURA betreibt exklusiv den Vertrieb des patentierten Produktes in Deutschland und Österreich. SWISSDENT beruht als komplette Neuentwicklung im Bereich der „Bleaching Toothpastes“ auf bahnbrechender Nano – Technologie .

3.2 Ergebnissituation

MERCATURA Cosmetics BioTech AG im Turnaround: Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit verbesserte sich signifikant von -1.460 TEUR in 2005 auf +90 TEUR in 2006. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf das kräftige Umsatzwachstum und auf die gleichzeitig unterproportionale Entwicklung der operativen Kosten zurückzuführen. Dabei gelang es trotz Leistungssteigerung den Materialaufwand im Jahresvergleich um 67 TEUR auf 2.079 TEUR zu senken (Vj. 2.146 TEUR). Dies entspricht einem Kostenabbau im Wareneinsatz im Jahresvergleich um 3,1%. Absolut verringerten sich die Personalkosten von 1.962 TEUR in 2005 auf 1.935 TEUR in 2006. Die Personalkostenquote, die das Verhältnis von Personalkosten zum Umsatz ausdrückt, sank dabei von 45% auf 36% im Berichtsjahr.

Auch die Bruttomarge konnte verbessert werden. 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 AG nahm im Jahresvergleich von 63 % in 2005 auf 68 % in 2006 zu.

Das Jahresergebnis gesamt konnte aufgrund der Kapitalbeschaffungskosten und der erfolgten Zinsaufwendungen für den Kauf der Krause-Gruppe durch die MERCATURA Holding GmbH und trotz enorm gesteigerter Produktivität und Kosteneinsparungen noch nicht positiv gestellt werden. In 2006 ergibt sich ein Gesamtergebnis von -113 TEUR (Vj. -1.681 TEUR).

3.3 Finanzlage – Vermögens- und Kapitalstruktur

Durch die Akquisition der Krause-Gruppe ist der Finanzierungsbedarf erheblich gestiegen.

Kapitalerhöhungen zur Akquisitions- und Wachstumsfinanzierung realisiert:

Im Rahmen der Akquisition der Krause-Gruppe und der Finanzierung des Wachstums erhöhte die MERCATURA Cosmetics BioTech AG in 5 Tranchen ihr Grundkapital. In einer ersten Tranche wurde im Februar das Grundkapital von 4.500.000 EUR auf 4.800.000 EUR erhöht. Zum Zweiten wurde im April 2006 das Grundkapital durch die Ausgabe von 600.000 neuen Aktien von 4.800.000 EUR auf 5.400.000 EUR erhöht. Im August erfolgten dann weitere Erhöhungen um 450.000, 242.500 sowie 107.500 Aktien auf ein dann bestehendes Grundkapital von 6.200.000 EUR. Damit nutzte der Vorstand einen Teil des Genehmigten Kapitals, das in der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. August 2005 mehrheitlich beschlossen wurde. Im Zeitraum vom 30. März bis zum 13. April 2006 wurden den Altaktionären die Neuen Aktien im Verhältnis 8:1 und im August im Zeitraum vom 31. Juli bis 15. August im Verhältnis 4:1 von der VEM Aktienbank AG, München, zum Bezug angeboten.

Dem Unternehmen floss in 2006 durch Kapitalerhöhungen eine Nettoliquidität in Höhe von 3.078 TEUR zu. Wie geplant, hat die MERCATURA Cosmetics BioTech AG den Großteil des Emissionserlöses für die Übernahme der Krause-Gruppe eingesetzt.

Eigenkapitalbasis erneut deutlich gestärkt: Im Zuge der Kapitalmaßnahmen erhöhte sich das Gezeichnete Kapital von 4.500.000 EUR auf 6.200.000 EUR in 2006. Die Bilanzsumme stieg in der Stichtagsbetrachtung erneut im Jahresvergleich um 22 % auf 9.860 TEUR. Das Eigenkapital zum 31.12.2006 betrug 7.794 TEUR. Damit verfügt die MERCATURA AG über eine erneut gestärkte Eigenkapitalquote von 79%.

Auf der Aktivseite der Bilanz nahm der Wert der Fertigerzeugnisse und Waren um 371 TEUR auf 3.787 TEUR zu. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen konnten auf 1.712 TEUR im Berichtsjahr reduziert werden (Vj. 1.762 TEUR) Ursächlich hierfür war ein verbessertes Forderungsmanagement. Vor diesem Hintergrund konnten Liquide Mittel zum 31.12.2006 mit 217 TEUR ausgewiesen werden (2005: 1 TEUR).

3.4 Beschaffung

Im Berichtsjahr wurde in die Erweiterung des bestehenden Standortes investiert, um gesetzliche Anforderungen weiterhin zu erfüllen und bestehende Prozesse zu optimieren. Hierbei steht eine möglichst sterile und umweltgerechte Produktion im Vordergrund. Als Ergebnis dieser Anstrengungen konnte das Unternehmen für diesen Bereich im Jahr 2007 gemäß den bestehenden GMP-Regelungen (Good Manufacturing Practice) auditiert werden.

Ein Ergebnis dieser Maßnahmen ist die noch weitergehende Einführung von laufenden Prozesskontrollen zur Qualitätssicherung und Qualitätssteigerung.

Bei der Beschaffung von Rohstoffen wurden weitere Anstrengungen unternommen, um einen gleichmäßig hohen Standard beizubehalten. Die Qualität der Rohstoffe ist für die weitergehende Verarbeitung von entscheidender Bedeutung. Dies gilt auch für die Lagerbedingungen dieser Materialien, die unter Einhaltung besonderer Hygienevorschriften im neuen Rohstofflager gewährleistet sind.

Eine enge Zusammenarbeit mit den entsprechenden Zulieferern ist aufgrund der dargestellten Problematiken besonders wichtig, auch im Zusammenhang mit der Entwicklung von Neuprodukten. Um dies zu erreichen, wurde das Lieferantenmanagement gerade im Hinblick auf Kosten-, Qualitäts- und Prozessoptimierung weiterentwickelt. Dies bedeutet zudem einen entscheidenden Vorteil bei der Verkürzung von Entwicklungszyklen bei der Einführung neuer Produkte.

3.5 F & E - Investitionstätigkeit

Bei unseren Forschungs- und Entwicklungsarbeiten konzentrierten wir uns in 2006 erneut auf intensive Forschung im Anti-Aging Bereich, so dass Produkte entstanden sind, welche eine herausragende Wirkung bei der Faltenreduktion und der Pflege reifer Haut aufweisen. Des Weiteren wurden bei der Forschung und Entwicklung die aktuellen Trends berücksichtigt. Entstanden sind hierbei innovative Pflegeprodukte, die gezielt die natürliche Schönheit der Frau hervorheben.

In 2006 wurde zudem in die Erweiterung des Produktions- und Logistikstandortes Achim investiert. So konnten die Aktivitäten der gesamten MERCATURA-Gruppe in den Bereichen Logistik und Lagerhaltung am Standort Achim gebündelt werden.

3.6 Mitarbeiterentwicklung

Für die MERCATURA Cosmetics BioTech AG waren insgesamt 47 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Stichtag 31.12.2006 tätig (31.12.2005: 49). Davon engagierten sich 23 Personen in der Produktion/ Logistik, 7 Personen im Außendienst und 17 Personen im Innendienst. Die Umsatzerlöse pro Kopf stiegen in der Berichtsperiode um rund 13 % an und erreichten die Höhe von 113 TEUR.

Betrachtet man die MERCATURA-Gruppe wird die neue Dimension auch anhand der Anzahl der Mitarbeiter sichtbar. Die Gruppe – also inklusive der Ulrich Krause Kosmetik-Vertrieb GmbH und der Sternmark Cosmetic GmbH – beschäftigte zum Stichtag 31.12.2006 79 Personen. Bei gleichzeitigem Cross-Selling aller Produktlinien wurde die Vertriebskapazität mit 34 Mitarbeitern dabei deutlich gestärkt.

Dank an die Mitarbeiter: Wir danken unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ganz persönlich für Ihre Arbeit, für ihren Einsatz und Ihr Engagement. Durch den sie den entscheidenden Beitrag zur erfolgreichen Bewältigung der Herausforderungen - insbesondere vor dem Hintergrund der Integration der Krause-Gruppe - geleistet haben. Auch in diesem Jahr bitten wir die Mitarbeiter alles dafür zu tun, dass wir den positiven Trend unseres Unternehmens fortschreiben können.

3.7 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

Marktrisiken und –chancen

Als Kosmetikunternehmen sieht sich die MERCATURA AG 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.

Risikomindernd wirken sich zudem die Breite des Sortiments der MERCATURA AG aus. Große Wachstumschancen eröffnen – aus dem bestehenden Sortiment – vor allem die Cross-Selling-Effekte. So kann einem verbreiterten 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.

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 AG 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 den 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 ist 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 AG 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.

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

3.8 Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag, die eine veränderte Bewertung der Unternehmenssituation nach sich ziehen könnten, sind nicht bekannt.

4. Prognosebericht - Ausblick

Konjunktur und Konsum 2007: Die fünf führenden Wirtschaftsforschungsinstitute rechnen laut Prognosen mit einem ungebrochen starken Wirtschaftswachstum in Deutschland. In 2007 und 2008 soll das Bruttoinlandsprodukt nach den aktuellen Schätzungen jeweils um 2,4 % zunehmen. Offenbar sei die Dynamik der Konjunktur hoch genug, um die dämpfenden fiskalischen Effekte durch die gestiegene Mehrwertsteuer zu kompensieren. Dabei wird erwartet, dass nach einem Nachfragerückgang aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung zu Jahresbeginn 2007, der private Konsum im weiteren Jahresverlauf mit fortgesetzter Entspannung am Arbeitsmarkt wieder zunehmen wird. Für den privaten Konsum wird ein Zuwachs von 0,3 % in 2007 prognostiziert.

Auch die Einschätzung des Branchenverbandes der Kosmetikindustrie VKE für die Entwicklung seiner Mitgliedsunternehmen - die rund 50 führenden Unternehmen für mittel- und höherpreisige Kosmetik - ist von Zuversicht geprägt. Der Kosmetikverband erwartet für seine Mitglieder ein Umsatzplus von 2 – 4%.

Strategie der MERCATURA Cosmetics BioTech AG: 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.

Chancen, Ziele und Aussage zur voraussichtlichen Entwicklung:

Ausblick MERCATURA Cosmetics BioTech AG 2007

Die MERCATURA Cosmetics BioTech AG plant im Jahr 2007 wiederum Gesamtleistung und das Ergebnis zu steigern. Wir erwarten dabei erneut ein Umsatzwachstum über dem Branchenschnitt. Außerdem streben wir an, das Ergebnis aufgrund der Ausnutzung von Synergieeffekten prozentual stärker als die Gesamtleistung zu steigern.

Das Geschäftsjahr 2007 hat für die MERCATURA Cosmetics BioTech AG gut begonnen. Ende April wurden bereits 34 % des diesjährigen Umsatzzieles fakturiert beziehungsweise als Auftragsbestand oder –eingang gebucht. Mit der erwarteten Geschäftsentwicklung wird die MERCATURA Cosmetics BioTech AG auch in 2007 ihre Marktposition festigen beziehungsweise ausbauen können.

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.

Achim, Mai 2007

MERCATURA Cosmetics BioTech AG
Der Vorstand



Dr. C.-Julius Heuberger
Vorsitzender des Vorstands



Dr. Joachim Henseler
Vorstand

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2006

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

AKTIVA in EUR	2006	2005
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Konzession, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.003.301	1.764.561
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	11.474	0
	1.014.775	1.764.561
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	307.546	318.455
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	81.425	0
	388.971	318.455
III. Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	25.000	0
Rückdeckungsansprüche aus Lebensversicherung	160.595	149.741
	185.595	149.741
Anlagevermögen gesamt	1.589.341	2.232.757
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	3.708.493	3.306.687
Geleistete Anzahlungen	78.308	109.381
	3.786.801	3.416.068
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.712.397	1.762.406
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.965.063	0
Sonstige Vermögensgegenstände	576.151	661.342
	4.253.611	2.423.748
III. Wertpapiere		
Eigene Anteile	4.540	4.540
IV. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		
	216.645	1.106
Umlaufvermögen gesamt	8.261.597	5.845.462
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	8.601	17.815
AKTIVA GESAMT	9.859.538	8.096.034

PASSIVA in EUR	2006	2005
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	6.200.000	4.500.000
II. Kapitalrücklage	6.545.390	4.963.765
III. Gewinnrücklagen	4.540	4.540
IV. Bilanzverlust	-4.956.321	-4.842.948
Eigenkapital gesamt	7.793.609	4.625.357
B. ZUR DURCHFÜHRUNG DER BESCHLOSSENEN		
KAPITALERHÖHUNG GELEISTETE EINLAGE	0	360.000
C. RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche		
Verpflichtungen	247.034	228.957
Sonstige Rückstellungen	199.463	129.609
Rückstellungen gesamt	446.497	358.558
D. VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	483.175	705.526
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	667.267	764.166
Sonstige Verbindlichkeiten ¹	468.990	1.282.428
Verbindlichkeiten gesamt	1.619.432	2.752.120
PASSIVA GESAMT	9.859.538	8.096.035

¹ davon aus Steuern: 68.119 EUR (Vorjahr: 38.811 EUR)
 davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: 45.488 EUR (Vorjahr: 46.671 EUR)

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2006

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

in EUR	2006	2005
Umsatzerlöse	5.310.381	4.320.596
Minderung/ Erhöhung des Bestandes an unfertigen und fertigen Erzeugnissen	401.805	550.626
Sonstige betriebliche Erträge	139.271	25.275
Materialaufwand/ Aufwendungen für bezogene Waren	-2.079.090	-2.145.653
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-1.653.751	-1.715.303
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung	-280.904	-296.801
	-1.934.655	1.962.104
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-388.841	-575.825
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.002.340	-1.648.440
Erträge aus Beteiligungen	710.000	49.422
davon aus verbundenen Unternehmen:		
710.000 EUR (Vorjahr: 49.422 EUR)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	31.459	4.049
davon aus verbundenen Unternehmen:		
23.283 EUR (Vorjahr: 0 EUR)		
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-98.097	-77.556
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	89.893	-1.459.610
Kapitalbeschaffungskosten	-203.265	-221.827
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-113.372	-1.681.437
Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-4.842.949	-3.156.971
Einstellung in Gewinnrücklagen in die Rücklage für eigene Anteile	0	-4.540
Bilanzverlust	-4.956.321	-4.842.948

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2006

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

1. Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Die MERCATURA Cosmetics BioTech AG weist zum Abschlussstichtag die Größenmerkmale einer großen Aktiengesellschaft gemäß § 267 Abs. 3 Satz 2 HGB auf.

2. Angaben zu Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die immateriellen Vermögensgegenstände wurden zu Anschaffungskosten, vermindert um lineare Abschreibungen bewertet.

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

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

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind grundsätzlich mit ihren Nennwerten angesetzt.

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurden erkennbare Einzelrisiken durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Ausfall- und Kreditrisiko wurde durch eine Pauschalwertberichtigung in Höhe von 1% auf die Forderungen ausreichend Rechnung getragen.

Das Eigenkapital ist zum Nennwert angesetzt.

Zwei Pensionsverpflichtungen wurden mit dem nach versicherungsmathematischen Grundsätzen ermittelten Teilwert auf der Basis eines Rechnungszinsfußes von 6% angesetzt.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen.

Verbindlichkeiten sind mit dem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

3. Angaben zur Bilanz

Die Entwicklung der in der Bilanz erfassten Anlagegegenstände im Jahre 2006 ist in einer Anlage zur Bilanz dargestellt.

Die Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

In den Forderungen gegen verbundene Unternehmen (TEUR 1.965) sind Darlehen (TEUR 1.010), Forderungen aufgrund Gewinnausschüttung (TEUR 560) sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 395) enthalten.

Die Gesellschaft hält eigene Aktien (Inhaberaktien) in Höhe von EUR 4.540 (= 4.540 Stück). Dieses entspricht einem Anteil am Grundkapital i. H. von 0,07 %. Der Erwerb dieser Aktien war notwendig, um unmittelbar bevorstehenden Schaden von der Gesellschaft abzuwenden (§ 71 Abs. 1 Nr. 1 AktG).

Das gezeichnete Kapital setzt sich aus auf den Inhaber lautende Stammaktien von 6.200.000 Stück á EUR 1 = EUR 6.200.000 (Aktiengattung) zusammen.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. August 2005 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um EUR 300.000 auf EUR 4.800.000 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 19. Dezember 2005 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Walsrode erfolgte am 23. Februar 2006. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 1.737.500.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. August 2005 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um EUR 600.000 auf EUR 5.400.000 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 27. März 2006 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Walsrode erfolgte am 17. Mai 2006. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 1.137.500.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. August 2005 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um EUR 450.000 auf EUR 5.850.000 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 25. Juli 2006 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Walsrode erfolgte am 02. August 2006. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 687.500.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. August 2005 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital 2005 – ist die Erhöhung des Grundkapitals um EUR 242.500 und um weitere EUR 107.500 auf EUR 6.200.000 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 21. August 2006 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Walsrode erfolgte am 31. Oktober 2006. Das verbleibende genehmigte Kapital 2005 beträgt noch EUR 337.500.

Die Kapitalrücklage wurde im Berichtsjahr um EUR 1.581.625 erhöht. Hierbei handelt es sich um ein Aufgeld für neu ausgegebene Inhaberaktien.

Die Gewinnrücklage betrifft eine Rücklage für eigene Anteile in Höhe von EUR 4.540 gemäß § 272 Abs. 4 HGB.

Der Bilanzverlust entwickelte sich wie folgt:

Verlustvortrag zum 31. Dezember 2005	EUR	4.842.949
Jahresfehlbetrag 2006	EUR	113.372
Bilanzverlust vom 31. Dezember 2006	EUR	4.956.321

Die sonstigen Rückstellungen bestehen im Wesentlichen für Abfindungen (TEUR 38), Prozesskosten (TEUR 36), Jahresabschlusskosten (TEUR 25), Urlaubsverpflichtungen (TEUR 21) sowie ausstehende Boni (TEUR 57) und Berufsgenossenschaftsbeiträge (TEUR 16).

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

in TEUR	Stand 12/31/2006	bis zu 1 Jahr	Restlaufzeit zw. 1 und 5 Jahren	mehr als 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber				
Kreditinstituten	483	483	0	0
	(706)	(706)	(0)	(0)
Verbindlichkeiten aus Liefer-				
ungen und Leistungen	667	667	0	0
	(764)	(764)	(0)	(0)
sonstige Verbindlichkeiten	469	307	162	0
	(1.282)	(557)	(725)	(0)
davon Steuern	68			
	(39)			
davon im Rahmen der				
sozialen Sicherhiet	45			
	(47)			
GESAMT	1.619	1.457	162	0
	(2.752)	(2.027)	(725)	(0)

Zum 31. Dezember 2006 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 von (Laufzeit bis zum 30. November 2007) von insgesamt TEUR 4.970.

4. Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Die um Rabatte, Boni und Gutschriften (TEUR 112) bereinigten Umsatzerlöse (TEUR 5.310) wurden sowohl im Inland (TEUR 3.006) als auch im Ausland (TEUR 2.304) erzielt und verteilen sich auf die einzelnen Produktionsgruppen:

	Inland	Ausland
Dekorative Kosmetik	839	1.201
Pflegende Kosmetik	963	911
Zusätze	1.204	192
GESAMT	3.006	2.304

Der Ausweis der Kapitalbeschaffungskosten erfolgte im Berichtsjahr als separate Position nach dem Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Im Vorjahr wurden die Kapitalbeschaffungskosten unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen beider Posten wurden wegen der besseren Vergleichbarkeit entsprechend angepasst.

Das Jahresergebnis lässt sich zum Bilanzergebnis wie folgt weiterentwickeln:

Jahresfehlbetrag	EUR	113.372
Verlustvortrag aus Vorjahren	EUR	4.842.949
Bilanzverlust	EUR	4.956.321

5. Sonstige Angaben

Im Jahresdurchschnitt 2006 wurden 47,75 Mitarbeiter (ohne Vorstand) beschäftigt, davon 24,25 Angestellte und 23,50 gewerbliche Arbeitnehmer.

Im Geschäftsjahr 2006 erfolgte die Geschäftsführung der MERCATURA Cosmetics BioTech AG durch die Vorstandsmitglieder:

- Dr. Carl-Julius Heuberger, Bremen (Vorsitzender)
- Dr. Joachim Henseler, Lilienthal, (Kaufmännischer Vorstand; seit 01.01.2006)
- Dipl. Kfm. Andreas Peter Michaelis, Bremen (bis 31.01.2007)

Die Herren Dr. Carl-Julius Heuberger, Dr. Joachim Henseler und Andreas Peter Michaelis sind von den Beschränkungen des § 181 BGB befreit.

Der Aufsichtsrat hat sich im Berichtsjahr wie folgt zusammengesetzt:

- Theo Prümm, St. Gallen, Schweiz (Vorsitzender)
- Jens-Torsten Bausch, Bremen (Stellvertretender Vorsitzender),
- Jürgen Käding, Bremen.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber Mitgliedern des Aufsichtsrates hat die Gesellschaft insgesamt EUR 131.582 zurückgestellt.

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats betragen EUR 15.000.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber Mitgliedern des Vorstandes hat die Gesellschaft insgesamt EUR 115.452 zurückgestellt. Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstandes betragen EUR 410.143.

Im Folgenden werden die Angaben zu Unternehmen zusammengefasst, an denen die Gesellschaft Anteile von mehr als 20% hat:

Name	Sitz	Beteiligungsquote	Eigenkapital	Letztes Jahresergebnis
MERCATURA Holding GmbH	Achim	100 %	EUR 32.201	EUR 7.201

Gemäß § 161 AktG haben Vorstand und Aufsichtsrat einer börsennotierten Gesellschaft jährlich eine nach dem Corporate Governance Kodex empfohlene Entsprechenserklärung den Aktionären dauerhaft zugänglich zu machen. Gesellschaften, deren Aktien in den Freiverkehr einbezogen sind, gelten gemäß § 3 Abs. 2 AktG nicht als börsennotierte Gesellschaften i. S. d. Aktiengesetzes, so dass der Hinweis auf eine Entsprechenserklärung entfällt.

Achim, 01. März 2007

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

BESTÄTIGUNGSVERMERK des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der MERCATURA Cosmetics BioTech AG, Achim, für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2006 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung 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 Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht 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 der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten deutschen Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichtes. 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 Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bremen, 11. Mai 2007

Seewald

Wirtschaftsprüfer

i. V. Knust

Steuerberater

LIPOGEN

STAGECOLOR
COSMETICS

WUNDERKIND
THE ART OF BEAUTY BY WOLFGANG JOOP

DR. HEUBERGER'S



STERNMARK

Lemonoil®

RefectoCil®

HYDRACOLOR

DENTAL
COSMETICS
SWISS
DENT

X-EPIL®

KONZERNBILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2006 ^{1) 2)}
 MERCATURA Gruppe

AKTIVA in EUR	2006	2005
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Konzession, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.003.301	1.764.561
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	11.474	---
	1.014.775	1.764.561
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	527.117	318.455
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	81.425	0
	608.543	318.455
III. Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	4.337.338	0
Rückdeckungsansprüche aus Lebensversicherung	160.595	149.741
Wertpapiere des Anlagevermögens	40.728	0
	4.538.211	149.741
Anlagevermögen gesamt	6.161.529	2.232.757
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	4.183.450	3.306.687
Geleistete Anzahlungen	78.308	109.381
	4.261.758	3.416.068
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.350.239	1.762.406
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	723.757	661.342
	3.073.995	2.423.748
III. Wertpapiere		
Eigene Anteile	4.540	4.540
IV. Kassenbestand,		
Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	395.412	1.106
Umlaufvermögen gesamt	7.735.705	5.845.462
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
	81.791	17.815
AKTIVA GESAMT	13.979.025	8.096.034

PASSIVA in EUR	2006	2005
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	6.330.000	4.500.000
II. Kapitalrücklage	6.545.390	4.963.765
III. Gewinnrücklagen	4.540	4.540
IV. Bilanzverlust	-4.935.197	-4.842.949
Eigenkapital gesamt	7.944.733	4.625.356
B. ZUR DURCHFÜHRUNG DER BESCHLOSSENEN		
KAPITALERHÖHUNG GELEISTETE EINLAGE	0	360.000
C. RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	247.034	228.957
Sonstige Rückstellungen	357.693	129.601
Rückstellungen gesamt	604.727	358.558
D. VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.430.597	705.526
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.089.531	764.166
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten ³⁾	1.909.436	1.282.428
Verbindlichkeiten gesamt	5.429.565	2.752.120
PASSIVA GESAMT	13.979.025	8.096.034

¹⁾ Die MERCATURA Cosmetics BioTech AG ist aufgrund der Größenordnung lediglich verpflichtet den Jahresabschluss der AG testieren zu lassen und zu veröffentlichen.

²⁾ Zu berücksichtigen ist: Konsolidierung der in 2006 übernommenen Ulrich Krause Vertriebs GmbH und Sternmark Cosmetics GmbH zum 01.01.2006.

³⁾ davon aus Steuern: EUR 68.119 (Vorjahr: EUR 38.811)
 davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 45.488 (Vorjahr: EUR 46.671)

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ^{1) 2)}
für die Zeit vom 01. Januar bis 31. Dezember 2006
 MERCATURA Gruppe, Achim

in EUR	2006	2005
Umsatzerlöse	12.861.338	4.320.596
Minderung/ Erhöhung des Bestandes	401.805	550.626
Sonstige betriebliche Erträge	198.864	25.275
Materialaufwand/ Aufwendungen für bezogene Waren	-5.236.349	-2.145.653
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-3.374.623	-1.715.303
Soziale Abgaben und Aufwendungen für		
Altersversorgung	-581.825	-246.801
	-3.956.448	-1.962.104
Abschreibungen auf		
immaterielle Vermögensgegenstände	-301.556	-509.481
Sachanlagen	-125.592	-66.344
	-427.147	-575.825
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4.371.997	-1.648.440
Erträge aus Beteiligungen		
davon aus verbundenen Unternehmen	801.431	49.422
Zinsen und ähnliche Erträge	12.733	4.049
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-169.035	-77.556
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	115.194	-1.459.610
Kapitalbeschaffungskosten ³⁾	-203.265	-221.827
Außerordentliche Aufwendungen	0	0
Sonstige Aufwendungen	0	0
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-4.178	0
Sonstige Steuern	0	0
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-92.246	-1.681.437

¹⁾ Die MERCATURA Cosmetics BioTech AG ist aufgrund der Größenordnung lediglich verpflichtet den Jahresabschluss der AG testieren zu lassen und zu veröffentlichen.

²⁾ Zu berücksichtigen ist: Konsolidierung der in 2006 übernommenen Ulrich Krause Vertriebs GmbH und Sternmark Cosmetics GmbH zum 01.01.2006.

³⁾ Die Kapitalbeschaffungskosten sind einmalig aus der Einwerbung von Grundkapital entstanden und haben keinen Einfluss auf das positive operative Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit.

FINANZKALENDER für das Jahr 2007

Ordentliche Hauptversammlung

12. Juli 2007

in Achim/Bremen

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

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

MERCATURA
COSMETICS BIOTECH AG