



MERCATURA
COSMETICS BIOTECH AG

Geschäftsbericht 2005

LIPOGEN

STAGECOLOR
COSMETICS

DR. HEUBERGER'S

WUNDERKIND
THE ART OF BEAUTY BY WOLFGANG JOOP

ÜBERBLICK

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

Gewinn und Verlustrechnung in EUR	2005	2004
Umsatzerlöse	4.320.596	3.034.735
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-1.681.438	-2.037.308
Jahresfehlbetrag	-1.681.438	-2.037.308

Bilanz in EUR	31.12.2005	31.12.2004
Anlagevermögen, gesamt	2.232.757	2.771.928
Umlaufvermögen, gesamt	5.845.462	3.779.035
Rechnungsabgrenzungsposten	17.815	15.793
Liquide Mittel	1.106	301.154
Eigenkapital	4.625.356	2.183.661
Rückstellungen	358.558	253.152
Verbindlichkeiten	2.752.120	4.129.942
Bilanzsumme	8.096.034	6.566.756

INHALTSVERZEICHNIS

Übersicht	2
Bericht des Aufsichtsrats	4
Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf	5
Prognosebericht – Ausblick	14
Lagebericht	6
Wirtschaftliches Umfeld - Konjunktur- und Branchenentwicklung	6
Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf	5
Prognosebericht – Ausblick	14
Jahresabschluss	16
Bilanz zum 31.12.2005	16
Gewinn- und Verlustrechnung	18
Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss	19
Angaben zu Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	19
Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung	24
Sonstige Angaben	25
Anhang	26
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	26
Finanzkalender	27

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 2005 vier ordentliche Sitzungen 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 Aufsichtsratsitzung vom 12. Dezember 2005 wurde die Unternehmensplanung für 2006 einschließlich der Investitions-, Personal- und Ergebnisplanung besprochen.

In der personellen Zusammensetzung des Vorstandes und des Aufsichtsrats haben sich in 2005 keine Änderungen ergeben. Aufgrund des in der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. August 2005 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 2005 beauftragt. Jahresabschluss und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2005 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 Aufsichtsrats fristgerecht ausgehändigt und in der Aufsichtsratsitzung vom 03. Mai 2006 eingehend besprochen worden. Sämtliche Fragen des Aufsichtsrats wurden umfassend beantwortet. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss zum 31.12.2005 sowie den Lagebericht seinerseits geprüft und in der Sitzung vom 03. 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 erbrachten Leistung im Geschäftsjahr 2005.

Achim, den 08. Mai 2006

Der Aufsichtsrat



Theodor Prümm

Vorsitzender des Aufsichtsrats

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2005

MERCATURA Cosmetics BioTech AG







1. Wirtschaftliches Umfeld - Konjunktur- und Branchenentwicklung

In Deutschland verlief die wirtschaftliche Erholung weiterhin sehr schleppend. Wie das übrige Europa konnte die deutsche Wirtschaft zwar von der Beschleunigung der Weltwirtschaft seit Beginn des Jahres 2005 profitieren. Allerdings wirkte neben den steigenden Marktpreisen für Energien vor allem die anhaltende Konsumzurückhaltung hemmend, so dass die deutsche Wirtschaft im Jahr 2005 – trotz starker außenwirtschaftlicher Impulse – lediglich um weniger als 1 % wuchs. Bedingt durch einen Rückgang der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte blieb der Konsum der privaten Haushalte unverändert schwach. Positive Effekte aus der zu Beginn des Jahres 2005 in Kraft getretenen Steuerreform wurden bedauerlicherweise durch die schwierige Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt als auch durch die gestiegenen Energie- und Kraftstoffpreise aufgezehrt, so dass für 2005 ein realer Rückgang des privaten Konsums um 0,3 % verzeichnet werden musste.

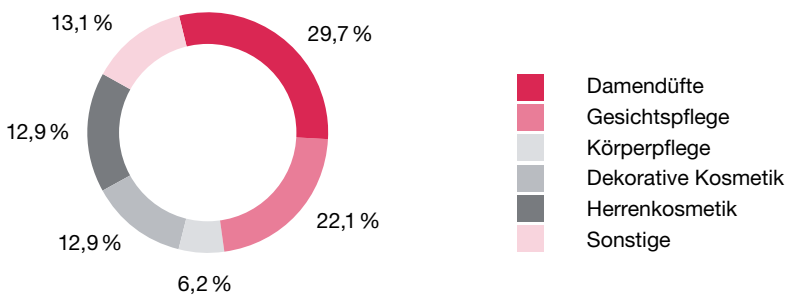
Der Kosmetikmarkt in 2005: Wie der Bundesverband der Parfümerien in seiner Jahresbilanz 2005 berichtete, konnte nur dank eines guten Weihnachtsgeschäftes das Geschäftsjahr mit einem leichten Plus von 0,3 % abgeschlossen werden. Nach drei Jahren mit rückläufiger Entwicklung in Folge bewertet der Verband den leichten Zuwachs als positives Signal für die Branche.

Uneinheitlich haben sich dabei die einzelnen Sortimentsbereiche entwickelt:

Umsatz nach Sortimentsbereichen 2005 des Parfümerie-Einzelhandels in Deutschland

Sortimentsbereich	Umsatz Mio. EUR	Nominale Veränderung geg. Vorjahr in %
 Damendüfte	737	-0,8
 Gesichtspflege	548	1,2
 Körperpflege	154	2,4
 Dekorative Kosmetik	320	-1,6
 Herrenkosmetik	397	0,9
 Sonstige	325	1,4
Gesamt	2.480	

Umsatzanteil nach Sortimentsbereichen deutscher Parfümerie-Einzelhandel 2005



Insgesamt hat sich, der in den Vorjahren abzeichnende Preiswettbewerb, nicht weiter verstärkt. Jedoch konnte eine zunehmende Konzentration durch Übernahmen oder Geschäftsaufgaben im Parfümerieeinzelhandel festgestellt werden. Gleiches gilt für die Hersteller von Kosmetik: Auch hier werden verstärkt Übernahmeaktivitäten bei einem enormen Wettbewerb um etablierte Marken verzeichnet.

2. Unternehmenssituation und Geschäftsverlauf

2.1 Umsatzentwicklung

Entgegen der schwachen Marktentwicklung konnte Mercatura im Geschäftsjahr 2005 deutlich zulegen: Der Umsatz der Mercatura AG übertraf dabei mit 4.320 TEUR den Vorjahreswert um 42 % (2004: 3.035 TEUR).

Umsatzwachstum in allen Regionen: In Deutschland stieg der Umsatz des Berichtsjahres auf 1.746 TEUR (2004: 1.362 TEUR), was einer Steigerung von 28 % gegenüber dem Wert der Vergleichsperiode entspricht. Auch die Exportumsätze konnten signifikant gesteigert werden. So erhöhten sich die im Ausland getätigten Umsätze der Mercatura AG insgesamt um 77,5 % auf 2.969 TEUR in 2005, nach 1.673 TEUR des Vorjahres. Somit gelang es der Mercatura AG in allen Zielmärkten die Marktanteile auszubauen.

Fast alle Segmente/ Marken trugen zur deutlichen Umsatzsteigerung bei: Starke Zuwächse verzeichnete vor allem die Marke Wunderkind. Bei der Marke Wunderkind konnte mit zunehmender Etablierung der Umsatz von 47 TEUR in 2004 auf 249 TEUR in 2005 mehr als verfünffacht werden. Bei Dr. Heubergers' gelang der Umsatzanstieg durch die Veräußerung einer geographisch abgegrenzten Lizenz von 226 TEUR im Vorjahr auf insgesamt 1.211 TEUR in 2005 und entspricht einem Umsatzwachstum von 435 %. Der Umsatzanteil von Wunderkind betrug im Berichtsjahr nun 6 %; Dr. Heubergers' steuerte 28 % am Gesamtumsatz bei.

Weiterhin größter Umsatzträger ist die dekorative Kosmetikmarke Stagecolor. In 2005 lieferte Stagecolor 42 % vom Gesamtumsatz. Die Umsatzerlöse beliefen sich dabei auf 1.801 TEUR im Berichtsjahr, nach 1.884 TEUR im Vorjahr. Die Impulse aus dem im Herbst präsentierten neuen Design von Aufmachung und der innovativen Displays kamen dabei nicht mehr zum Tragen.

Umsätze nach Segmenten/ Marken der Mercatura AG in 2005:

in TEUR	2005 Inland	2005 Ausland	2005 Gesamt	2004 Gesamt	Nominale Ver- änderung in %
Lipogen	337	835	1.172	1.155	1,5
Stagecolor	940	861	1.801	1.884	-4,4
Dr. Heubergers und					
pflegende Kosmetik	96	1.115	1.211	226	435,8
Wunderkind	231	18	249	47	429,8
PvH	29	0	29	0	NA
Private Label	0	86	86	0	NA
Zusätze	113	54	167	0	NA
Rabatte, Boni, Gutschriften			-395	-277	NA
Gesamt	1.746	2.969	4.320	3.035	42,3

2.2 Ergebnissituation

Die Bruttomarge ist eine wichtige Kenngröße zur Bewertung des Verhältnisses Umsatzerlöse zu Wareneinsatz; sie gibt 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 56 % in 2004 auf 63 % in 2005 zu.

Ergebnissituation weiterhin belastet: Der Jahresfehlbetrag im Berichtsjahr beträgt –1.681 TEUR, nach –2.037 TEUR in 2004. Der vorgelagerte Aufwand zum kompletten Relaunch der Marke Stagecolor für das Jahr 2006 in Höhe von ca. 490 TEUR sowie ein weiterhin hoher Kostenanteil von 975 TEUR für Wunderkind belasteten dabei die Ergebnissituation. Ferner schlug der Aufwand für die Kapitalmaßnahmen mit 221 TEUR zu Buche.

2.3 Finanzlage – Vermögens- und Kapitalstruktur

Kapitalerhöhungen erfolgreich platziert: Zur teilweisen Finanzierung der Weiterentwicklung der Marken und dem Abbau von Bankverbindlichkeiten erhöhte die Mercatura Cosmetics BioTech AG in 4 Tranchen ihr Grundkapital. Dabei flossen dem Unternehmen im Geschäftsjahr 2005 insgesamt 4.250 TEUR, bereinigt um die Transaktionskosten in Höhe von 221 TEUR zu.

Im Zuge der Kapitalmaßnahmen erhöhte sich das Gezeichnete Kapital von 3.200 TEUR auf 4.500 TEUR in 2005. Die Bilanzsumme stieg in der Stichtagsbetrachtung im Jahresvergleich um 23 % auf 8.096 TEUR. Bei einem Eigenkapital zum Stichtag 31.12.2005 in Höhe von 4.625 TEUR verfügt die Mercatura AG über eine Eigenkapitalquote von 57 %.

Auf der Aktiva nahmen die Fertigen Erzeugnisse und Waren um 551 TEUR auf 3.307 TEUR zu. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich signifikant auf 1.762 TEUR im Berichtsjahr, nach 373 TEUR in 2004. Vor diesem Hintergrund wurden Liquide Mittel zum 31.12.2005 mit 1 TEUR ausgewiesen (2004: 301 TEUR).

2.4 F&E - Investitionstätigkeit

In 2005 wurden insbesondere in die Weiterentwicklung der Marke Stagecolor rund 490 TEUR investiert. Die Einführung neuer Displays und einer neuen Aufmachung des Sortiments dekorativer Kosmetik wurde im Herbst 2005 für die Saison 2006 den Kunden präsentiert. Ferner wurden anfänglich im Herbst 2005 etwa 20 TEUR in die Fortentwicklung der Marke Wunderkind vor dem Hintergrund der Lancierung der 2. Linie im April 2006 investiert.

Eine Umstellung des kompletten Warenwirtschaftssystems im Dezember 2005 und eine Verknüpfung mit den Controllinginstrumenten ermöglichen zukünftig eine optimierte Warensteuerung und ein verbessertes Berichtswesen im Unternehmen. Für Software und Infrastruktur wurden dabei 66 TEUR investiert.

2.5 Auftragslage

Eine besonders erfreuliche Entwicklung zeigen die Orderbücher nach der Präsentation des Markenrelaunches Stagecolor auf. Das Ordervolumen nahm auf Basis der Neuauflage im Jahresvergleich in den ersten 3 Monaten des Jahres 2006 um über 35 % zu.

2.6 Mitarbeiter

Insgesamt beschäftigte die Mercatura AG im Jahr 2005 durchschnittlich 49 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2004: 48). Davon engagierten sich 22 Personen in der Produktion, 7 Personen im Außendienst und 20 Personen im Innendienst. Die Umsatzerlöse pro Kopf erreichten in der Berichtsperiode die Höhe von 100 TEUR.

2.7 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 aus Terror- sowie Naturkatastrophen ein grundsätzliches Risiko und damit eine theoretische Gefahr für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens dar. Dies gilt natürlich im Besonderen Maße für unser geschäftliches Engagement in Syrien.

INTERNE RISIKEN

Marktrisiken und -Chancen

Als Kosmetikunternehmen sieht sich die Mercatura AG dem Risiko ausgesetzt, dass die Produktentwicklungen vom Markt nur unzureichend 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 Einführung der 2. Linie von Wunderkind und der Markenrelaunch der dekorativen Kosmetik mit dem Markennamen Stagecolor.

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 bei 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 geplante Umsatzausweitungen kaum Mehrbevorratungen nötig sind. Das Vorratsmanagement unterliegt dabei einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess und wird ständig optimiert.

Markenschutz

Für ein Unternehmen mit Marken ist eine dauerhaft erfolgreiche Entwicklung mit dem Image der Marken verbunden. Neben nachhaltigen Investitionen in die Marken 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 wirksame Versicherungen auf ein Minimum reduziert. Dabei bildet grundsätzlich einen wesentlichen Bestandteil des Risikomanagements der Versicherungsbereich, durch den Risiken wie Betriebsunterbrechungen, Verlust von Waren und Anlagen sowie Schadenersatzansprüche zentral abgesichert werden.

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, um durch die Geschäftsführung mit entsprechenden Maßnahmen gegensteuern zu können. 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.

2.8 Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag

Am 02. Februar 2006 veröffentlichte die Mercatura AG die Kooperation mit der Familie Djamous, dem größten Anteilseigner der Amrit Medical Co., und dabei die Mercatura Cosmetics Syria Ltd. in Betrieb genommen zu haben. Amrit Medical Co. ist der führende Produzent und Lizenznehmer von Medikamenten in Syrien. Im Rahmen einer exklusiven Lizenz- und Vertriebsvereinbarung für den mittleren Osten sind seitens des Kooperationspartners rund 11 Mio. EUR in einen eigenen, hochmodernen Produktionsstandort im syrischen Aleppo investiert worden. Mit der Vergabe der Produktionslizenz und unter Einsatz des etablierten Distributions-Netzwerkes der Amrit Medical Co. will sich die MERCATURA AG eine Nische im arabischen Markt eröffnen. Hintergrund hierbei ist, dass im arabischen Raum der Vertrieb von kosmetischen Erzeugnissen einen wesentlichen höheren Stellenwert in den Apotheken hat als in den europäischen Ländern. So kann die implementierte Vertriebsstruktur von Amrit Medical Co. genutzt werden, die in Lizenz gefertigten Waren zu vertreiben. Des Weiteren werden nicht nur die Lizenzrechte weitergegeben, sondern auch Bulkware, Behältnisse und Verpackungen in „Rohform“, welche für den arabischen Markt abgefüllt, bedruckt und verpackt werden.

Am 13. Februar 2006 konnte die Mercatura Cosmetics BioTech AG vermelden, von der schweizer Swissdent AG, Zürich, Vertriebsrechte für das patentierte Dental Kosmetik Produkt SWISSDENT erhalten zu haben. Die Vereinbarung umfasst dabei den exklusiven Vertrieb in Deutschland und Österreich. SWISSDENT beruht als komplette Neuentwicklung im Bereich der „Bleaching Toothpastes“ auf bahnbrechender Technologie. Die MERCATURA AG wird die Ergänzung des Produktportfolios hochwertiger Kosmetik über die bestehenden Vertriebskanäle im 2. Quartal 2006 flächendeckend einführen.

Das Unternehmen rechnet mit einem Umsatzbeitrag von bis zu 1 Mio. EUR im laufenden Geschäftsjahr sowie Impulsen aus Cross-Selling-Potenzialen.

Am 21. März 2006 gab die MERCATURA Cosmetics BioTech AG nach intensiven Vorbereitungen die Unterzeichnung einer Absichtserklärung (LOI) zur Übernahme eines bekannten deutschen Kosmetikunternehmens bekannt.

Die Akquisitionsmöglichkeit eröffnete sich im Rahmen einer Nachfolgeregelung für den Unternehmensgründer und bisherigen Geschäftsführer. Vor diesem Hintergrund wurde bis zum Übergang der Geschäftsanteile Stillschweigen über die Details der Transaktion vereinbart. Die Transaktion würde für die MERCATURA AG einen Quantensprung bei Unternehmensgröße, Gewinn und Wettbewerbsposition bedeuten. Zudem könnten erhebliches Synergiepotential gehoben werden. Die MERCATURA AG ist zuversichtlich, dass die Übernahme im zweiten Quartal 2006 abgeschlossen werden kann. Die erforderlichen Barmittel für die Transaktion sollen über Kreditlinien zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus wurde zur Refinanzierung die Durchführung einer Bezugsrechtsemission angekündigt.

Am 29. März 2006 gab der Vorstand der MERCATURA Cosmetics BioTech AG bekannt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den Beschluss einer Kapitalerhöhung unter Gewährung mittelbarer Bezugsrechte für die Aktionäre gefasst zu haben. Dabei wird das Grundkapital durch die Ausgabe von bis zu 600.000 neuen Aktien von derzeit EUR 4.800.000 auf bis zu EUR 5.400.000 erhöht. Damit nutzt der Vorstand einen Teil des Genehmigten Kapitals, das in der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. August 2005 mit großer Mehrheit beschlossen wurde. Im Zeitraum vom 30. März bis zum 13. April 2006 wurden den Altaktionären die Neuen Aktien im Verhältnis 8:1 von der VEM Aktienbank AG, München, zum Bezug angeboten. Der Bezugspreis je Stückaktie wurde auf EUR 2,00 festgelegt. Ein Bezugsrechtshandel war ausgeschlossen. Die Neuen Aktien sind ab dem laufenden Geschäftsjahr 2006 mit voller Gewinnanteilsberechtigung ausgestattet.

Einen Großteil des Emissionserlöses plant die MERCATURA Cosmetics BioTech AG für die angekündigte strategische Akquisition einzusetzen. Die Veröffentlichung des Bezugsangebotes erfolgte am Mittwoch, 29. März 2006 im elektronischen Bundesanzeiger sowie auf der Internetseite der Gesellschaft unter: www.mercatura.de >> Investor Relations.

Weitere Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag wurden nicht bekannt.

3. Prognosebericht – Ausblick

Konjunktur und Konsum 2006: Für das Geschäftsjahr 2006 erwarten die Wirtschaftsexperten ein positives wirtschaftliches Umfeld für die Geschäftsaktivitäten der Mercatura AG. So sieht der International Monetary Fund in seiner Herbstprognose für 2006 ein Wachstum im Euroraum mit einem Plus von 1,8% des BIP. In Deutschland soll nach Einschätzung des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung das Bruttoinlandsprodukt in 2006 real um 1,0% steigen. Vor dem Hintergrund einer weiterhin hohen Arbeitslosigkeit in Deutschland und der damit einhergehenden gedämpften Einkommensperspektiven erwartet der Sachverständigenrat keine nachhaltige Belebung des privaten Konsums.

Strategie der Mercatura AG: Mercatura ist davon überzeugt, dass in den kommenden Jahren ganz Wesentlich zum Erfolgsfaktor im Kosmetikmarkt die Fähigkeit wird, durch innovative Produkte und gut positionierte Marken Wettbewerbsvorteile erzielen zu können. Dafür hat Mercatura erhebliche Vorleistungen getätigt: Mit Wunderkind und in der Kooperation mit Wolfgang Joop verfügt Mercatura über eine Marke, die man in kürzester Zeit erfolgreich am Markt etablieren konnte. So wurde bereits in über 90 Parfümerien ein Listing für Joop und seine auf dem Designlabel lancierte Kosmetikmarke Wunderkind erreicht.

Bedenkt man die enorme Zahl von 400 Neuheiten innerhalb der Parfümeriebranche in 2005, so ist die Lancierung der Marke Wunderkind ein Erfolg, vor allem auch daher, dass die gelisteten Letztverkaufsstellen zum Teil sogar ihren Umsatz ausweiten und neue Türen aufgrund des Erfolges hinzukommen. Zudem ist ein Abstrahlen des Markenimages und des Bekanntheitsgrades von Wunderkind auf die weiteren Mercatura Marken feststellbar. Eine hohe Innovationskraft wird hierbei sowohl mit der 2. Linie für Wunderkind, die im April/ Mai 2006 lanciert wird, als auch mit dem kompletten Relaunch, einem neuen Display ‚look and feel‘, unseres größten Umsatzträgers der Marke Stagecolor bewiesen.

Chancen: Ziele und Aussage zur voraussichtlichen Entwicklung: Diesen Hintergrund und die optimierten Produktions- und Logistikprozesse bewerten wir als eine gute Basis, die Unternehmensziele aus dem organischen Wachstum zu erreichen: Trotz der verhaltenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gehen wir dabei bei derzeitiger Unternehmensstruktur davon aus, dass Mercatura das Umsatzniveau in 2006 erneut signifikant steigern kann. Im Jahresergebnis 2006 streben wir den Turnaround an.

Weiteres Wachstum, anorganisch durch geschickte Akquisition, wurde bereits geprüft und der erste Schritt zur Realisierung der Übernahme eines Markenunternehmens, die Unterzeichnung einer Absichtserklärung, kommuniziert (siehe Nachtragsbericht). Gute Akquisitionsmöglichkeiten, wie die verfolgte, die etablierte Marken bieten und attraktive Margen versprechen, sind aufgrund der Konzentrationsbestrebungen am Markt rar. Bei Abschluss der Transaktion wird Mercatura dem Wachstum angepasste Prognosen für das Geschäftsjahr für Umsatz und Ertrag bekannt geben.

Achim, 01. März 2006

MERCATURA Cosmetics BioTech AG
Der Vorstand



Dr. C.-Julius Heuberger
Vorsitzender des Vorstands



Andreas P. Michaelis
Vorstand

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2005
MERCATURA Cosmetics BioTech AG

AKTIVA in EUR	2005	2004
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Konzession, gewerblicher Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.764.561	2.180.193
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	318.455	222.059
III. Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	0	230.578
Rückdeckungsansprüche aus Lebensversicherungen	149.741	139.098
	149.741	369.676
Anlagevermögen gesamt	2.232.757	2.771.928
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	3.306.687	2.756.062
Geleistete Anzahlungen	109.381	84.485
	3.416.068	2.840.546
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.762.406	373.418
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0	0
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	137.502	0
Forderungen gegen Gesellschafter	472	0
Sonstige Vermögensgegenstände	523.368	259.378
	2.423.748	632.795
III. Wertpapiere		
Eigene Anteile	4.540	4.540
IV. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks.		
	1.106	301.154
Umlaufvermögen gesamt	5.845.934	3.779.035
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	17.815	15.793
AKTIVA GESAMT	8.096.034	6.566.756

PASSIVA in EUR	2005	2004
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	4.500.000	3.200.000
II. Kapitalrücklage	4.963.765	2.140.633
III. Verlustvortrag	-3.156.971	-1.119.663
IV. Jahresfehlbetrag	-1.681.438	-2.037.308
Eigenkapital gesamt	4.625.356	2.183.661
B. ZUR DURCHFÜHRUNG DER BESCHLOSSENEN		
KAPITALERHÖHUNG GELEISTETE EINLAGE	360.000	0
C. RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	228.957	211.374
Sonstige Rückstellungen	129.609	41.778
Rückstellungen gesamt	358.558	253.152
D. VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	705.526	1.722.828
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	764.166	436.258
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0	31.731
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	0	11.958
Sonstige Verbindlichkeiten ¹	1.282.428	1.927.168
Verbindlichkeiten gesamt	2.752.120	4.129.942
PASSIVA GESAMT	8.096.034	6.566.756

¹ davon aus Steuern: EUR 38.811,25 (Vorjahr EUR 32.941,88)
 davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 46.671,08 (Vorjahr EUR 36.657,08)

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2005

MERCATURA Cosmetics BioTech AG

in EUR	2005	2004
Umsatzerlöse	4.320.596	3.034.735
Minderung/ Erhöhung des Bestandes an unfertigen und fertigen Erzeugnissen	550.626	-163.409
Sonstige betriebliche Erträge	25.275	497.634
Materialaufwand/ Aufwendungen für bezogene Waren	-2.145.653	-1.183.516
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-1.715.303	-1.398.062
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-296.801	-200.477
	1.962.104	1.598.539
Abschreibungen		
auf Immaterielle Vermögensgegenstände	-509.481	-432.577
auf Sachanlagen	-66.344	-51.155
	-575.825	-483.732
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.870.267	-1.976.335
Erträge aus Beteiligungen	49.422	0
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.049	4.335
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-77.556	-168.480
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-1.681.438	-2.037.308
Außerordentlicher Ertrag	0	0
Außerordentliche Aufwendungen	0	0
Sonstige Aufwendungen	0	0
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	0
Sonstige Steuern	0	0
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-1.681.438	-2.037.308

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2005 MERCATURA Cosmetics BioTech AG

1. Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Die Mercatura Cosmetics BioTech AG weist zum Abschlussstichtag die Größenmerkmale einer großen Kapitalgesellschaft 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 2005 ist in einer Anlage zur Bilanz dargestellt.

Die Gesellschaft hielt eine Beteiligung an der Mercatura Cosmetics Co. Ltd., Korea, in Höhe von 85 %, entsprechend TEUR 230. Diese wurde mit Vertrag vom 04. März 2005 zu einem Betrag von EUR 280.000,00 veräußert.

Die Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

Die Gesellschaft hält eigene Aktien (Inhaberaktien) in Höhe von EUR 4.540,00 (= 4.540 Stück). Dieses entspricht einem Anteil am Grundkapital i. H. von 0,10 %. 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 4.500.000,00 Stück á EUR 1,00 = EUR 4.500.000,00 (Aktiengattung) zusammen.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 24. September 2004 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um EUR 475.000,00 auf EUR 3.675.000,00 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrats vom 04. Februar 2005 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Achim erfolgte am 30. März 2005. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 825.000,00.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 24. September 2004 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um weitere EUR 400.000,00 auf EUR 4.075.000,00 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrats vom 14. April 2005 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Achim erfolgte am 06. Juni 2005. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 425.000,00.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 24. September 2004 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um weitere EUR 400.000,00 auf EUR 4.475.000,00 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrats vom 05. August 2005 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Achim erfolgte am 07. September 2005. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 25.000,00.

Aufgrund der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 24. September 2004 erteilten Ermächtigung – Genehmigtes Kapital – ist die Erhöhung des Grundkapitals um weitere EUR 25.000,00 auf EUR 4.500.000,00 durchgeführt. §§ 3 Abs.1 und 14 der Satzung sind in Anpassung an die Kapitalerhöhung durch Beschluss des Aufsichtsrats vom 10. August 2005 geändert. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Achim erfolgte am 09. September 2005. Das genehmigte Kapital ist verbraucht.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. August 2005 wurde beschlossen, § 14 der Satzung (genehmigtes Kapital) zu ändern. Der Vorstand ist ermächtigt, in der Zeit bis 26. August 2010, das gezeichnete Kapital mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder mehrfach um insgesamt EUR 2.037.500,00 auf EUR 6.537.500,00 durch Ausgabe neuer Inhaberaktien gegen Sach- oder Geldeinlage zu erhöhen. Von dem genehmigten Kapital hat der Vorstand gemäß Beschluss vom 19. Dezember 2005 zum Teil Gebrauch gemacht und das gezeichnete Kapital um EUR 300.000,00 auf EUR 4.800.000,00 erhöht. Die §§ 3 Abs. 1 und 14 der Satzung wurden entsprechend geändert. Weiter hat die Hauptversammlung unter gleichem Datum die Einfügung eines neuen § 15 (Bedingtes Kapital) in die Satzung und eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals von EUR 2.037.500,00 durch Ausgabe von Nennbetragsaktien im Nennbetrag von EUR 1,00, die als Inhaberaktien ausgegeben werden, beschlossen.

Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrechten Gebrauch machen oder die zur Wandlung verpflichteten Inhaber von Wandelschuldverschreibungen ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen. Die Eintragung in das Handelsregister beim Amtsgericht Achim erfolgte am 23. Februar 2006. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt noch EUR 1.737.500,00.

Die Kapitalrücklage wurde im Berichtsjahr um EUR 2.823.132,00 erhöht. Hierbei handelt es sich um ein Aufgeld für neu ausgegebene Inhaberaktien.

Die im Berichtsjahr gebildete Gewinnrücklage betrifft eine Rücklage für eigene Anteile in Höhe von EUR 4.540,00 gemäß § 272 Abs. 4 HGB.

Der Bilanzverlust entwickelte sich wie folgt:

Verlustvortrag zum 31. Dezember 2004	EUR	3.156.971,09
Jahresfehlbetrag 2005	EUR	1.681.437,69
Einstellung in Gewinnrücklagen		
in die Rücklage für eigenen Anteile	EUR	4.540,00
Bilanzverlust vom 31. Dezember 2005	EUR	4.842.948,78

Die sonstigen Rückstellungen bestehen im Wesentlichen für Abfindungen (TEUR 76), Jahresabschlusskosten (TEUR 25) sowie Urlaubsverpflichtungen (TEUR 10) und ausstehende Rechnungen (TEUR 8).

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

in TEUR	Stand 12/31/2005	bis zu 1 Jahr	Restlaufzeit zw. 1 und 5 Jahren	mehr als 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber				
Kreditinstituten	706	706	0	0
	(1.723)	(1.723)	(0)	(0)
Verbindlichkeiten aus Liefer- ungen und Leistungen				
	764	764	0	0
	(436)	(436)	(0)	(0)
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht				
	0	0	0	0
	(32)	(32)	(0)	(0)
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern				
	0	0	0	0
	(12)	(12)	(0)	(0)
sonstige Verbindlichkeiten	1.282	557	725	0
	(1.927)	(718)	(1.209)	(0)
davon Steuern	39			
	(32)			
davon im Rahmen der sozialen Sicherhiet				
	47			
	(39)			
GESAMT	2.752	2.027	725	0
	(4.130)	(2.921)	(1.209)	(0)

Zum 31. Dezember 2005 bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Lizenzverträgen (Laufzeit bis zum 31. März 2008) aus dem Mietvertrag für das Grundstück in Achim, Bremer Str. 70 (Laufzeit bis zum 31. Dezember 2009) sowie aus Leasingverträgen (Laufzeit bis zum 30. November 2007) von insgesamt TEUR 651.

4. Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Die um Rabatte, Boni und Gutschriften (TEUR 395) bereinigten Umsatzerlöse (TEUR 4.320) wurden sowohl im Inland (TEUR 1.746) als auch im Ausland (TEUR 2.969) erzielt und verteilen sich auf die einzelnen Produktionsgruppen:

	Inland	Ausland
Lipogen	337	835
Stagecolor	940	861
Pflege	96	1.115
Wunderkind	231	18
PvH	29	0
Private Label	0	86
Zusätze	113	54
GESAMT	1.746	2.969

Das Jahresergebnis lässt sich zum Bilanzergebnis wie folgt weiterentwickeln:

Jahresfehlbetrag	EUR	1.681.437,69
Verlustvortrag aus Vorjahren	EUR	3.156.971,09
Einstellung in Gewinnrücklagen		
in die Rücklage für eigene Anteile	EUR	4.540,00
Bilanzverlust	EUR	4.842.948,78

5. Sonstige Angaben

Im Jahresdurchschnitt 2005 wurden 46,25 Mitarbeiter (ohne Vorstand) beschäftigt, davon 24 Angestellte und 22,25 gewerbliche Arbeitnehmer.

Im Geschäftsjahr 2005 erfolgte die Geschäftsführung der Mercatura Cosmetics BioTech AG durch die beiden Vorstände:

- Dr. Carl-Julius Heuberger, Bremen (Vorsitzender)
- Dipl.-Kfm. Andreas Peter Michaelis, Bremen.

Herr Dr. Carl-Julius Heuberger ist 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.

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats betragen EUR 4.000,00.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber Mitgliedern des Vorstandes hat die Gesellschaft insgesamt EUR 104.231,00 zurückgestellt. Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstands betragen EUR 287.983,00.

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.

BESTÄTIGUNGSVERMERK des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Mercatura Cosmetics BioTech AG, Achim, für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2005 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 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 Überzeugung vermittelt der Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bremen, 28. April 2006

Seewald
Wirtschaftsprüfer

i. V. Knust
Steuerberater

FINANZKALENDER
für das Jahr 2006

Ordentliche Hauptversammlung
in Achim/Bremen

18. August 2006

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

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