

GESCHÄFTSBERICHT 2005

UNITEDLABELS AG



MISSION STATEMENT

»Unser Unternehmen ist das Bindeglied zwischen Medien und Handel. Wir entwerfen, vermarkten und vertreiben Konsumgüter weltweit. Dabei konzentrieren wir uns auf die international erfolgreichsten Comicmarken, um Unternehmenswerte und Wachstum für unsere Kunden und Aktionäre zu erwirtschaften. Das ist der Grundgedanke unseres Unternehmens - jetzt und in der Zukunft«

Kennzahlen 2005

	2005 (T€)	2004 (T€)
Umsatz	40.273	39.201
EBITDA	1.923	2.618
EBIT	1.358	1.533
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1.071	1.285
Jahresüberschuss	770	786
Cashflow	12	1.191
Ergebnis je Aktie (€)	0,19	0,20
Anzahl Mitarbeiter	127	110
Anzahl Lizenzverträge	65	64

Inhalt	
Vorwort	2
Bericht des Aufsichtsrats	4
Geschäftsmodell	6
Vertrieb	12
Vertrieb Key Account	14
Vertrieb Fachhandel	18
Vertrieb Best of...	20
Aktie	24
Corporate Governance	28
Jahresabschluss	32
Mitarbeiter	74
Adressen	80

Vorwort



Peter M. Boder
Vorstandsvorsitzender

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2005 war für die **UNITEDLABELS AG** erfolgreich. Wir steigerten den Konzernumsatz auf € 40,3 Mio., dies entspricht einem Umsatzzuwachs von 2,8%. Das EBIT belief sich dabei auf € 1,4 Mio. Der Konzernjahresüberschuss war mit € 0,8 Mio. wie im Vorjahr deutlich positiv. Gleichzeitig begannen wir eigene Vertriebsaktivitäten in zwei für Lizenzprodukte wichtigen Märkten, England und Italien. Während die Anlaufkosten der neu gegründeten britischen Tochtergesellschaft **UNITEDLABELS Ltd.** das Konzernergebnis mit € -0,5 Mio. belastet haben, hatte die ebenfalls neu gegründete italienische Tochtergesellschaft **UNITEDLABELS Italia Srl.** zum Jahresende ein ausgeglichenes Ergebnis.

Die beiden Geschäftsbereiche Key Account und Fachhandel entwickelten sich europaweit unterschiedlich. Während das Fachhandelsgeschäft mit einem Umsatz von € 10,2 Mio. leicht rückläufig (-5,6%) war, stieg der Umsatz im Geschäftsbereich Key Account um 6% auf € 30,1 Mio.

Im Jahr 2005 sicherte sich die **UNITEDLABELS AG** im Geschäftsbereich Key Account über vier verschiedene Vertriebsvarianten ihren Zugang zu Handelsflächen. Dabei handelt es sich um die produktübergreifende Konzeptvermarktung, das Display-Konzept „my comicworld“ sowie die Never-Out-of-Stock- (NOS) Listungen und das Einzelproduktgeschäft. Das Ziel im Großkundengeschäft ist in den nächsten Jahren, die Aktivitäten in allen vier Bereichen auszubauen und durch häufigere und umfangreichere Platzierungen weiter zu wachsen.

Im Geschäftsbereich Fachhandel bauten wir die Konzeptvermarktung aus und boten mit einer gebündelten Darstellung von Themen fachhandelsorientierte Produkt-Marken-Kombinationen an. Durch erhöhte Produktpresenz, Optimierung des Sortiments und den Ausbau neuer Lizenzen soll auch dieser Geschäftsbereich wieder profitabel werden. Zudem werden wir den bestehenden selektiven Vertrieb der Premiummarke „Best of“ sowie die Produkterweiterung der hochwertigen Porzellankollektion weiter ausbauen.

Zum Ausbau des europäischen Vertriebs haben wir, wie bereits erwähnt, im März 2005 die **UNITEDLABELS Italia Srl.** in Italien sowie im April 2005 die **UNITEDLABELS Ltd.** in Großbritannien gegründet. Die italienische Tochtergesellschaft wird sich auf das Fachhandelsgeschäft und die britische auf den Bereich Großkunden konzentrieren. Mit der Gründung beider Tochtergesellschaften sind wir in den wichtigsten Märkten für Lizenzprodukte in Europa, zu denen neben Deutschland, Frankreich und Spanien eben auch Italien und Großbritannien gehören, vertreten.

Vorwort

Die **UNITEDLABELS AG** ergänzte ihr Lizenzportfolio 2005 mit neuen, starken Lizenzen aus dem Bereich Entertainment/Character. Neu dabei sind unter anderem Lizenzen von Disney Accessoires, Ice Age 2, Kleiner Roter Traktor, Over The Hedge, Pucca und Spider-Man. Seit Anfang 2006 gehört auch die Lizenz Die wilden Kerle zum Lizenzportfolio. Wir vermarkten zu diesem bei Jugendlichen sehr beliebten Lizenzthema comicware-Produkte in den Kategorien Bekleidung und Geschenkartikel.

Zur weiteren Wachstumsfinanzierung sowie zur Erhöhung des Free Floats beschloss der Vorstand der **UNITEDLABELS AG** mit Zustimmung des Aufsichtsrats eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital der Gesellschaft um 200.000 neue, nennwertlose Inhaber-Stammaktien (Stückaktien) unter Ausschluss des Bezugsrechts. Die Kapitalerhöhung wurde am 13. Oktober 2005 durch die Ausgabe von 200.000 neuen, auf den Inhaber lautenden nennbetragslosen Stückaktien zum Ausgabebetrag von € 7,40 je Aktie durchgeführt. Das gezeichnete Grundkapital der Gesellschaft erhöht sich damit von 4.000.000 Euro auf 4.200.000 Euro.

Der Aktienkurs der **UNITEDLABELS AG** entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr positiv. Er stieg am Xetra im Jahresverlauf um 67% und verbesserte sich von 3,77 € auf 6,30 €. Auch die Börsenumsätze stiegen im Vergleich zum Vorjahr deutlich. Dies zeigt, dass offensichtlich immer mehr Investoren von den Chancen und Perspektiven unseres Unternehmens überzeugt sind.

Die **UNITEDLABELS AG** bewegt sich in dem Bereich Entertainment/Character in einem lukrativen und weiter wachsenden Markt. Wir sind auf die Vermarktung von comicware fokussiert und in allen wichtigen Märkten Europas vertreten. Mit unseren Konzeptlösungen für die Großfläche und den Fachhandel bündeln wir unsere Ressourcen auf wachstums- und renditestarke Geschäftsfelder und sind überzeugt, unsere Ziele in den nächsten Jahren zu erreichen und den Unternehmenswert zu steigern.

Für die bisher erreichten Ziele sowie für ihren Einsatz und ihre Ideen danke ich besonders unseren Mitarbeitern. Ich bedanke mich auch bei Ihnen, unseren Aktionären, Kunden und Geschäftspartnern, für Ihr entgegengebrachtes Vertrauen und freue mich, wenn Sie uns auch in den kommenden Jahren begleiten.

Herzlichst, Ihr

Peter M. Boder, CEO



UNITEDLABELS – Germany



UNITEDLABELS – Spain



UNITEDLABELS – Belgium



UNITEDLABELS – France



UNITEDLABELS – UK



UNITEDLABELS – Hongkong

Bericht des Aufsichtsrats



Dr. Jens Hausmann
Aufsichtsratsvorsitzender

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr intensiv mit der Lage und den Perspektiven des Unternehmens sowie mit einzelnen Sonderthemen befasst. Er wurde durch regelmäßige schriftliche und mündliche Berichte des Vorstandes regelmäßig, zeitnah und umfassend unterrichtet. Insgesamt haben in gleichmäßigen Zeitabständen vier reguläre Sitzungen des Aufsichtsrats stattgefunden. Zudem hat der Aufsichtsrat zwei außerordentliche Sitzungen abgehalten und im Umlaufverfahren weitere Beschlüsse herbeigeführt. Zwischen den Sitzungen berichtete der Vorstand mündlich und schriftlich über wesentliche Vorgänge. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats wurde vom Vorstand laufend über wichtige Entwicklungen und anstehende Entscheidungen unterrichtet.

Der Aufsichtsrat hat sich ferner durch Einsichtnahme wesentlicher Verträge über die Dokumentation und Absicherung der zugrunde liegenden Vorgänge überzeugt.

Intensiver als bisher hat sich der Aufsichtsrat mit der strategischen Ausrichtung des Unternehmens und insbesondere der Entwicklung des Fachhandelssegmentes auseinander gesetzt und sich zu diesem Zweck gemeinsam mit dem Vorstand und den Fachbereichsleitern zu einer Strategiesitzung zusammengefunden.

Bei wichtigen Entscheidungen, insbesondere den Gründungen der Tochtergesellschaften **UNITEDLABELS** Italia Srl. und **UNITEDLABELS** Limited (UK), dem Erwerb der Ausbaufäche auf dem Nachbargrundstück und der Errichtung eines Logistikzentrums für die Gesellschaft wurde der Aufsichtsrat zeitnah und umfassend vom Vorstand unterrichtet und eingebunden. Der Aufsichtsrat hatte den Vorschlägen des Vorstandes zugestimmt.

Der Aufsichtsrat hat der Ausnutzung des genehmigten Kapitals in Höhe von € 200.000,00 durch Ausgabe von 200.000 neuen, auf den Inhaber lautenden nennbetragslosen Stückaktien durch den Vorstand zugestimmt, um zu ermöglichen, dass sich weitere Aktionäre im Interesse der Gesellschaft im Wege einer Barkapitalerhöhung an der Gesellschaft beteiligen.

Der Aufsichtsrat behandelt regelmäßig die Anwendung und Weiterentwicklung der Corporate-Governance-Grundsätze des Unternehmens. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich der Aufsichtsrat in der November-Sitzung mit der Neufassung des Deutschen Corporate Governance Kodex vom 02.06.2005 beschäftigt. Er hat sich davon überzeugt, dass die Gesellschaft im vergangenen Geschäftsjahr die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß ihrer Entsprechenserklärung mit den dort genannten Abweichungen erfüllt hat. Es konnte sodann die nunmehr gültige Entsprechenserklärung verabschiedet werden.

Der Prüfungsausschuss fand sich in zwei Sitzungen gemeinsam mit dem Abschlussprüfer der Gesellschaft zusammen. Schwerpunkte bildeten die Themen um die Leistungsverrechnung im Konzern und die Anwendung des Risikomanagementsystems sowie die Ergebnisse der Prüfung des Jahresabschlusses. Der Aufsichtsrat hat sich

wie im Vorjahr unter Hinzuziehung des Abschlussprüfers darüber vergewissert, dass das Risikomanagementsystem im Unternehmen auf den verschiedenen Ebenen umgesetzt und beachtet wird. Dies hatte der Abschlussprüfer in seinem Zwischenbericht zum Halbjahresabschluss bestätigt.

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2005 ist unter Einbeziehung der Buchführung und des Lageberichtes von der Dr. Schumacher & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft in Münster, die in der ordentlichen Hauptversammlung am 18.05.2005 zum Abschlussprüfer gewählt wurde, geprüft worden. Schwerpunkte dieser Prüfung waren u. a. das Vorratsvermögen, Lizenzanzahlungen, das interne Kontrollsystem und die Nachhaltigkeit der Firmenwerte. Gegenstand dieser Prüfung waren auch die Maßnahmen des Vorstands zur frühzeitigen Erkennung von Risiken, die den Erfolg und den Fortbestand des Unternehmens gefährden können.

Die Abschlussprüfer haben keine Einwendungen erhoben und dies in einem uneingeschränkten Vermerk bestätigt.

Der Jahresabschluss, der Konzernabschluss, der mit dem Lagebericht zusammengefasste Konzernlagebericht und der Abhängigkeitsbericht wurden auch vom Aufsichtsrat in Sitzungen des Prüfungsausschusses und des Aufsichtsrats selbst geprüft. An diesen Sitzungen des Prüfungsausschusses und des Aufsichtsrats hat der mit der Abschlussprüfung beauftragte Wirtschaftsprüfer teilgenommen und über seine Prüfung berichtet. Der Aufsichtsrat hat sich dem Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers angeschlossen und den Jahresabschluss und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 gebilligt. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Weder gegen den Lagebericht noch gegen den Abhängigkeitsbericht erhebt der Aufsichtsrat Einwendungen.

Dem Vorschlag des Vorstandes, den Jahresüberschuss der Gesellschaft in Höhe von € 250.000,00 der Gewinnrücklage zuzuführen und in Höhe von € 513.103,82 auf neue Rechnung vorzutragen, stimmt der Aufsichtsrat zu.

Der Aufsichtsrat dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einschließlich den Führungskräften und dem Vorstand für ihre Verdienste um die Weiterentwicklung des Unternehmens im vergangenen Jahr.

Münster, im März 2006

Für den Aufsichtsrat

Dr. Jens Hausmann,
(Vorsitzender)





Geschäftsmodell

Nur ein bekannter Charakter verkauft sich gut

Zeichentrick begegnet uns überall und Comic-Figuren sind aus unserem täglichen Leben kaum mehr wegzudenken. Nicht nur im Fernsehen oder im Kino, sondern auch auf alltäglichen Produkten wie Tassen oder Socken oder in Bildschirmschonern oder Klingeltönen treffen wir auf bekannte und beliebte Comic-Charaktere.

Die Produzenten der Comic-Figuren sind vor allem die weltweit größten Medienkonzerne. Diese halten die Urheberrechte an den bekannten Figuren, deren hochwertige Markenbekanntheit durch eine hohe Präsenz in den Medien beworben wird. Gleichzeitig sollen die beliebten Comic-Charaktere Produktsätze generieren. Die Comic-Stars stellen ihre Nachfragestärke also bereits in Kinofilmen oder in TV-Serien unter Beweis, bevor sie als comicware-Produkte in den Handel kommen. Der hohe Wiedererkennungswert und Identifikationswert der comicware-Produkte garantiert dabei eine langfristige Produktnachfrage.

Um eine große Vielfalt an Produkten aus unterschiedlichen Bereichen in nahezu allen Ländern der Welt zu vertreiben, geben die Produzenten der Comic-Figuren als Lizenzgeber die Herstellungs- und Vertriebsrechte an Lizenznehmer weiter. Dabei ist für die Produzenten die Auswahl der leistungsstarken Lizenznehmer von entscheidender Bedeutung. Denn nur ein Lizenznehmer, der wie **UNITEDLABELS** in Produktumsetzung und Vertrieb stark ist, kann gewährleisten, dass die Markenbekanntheit auch in Produktsätzen realisiert wird. Das Lizenzgeschäft mit Zeichentrickfiguren wird im Bereich Entertainment/Character zusammengefasst.

Weltweiter Lizenzmarkt

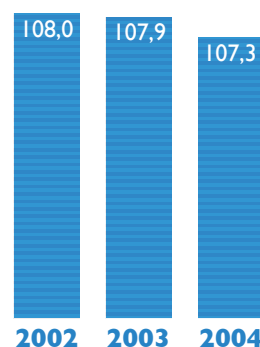
Der weltweite Lizenzmarkt ist groß und hielt sich in den vergangenen Jahren auf einem hohen Niveau. Er profitierte dabei vor allem von der weiter steigenden Anzahl der TV-Sender. Hierzu gehören auch Fernsehstationen, die ausschließlich Kinderprogramme ausstrahlen. Auch neue Übertragungsmedien, wie zum Beispiel im Bereich der mobilen Kommunikation, nutzten dem Lizenzmarkt.

Die weltweiten Umsätze mit Lizenzprodukten lagen im Jahr 2004 bei rund USD 107,3 Mrd. (2003: rund USD 107,9 Mrd.). Hierbei gab es jedoch große regionale Unterschiede: Während die USA/Kanada (-1,3%) sowie Japan (-4,0%) einen Rückgang ihrer Umsätze mit Lizenzprodukten verbuchten, stiegen in Westeuropa die Umsätze um 1,4% auf rund USD 24,5 Mrd. Osteuropa verzeichnete mit einem Anstieg von 10,7% die schnellste Wachstumsrate in diesem Bereich. Die **UNITEDLABELS AG** bewegt sich in Westeuropa also in einem Markt, der in den letzten Jahren an Volumen gewonnen hat.

Im Bereich Entertainment/Character betragen die weltweiten Handelsumsätze im Jahr 2004 rund USD 25,7 Mrd. Dies entsprach 24% des gesamten weltweiten Umsatzes mit Lizenzprodukten. Dabei ist Westeuropa zweitgrößter Markt für Lizenzumsätze im Bereich Entertainment/Character und verbuchte hier 28% der Umsätze (USA/Kanada 52%, Japan 13%) (Quelle: The Licensing Letter. Copyright 2005 EPM Communications, Inc.).

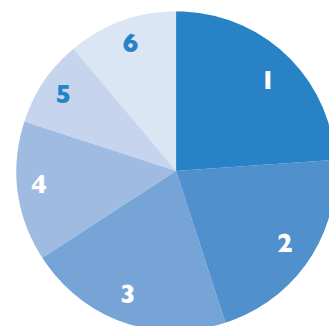
Geschäftsmodell

Weltweiter Umsatz mit Lizenzprodukten 2002–2004 (in Mrd. USD)



Quelle: The Licensing Letter
©2005 EPM Communications, Inc.

Weltweiter Umsatz mit Lizenzprodukten nach Lizenzart 2004 in %

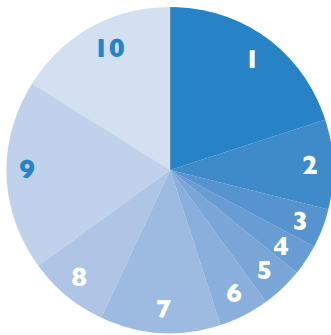


- 1 Entertainment/Character**
24%
- 2 Corporate trademarks/Brand**
21%
- 3 Fashion**
21%
- 4 Sports**
14%
- 5 Art**
9%
- 6 Other**
11%

Quelle: The Licensing Letter
©2005 EPM Communications, Inc.

Geschäftsmodell

Verteilung geschätzter Lizenzumsätze (Royalties) mit Character-Lizenzen in Deutschland nach Produktkategorien



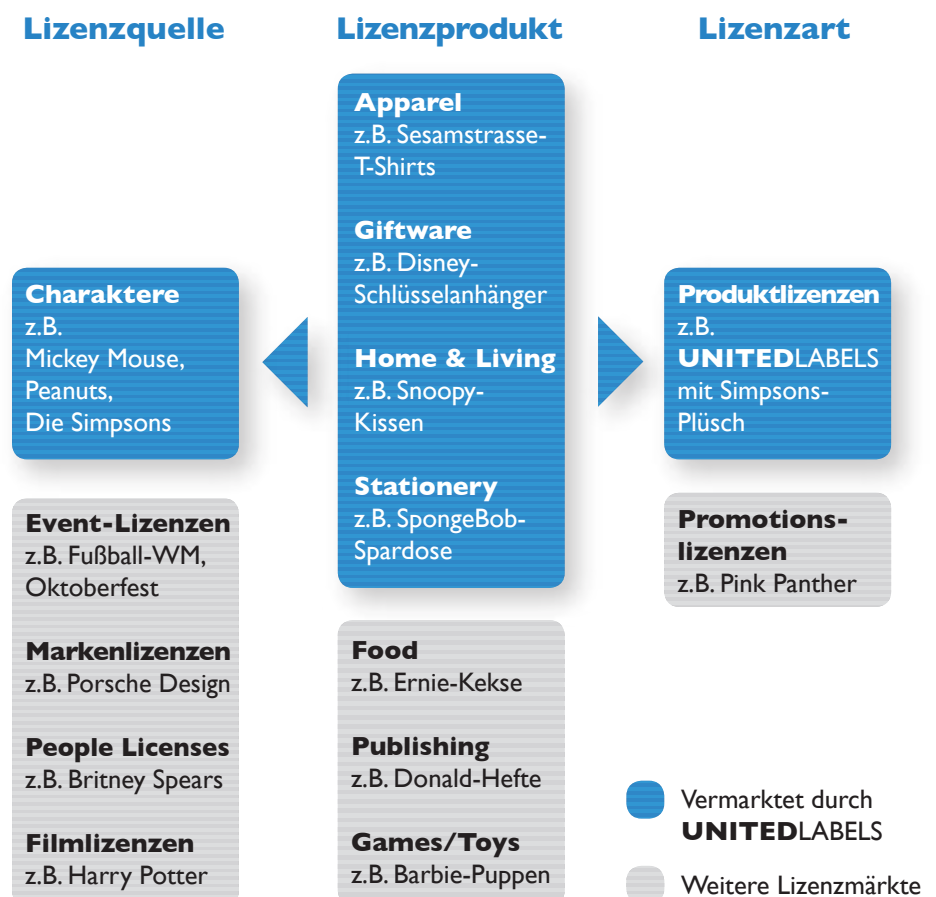
- 1 Apparel**
20% (18,2 Mio. €)
- 2 Food/Beverage**
9% (8,2 Mio. €)
- 3 Gifts/Collectibles**
4% (3,6 Mio. €)
- 4 Home Décor**
3% (2,7 Mio. €)
- 5 Music/Video**
4% (3,6 Mio. €)
- 6 Paper Products**
5% (4,6 Mio. €)
- 7 Publishing**
12% (10,9 Mio. €)
- 8 Software/Video Games**
8% (7,3 Mio. €)
- 9 Toys/Games**
19% (17,3 Mio. €)
- 10 Others**
16% (14,6 Mio. €)

Quelle: Lizenzmarkt Deutschland
Studie der LIMA und der Intelect
Marktforschung GmbH, 2005.

Laut einer Hochrechnung auf den erzielten Handelsumsatz mit Lizenzen im Bereich Character (Entertainment/TV/Movie) zu Endverbraucherpreisen in Deutschland ging die International Licensing Industry Merchandisers' Association (LIMA) in ihrer in Zusammenarbeit mit der Intelect Marktforschung GmbH entstandenen Studie „Lizenzmarkt Deutschland“ für das Jahr 2004 davon aus, dass Waren und Dienstleistungen im Wert von ca. USD 1,2 Mrd. verkauft wurden. Für 2005 lagen zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Geschäftsberichts noch keine Daten vor.

Das 1-2-3 des Lizenzgeschäfts

Wichtig im Lizenzgeschäft sind die Lizenzquelle, das Lizenzprodukt und die Lizenzart. Zu den Lizenzquellen zählen Event-, Marken-, People- und Filmlizenzen sowie die von der **UNITEDLABELS AG** bevorzugte Lizenzquelle der Charaktere. Die Lizenzprodukte unterteilen sich unter anderem in die Bereiche Bekleidung, Accessoires, Geschenkartikel und Plüsch, die auch von **UNITEDLABELS** angeboten werden. Bei den Lizenzarten wird zwischen Promotion- und Produktlizenzen unterschieden. **UNITEDLABELS** ist dabei Lizenznehmer von Produktlizenzen.



comicware ist Zeichentrick zum Anfassen

Die **UNITEDLABELS** AG macht aus Bildschirmhelden echte Stars zum Anfassen. Sie konzentriert sich dabei auf die weltweite Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Konsumprodukten mit den bekanntesten Comic-Lizenzthemen. Damit ist sie das einzige Unternehmen, das europaweit über die wichtigsten Vertriebskanäle die stärksten Comic-Lizenzen mit einem großen Produktportfolio anbietet. Als einer der führenden europäischen Lizenzspezialisten für comicware erfüllt die **UNITEDLABELS** AG mit ihrer gut ausgebauten Vertriebsstruktur, ihren langjährigen Erfahrungen und Marktkennntnissen sowie ihrem kreativen Design die Anforderungen, die an einen Lizenznehmer gestellt werden. Partner des unabhängigen Münsteraner Medienunternehmens sind als Lizenzgeber die weltweit wichtigsten Media- & Entertainment-Unternehmen wie Disney und 20th Century Fox.

Auswahl der größten Lizenzpartner



Drei Faktoren bestimmen im Lizenzgeschäft mit Comic-Charakteren den Erfolg: das Lizenzthema, das Produktangebot und die Vertriebsstärke. In allen drei Gebieten hat **UNITEDLABELS** langjährige Erfahrungen und bietet seinen Kunden effiziente Lösungen an.

Das Lizenzthema ist Ausgangspunkt für alles. Ist es populär, verkauft es sich auch gut. Artikel mit den bekanntesten Comic-Charakteren sind zugleich Bestseller-Produkte. Die **UNITEDLABELS** AG konzentriert sich auf die Aufnahme starker Lizenzen in ihr Portfolio und recherchiert früh- und rechtzeitig neue Trends in Märkten, in denen sie ihre Produkte vertreibt. Dadurch hat sie stets begehrte Themen zur Entwicklung ihrer Lizenzprodukte zur Auswahl.

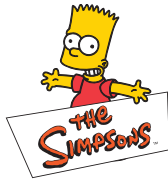
Der zweite bedeutende Faktor für eine erfolgreiche Vermarktung von Comic-Lizenzen ist das Produktangebot. Comic-Lizenzprodukte sprechen uns emotional sehr stark an und müssen deswegen ganz nach den Wünschen der Verbraucher in Themen- und Warenwelten präsentiert werden. Warenwelten entstehen durch eine gezielte Auswahl von Produkten und Designs. Hier ist die Kreativität der Design-Teams von **UNITEDLABELS** gefragt, die aktuelle Trends aufnehmen und zu jedem Comic-Charakter passende Produktlinien entwerfen. Steht ein Produkt mit einer Lizenz in Einklang, wächst auch die Identifikation beim Verbraucher.



Geschäftsmodell



Nickelodeon
© 2005 Viacom



20th Century Fox
TM & © 2005 FOX



20th Century Fox
TM & © 2005 FOX



Dreamotion Media
© dreamotion media GmbH



Little Entertainment
© 2006 Little Entertainment Company Limited
Entertainment Rights PLC. All Rights Reserved



Vooz Co., Ltd.
Copyright © VOOZ Co., Ltd. All rights reserved.



TCFC
© 2004-2006 TCFC.

UNITEDLABELS in der Schlüsselposition zwischen Rechteinhaber und Handel



Der dritte und wichtigste Faktor ist die Vertriebsstärke, denn nur Produkte, die in den Regalen stehen, können auch verkauft werden. Die flächendeckende Bestückung des Handels mit Lizenzprodukten strebt **UNITEDLABELS** aus seiner Schlüsselposition an. Denn sein Vertrieb kennt den Markt und bietet dem Lizenzgeber sowie dem Handel funktionierende Lösungen und Konzepte an. Dem Lizenzgeber verschafft **UNITEDLABELS** Zugang zu Handelsflächen und bietet dem Handel gleichzeitig erlebnisbetonte Einkaufswelten. Bereits heute verfügt **UNITEDLABELS** über eine hohe Vertriebsdichte für comicware in Europa und vertreibt seine Produkte in mehr als 61.400 Verkaufsstellen verschiedener Handelsunternehmen. Trotz eines Vertriebsnetzes in vielen europäischen Ländern steht **UNITEDLABELS** hier noch am Anfang, denn der Verkauf von Lizenzprodukten ist grundsätzlich an allen Verkaufspunkten in Europa möglich. Durch die hohe Distributionsdichte und die breite Produktpalette gelingt es **UNITEDLABELS**, hohe Skalen- und Sortimentseffekte zu realisieren.

Das Lizenzportfolio ist das Herzstück von **UNITEDLABELS**

Die Attraktivität seines Lizenzportfolios liegt **UNITEDLABELS** besonders am Herzen. Ende 2005 beinhaltete das Portfolio 65 Lizenzverträge. Dabei setzt **UNITEDLABELS** in der Vermarktung seiner comicware-Produkte auf klassische Lizenzthemen, Newcomer, Filmthemen sowie auf regional erfolgreiche Comic-Charaktere.

Zu den seit Jahrzehnten etablierten Klassikern im Lizenzportfolio von **UNITEDLABELS** gehören unter anderem Mickey Mouse, Snoopy, die Sesamstrasse und Die Simpsons. Erfolgreiche Newcomer sind SpongeBob Schwammkopf und Pucca, die in den letzten Monaten weltweit Millionen Fans gewonnen haben. Die Comic-Figuren aus Filmen wie Madagascar, Ice Age 2 und Over The Hedge sowie aus der TV-Serie Kleiner Roter Traktor sind ebenfalls bekannte und beliebte Comic-Helden und gefragte Lizenzthemen. In Frankreich zählen Marsupilami und Totally Spies zu den sehr starken Lizenzen. Grund genug für **UNITEDLABELS**, auch diese erfolgreichen Themen ins Lizenzportfolio aufzunehmen.

Mit seinen Lizenzthemen erreicht **UNITEDLABELS** alle Altersgruppen im europäischen Lizenzprodukte-Markt. Die Lizenzverträge zu bekannten und verkaufstarken Themen werden dabei über die Dauer von einem bis zu drei Jahren abgeschlossen und rechtzeitig verlängert. Ebenso frühzeitig werden Newcomer ins Portfolio aufgenommen. Dadurch ist die Zusammensetzung des Lizenzportfolios stets ausgewogen, beinhaltet attraktive Themen und sichert die Planbarkeit des Geschäfts.

Ausgezeichnetes Design

Erneut gewann die **UNITEDLABELS** AG im Jahr 2005 zahlreiche Awards für ihre Designleistung und ihre Produktentwicklung. So erhielt sie im Juli gemeinsam mit dem Sassenberger Designbüro sieger design sowie der Internetagentur agency aus Telgte für den Internetauftritt von „Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“ die internationale Designauszeichnung „red dot für hohe Designqualität“ des Jury-Expertenteams des red dot award: communication designs. Im September 2005 gewann die **UNITEDLABELS** AG mit ihrer Porzellankollektion „Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“ den LIMA Germany Award für das Lizenzprodukt des Jahres. Ausgezeichnet wurde sie von der International Licensing Industry Merchandisers' Association (LIMA), die zu dem weltweit führenden Fachverband im Bereich Medienlizenzen, Marken und Merchandising zählt. Die **UNITEDLABELS** AG gewann 2005 außerdem den „International Homey Award“ in Gold als „Licensee of the Year“ und wurde von 20th Century Fox damit für die weltweit erfolgreichste Produktumsetzung und Vermarktung der Simpsons ausgezeichnet.

Geschäftsmodell

Auszeichnungen



red dot

2005 – red dot für hohe Designqualität



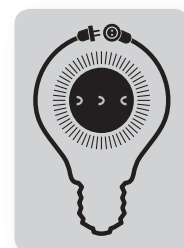
2002, 2003 und 2005 – International Homey Award – Licensee of the Year



2004 – LIMA Award, Bester Lizenznehmer
2005 – LIMA Award, Bestes Lizenzprodukt

GRAPHIS
PackagingDesign9

2004 – „Graphis PackagingDesign9“



2004 – Designpreis des DDC



Vertrieb

Hohe Vertriebsdichte generiert Umsätze europaweit

Genauso grenzübergreifend wie die Bekanntheit der Lizenzthemen ist auch die Vertriebsstruktur von **UNITEDLABELS**. Konsequenterweise wurde das europäische Vertriebsnetz in den vergangenen Jahren durch Akquisitionen in Belgien, Frankreich und Spanien ausgebaut. Im Jahr 2005 startete **UNITEDLABELS** durch die Neugründung seiner Büros in Italien und Großbritannien auch in zwei weiteren wichtigen Märkten für Lizenzprodukte.

An seinen Standorten ist **UNITEDLABELS** direkt mit Mitarbeitern vor Ort, welche die lokalen Märkte und Einkaufsgewohnheiten kennen und ihren Kunden länderspezifische Angebote machen können. Damit hat **UNITEDLABELS** beste Voraussetzungen, in den nächsten Jahren über alle wichtigen Vertriebskanäle und unabhängig von Länder- und Sprachgrenzen den Verbrauchern in ganz Europa comicware-Produkte anzubieten. Europa ist dadurch für **UNITEDLABELS** zu einem Markt geworden.

Lizenzprodukte sprechen jeden an und sind sehr gefragt. Allein 2005 hat **UNITEDLABELS** 25,7 Mio. Artikel vertrieben und damit die Anzahl seiner pro Jahr verkauften Produkte erneut erhöht. Dies bedeutet, dass an jedem Handelsverkaufstag ca. 85.600 Artikel bzw. in jeder Sekunde 2,4 Artikel von **UNITEDLABELS** irgendwo in Europa einen Käufer fanden.

Dies gelang **UNITEDLABELS** mit mehr als 3.700 Handelspartnern in mehr als 15 Ländern und rund 61.400 Verkaufsstellen. Durch seine hohe Vertriebsdichte generierte **UNITEDLABELS** als international ausgerichtetes Unternehmen im Jahr 2005 mit € 23,4 Mio. 58% seiner Umsätze außerhalb Deutschlands (Vj.: 23,5 Mio. €/60%). Dabei lieferte es seine comicware-Produkte nicht nur an internationale Konzerne, sondern begleitete auch deutsche Handelsketten bei ihrer europäischen Expansion, zum Beispiel nach Osteuropa. Insgesamt erhöhte **UNITEDLABELS** im Jahr 2005 die Anzahl der Regalflächen in den verschiedenen Ländern über unterschiedliche Vertriebskanäle. Das Ziel in den nächsten Jahren ist es, die Erhöhung der Anzahl der Regalplätze kontinuierlich fortzuführen.

Die hochwertige Porzellankollektion „Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“ vertreibt **UNITEDLABELS** nicht nur in Europa, sondern bereits weltweit. „Best of-Produkte“ wurden 2005 in 30 Ländern vermarktet. Auch hier ist in den nächsten Jahren der weitere Ausbau der Vertriebsstruktur geplant.

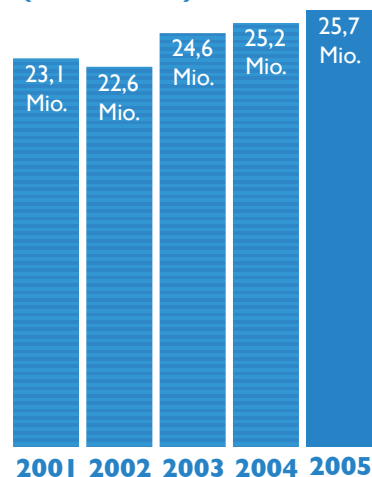


Anzahl Outlets

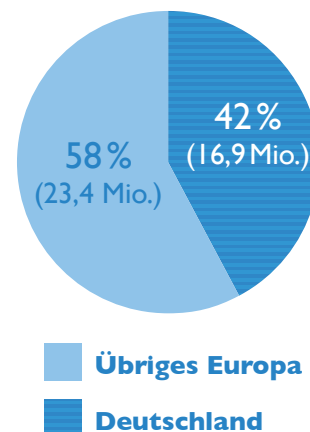
2005: 61.400

Vertrieb

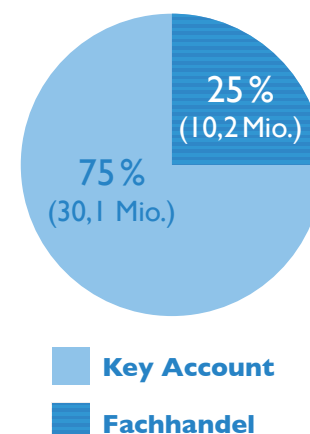
Anzahl verkaufter Artikel in Mio. Teilen (2001–2005)



Umsatzverteilung UNITEDLABELS 2005 in Europa in % (€)



Umsatzverteilung 2005 Key Account und Fachhandel in % (€)





Key Account

Umsatzstarkes Großkundengeschäft

Die **UNITEDLABELS** AG legte auch 2005 ein besonderes Augenmerk auf die Filialisten und die Großflächen, da der Wachstumstrend hier weiter anhielt. Diese Vertriebskanäle wuchsen zum einen durch die weiterhin fortschreitende Verlagerung vom Fachhandel zur Großfläche und zum anderen durch die fortschreitende internationale Expansion der Einzelhandelskonzerne. Da die **UNITEDLABELS** AG mit nahezu allen großen Einzelhandelsunternehmen zusammenarbeitet, profitiert sie von deren Expansion, durch welche sich neue Absatzgebiete, zum Beispiel in Osteuropa, für sie erschließen. Unabhängig davon wächst die **UNITEDLABELS** AG auch, wenn sie die Anzahl ihrer Regalflächen bei bestehenden Kunden, zum Beispiel durch die weitere Platzierung ihrer Display-Konzepte, erhöht.

Die **UNITEDLABELS** AG hat sich konsequent auf die Veränderungen in der Handelslandschaft eingestellt und realisiert deshalb bereits heute 75% ihres Konzernumsatzes in diesem Wachstumsfeld. Sie verbuchte zudem einen Anstieg des Umsatzes im Geschäftsbereich Key Account auf € 30,1 Mio. (Vj.: € 28,4 Mio) und erzielte hier mit 6% das größte Wachstum. Die **UNITEDLABELS** AG betreut Großkunden in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Belgien und den Niederlanden sowie in Spanien und Portugal. Das 2005 neu gegründete britische Büro verbuchte bereits Erstplatzierungen bei großen Filialisten.

UNITEDLABELS macht Einkaufen zum Erlebnis

Filialisten und große Einzelhandelsunternehmen brauchen immer wieder neue Warenbilder, um ihre Kunden durch erlebnisbetonte Einkaufswelten zu begeistern. Auch neue Käuferschichten lassen sich gut durch Erlebniswelten erschließen, denn durch sie werden unterschiedliche Zielgruppen angesprochen. Die große Popularität, zum Beispiel von Comic-Klassikern wie Snoopy, sowie der hohe Neuigkeitswert von Lizenzthemen, wie zum Beispiel bei SpongeBob Schwammkopf, und deren Emotionalität sind ideal für neue Konzepte und Präsentationsideen.

UNITEDLABELS schafft diese Warenwelten und macht das Einkaufen zum Erlebnis. Mit seinen comicware-Produkten bietet **UNITEDLABELS** Möglichkeiten, innerhalb eines Lizenzthemas oder einer Produktgruppe ständig wechselnde Wareneindrücke mit einer Vielzahl an Umsetzungsvarianten zu kombinieren. Da im Geschäftsbereich Key Account auch in Zukunft die größten Zuwächse erwartet werden, setzt die **UNITEDLABELS** AG auf vier Angebotsvarianten, die exakt auf die Bedürfnisse der Großkunden zugeschnitten sind.

Vertrieb Key Account

**KAISER'S
TENGMANN**

NETTO

Carrefour

Müller

WAL*MART

BAUR

KARSTADT

WOOLWORTH

3 SUISSES
le Chouchou

Nestlé

El Corte Inglés

Auchan

LA REDOUTE

u.v.m.

Vertrieb Key Account

Lizenzprodukte von SpongeBob Schwammkopf



Kissen



Wanduhr



Mülschale



Tassen



Wecker

Maßgeschneiderte Lösungen für Großkunden

Konzeptvermarktung ist gefragt

Die produktübergreifende Konzeptvermarktung bildet den wichtigsten und umsatzstärksten Bereich im Geschäftsfeld Key Account. So wurden neue Kunden gewonnen und die Anzahl der Aktionen erhöht. Die **UNITEDLABELSAG** hat hierbei als einer der wenigen Lizenznehmer die Möglichkeit, einem Großkunden Artikel in einem einheitlichen Design über eine Vielzahl von Produkten anzubieten.

Die Konzeptvermarktung erfolgt meist im Rahmen von Aktionsgeschäften, das heißt, die Artikel stehen für einen begrenzten Zeitraum, etwa zwischen zwei und acht Monaten, in den Regalen. Ist eine Aktion abgelaufen, bietet die Lizenzvielfalt von **UNITEDLABELS** genug Auswahl für Folgeaktionen. Die **UNITEDLABELS AG** sieht in diesem Bereich die Zukunft und wird sich auch weiterhin auf die Kreation von Erlebniswelten am Point of Sale (POS) konzentrieren.



Vertrieb Key Account

„My comicworld“ – Eine Welt, die begeistert

Großkunden fordern Konzepte nicht nur im Aktionsgeschäft, sondern auch im Rahmen von Dauerplatzierungen. Mit „my comicworld“ setzt **UNITEDLABELS** ein neues Konzept für den Key Account um und bewirtschaftet diese Verkaufsflächen selbst. Diese Regalflächen gehören der **UNITEDLABELS AG** allein, denn sie legt die Produkte und die Abverkaufspreise fest, erhält den direkten Zugang zum Endverbraucher und ist so ganzjährig mit einer breiten Produktpalette ihrer comicware-Artikel im Handel präsent.

Auf den neuen Displays können je nach Kundenprofil textile Produkte sowie Produkte aus den Bereichen Glas, Porzellan und Keramik (GPK) sowie Geschenkartikel von international angesagten Comic-Charakteren wie Snoopy, Mickey Mouse, den Simpsons, SpongeBob Schwammkopf, Pucca und vielen anderen präsentiert werden. Das Lizenzsortiment wird dabei jeweils auf den Kunden abgestimmt. **UNITEDLABELS** bietet mit „my comicworld“ auch hier für jedes Lizenzthema die gesamte Produktpalette aus einer Hand an.

Die Vermarktung dieser geschlossenen Themenwelten hat die **UNITEDLABELS AG** im Jahr 2005 konsequent umgesetzt. Weitere Platzierungen der vollständig eigenbetreuten Regalflächen sind in den kommenden Jahren geplant.

NOS– Never-Out-of-Stock-Listungen

Ein weiteres Geschäftsfeld im Bereich Key Account sind die NOS- (Never-Out-of-Stock-) Listungen, durch die comicware-Produkte der **UNITEDLABELSAG** ebenfalls ganzjährig im Handel präsent sind. Die überwiegend in Fachabteilungen eingesetzten Artikel werden speziell auf die Bedürfnisse der jeweiligen Abteilungen abgestimmt.

Großvolumiges Aktionsgeschäft mit Einzelprodukten

Neben diesen Dauerplatzierungen gibt es weiterhin das Einzelproduktgeschäft, also das großvolumige Aktionsgeschäft mit einem Artikel oder einem Aktionssortiment. Hierbei wird überwiegend im Discount-Bereich eine Aktion mit einem oder wenigen Artikeln für einen bestimmten Aktionszeitraum durchgeführt. Das großvolumige Aktionsgeschäft verzeichnet dabei große Skaleneffekte im Einkauf, da es sich auf nur wenige Produkte konzentriert. Daher bleibt es auch zukünftig Bestandteil des Geschäftsbereichs Key Account.



Vertriebspartner Key Account 2005

162 Handelspartner

57.300 Outlets



u.v.m.



Fachhandel

Neue Konzepte bieten Lösungen im Fachhandel

Der spezialisierte Fachhandel grenzt sich durch das verstärkte Angebot ausgefallener und höherpreisiger Produkte von der Großfläche ab. Er überzeugt dort, wo er sich mit anspruchsvollen Produkten trotz eines allgemein anhaltenden Preisdrucks abheben kann. **UNITEDLABELS** unterstützt den Fachhandel dabei durch fachhandelsspezifische Konzepte.

Die comicware-Lizenzprodukte von **UNITEDLABELS** helfen durch die Popularität bzw. den Neuigkeitswert der Lizenzthemen sowie durch eine ausgefallene Produktpalette dem Einzelhändler bei der Profilierung seines Geschäfts. Im Gegenzug unterstützt der Fachhandel das Profil der Lizenzthemen, die auf Lifestyle-Produkten in seinen Regalen zu finden sind.

Seit 2005 bietet **UNITEDLABELS** zudem auf neuen, für den Fachhandel entwickelten Displays für jedes Lizenzthema die gesamte Lifestyle-Produktpalette aus einer Hand an. Durch den saisonalen Wechsel des Lifestyle-Konzeptes aus Designprodukten, die sich an aktuellen Trends orientieren, verschafft **UNITEDLABELS** dem Fachhändler einen klaren Wettbewerbsvorteil. Auf jedem Display werden bis zu vier Produktlinien konzeptionell und designorientiert interpretiert, darunter Peanuts, Donald Duck, die Disney Prinzessin Cinderella, Die Simpsons oder SpongeBob Schwammkopf. Die Produktpalette umfasst Artikel aus den Bereichen Modeaccessoires, Geschenkartikel und Glas, Porzellan und Keramik (GPK).

Die **UNITEDLABELSAG** betreibt das Geschäft mit dem Fachhandel in Deutschland, Frankreich, Italien, Belgien und den Niederlanden sowie in Spanien und Portugal. Mit der neuen Niederlassung in Italien bedient sie die dort existierende attraktive Fachhandelslandschaft. In den nächsten Jahren strebt die **UNITEDLABELS AG** im Geschäftsfeld Fachhandel die Steigerung des Umsatzes durch die Erhöhung ihrer Produktpräsenz sowie durch die Optimierung des Sortiments an.



Vertriebspartner Fachhandel 2005

2.700 Handelspartner

3.200 Outlets

Vertrieb Fachhandel

Produktlinien-Displays für den Fachhandel





Mickey Mouse und Snoopy bitten zu Tisch

„Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“ stehen für exklusive Porzellankollektionen, hochwertige Geschenkartikel und coole Accessoires. „Best of“ ist jedoch mehr als eine Premiummarke in den Bereichen Porzellan und Geschenkartikel. Es ist vor allem eine Liebeserklärung an zwei große Helden der Comic-Geschichte: Mickey Mouse und Snoopy. In enger Abstimmung mit den Lizenzgebern Walt Disney Company (Mickey Mouse) und United Features Syndicate (Snoopy) sowie in Zusammenarbeit mit dem Designbüro sieger design entstanden hochwertige Produkte für alle, die mit den Comic-Stars erwachsen geworden sind und die sich an der neuen Attraktivität der Helden ihrer Kindheit erfreuen.

Die Zielgruppe von „Best of“ ist breit gefächert: Sammler und Kenner von hochwertigem Geschirr, Comic-Liebhaber oder einfach alle, die Spaß an dem gewissen Extra haben und eine ausgefallene Geschenkidee suchen. Mit „Best of“ trat **UNITEDLABELS** ein in die Welt der exklusiven Porzellankollektionen und damit in den gehobenen Fachhandel. Der Vertrieb von „Best of“ ermöglicht **UNITEDLABELS** den Zugang zu einer weiteren Käuferschicht, die bereit ist, für anspruchsvolle Produkte mehr Geld auszugeben.



Messeauftritt Frankfurt

Vertrieb Best of...



Dänemark, Kopenhagen



Japan, Tokio



Deutschland, Hamburg



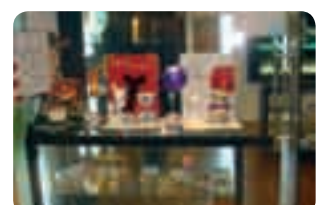
Südafrika, Kapstadt



Deutschland, Hamburg



Russland, Moskau



China, Shanghai



Vertrieb Best of...

Die Porzellankollektion startete 2003 in facettenreichen Dekorserien und mit individuellen Verpackungen mit Espressotassen, Kaffeebechern, Tassen mit Untertassen sowie Müslischalen und Tellern. Seit 2005 ergänzen Milch- und Saftkrüge, Papierservietten, Salz- und Pfefferstreuer, Schlüsselanhänger, Music-Bags und Metall Dosen die Kollektion. Im Frühjahr 2006 stellte **UNITEDLABELS** mit Dinner Plates und Pasta Plates sowie Candle Lights weitere erstklassige Produkte vor, die für einen stilvollen Auftritt auf Tisch und Tafel sorgen.

Die „Best of“-Produkte sind weltweit in über 30 Ländern zu erwerben. Die Porzellankollektion ist dabei nur in ausgewählten Verkaufsstellen erhältlich. In Deutschland erhöhte die **UNITEDLABELS AG** die Anzahl dieser Verkaufspunkte im vergangenen Jahr auf 270. Den weiteren Ausbau des selektiven Vertriebs sowie die Produkterweiterung steuert das Unternehmen auch in den kommenden Jahren an.



„Best of“ in 30 Ländern – mit 870 Handelspartnern

Deutschland	England	Taiwan
Österreich	Dänemark	Russland
Schweiz	Finnland	Belarus
Belgien	Schweden	Ukraine
Luxemburg	Norwegen	Kasachstan
Niederlande	China	Türkei
Frankreich	Malaysia	Südafrika
Spanien	Singapur	Griechenland
Portugal	Australien	Slowenien
Italien	Japan	Libanon

Best-of-Snoopy im Dekor „Home Run“



Schale



Tasse mit Teller



Music-Bag



Salz- und Pfefferstreuer



Milch- und Saftkrug



Dinner Plate



Pasta Plate



Die Aktie

Erfolgreiches Börsenjahr 2005

Das Börsenjahr 2005 verlief für deutsche Aktien sehr erfolgreich. Von den Aktienindizes wies der SDAX mit einem Zuwachs von 36% die beste Performance auf, dicht gefolgt vom MDAX mit 35%. Der DAX stieg im Jahresverlauf um 27% und etablierte sich damit über der 5000-Punkte-Marke. Der TecDax verbesserte sich um 15%. Auch europäische Aktienmärkte erreichten Ende 2005 neue Jahreshochs.

Erfreuliche Kursentwicklung der UNITEDLABELS-Aktie

Insbesondere der Aktienkurs der **UNITEDLABELS AG** entwickelte sich 2005 erfolgreich. Er stieg am Xetra um 67% und zeigte damit eine bessere Performance als die wichtigsten deutschen Indizes. Nach einem Start bei 3,77 € am 3. Januar 2005 verbesserte sich die **UNITEDLABELS-Aktie** bis zum 30. Dezember 2005 auf 6,30 €. Der Jahreshöchstkurs lag bei 8,93 € (variabler Kurs, Xetra) am 14. Juni 2005.

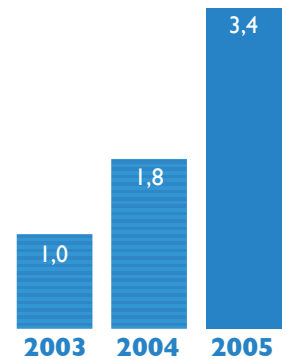
Die Börsenumsätze der **UNITEDLABELS-Aktie** verdoppelten sich 2005 im Vergleich zum Vorjahr nahezu. Wurden im Jahr 2004 im Xetra und im Parketthandel Frankfurt rund 1.8 Mio. Stücke gehandelt, waren es im Jahr 2005 über 3,4 Mio. Dies ist das Ergebnis eines deutlich angestiegenen Interesses der Investoren sowie der Erhöhung des Free Floats.

Kursverlauf der UNITEDLABELS-Aktie 2005 in € (Xetra)

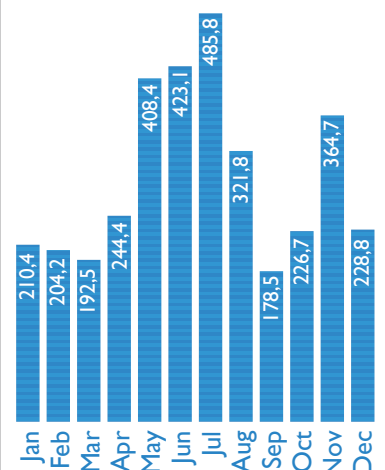


- Kursverlauf
- 38 Tage UL

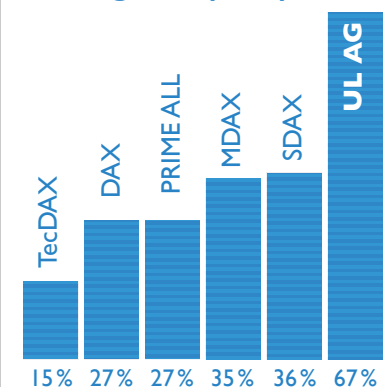
Börsenumsätze 2003–2005 (Xetra + Frankfurt, St.)



Börsenumsätze 2005 (Xetra + Frankfurt, St.)



Die UNITEDLABELS-Aktie im Vergleich (2005)



Aktie

Tag der Erstnotierung

10. Mai 2000

Aktienanzahl

4.200.000 Stückaktien

Free Float

1.572.000 Aktien

ISIN-Code

DE 000 548 956 1

WKN

548 956

Ticker-Kürzel

ULC

Marktsegment

Prime Standard

Deutsche Börse

Aktionärsstruktur

Peter M. Boder, CEO 62,6%

Free Float 37,4%

Designated Sponsor

HSBC Trinkaus & Burkhardt

KGaA

Kapitalerhöhung verbreitert Aktionärsstruktur

Im Oktober hat die **UNITEDLABELS AG** eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital der Gesellschaft um 200.000 neue, nennwertlose Inhaber-Stammaktien (Stückaktien) unter Ausschluss des Bezugsrechts beschlossen. Die Gesellschaft ist mit den ihr zufließenden Mitteln in einer guten Ausgangsposition, um ihr weiteres Wachstum zu finanzieren. Auch die Liquidität der Aktie im Markt ist erhöht worden. Das gezeichnete Grundkapital der Gesellschaft erhöhte sich durch die Kapitalerhöhung von 4.000.000 € auf 4.200.000 €. Die neuen Aktien haben volle Gewinnbeteiligung für das Geschäftsjahr 2005 und alle Folgejahre. Der Preis pro Aktie wurde im Rahmen der satzungsmäßigen Spanne auf 7,40 € festgelegt. Die neuen Aktien wurden ausschließlich an institutionelle Investoren platziert.

Hohe Transparenzanforderungen im Prime Standard

Die Aktie der **UNITEDLABELS AG** ist im Prime Standard der Deutschen Börse notiert. Mit der Entscheidung für dieses Segment hat sich das Unternehmen zu einem hohen Transparenzstandard verpflichtet. Zu den Zulassungsfolgepflichten im Prime Standard gehören die quartalsweise Berichterstattung in deutscher und englischer Sprache, die Veröffentlichung eines Unternehmenskalenders, die Durchführung mindestens einer Analystenkonferenz pro Jahr, das Erstellen von Ad-hoc-Mitteilungen auch in englischer Sprache sowie die Zulassungsfolgepflichten des General Standard.

5. ordentliche Hauptversammlung

Am 18. Mai 2005 fand die 5. ordentliche Hauptversammlung der **UNITEDLABELS AG** in Münster statt. Der Aufsichtsrat und der Vorstand begrüßten in der Halle Münsterland rund 320 Aktionäre und Pressevertreter. Die bei Abstimmung gültige Präsenz betrug 71,07%. Dies entsprach 2.842.748 stimmberechtigten Aktien.

Alle zur Abstimmung vorgelegten Tagesordnungspunkte wurden von der Hauptversammlung bestätigt. Der Vorstand und der Aufsichtsrat wurden mit deutlicher Mehrheit für das Geschäftsjahr 2004 entlastet. Zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2005 wurde die Dr. Schumacher & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Münster, bestellt. Die Hauptversammlung stimmte weiterhin mit sehr großer Mehrheit der abgegebenen Stimmen dem Beschluss zur Aufhebung bestehender genehmigter Kapitalia, der Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals sowie den entsprechenden Satzungsänderungen zu. Sie gab auch der Satzungsänderung bezüglich der Aufsichtsratsvergütung, sonstiger Satzungsänderungen zur Anpassung der Satzung bezüglich des UMAG-Regierungsentwurfs sowie dem Beschluss zum Erwerb eigener Aktien ihre Zustimmung.

Die 6. ordentliche Hauptversammlung wird am 23. Mai 2006 in der Halle Münsterland in Münster stattfinden. Alle relevanten Informationen sowie die Unterlagen zur Stimmrechtsvertretung zur nächsten Hauptversammlung finden Aktionäre auf den Investor-Relations-Seiten der Homepage www.unitedlabels.com in der Rubrik Investor Relations/Hauptversammlung.

Investor-Relations-Aktivitäten kontinuierlich erweitert

Die Investor- und Public-Relations-Abteilung der **UNITEDLABELSAG** verantwortet alle Aktivitäten im Bereich Unternehmenskommunikation. Sie ist Ansprechpartnerin für externe und interne Anfragen und liefert zeitnah, transparent und ausführlich Informationen über das Unternehmen. Bereits 2004 wurden die Investor-Relations-Aktivitäten intensiviert, wodurch ein deutlich erhöhtes Interesse von Seiten institutioneller Investoren an der Aktie hervorgerufen wurde. Im Jahr 2005 wurden die Aktivitäten neu strukturiert und erweitert, um dem Informationsbedürfnis der Financial Community sowie den gestiegenen gesetzlichen Anforderungen effizient nachzukommen.

Die Geschäftsführung führte im vergangenen Geschäftsjahr zahlreiche Gespräche mit Analysten und Fondsmanagern sowie mit Vertretern der Wirtschaftspresse. Dabei präsentierte sie das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr auf zwei Analystenkonferenzen. Am 21. Juni nahm die **UNITEDLABELS AG** an der 8. Baader Small- und Mid-Cap-Konferenz in Unterschleißheim bei München teil. Am 21. November stellte der Vorstand das Unternehmen auf dem Deutschen Eigenkapitalforum in Frankfurt am Main vor.

Alle relevanten Informationen zur **UNITEDLABELS**-Aktie finden die Aktionäre auf der Homepage www.unitedlabels.com in der Rubrik Investor Relations. Das Unternehmen stellt hier zeitnah Ad-hoc- und Pressemeldungen, Finanzberichte sowie den Finanzkalender in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. Die Aktionäre erhalten zudem Auskunft über den aktuellen Aktienkurs sowie die relevanten Informationen zur Hauptversammlung, zur Corporate Governance und zu den Directors' Dealings. Neben Investor-Relations-News und Pflichtveröffentlichungen sind zahlreiche Informationen zum Unternehmen, seinen Lizenzen und Produkten, sowie Presse- und Händler-Informationen abrufbar.

Aufsichtsrat

Im Aufsichtsrat haben sich im Geschäftsjahr 2005 keine personellen Veränderungen ergeben.

Finanzkalender 2006

15. März

Veröffentlichung des Jahresabschlusses 2005, Bilanzpressekonferenz in Münster

9. Mai

Veröffentlichung des 3-Monatsberichts

23. Mai

6. ordentliche Hauptversammlung in Münster

8. August

Veröffentlichung des 6-Monatsberichts

7. November

Veröffentlichung des 9-Monatsberichts

Bericht zur Corporate Governance

Der Deutsche Corporate Governance Kodex soll mit seinen international und national etablierten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung das Vertrauen in die Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Aktiengesellschaften fördern. Das Vertrauen in ihr Unternehmen möchte die **UNITEDLABELS AG** bei ihren Aktionären, Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und in der Öffentlichkeit durch Offenheit und Transparenz gewinnen und bewahren. Die **UNITEDLABELS AG** entspricht aus diesen Gründen den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex weitestgehend.

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich intensiv in ihrer November-Sitzung mit der Neufassung des Deutschen Corporate Governance Kodex beschäftigt und aufgrund dieser Beratungen die Entsprechenserklärung vom Dezember 2005 verabschiedet. Sie ist am Ende dieses Kapitels abgedruckt sowie auf der Internetseite der Gesellschaft www.unitedlabels.com in der Rubrik Investor Relations/Corporate Governance veröffentlicht.

Duales Führungssystem

Das deutsche Aktiengesetz schreibt für die **UNITEDLABELS AG** ein duales Führungssystem („Two-Tier Board Structure“), bestehend aus einem Vorstand und einem Aufsichtsrat, vor. Im dualen Führungssystem sind Geschäftsleitung und -kontrolle streng getrennt. Die Führungs- und Kontrollstruktur der **UNITEDLABELS AG** besteht aus einem Vorstandsmitglied sowie aus drei Aufsichtsratsmitgliedern. Vorstand und Aufsichtsrat beachten die Regeln ordnungsgemäßer Unternehmensführung.

Der Vorstand

Der Vorstand der Gesellschaft ist das Leitungsorgan des Konzerns und besteht aus einer Person. Er ist an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswertes verpflichtet. Er entwickelt die Unternehmensstrategie, auch für die Tochtergesellschaften.

Der Vorstand sorgt für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und wirkt auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hin.

Der Vorstand arbeitet mit dem Aufsichtsrat zum Wohle des Unternehmens eng zusammen. Er stimmt die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit dem Aufsichtsrat ab und erörtert mit ihm in regelmäßigen Abständen den Stand der Strategieumsetzung.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Er geht dabei auf Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen unter Angabe von Gründen ein.

Vorstandsberichte sowie entscheidungsnotwendige Unterlagen, insbesondere der Jahresabschluss, der Konzernabschluss und der Prüfungsbericht werden den Mitgliedern des Aufsichtsrats möglichst rechtzeitig vor der Sitzung, in der Regel acht Tage vor der Sitzung, zugeleitet.



Der Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands und vertritt die Gesellschaft diesen gegenüber. Er überwacht und berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und beschließt über alle wesentlichen Geschäfte der Gesellschaft, für die Zustimmungspflicht besteht. Regelmäßig erörtert er die Geschäftsentwicklung, die Planung und die Strategie. Der Aufsichtsrat behandelt in seinen regelmäßigen Sitzungen die monatlichen Informationen und die Quartalsberichte. Er prüft den Jahresabschluss der **UNITEDLABELSAG**, den Konzernabschluss und den Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns unter Hinzuziehung des Abschlussprüfers und der Ergebnisse der Prüfung durch den Prüfungsausschuss und beschließt über deren Feststellung bzw. Billigung.

Der Aufsichtsrat hat entsprechend den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex einen Prüfungsausschuss („Audit Committee“) gebildet. Dieser besteht aus zwei Mitgliedern des Aufsichtsrats. Der Aufsichtsrat hat darauf geachtet, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über besondere Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren verfügt. Der Prüfungsausschuss befasst sich insbesondere mit Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements, der erforderlichen Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung mit dem Abschlussprüfer.

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vorstand erhält ein Festgehalt sowie eine variable erfolgsabhängige Tantieme in Höhe eines Prozentsatzes vom Konzernjahresüberschuss vor Steuern gestaffelt nach Zielerreichung.

Die Aufsichtsratsvergütung wurde auf der Hauptversammlung 2005 den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex angepasst. Sie besteht aus einem festen Bestandteil und einer sich am Konzernjahresüberschuss orientierenden variablen Komponente. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Zweifache der fixen Aufsichtsratsvergütung. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses erhalten eine zusätzliche feste Vergütung, der Vorsitzende erhält das Doppelte.

Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Aufsichtsrats halten folgende Aktien:

Herr Prof. Dr. Helmut Roland hält 5.728 Stückaktien und Herr Michael Dehler 441 Stückaktien. Herr Dr. Jens Hausmann hält keine Aktien.

Der Vorstandsvorsitzende Herr Peter M. Boder hält 2,63 Mio. Aktien der Gesellschaft.





Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sind Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie ihnen nahe stehende Personen verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der **UNITEDLABELS AG** unverzüglich der Gesellschaft mitzuteilen. Mitteilungspflichtig sind dabei Erwerbs- und Veräußerungsgeschäfte über € 5000 im Kalenderjahr. Der **UNITEDLABELS AG** wurden 2005 folgende Geschäfte gemeldet:

Datum	Name	Funktion	Bezeichnung des Wertpapiers	ISIN	Art	Stückzahl	Kurs/Preis	Erläuterung
10.01.2005	Peter M. Boder	Geschäftsführendes Organ	UNITEDLABELS -Aktie	DE0005489561	Verkauf	20.000	3,80 €	Abgabe an einen institutionellen Investor
25.04.2005	Peter M. Boder	Geschäftsführendes Organ	UNITEDLABELS -Aktie	DE0005489561	Verkauf	20.000	4,75 €	Abgabe an einen institutionellen Investor
31.10.2005	Peter M. Boder	Geschäftsführendes Organ	UNITEDLABELS -Aktie	DE0005489561	Verkauf	100.000	7,40 €	Die Aktien wurden zur Bedienung der Nachfrage im Rahmen der Kapitalerhöhung an institutionelle Investoren abgegeben

Alle Aktiengeschäfte wurden auch auf der Website des Unternehmens www.unitedlabels.com in der Rubrik Investor Relations/Directors Dealing veröffentlicht.

Beziehungen zu den Aktionären

Viermal pro Geschäftsjahr berichtet die **UNITEDLABELSAG** ihren Aktionären über die Geschäftsentwicklung sowie über die Finanz- und die Ertragslage. Die ordentliche Hauptversammlung des Unternehmens findet in den ersten fünf Monaten des Geschäftsjahres statt. Weitere Informationen zu den Investor-Relations-Aktivitäten der **UNITEDLABELSAG** finden Sie im Kapitel „Aktie“ dieses Geschäftsberichts.

Corporate Governance im Internet

Die aktuelle sowie die nicht mehr aktuellen Entsprechenserklärungen zum Deutschen Corporate Governance Kodex sind im Internet auf der Homepage der Gesellschaft unter www.unitedlabels.com in der Rubrik Investor Relations/Corporate Governance veröffentlicht.

Entsprechungserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex 2005

Erklärung von Vorstand und Aufsichtsrat der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 02. Juni 2005.

Vorstand und Aufsichtsrat der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird. Vorstand und Aufsichtsrat der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft beabsichtigen auch in Zukunft die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zu beachten. Die folgenden Empfehlungen werden derzeit nicht angewendet:

1. Ziff. 4.2.1:

Der Vorstand soll aus mehreren Personen bestehen und einen Vorsitzenden oder Sprecher haben. Eine Geschäftsordnung soll die Geschäftsverteilung und die Zusammenarbeit im Vorstand regeln.

Diese Empfehlungen werden derzeit nicht erfüllt. Der Vorstand der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft besteht aus einem Mitglied. Der Aufsichtsrat hält weiterhin die Bestellung eines zweiten Vorstandsmitgliedes grundsätzlich für sinnvoll. Sofern zumindest ein weiteres Vorstandsmitglied bestellt wird, erhält der Vorstand alsdann sowohl einen Vorsitzenden oder Sprecher als auch eine Geschäftsordnung, welche die Geschäftsverteilung und die Zusammenarbeit im Vorstand regelt.

2. Ziff. 5.4.1:

Es ist eine Altersgrenze für Aufsichtsratsmitglieder festzulegen.

Eine solche Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats besteht nicht. Die Festlegung einer solchen unterliegt der Beschlussfassung der Hauptversammlung. Sie soll in der nächsten Hauptversammlung nachgeholt werden.

3. Ziff. 5.6:

Der Aufsichtsrat soll regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit überprüfen.

Dem Aufsichtsrat erscheint eine Selbstprüfung der eigenen Effizienz nach näher festzulegenden Kriterien bei längerer Amtsdauer grundsätzlich sinnvoll. Mit Rücksicht auf die Amtsdauer von nur zwei Jahren gemäß § 7 Ziff. 2 der Satzung hält der Aufsichtsrat derzeit eine Effizienzprüfung im Sinne des Corporate Governance Kodex nicht für notwendig. Sofern die Mitglieder des Aufsichtsrats für eine weitere Amtszeit wiedergewählt werden, soll über die Notwendigkeit einer Effizienzprüfung unter Berücksichtigung der allgemeinen Erfahrung mit diesem neuen Instrument der Selbstkontrolle neu entschieden werden.

Seit Abgabe der letzten Entsprechungserklärung von Dezember 2004 hat die Gesellschaft den Kodex in der Fassung vom 21. Mai 2003 mit den dort genannten Abweichungen zu den Empfehlungen gemäß den Ziffern 4.2.1, 4.2.3, 4.2.4, 5.4.1, 5.4.5 und 5.6. entsprochen.

Münster, im Dezember 2005

Der Vorstand

Der Aufsichtsrat





Jahresabschluss

Inhalt

Konzernlagebericht	34
Konzern-Bilanz	44
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	46
Kapitalflussrechnung	47
Konzerneigenkapital- veränderungsrechnung	48
Anhang	49
Uneingeschränkter Bestätigungsvermerk	70
AG-Gewinn- und Verlustrechnung	71
AG-Bilanz	72

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster

Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2005

Gesamtwirtschaftliche Lage

Das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) erhöhte sich 2005 laut Angaben des Statistischen Bundesamtes im Vergleich zum Vorjahr preisbereinigt um 0,9%. Die wirtschaftliche Belegung des Jahres 2004 (+1,6%) schwächte sich damit etwas ab. Im Jahr 2005 standen allerdings auch weniger Arbeitstage zur Verfügung als im Vorjahr. Nach Ausschaltung dieses Kalendereffekts ergibt sich für das Jahr 2005 eine Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts von 1,1%, die genauso hoch ist wie im Jahr 2004. Das Wirtschaftswachstum im Jahr 2005 war vor allem exportgetragen. Die privaten Konsumausgaben stagnierten nach Angaben des Statistischen Bundesamtes auf dem Niveau des Jahres 2004. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte in Deutschland nahm 2005 um 1,4% zu.

Im gesamten Jahr 2005 wurden im Einzelhandel in Deutschland laut Statistischem Bundesamt nominal 1,2% und real um 0,7% höhere Umsätze erzielt als im Jahr 2004. Dabei erreichte der Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln mit 0,4% eine reale Umsatzsteigerung. Der Einzelhandel nahm laut Eurostat in der EU-25 im zweiten Quartal 2005 um 0,1% zu. In der Eurozone ging der Einzelhandelsumsatz um 0,3% zurück.

Branchenkonjunktur

Der Lizenzmarkt hielt sich weiterhin auf hohem Niveau. Die weltweiten Umsätze mit Lizenzprodukten lagen im Jahr 2004 bei USD 107,3 Mrd. (2003: USD 107,9 Mrd.). Hierbei gab es jedoch große regionale Unterschiede. Während die USA/Kanada sowie Japan einen Rückgang um 1,3% bzw. 4,0% verzeichneten, stiegen in Westeuropa die Umsätze mit Lizenzprodukten um 1,4% auf USD 24,5 Mrd. Osteuropa hatte mit einem Anstieg von 10,7% die höchste Wachstumsrate.

UNITEDLABELS bewegt sich mit seiner europäischen Ausrichtung in einem Markt, der in den letzten Jahren an Volumen gewonnen hat. Westeuropa ist zudem zweitgrößter Markt für Lizenzumsätze im Bereich Entertainment/Character (Quelle: The Licensing Letter. Copyright 2005 EPM Communications, Inc.).

Laut einer Hochrechnung auf die erzielten Handelsumsätze mit Lizenzen im Bereich Character (Entertainment/TV/Movie) zu Endverbraucherpreisen in Deutschland geht die International Licensing Industry Merchandisers' Association (LIMA) in ihrer Studie „Lizenzmarkt Deutschland“ für das Jahr 2004 davon aus, dass Waren und Dienstleistungen im Wert von ca. USD 1,2 Mrd. verkauft wurden. Für 2005 lagen zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Geschäftsberichts noch keine Daten vor.



Die größte Bedeutung für den Handel kommt nach wie vor der Produktkategorie Bekleidung zu. Laut der Studie der LIMA ist Bekleidung auch in Deutschland die umsatzstärkste Produktkategorie der Lizenzen im Bereich Character (Entertainment/TV/Movie). Die umsatzstärkste Produktgruppe von **UNITEDLABELS** ist ebenfalls Bekleidung vor Plüschwaren und Geschenkartikeln.

Im Jahr 2005 gehörten Snoopy, Disney – und dabei insbesondere die Disney Prinzessinnen sowie Winnie Pooh –, Die Simpsons und Sesamstrasse weiterhin zu den bekanntesten und stärksten Lizenzen im europäischen und deutschen Lizenzmarkt. Diese Lizenzklassiker wurden durch neue Themen wie SpongeBob Schwammkopf und Madagascar ergänzt.

Auch zukünftig ist mit einer hohen Anzahl an Neuproduktionen von Zeichentrickserien und -filmen zu rechnen. So entstehen immer wieder neue Comic-Charaktere, von denen manche sicher auch Kultstatus erreichen und die eine Nachfrage nach Lizenzprodukten hervorrufen.

Umsatz- und Auftragslage

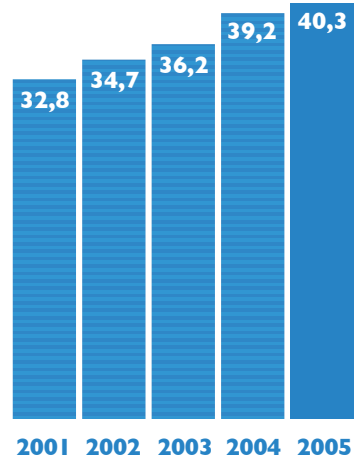
Umsatzentwicklung

Der Umsatz im Geschäftsjahr 2005 ist konzernweit auf € 40,3 Mio. (Vj. € 39,2 Mio.) gestiegen. Dies bedeutet einen Anstieg von 2,8% gegenüber dem Vorjahr. Die Steigerung resultiert aus einem erhöhten Umsatz mit deutschen Großkunden (+ € 1,2 Mio.), insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel. Demzufolge nahm auch der Umsatz mit deutschen Kunden am Gesamtumsatz von 40% auf 42% zu, während der ausländische Anteil zwar von 60% auf 58% sank, absolut jedoch stabil blieb.

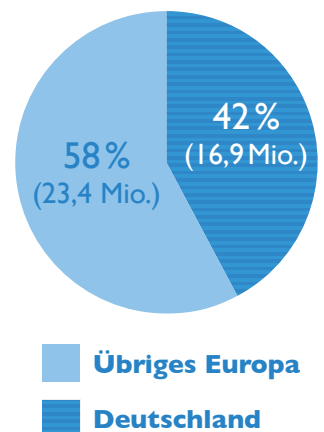
Der Großkundenanteil am Gesamtumsatz stieg im Konzern auf 75% (Vj. 72%). Diese Entwicklung spiegelt den generellen Trend zur Großfläche wider.

Der Fachhandelsanteil ist von 28% auf 25% zurückgegangen, dies bedeutet eine Reduzierung um € 0,7 Mio., wobei allein in Deutschland der Umsatz im Fachhandel von € 2,9 Mio. auf € 2,4 Mio. sank. Die **UNITEDLABELS AG** hat dieser Entwicklung Rechnung getragen und den Bereich Fachhandel in Deutschland neu ausgerichtet. Die Fokussierung auf Schlüsselkunden mit neuen Konzepten, eine verbesserte Tourenplanung und eine deutliche Kostenreduzierung sollen im Fachhandel im Geschäftsjahr 2006 zu einer Ergebnisverbesserung führen.

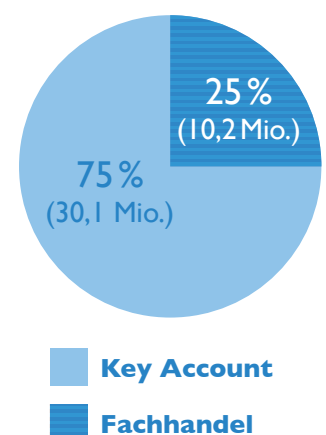
Umsatzentwicklung (in Mio. €)



Umsatzverteilung UNITEDLABELS 2005 in Europa in % (€)

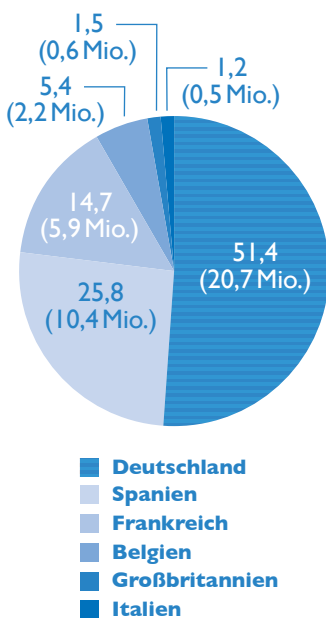


Umsatzverteilung 2005 Key Account und Fachhandel in % (€)

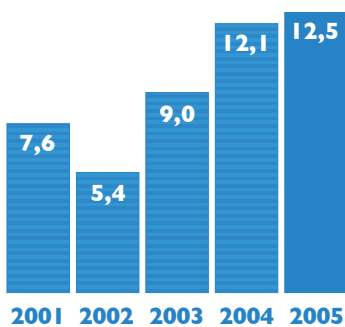


Konzernlagebericht

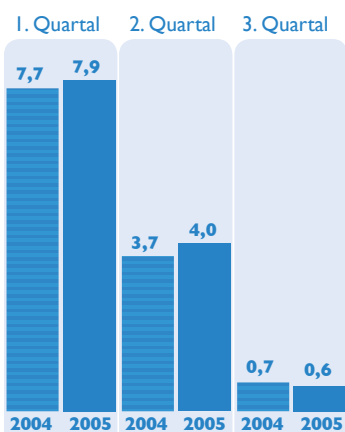
Umsatzverteilung nach Gesellschaften (konsolidiert) in % (€)



Entwicklung des Auftragsbestandes zum 31.12. (in Mio. €)



Verteilung des Auftragsbestandes per 31.12.2005 nach Lieferquartalen (in Mio. €)



Die **UNITEDLABELS** AG selbst trug konsolidiert mit € 20,7 Mio. (Vj. € 20,4 Mio.) 51 % (Vj. 52%) zum Konzernumsatz bei. Dabei wurde der bisherige Umsatz in England in Höhe von T€ 303 auf die britische Tochtergesellschaft verlagert.

Der Umsatzanteil der spanischen **UNITEDLABELS** Ibérica betrug 26 % (Vj. 27%). Die französische **UNITEDLABELS** France trug mit 15 % (Vj. 18%) zum Konzernumsatz bei. Das belgische Tochterunternehmen Colombine erhöhte seinen Umsatzanteil auf 5 % (Vj. 3%). Die neu gegründeten Tochtergesellschaften in Großbritannien und Italien erzielten im Rumpfgeschäftsjahr zusammen einen Anteil von 3%.

Auftragsbestand

Der Auftragsbestand zum 31. Dezember 2005 betrug € 12,5 Mio. (Vj. € 12,1 Mio.). Dies entspricht einer Steigerung von 3,3%. Der Gesamtauftragsbestand verteilt sich auf das 1. Quartal 2005 mit € 7,9 Mio. (Vj. € 7,7 Mio.), das zweite Quartal mit € 4,0 Mio. (Vj. € 3,7 Mio.) und das dritte Quartal mit € 0,6 Mio. (Vj. € 0,7 Mio.).

Ertragslage

Ergebnis

UNITEDLABELS weist im abgelaufenen Geschäftsjahr unverändert einen Konzernjahresüberschuss in Höhe von € 0,8 Mio. (Vj. € 0,8 Mio.) aus.

In der Segmentbetrachtung stieg das Ergebnis im Großkundengeschäft auf € 2,0 Mio. (Vj. € 1,8 Mio.). Das Segment Fachhandel schloss mit einem Ergebnis von € -0,6 Mio. (Vj. € -0,3 Mio.).

Das Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) betrug € 1,4 Mio. (Vj. € 1,5 Mio.).

Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS** AG, Münster, betrug der Jahresüberschuss € 0,5 Mio. (Vj. € 0,2 Mio.) und das EBIT € -0,3 Mio. (Vj. € -0,4 Mio.). Die Überleitung vom EBIT zum Jahresüberschuss ist im Wesentlichen geprägt durch eine Dividendenausschüttung der UL Ibérica in Höhe von € 0,7 Mio. (Vj. € 0,5 Mio.).

Wareneinsatz

Die Kosten des Wareneinsatzes, die insbesondere Material-, Transport-, Zoll- und Lizenzgebühren beinhalten, beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf € 25,2 Mio. (Vj. € 25,4 Mio.). Dies entspricht einer Verbesserung der Wareneinsatzquote um 2,2 Prozentpunkte auf 62,5% gegenüber dem Vorjahr mit 64,7%. Insbesondere im Großkundengeschäft konnten mit der Umsetzung produktübergreifender Themenvermarktungen höhere Margen erzielt werden. Margenstarke Sortimentsangebote bilden daher auch zukünftig den Schwerpunkt im Geschäft mit Großkunden.

Im Gesamtwareneinsatz sind Lagerabschriften in Höhe von € 0,4 Mio. (Vj. € 0,6 Mio.) enthalten.

Personalkosten

Der Anteil der Personalkosten am Umsatz ist von 12,8% auf 14,0% gestiegen. Absolut sind die Kosten von € 5,0 Mio. auf € 5,6 Mio. gestiegen. Ursächlich für diese Entwicklung waren die Einstellung von Mitarbeitern im Vertrieb sowie der Aufbau des Personalstamms bei der **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien.

Der durchschnittliche Personalbestand betrug 116 Mitarbeiter gegenüber 114 Mitarbeitern im Vorjahr. Zum 31. Dezember 2005 waren 127 Mitarbeiter (Vj. 110) beschäftigt.

Der Umsatz pro Mitarbeiter belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf T€ 317 (Vj. T€ 356).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

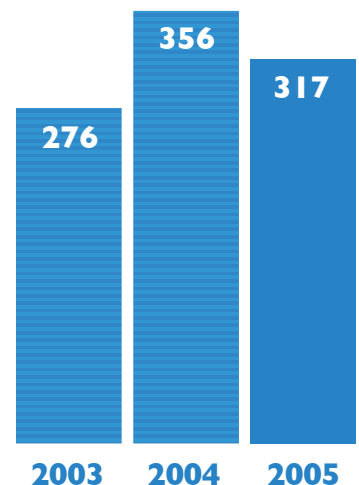
Der Anteil der sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhte sich von 17,1% auf 19,7%.

Absolut betragen die Kosten € 7,9 Mio. (Vj. € 6,7 Mio.). Die Kostensteigerung ist unter anderem bedingt durch die beiden neu gegründeten Tochtergesellschaften in Großbritannien und Italien.

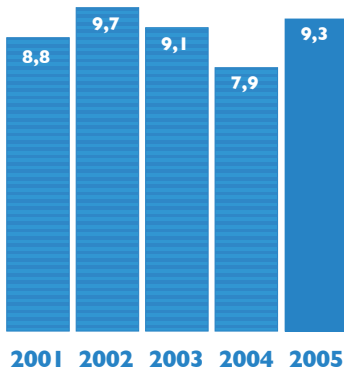
Abschreibungen

Die Abschreibungen sind von € 1,1 Mio. auf € 0,6 Mio. deutlich gesunken. Ursächlich für diese Entwicklung ist die nicht weiter fortgeführte Abschreibung der Firmenwerte in Höhe von € 0,5 Mio. pro Jahr aufgrund geänderter IFRS-Rechnungslegungs-vorschriften.

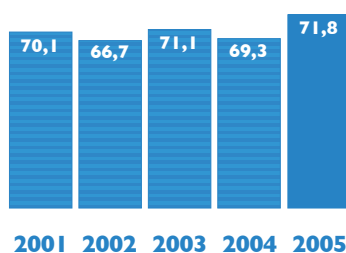
Umsatz pro Mitarbeiter
(in T€)



Entwicklung des Lagerbestandes (in Mio. €)



Entwicklung der Eigenkapitalquote (in %)



Vermögens- und Finanzlage

AKTIVA

Zum Bilanzstichtag betragen die liquiden Mittel € 3,5 Mio. (Vj. € 3,7 Mio.).

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind von € 12,8 Mio. auf € 11,5 Mio. stichtagsbedingt gesunken.

Die Vorräte in Höhe von insgesamt € 9,3 Mio. (Vj. € 7,9 Mio.) entfielen zu 31 % (€ 2,8 Mio.; Vj. 31 %, € 2,4 Mio.) auf den Lagerort in Spanien, zu 68 % (Vj. 69 %) auf den Lagerort Deutschland (€ 6,4 Mio.; Vj. € 5,5 Mio.) und mit 1 % (€ 0,1 Mio.) auf die neu gegründete **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Erhöhung des Bruttolagerbestandes um 17 % bzw. € 1,4 Mio.

Der Nettowarenbestand (Vorräte gesamt minus bereits verkaufter Ware) belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf € 7,6 Mio. (Vj. € 7,5 Mio.) und war somit nahezu unverändert.

Die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten haben sich von € 3,0 Mio. auf € 2,5 Mio. verringert. Darin enthalten sind € 2,1 Mio. (Vj. € 2,7 Mio.) Vorauszahlungen für Lizenzgebühren. Dies ist insbesondere durch eine bessere Anpassung der Zahlungszeitpunkte in den Lizenzverträgen an die tatsächliche Entwicklung der Lizenzkosten gelungen.

Die Sachanlagen enthalten Grundstücke und Geschäftsbauten (€ 2,9 Mio.), technische Anlagen und Maschinen (€ 0,1 Mio.) sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung (€ 1,1 Mio.). Im Geschäftsjahr 2005 hat die **UNITEDLABELS** AG Grundstücke für einen zukünftigen Ausbau der eigenen Logistikkapazitäten erworben.

Die immateriellen Vermögensgegenstände setzen sich aus gewerblichen Schutzrechten in Höhe von € 0,3 Mio. sowie Geschäfts- und Firmenwerten von insgesamt € 7,6 Mio. zusammen. Geschäfts- und Firmenwerte bestehen betreffend der **UNITEDLABELS** Ibérica S.A. (€ 2,6 Mio.), der **UNITEDLABELS** Belgium N.V. (€ 3,2 Mio.) und der **UNITEDLABELS** AG (€ 1,8 Mio.). Die Werthaltigkeit wird gemäß IFRS-Rechnungsvorschriften nur noch einmal jährlich überprüft; sofern notwendig, werden entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen. Im Geschäftsjahr 2005 waren Wertberichtigungen nicht erforderlich.

PASSIVA

Die kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten betragen € 5,2 Mio. (Vj. € 4,9 Mio.). Der Grundstückserwerb in Deutschland wurde mittels eines zinsgünstigen Baudarlehens in Höhe von € 1,1 Mio. finanziert.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind stichtagsbezogen von € 5,2 Mio. auf € 4,7 Mio. zurückgegangen.

Die kurzfristigen Rückstellungen haben sich geringfügig gesenkt. Rückstellungen sind in ausreichendem Umfang gebildet worden.

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten beinhalten Verbindlichkeiten für nachlaufende Rechnungen (€ 0,5 Mio.), Lizenzzahlungen (€ 0,3 Mio.) sowie sonstige Verbindlichkeiten (€ 0,9 Mio.) und belaufen sich insgesamt mit € 1,7 Mio. auf Vorjahresniveau (Vj. € 1,7 Mio.).

Die Konzernbilanz weist zum Stichtag ein Eigenkapital in Höhe von € 32,0 Mio. (Vj. € 29,8 Mio.) aus. Damit steigt die Eigenkapitalquote auf 71,8 % (Vj. 69,3 %).

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft wurde im Oktober 2005 durch eine Kapitalerhöhung um nominal € 200.000 erhöht.

Die Bilanzsumme beläuft sich auf € 44,5 Mio. (Vj. € 43,0 Mio.).

Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit im Konzern betrug T€ 12 (Vj. € 1,2 Mio.). Die Gründe hierfür sind u.a. der Aufbau des Geschäftsbetriebes in den Neugründungen Großbritannien und Italien sowie die stichtagsbezogene Erhöhung des Lagerbestandes.

Die Finanzierung eines neu erworbenen Grundstückes der **UNITEDLABELS AG** in Höhe von € 1,1 Mio. erfolgte in gleicher Höhe durch ein Baudarlehen.

Der Finanzmittelfonds hat sich leicht um € 0,2 Mio. auf € 3,5 Mio. (Vj. € 3,7 Mio.) reduziert.

Lizenzen

Das Lizenzportfolio von **UNITEDLABELS** beinhaltete im Konzern zum 31. Dezember 2005 65 Lizenzverträge (Vj. 64) in unterschiedlichen Produktkategorien und verschiedenen Ländern.

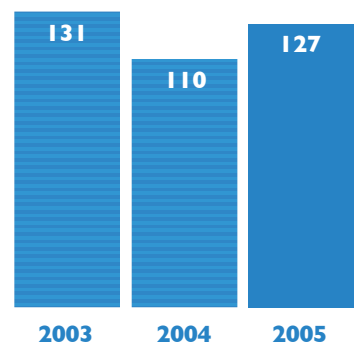
Das Lizenzportfolio wird stets mit Lizenzthemen erweitert, bei denen ein größeres Potential erwartet werden kann. Neu erworben wurden 2005 unter anderem Lizenzen von „Disney Accessoires“, „Family Guy“, „Garfield“, „Ice Age 2“, „Kleiner Roter Traktor“, „Over The Hedge“, „Pucca“, „Spider-Man“ und „Totally Spies“. Zudem wurde die Lizenz von „The Simpsons“ um den Bereich Plüsch erweitert.

Mitarbeiter

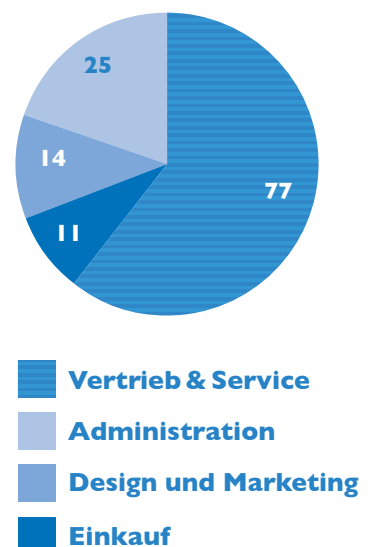
Zum 31. Dezember 2005 waren 127 Mitarbeiter konzernweit beschäftigt (Vj. 110). Dabei entfallen auf die **UNITEDLABELS AG** 69 Mitarbeiter (Vj. 63), auf die belgische Colombine 9 (Vj. 6), auf die **UNITEDLABELS France** 7 (Vj. 4) und auf die **UNITEDLABELS Ibérica** 34 (Vj. 37) Mitarbeiter. In der neu gegründeten **UNITEDLABELS Ltd.** waren zum Jahresende 9 Mitarbeiter beschäftigt, während in der italienischen Tochtergesellschaft eine Mitarbeiterin fest angestellt war.

Der durchschnittliche Personalbestand stieg leicht auf 116 Mitarbeiter gegenüber 114 Mitarbeitern im Vorjahr.

Anzahl Mitarbeiter
31.12.2005



Personalstruktur zum
31.12.2005



Entwicklung in den Tochtergesellschaften

Die spanische **UNITEDLABELS** Ibérica erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von € 11,3 Mio. (Vj. € 11,9 Mio.). Der Jahresüberschuss belief sich auf € 0,2 Mio. (Vj. € 0,8 Mio.). Während die Umsatzveränderung im Wesentlichen durch geringere Innenumsätze bedingt ist, verringerte sich das Ergebnis aufgrund eines preisaggressiveren Angebotsverhaltens im vierten Quartal 2005.

Die belgische Colombine verdoppelte nahezu ihren Umsatz auf € 2,2 Mio. (Vj. € 1,2 Mio.). Dabei stieg der Jahresüberschuss überproportional zum Umsatz auf € 0,9 Mio. (Vj. € 0,4 Mio.). Die Colombine erzielte dabei erstmals einen höheren Umsatz im Großkundengeschäft als im Fachhandel. Der Jahresüberschuss beinhaltet eine Dividende der **UNITEDLABELS** France in Höhe von € 0,3 Mio. (Vj. € 0,1 Mio.).

Die französische **UNITEDLABELS** France erzielte einen Umsatz von € 5,9 Mio. (Vj. € 6,9 Mio.). Die Konzentration auf margenstärkere Geschäfte führte zu einem Jahresüberschuss auf Vorjahresniveau in Höhe von € 0,3 Mio. (Vj. € 0,3 Mio.) und einer Umsatzrendite von 4,8 %.

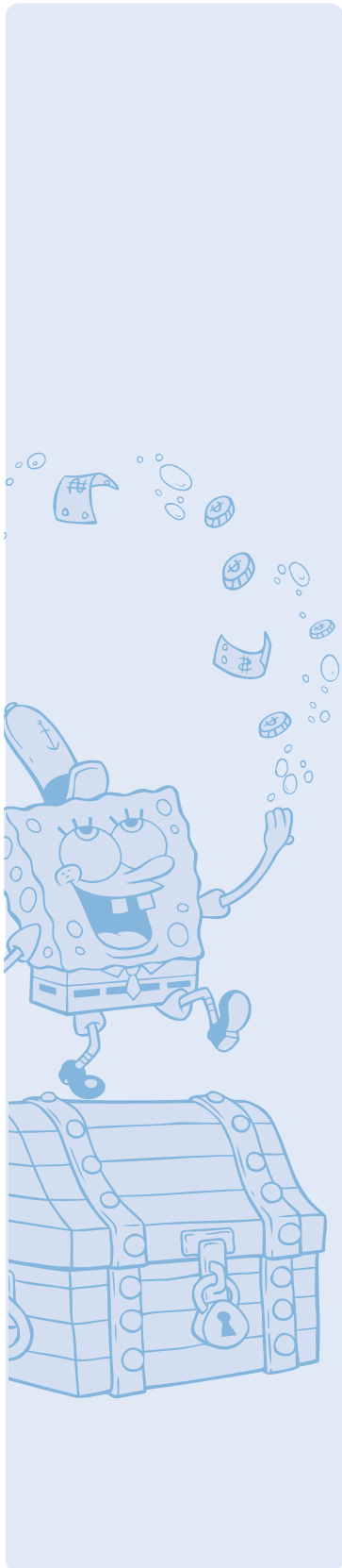
Bei der im April 2005 gegründeten **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien betrug im Rumpfgeschäftsjahr der Umsatz € 0,6 Mio. und der Jahresfehlbetrag € -0,5 Mio. Die Gesellschaft konzentriert sich in England auf das Großkundengeschäft, welches durch lange Vorlaufzeiten gekennzeichnet ist.

Die **UNITEDLABELS** Italia Srl. mit Sitz in Florenz wurde im März 2005 gegründet. Sie erzielte im Rumpfgeschäftsjahr einen Umsatz von € 0,5 Mio. mit einem ausgeglichenen Ergebnis. Die Gesellschaft bedient ausschließlich den italienischen Fachhandelsmarkt. Der Vertrieb erfolgt über freie Handelsvertreter.

Risikosituation

Ein Großteil der Wareneinkäufe wird in US-Dollar getätigt. Obwohl geeignete Kurssicherungsmaßnahmen systematisch getroffen werden, ist nicht auszuschließen, dass langfristige Kursveränderungen die Kosten für den Wareneinsatz erhöhen. Zum Bilanzstichtag bestanden Devisentermingeschäfte über insgesamt USD 1,7 Mio.

Als Lizenznehmer verwertet **UNITEDLABELS** grundsätzlich Markenrechte Dritter. Obwohl zu den wichtigsten Lizenzgebern langfristige und intensive Beziehungen bestehen, ist nicht auszuschließen, dass einzelne Lizenzverträge nicht verlängert werden. Dies könnte die Umsatz- und Ertragssituation der Gesellschaft negativ beeinflussen.



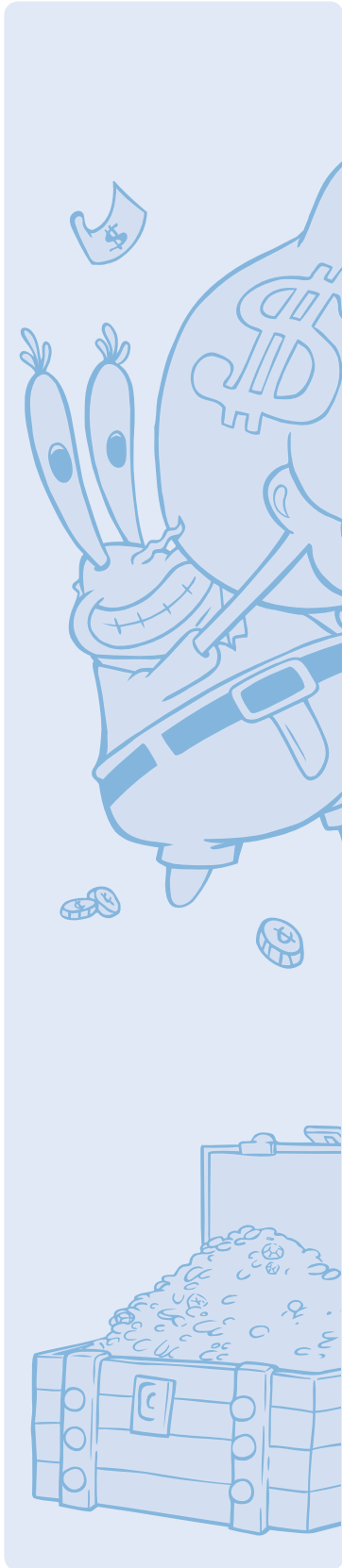
Neben den bereits erwähnten Risiken werden auch sonstige geschäftsübliche Risiken wie Preisänderungs-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken durch ein eigenes Risikomanagementsystem erfasst und fortwährend aktualisiert. Im Wesentlichen beinhaltet das Risikomanagementsystem das frühzeitige Erkennen von Risiken, die Beurteilung des Ausmaßes und der Eintrittswahrscheinlichkeit sowie die Einleitung geeigneter Gegenmaßnahmen.

Wichtige Vorgänge des Geschäftsjahres

Zum Ausbau des europäischen Vertriebs hat **UNITEDLABELS** im März 2005 die **UNITEDLABELS Italia Srl.** in Italien sowie im April 2005 die **UNITEDLABELS Ltd.** in Großbritannien gegründet. Die italienische Tochtergesellschaft wird sich auf das Fachhandelsgeschäft und die britische Tochtergesellschaft auf den Bereich Großkunden konzentrieren. **UNITEDLABELS** ist damit in wichtigen Märkten für Lizenzprodukte in Europa, zu denen Deutschland, Italien, Großbritannien, Spanien, Frankreich sowie die Beneluxstaaten zählen, mit eigenen Gesellschaften vertreten.

Im Oktober beschloss der Vorstand der **UNITEDLABELS AG** mit Zustimmung des Aufsichtsrats eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital der Gesellschaft um 200.000 neue, nennwertlose Inhaber-Stammaktien (Stückaktien) unter Ausschluss des Bezugsrechts. Die Kapitalerhöhung wurde am 13. Oktober 2005 durch die Ausgabe von 200.000 neuen, auf den Inhaber lautenden nennbetragslosen Stückaktien zum Ausgabebetrag von € 7,40 je Aktie durchgeführt. Das Grundkapital der Gesellschaft erhöht sich damit von 4.000.000 Euro auf 4.200.000 Euro. Die neuen Aktien haben volle Gewinnbeteiligung für das Geschäftsjahr 2005 und alle Folgejahre. Sie wurden ausschließlich an institutionelle Investoren platziert. Die zugeflossenen Mittel dienen dem Unternehmen zur weiteren Wachstumsfinanzierung sowie zur Erhöhung des Free Floats. Der Free Float erhöhte sich nach dieser Maßnahme sowie nach einer Umplatzierung von 31,8% (1.272.000 Aktien) auf 37,4% (1.572.000 Aktien).





Abhängigkeitsbericht

Herr Peter M. Boder hält neben seiner Beteiligung in Höhe von 62,6 % an der **UNITEDLABELS AG** 100 % der Anteile an der Facility Management Münster GmbH. Die Facility Management Münster GmbH steht mit der **UNITEDLABELS AG** in Geschäftsbeziehung. Ein Beherrschungs- oder Gewinnabführungsvertrag besteht nicht. Der Vorstand der **UNITEDLABELS AG** hat daher gemäß § 312 AktG einen Abhängigkeitsbericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt. Der Vorstand hat am Ende des Berichts folgende Erklärung abgegeben: „Der Vorstand erklärt, dass die **UNITEDLABELS AG** nach den Umständen, die mir zum Zeitpunkt bekannt waren, in dem das Rechtsgeschäft vorgenommen wurde, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat. Berichtspflichtige Maßnahmen haben im Berichtsjahr nicht vorgelegen.“

Über das Berichtsjahr hinausgehende Entwicklungen

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach Abschluss des Geschäftsjahres 2005 eingetreten sind, lagen nicht vor.

Geschäftsentwicklung und Ausblick

Die Nachfrage nach Comic-Lizenzprodukten ist nach wie vor stabil. Sie wird durch die ständige Präsenz der Charaktere in Kino, Internet, Videospielen, Mobilecontent sowie durch die Ausdehnung des Kinderprogramms und der Sendezeiten im Fernsehen unterstützt. Diese ständige und grenzübergreifende Präsenz in den unterschiedlichen Medien ist die beste Werbung für Produkte von **UNITEDLABELS**. So haben die Lizenzthemen ihre Nachfragestärke bereits in Kinofilmen oder in TV-Serien unter Beweis gestellt, bevor sie als comicware-Produkte in den Handel kommen. Der hohe Wiedererkennungs- und Identifikationswert dieser Produkte wird auch in Zukunft eine sichere und kontinuierliche Nachfrage gewährleisten.

Im Bereich Großkunden verbuchte **UNITEDLABELS** in den vergangenen Jahren die stärksten Umsatzzuwächse. Damit trägt die Gesellschaft der aktuellen Entwicklung im Handel Rechnung, nämlich der fortschreitenden Verlagerung der Nachfrage vom Facheinzelhandel zur Großfläche. Dieser Prozess ist nicht nur in Deutschland zu verzeichnen, sondern, wenn auch unterschiedlich fortgeschritten, in allen europäischen Ländern. Der Schlüsselfaktor für die erfolgreiche Vermarktung von Lizenzprodukten ist dabei zunehmend der Zugang zu Regalflächen.

Dafür bietet **UNITEDLABELS** Großkunden vier Vermarktungsvarianten an:

Die produktübergreifende Konzeptvermarktung ermöglicht es dem Handelspartner, gesamte Themenwelten über eine große Anzahl von Produkten anzubieten.

Mit dem Display-Konzept „my comicworld“ werden von **UNITEDLABELS** Handelsflächen zur eigenen Bewirtschaftung übernommen. Dadurch kann die Platzierungsgeschwindigkeit deutlich gesteigert werden.

Durch NOS-Listungen (Never-Out-of-Stock) erreicht **UNITEDLABELS** eine ganzjährige Präsenz seiner Produkte in den Handelsregalen.

Über das Aktionsgeschäft mit einem Artikel oder einem begrenzten Sortiment werden nachfragestarke Einzelprodukte für zeitlich begrenzte Handelsaktionen vermarktet.

So erfüllt **UNITEDLABELS** mit seinen Angebotsvarianten die Bedürfnisse seiner Handelspartner und sichert sich Zugang zu Handelsflächen. Ziel ist es, die Aktivitäten in allen vier Bereichen auszubauen und durch häufigere und umfangreichere Platzierungen weiter zu wachsen.

Im spezialisierten Fachhandel erstreckt sich das Angebot verstärkt auf ausgefallene, höherpreisige Produkte. Ziele von **UNITEDLABELS** sind hier die Erhöhung der Produktpresenz, die Optimierung des Sortiments sowie neue Lizenzumsetzungen im Lifestyle-Bereich. Dadurch, sowie durch unsere fachhandelsorientierten Display-Konzepte und die Fokussierung auf Schlüsselkunden, wird vor allem in Deutschland dem schwierigen Marktumfeld im Fachhandel begegnet. Der bestehende selektive Vertrieb der Premiummarke „Best of“ sowie die Produkterweiterung der hochwertigen Porzellankollektion wird ebenfalls weiter ausgebaut. Mit diesen Maßnahmen soll die Profitabilität dieses Segmentes im kommenden Jahr wieder erreicht werden.

Die **UNITEDLABELS AG** ist in einer hervorragenden Ausgangsposition in einem weiter wachsenden Markt ihre Marktanteile auszubauen. Mit ihrer Fokussierung auf comicware bündelt sie mit maßgeschneiderten Lösungen für Großkunden und Fachhändler ihre Ressourcen auf wachstums- und renditestarke Geschäftsfelder – und damit auf die Steigerung des Unternehmenswertes.

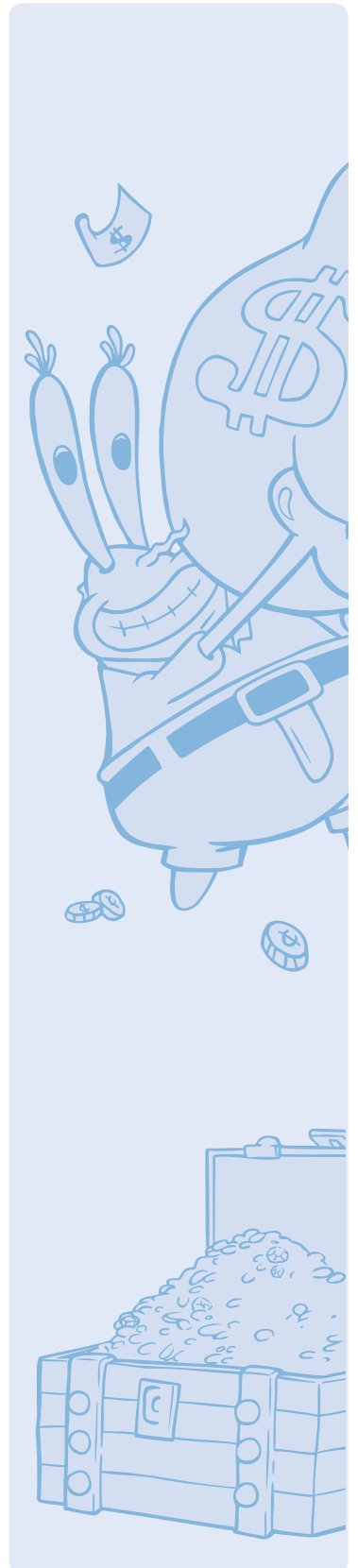
Münster, im Februar 2006

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft

Vorstand



Peter M. Boder



AKTIVA

	Anhang	31.12.2005 €	31.12.2004 €
Kurzfristiges Vermögen			
Liquide Mittel		3.458.234,83	3.696.731,07
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		11.528.411,90	12.761.269,71
Vorräte	C.1.	9.030.885,26	7.855.798,91
Geleistete Anzahlungen auf Vorräte		239.235,70	33.909,50
Steuerforderungen		608.884,29	294.447,83
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	C.2.	2.539.223,01	2.990.390,16
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	C.3.	1.767.885,61	1.383.767,06
Kurzfristiges Vermögen, gesamt		29.172.760,60	29.016.314,24
Langfristiges Vermögen			
Sachanlagevermögen	C.4.	4.118.683,09	2.629.003,89
Immaterielle Vermögensgegenstände	C.4.	296.344,78	383.585,78
Geschäfts- oder Firmenwert	C.4.	7.583.216,45	7.583.216,45
Latente Steuern	C.5.	3.362.792,54	3.362.792,54
Langfristiges Vermögen, gesamt		15.361.036,86	13.958.598,66
Aktiva, gesamt		44.533.797,46	42.974.912,90

Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2005

Jahresabschluss Konzern

PASSIVA

	Anhang	31.12.2005 €	31.12.2004 €
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	C.6.	3.810.914,33	4.404.992,58
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	C.6.	4.706.541,91	5.221.900,81
Kurzfristige Rückstellungen	C.7.	79.276,13	218.529,75
Steuerverbindlichkeiten	C.6.	599.501,33	965.705,38
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	C.6.	1.672.648,69	1.657.936,34
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt		10.868.882,39	12.469.064,86
Langfristige Verbindlichkeiten			
Pensionsrückstellungen	C.7.	292.867,68	254.323,20
Langfristige Bankverbindlichkeiten	C.6.	1.407.775,42	473.293,35
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	C.6.	0,00	0,00
Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt		1.700.643,10	727.616,55
Eigenkapital			
	C.8.		
Gezeichnetes Kapital		4.200.000,00	4.000.000,00
Kapitalrücklage		24.384.570,63	23.151.558,29
Gewinnrücklage		2.883.209,63	2.380.385,55
Währungsumrechnung		-16.612,11	0,00
Konzernbilanzgewinn		513.103,82	246.287,65
Eigenkapital, gesamt		31.964.271,97	29.778.231,49
Passiva, gesamt		44.533.797,46	42.974.912,90

Jahresabschluss Konzern

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2005

	Anhang	2005 €	2004 €
1. Umsatzerlöse	D.1.	40.272.550,83	39.201.168,97
2. Sonstige betriebliche Erträge	D.2.	350.900,47	495.173,03
		40.623.451,30	39.696.342,00
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für bezogene Waren		-21.328.566,38	-20.857.804,85
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		-3.821.594,39	-4.521.727,18
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter		-4.703.414,03	-4.156.447,16
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung - davon für Altersversorgung: € 77.888,00		-923.766,89	-856.661,81
5. Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	D.3.	-564.294,27	-1.084.718,77
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	D.4.	-7.923.552,70	-6.685.813,30
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		90.298,38	115.693,62
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-377.673,89	-364.061,72
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		1.070.887,13	1.284.800,83
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	D.5.	-253.926,08	-457.000,85
11. Sonstige Steuern		-47.320,80	-42.237,39
12. Konzernjahresüberschuss		769.640,25	785.562,59

Konzernergebnis je Aktie

unverwässert	0,19 €	0,20 €
verwässert	0,19 €	0,19 €
Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien		
unverwässert	4.033.333 Stück	4.000.000 Stück
verwässert	4.033.333 Stück	4.042.850 Stück

Kapitalflussrechnung

	2005 T€	2004 T€
Konzernjahresüberschuss	770	786
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	564	1.085
Veränderung der Rückstellungen	-101	103
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen	32	77
Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	9	3
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-395	-2.009
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-867	1.146
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	12	1.191
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	0	9
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-1.976	-223
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-1.976	-214
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	1.402	0
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten/Tilgung von Finanzkrediten	339	183
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	1.741	183
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-223	1.160
Währungsumrechnung	-16	0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	3.697	2.537
Finanzmittelfonds	3.458	3.697
Bruttoverschuldung Bank	5.219	4.878
Nettoverschuldung Bank	1.761	1.181
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	3.458	3.697

Jahresabschluss Konzern

Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung

	Gezeichnetes Kapital T€	Kapital- rücklage T€	Gewinn- rücklagen T€	Ausgleichs- posten für Währungs- umrechnung T€	Konzern- bilanz- gewinn T€	Summe T€
Stand 31.12.2003	4.000	23.151	1.841	0	0	28.992
Konzernergebnis 2004	0	0	539	0	246	785
Stand 31.12.2004	4.000	23.151	2.380	0	246	29.777
Kapitalerhöhung vom 14.10.2005	200	1.280	0	0	0	1.480
Emissionskosten der Kapitalerhöhung	0	-78	0	0	0	-78
Steuereffekt auf Emissionskosten der Kapitalerhöhung	0	31	0	0	0	31
Währungsumrechnung	0	0	0	-16	0	-16
Konzernergebnis 2005	0	0	503	0	267	770
Stand 31.12.2005	4.200	24.384	2.883	-16	513	31.964

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2005

A. Allgemeine Angaben

1. Allgemeine Angaben zum Unternehmen

Die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft hat ihren Sitz in Münster, Deutschland. Die Gesellschaft fokussiert sich auf die Entwicklung und Vermarktung von Lizenzprodukten weltweit bekannter Zeichentrick-Lizenzen. Als Unternehmen in den Produktbereichen Bekleidung, Geschenkartikel und Plüsch erstellt die Gesellschaft eigenständig Designs und Produkte, welche nach Genehmigung durch den Lizenzgeber vorwiegend im asiatischen Raum gefertigt und im europäischen Raum vertrieben werden. Zu einem kleineren Teil werden auch eigene Lizenzen entwickelt und vermarktet. Seit Mitte 2003 verfügt die Gesellschaft erstmals auch über ein Produktprogramm, welches ihr eine weltweite Vermarktung erlaubt.

2. Anwendung der IFRS/IAS-Vorschriften, Grundsätze der Rechnungslegung

Der Konzernabschluss und der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft wurden nach international anerkannten Rechnungslegungsvorschriften auf der Grundlage der bis zum Bilanzstichtag herausgegebenen International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) aufgestellt.

Von deutschem Recht abweichende Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden bestehen im Wesentlichen in den Bereichen Geschäfts- oder Firmenwerte, Leasing, latente Steuern, Kapitalbeschaffungskosten, Finanzinstrumente und Pensionsrückstellungen.

Bei den Geschäfts- oder Firmenwerten erfolgen keine planmäßigen Abschreibungen. Gegebenenfalls erfolgen außerplanmäßige Abschreibungen, sofern dieses nach jährlicher Werthaltigkeitsprüfung erforderlich ist. Gemietete Sachanlagen werden bei gleichzeitiger Passivierung der daraus bestehenden Verbindlichkeiten aktiviert, sofern das wirtschaftliche Eigentum an den Sachanlagen nach IAS 17 den Unternehmen des **UNITEDLABELS** Konzerns zuzuordnen ist. Für Verlustvorträge werden aktive latente Steuern berücksichtigt, sofern damit zu rechnen ist, dass sie genutzt werden können. Kapitalbeschaffungskosten werden mit dem Eigenkapital verrechnet, gegenüber erfolgswirksamer Erfassung nach HGB. Für Finanzinstrumente gilt IAS 39. Pensionsrückstellungen werden gem. IAS 19 ermittelt.

Die Geschäftsjahre sämtlicher in den Konzernabschluss einbezogener Unternehmen schließen zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2005 ab und die Erstellung der einzelnen Jahresabschlüsse erfolgte im Wesentlichen nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Die Berichtswährung ist Euro.

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfordert in Übereinstimmung mit IFRS Schätzungen und Annahmen seitens des Vorstands, welche die Beträge in den Aktiva und Passiva, in der Gewinn- und Verlustrechnung und in den Anhangangaben beeinflussen. Die tatsächlichen Ergebnisse können von den Schätzungen abweichen.

3. Angaben zur Konsolidierung

a) Einbezogene Unternehmen

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005 wurden neben der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft als Mutterunternehmen gemäß den Vorschriften der Vollkonsolidierung folgende verbundene Unternehmen, die unter der einheitlichen Leitung der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft stehen, einbezogen:

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2005

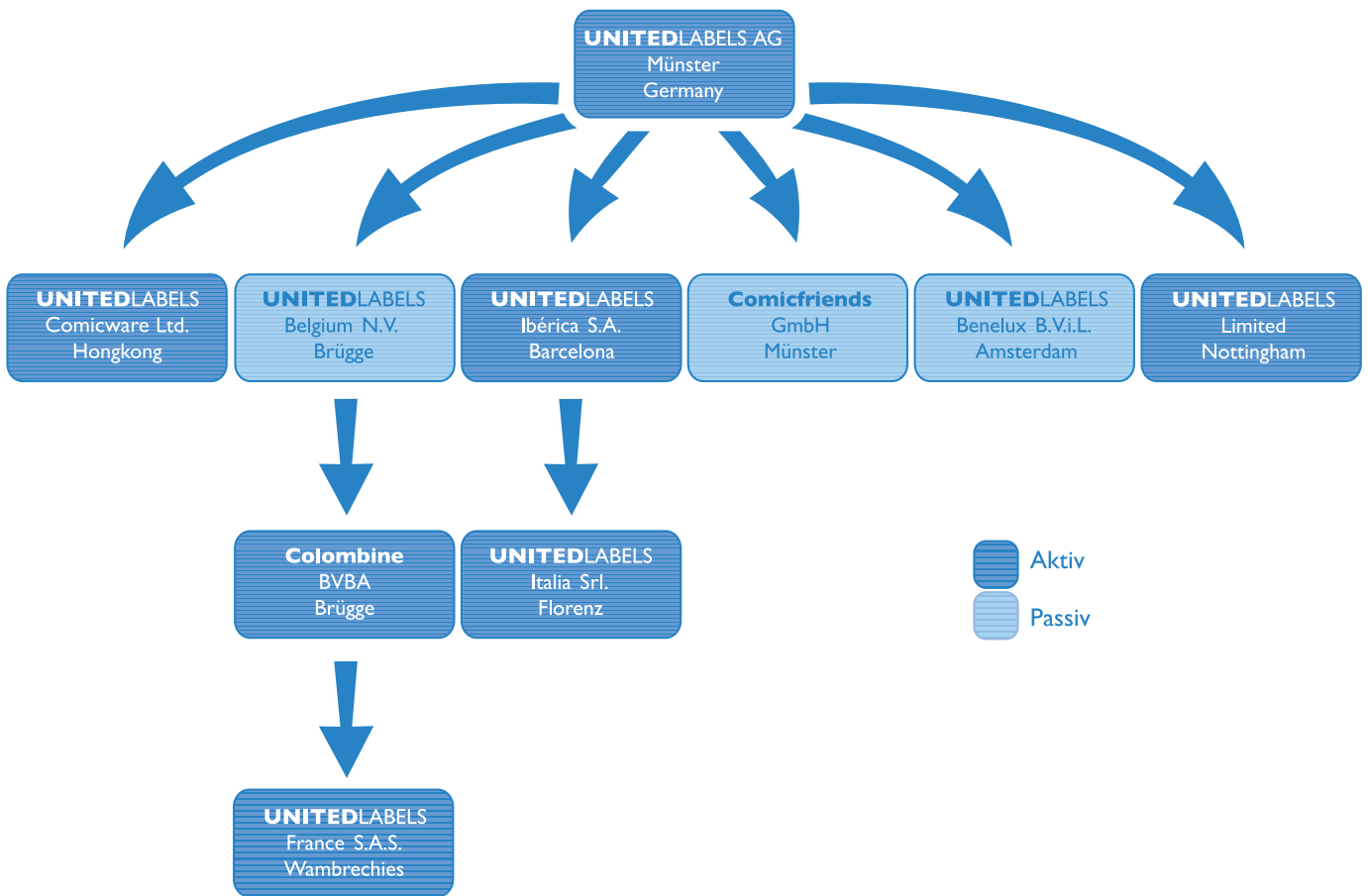
Unternehmen	Anteil am Kapital	in den Konzernabschluss einbezogener Zeitraum
UNITEDLABELS Benelux B.V.i.L., Amsterdam, Niederlande	100,000 %	01.01.-31.12.2005
UNITEDLABELS Ibérica S.A., Barcelona, Spanien als deren 100%-ige Tochtergesellschaft	100,000 %	01.01.-31.12.2005
UNITEDLABELS Italia Srl., Florenz, Italien	100,000 %	09.03.-31.12.2005
UNITEDLABELS Belgium N.V., Brügge, Belgien als deren 100%-ige Tochtergesellschaft	99,999 %	01.01.-31.12.2005
Colombine BVBA, Brügge, Belgien als deren 100%-ige Tochtergesellschaft	100,000 %	01.01.-31.12.2005
UNITEDLABELS France SAS, Wambrechies, Frankreich	100,000 %	01.01.-31.12.2005
UNITEDLABELS Ltd., Nottingham, Großbritannien	100,000 %	20.04.-31.12.2005
UNITEDLABELS Comicware Ltd., Hongkong	100,000 %	01.01.-31.12.2005
Comicfriends GmbH, Münster	100,000 %	01.01.-31.12.2005

UNITEDLABELS Italia Srl., Italien, und **UNITEDLABELS** Ltd., Großbritannien, wurden in 2005 neu gegründet.

Weiterhin hält **UNITEDLABELS** Ibérica S.A., Spanien, 0,001 % an **UNITEDLABELS** Belgium N.V., Belgien, sowie treuhänderisch einen Anteil an der **UNITEDLABELS** Comicware Limited, Hongkong.

Seit August 2004 befindet sich die **UNITEDLABELS** Benelux B.V. in Liquidation, da das Geschäft von der belgischen Colombine BVBA fortgeführt wird.

Konzernstruktur zum 31. Dezember 2005



Ergebnisse der wichtigsten operativen Tochtergesellschaften (unkonsolidiert)

(in T€)	UNITED LABELS Ibérica S.A., Spanien		UNITED LABELS France SAS, Frankreich		Colombine BVBA, Belgien		UNITED LABELS Ltd., Großbritannien	UNITED LABELS Italia Srl, Italien
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2005
Umsätze	11.315	11.930	5.930	6.877	2.232	1.252	592	478
Wareneinsatz	6.792	7.013	4.260	5.370	1.325	731	389	255
Marge	4.523	4.917	1.670	1.507	907	521	203	223
Marge %	40,0	41,2	28,2	21,9	40,6	41,6	34,3	46,7
EBITDA	861	1.444	513	588	593	453	-403	11
EBIT	557	1.135	476	549	540	399	-417	5
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	227	762	285	330	878	397	-426	1
Kennzahlen								
Mitarbeiter (Durchschnitt)	35	36	7	6	8	7	6	1
Umsatz pro Mitarbeiter (in T€)	323	331	847	1.146	279	179	99	478
Auftragsbestand (in T€)	994	1.517	31	689	177	106	530	24
Vorratsvermögen (in T€)	2.845	2.438	0	0	0	0	93	0
Forderungsbestand a. LuL (in T€)	4.447	4.811	2.729	4.055	1.378	625	239	291
Liquide Mittel (in T€)	441	776	67	380	55	121	189	14
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (in T€)	3.647	4.273	0	0	34	46	0	50

Im Ergebnis der Colombine BVBA ist eine Dividendenausschüttung der **UNITEDLABELS** France SAS in Höhe von T€ 330 enthalten.

1. Grundsätze der Umsatzrealisierung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt. Die Erlöserfassung erfolgte bei Lieferung der Ware.

2. Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagevermögen

Die immateriellen Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen wurden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, vermindert um planmäßige nutzungsbedingte Abschreibungen, bewertet. Abschreibungen wurden nach der linearen Methode vorgenommen. Den planmäßigen Abschreibungen liegen die in den steuerlichen Abschreibungstabellen vorgegebenen Nutzungsdauern zugrunde. Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungskosten bis € 410,00 wurden aufgrund des in den IFRS vorherrschenden Grundsatzes der Wesentlichkeit bei Zugang in voller Höhe abgesetzt. Ausgaben für Forschung und Entwicklung wurden als Aufwand behandelt.

3. Geschäfts- oder Firmenwert

Die Bewertung erfolgte zu Anschaffungskosten und bis zum Vorjahr abzüglich planmäßiger Abschreibungen und etwaiger Wertminderungsaufwendungen nach IAS 36. Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte wird gemäß IAS 36 einmal jährlich überprüft; sofern erforderlich, werden entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen.

4. Vorräte

Die Bewertung der Handelswaren wurde zu Anschaffungskosten inkl. Anschaffungsnebenkosten vorgenommen. Schwer verkäufliche Ware wurde entsprechend abgewertet. Die Bewertung entspricht den Grundsätzen des IAS 2. Der Ansatz geleisteter Anzahlungen erfolgte zum Anzahlungsbetrag.

5. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände wurden mit den Nennwerten bilanziert. Erkennbare Einzelrisiken wurden durch Einzelwertberichtigungen ausreichend berücksichtigt. Eine notwendige Pauschalwertberichtigung wurde ebenfalls vorgenommen.

6. Rückstellungen

Die Bewertung der Rückstellungen für Pensionen erfolgte gem. IAS 19. Es wurde ein Rechnungszinsfuß von 4,5 % (Vj. 6 %) zugrunde gelegt. Künftige Gehaltssteigerungen wurden mit 2,5 % und künftige Rentensteigerungen mit 2,0 % berücksichtigt. Ansprüche aus einer Rückdeckungsversicherung wurden mit der Pensionsrückstellung saldiert.

Die Steuer- und sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und Verpflichtungen des Konzerns und wurden in Höhe ihrer voraussichtlichen Inanspruchnahme gebildet.

7. Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten sind mit ihren Rückzahlungsbeträgen angesetzt worden.

8. Währungsumrechnung

Die Bilanzen der ausländischen Konzerngesellschaften wurden in der jeweiligen Landeswährung oder in Euro aufgestellt. Aktiva und Passiva wurden zu dem jeweiligen Stichtagskurs, das Eigenkapital zum historischen Kurs in Euro umgerechnet. Die Umrechnung der Erträge und Aufwendungen erfolgte zu den Jahresdurchschnittskursen. Der sich aus der Währungsumrechnung ergebende Unterschiedsbetrag wurde als erfolgsneutrale Veränderung des Eigenkapitals ausgewiesen. Die Bilanz der Tochtergesellschaft in Hongkong, als integrierte ausländische Einheit, wurde in Euro aufgestellt, die Bilanz der **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien in britischen Pfund.

Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten wurden unter Beachtung des Imparitätsprinzips zum Stichtagskurs umgerechnet.

9. Konsolidierungsmethoden

Die Kapitalkonsolidierung der vollkonsolidierten Unternehmen erfolgte nach der Erwerbsmethode auf der Grundlage der Wertansätze zum Zeitpunkt des Erwerbs bzw. der Gründung. Der Saldo der verbleibenden Unterschiedsbeträge wurde als Geschäftswert angesetzt. Seit dem Geschäftsjahr 2005 werden die Firmenwerte, entsprechend IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36, nicht länger planmäßig abgeschrieben, sondern einmal jährlich auf ihre Werthaltigkeit überprüft. Konzerninterne Forderungen und Verbindlichkeiten wurden aufgerechnet. Aufrechnungsdifferenzen haben sich dabei nicht ergeben. Bei der Erfolgskonsolidierung wurden die Innenumsätze sowie konzerninterne Erträge mit den auf sie entfallenden Aufwendungen verrechnet. Gegebenenfalls vorhandene Zwischengewinne wurden eliminiert.

10. Währungsrisiken

Zur Absicherung von Währungsrisiken, die sich durch Zahlungsverpflichtungen in Fremdwährung ergeben können, wurden marktübliche Devisentermingeschäfte abgeschlossen. Ein Einsatz zu spekulativen Zwecken erfolgte nicht. Wertänderungen noch laufender Termingeschäfte wurden ergebniswirksam erfasst.

C. Erläuterungen zu einzelnen Positionen der Konzern-Bilanz

1. Vorräte

Die Vorräte in Höhe von insgesamt T€ 9.270 (Vj. T€ 7.890) entfallen zu 31 % (T€ 2.846; Vj. 31 %, T€ 2.438) auf den Lagerort in Spanien, zu 68 % (Vj. 69 %) auf den Lagerort Deutschland (T€ 6.331; Vj. T€ 5.451) und mit 1% (T€ 93) auf die neu gegründete **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Erhöhung des Lagerbestandes um 17% bzw. T€ 1.380.

Der Nettowarenbestand (Vorräte gesamt minus bereits verkaufter Ware) belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf T€ 7.550 (Vj. T€ 7.515) und war somit nahezu unverändert.

2. Aktive Rechnungsabgrenzungsposten

Hierunter werden insbesondere die Lizenzvorauszahlungen in Höhe von T€ 2.148 (Vj. T€ 2.666) ausgewiesen.

3. Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände

Der Posten beinhaltet im Wesentlichen Forderungen gegen die Factoringgesellschaft in Deutschland sowie debitorische Kreditoren.

4. Anlagevermögen

Die Aufgliederung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im nachfolgenden Anlagenspiegel dargestellt.

Bruttoanlagenspiegel

Entwicklung des Konzernanlagevermögens im Geschäftsjahr 2005

Anschaffungskosten bzw. Herstellungskosten

	Stand 01.01.2005 €	Umbuchung €	Zugang €	Abgang €	Stand 31.12.2005 €
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
I. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.047.028,50	7.500,00	81.366,58	0,00	1.135.895,08
2. Geschäfts- oder Firmenwert	9.779.375,22	0,00	0,00	0,00	9.779.375,22
3. Geleistete Anzahlungen	7.500,00	-7.500,00	0,00	0,00	0,00
	10.833.903,72	0,00	81.366,58	0,00	10.915.270,30
II. Sachanlagen					
I. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.217.402,05	0,00	1.308.770,92	0,00	3.526.172,97
2. Technische Anlagen und Maschinen	479.798,40	0,00	1.589,77	0,00	481.388,17
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.794.964,19	0,00	553.228,50	-238.564,72	3.109.627,97
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	0,00	30.647,06	0,00	30.647,06
	5.492.164,64	0,00	1.894.236,25	-238.564,72	7.147.836,17
	16.326.068,36	0,00	1.975.602,83	-238.564,72	18.063.106,47

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2005

kumulierte Abschreibungen

Nettowerte

Stand 01.01.2005 €	Umbuchung €	Zugang €	Abgang €	Stand 31.12.2005 €	Stand 31.12.2005 €	Stand 31.12.2004 €
670.942,72	0,00	168.607,58	0,00	839.550,30	296.344,78	376.085,78
2.196.158,77	0,00	0,00	0,00	2.196.158,77	7.583.216,45	7.583.216,45
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.500,00
2.867.101,49	0,00	168.607,58	0,00	3.035.709,07	7.879.561,23	7.966.802,23
585.264,82	0,00	81.918,85	0,00	667.183,67	2.858.989,30	1.632.137,23
323.774,45	0,00	36.765,18	0,00	360.539,63	120.848,54	156.023,95
1.954.121,48	0,00	277.002,66	-229.694,36	2.001.429,78	1.108.198,19	840.842,71
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.647,06	0,00
2.863.160,75	0,00	395.686,69	-229.694,36	3.029.153,08	4.118.683,09	2.629.003,89
5.730.262,24	0,00	564.294,27	-229.694,36	6.064.862,15	11.998.244,32	10.595.806,12

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2005

Die Geschäfts- oder Firmenwerte haben sich wie folgt entwickelt:

	2005	2004
	T€	T€
Stand 01.01.	7.582	8.072
Abschreibungen	0	-490
Stand 31.12.	7.582	7.582

Hierin enthalten ist der Firmenwert aus den Unternehmenskäufen der Colombine BVBA in Höhe von € 3,2 Mio. und der **UNITEDLABELS** Ibérica S.A. in Höhe von € 2,6 Mio. Gemäß IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 werden seit dem Geschäftsjahr 2005 keine planmäßigen Abschreibungen auf die Geschäfts- oder Firmenwerte des Konzerns vorgenommen. Werthaltigkeitstests werden einmal im Jahr durchgeführt und führen gegebenenfalls zu außerplanmäßigen Abschreibungen auf den entsprechenden Geschäfts- oder Firmenwert.

Die Werthaltigkeitstests werden für die definierten zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (Cash Generating Units), welche in den Segmenten Fachhandel und Großkunden enthalten sind, auf Basis der Regelungen des IAS 36 durchgeführt. Dabei wird der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten durch den beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten bzw. den Nutzungswert bestimmt. Dabei spiegelt der beizulegende Zeitwert die bestmögliche Schätzung des Betrags wider, für den ein unabhängiger Dritter die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten am Bilanzstichtag erwerben würde. Auf der Grundlage eines Verfahrens der Unternehmensbewertung wird der beizulegende Zeitwert ermittelt. Der Ermittlung liegen Daten der Unternehmensplanungen mit einem Planungshorizont von drei Jahren zugrunde. Diese Planungen resultieren aus den Erfahrungen der Vergangenheit sowie aus den Erwartungen über die künftige Marktentwicklung. Als inflationsbedingte Wachstumsrate nach Ende des dreijährigen Planungszeitraums wurde einheitlich 2% angenommen. Der Abzinsungssatz beträgt 15%. Außerplanmäßige Abschreibungen waren nicht erforderlich.

5. Latente Steuern

Die aktiven latenten Steuern von T€ 3.363 (Vj. T€ 3.363) wurden für zukünftig realisierbare Verlustvorträge in Höhe von T€ 3.298 (Vj. T€ 3.312) sowie in Höhe von T€ 65 (Vj. T€ 51) für temporäre Unterschiede zwischen den steuerlichen Wertansätzen und den Wertansätzen nach IFRS gebildet.

Wir verweisen zusätzlich auf unsere Erläuterungen zu den Ertragsteuern.

6. Verbindlichkeiten

Art und Umfang der Verbindlichkeiten ergeben sich aus dem nachfolgenden Verbindlichkeitspiegel:

	Gesamt 2005 T€	Restlaufzeit		gesicherte Beträge T€	Art der Sicherung	Gesamt 2004 T€	bis 1 Jahr T€
		bis 1 Jahr T€	über 5 Jahre T€				
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5.219	3.811	611	1.488	Grundschulden	4.878	4.405
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.707	4.707	0	0		5.222	5.222
3. Sonstige Verbindlichkeiten	2.272	2.272	0	0		2.623	2.623
	12.198	10.790	611	1.488		12.723	12.250

Im Vorjahr waren Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von über 5 Jahren nicht zu verzeichnen.

Bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bestehen die üblichen Eigentumsvorbehalte.

Von den sonstigen Verbindlichkeiten entfallen T€ 142 (Vj. T€ 107) auf Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit.

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten die restliche Zahlungsverpflichtung aus dem Unternehmenskauf Colombine BVBA, Belgien, von gesamt T€ 102. Ferner enthält der Posten Verbindlichkeiten für Lizenzen in Höhe von T€ 340 (Vj. T€ 515), für nachlaufende Rechnungen von T€ 529 (Vj. T€ 533) und für soziale Verbindlichkeiten, wie z.B. Urlaub, Berufsgenossenschaft und Prämien, in Höhe von T€ 318 (Vj. T€ 402).

7. Rückstellungen

Es besteht eine Pensionsverpflichtung gegenüber einem Vorstandsmitglied in Höhe von T€ 457 (Vj. T€ 379) aufgrund einer leistungsorientierten Pensionszusage. Ansprüche aus einer Rückdeckungsversicherung in Höhe von T€ 164 (Vj. T€ 125) wurden mit dem Posten saldiert. Die Pensionsrückstellung ist nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren gemäß IAS 19 unter Berücksichtigung der künftigen Entwicklung versicherungsmathematisch bewertet. Für die Entwicklung des Anwartschaftsbarwertes wurde ein Abzinsungssatz von 4,5% (Vj. 6,0%) zugrunde gelegt. Gehaltssteigerungen wurden mit 2,5 % (Vj. 2,5 %), Rentensteigerungen mit 2,0 % (Vj. 2,0 %) berücksichtigt. Die nicht erfassten versicherungsmathematischen Verluste ergeben sich insbesondere aus der Veränderung der Bewertungsparameter, wie z.B. des Rechnungszinsfußes und werden sich langfristig voraussichtlich wieder ausgleichen.

Die Überleitung zur ausgewiesenen Rückstellung stellt sich wie folgt dar:

	31.12.2005	31.12.2004
	T€	T€
Barwert der Verpflichtung	1.007	557
Aktivwert Rückdeckungsverpflichtung	-164	-125
Nicht erfasste versicherungsmathematische Verluste	-550	-178
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	293	254

Die Pensionsaufwendungen teilen sich wie folgt auf:

	31.12.2005	31.12.2004
	T€	T€
Laufender Dienstzeitaufwand (Service Cost)	39	38
Zinsen (Interest Cost)	33	31
Tilgung von Verlusten	6	7
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	78	76

Die Entwicklung der Rückstellungen zeigt nachfolgende Übersicht:

	Stand 01.01.2005	Auflösung	Verbrauch	Zuführung	Stand 31.12.2005
	T€	T€	T€	T€	T€
Pensionsrückstellungen	254	0	0	39	293
Sonstige Rückstellungen	219	-40	-100	0	79
	473	-40	-100	39	372

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten im Wesentlichen Drohverluste aus Lizenzverträgen (T€ 61; Vj. T€ 141). Die sonstigen Rückstellungen sind kurzfristiger Natur.

8. Eigenkapital

Das Grundkapital beträgt zum 31. Dezember 2005 T€ 4.200 und ist in 4,2 Mio. nennbetragslose Stückaktien eingeteilt, die auf den Inhaber lauten.

Die Hauptversammlung der Gesellschaft hat am 18. Mai 2005 u. a. beschlossen, in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats ein- oder mehrmalig um bis zu insgesamt T€ 2.000 durch Ausgabe auf den Inhaber lautende nennbetragslose Stammaktien (Stückaktien) zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I). Die Kapitalerhöhungen können gegen Bareinlage und/oder Sacheinlage erfolgen.

Der Vorstand hat mit Zustimmung des Aufsichtsrats hiervon Gebrauch gemacht und eine Kapitalerhöhung um T€ 200 beschlossen. Diese wurde am 13. Oktober 2005 durch die Ausgabe von 200.000 neuen, auf den Inhaber lautenden nennbetragslosen Stückaktien zum Ausgabebetrag von € 7,40 je Aktie durchgeführt. Die Satzung wurde dementsprechend angepasst und der Vorstand ist nun ermächtigt, in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats ein- oder mehrmalig um bis zu insgesamt T€ 1.800 durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender, nennbetragsloser Stammaktien (Stückaktien) zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I).

Der Beschluss der Hauptversammlung vom 3. April 2000 bezüglich der bedingten Erhöhung des Grundkapitals um bis zu T€ 300 ist weiterhin gültig. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Bezugsrechten aufgrund von Aktienoptionsprogrammen. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Bezugsrechten von ihrem Recht Gebrauch machen.

Die Kapitalrücklage beträgt T€ 24.384 (Vj. T€ 23.151). Die Erhöhung resultiert aus der am 13. Oktober 2005 beschlossenen Kapitalerhöhung. Die Kapitalrücklage enthält die Beträge, welche bei der Ausgabe von Anteilen über den Nennbetrag hinaus erzielt wurden, abzüglich Entnahmen.

Effekte aus der Währungsumrechnung ausländischer Töchter werden im Eigenkapital erfasst.

Die Entwicklung der Gewinnrücklagen und des Konzernbilanzgewinns ist in der Konzerneigenkapitalsveränderungsrechnung dargestellt. Über die Veränderung der Gewinnrücklagen werden die Bilanzgewinne der **UNITEDLABELS AG** und des Konzerns in jeweils gleicher Höhe ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

9. Finanzinstrumente

Zur Absicherung von Währungsrisiken werden Devisentermingeschäfte eingesetzt. Das Nominalvolumen zum Bilanzstichtag bestehender Termingeschäfte betrug T€ 1.392 (TUSD 1.730), der Marktwert T€ 1.457. Wertänderungen noch laufender Derivate wurden erfolgswirksam erfasst und sind in den sonstigen Vermögensgegenständen enthalten. Die Restlaufzeiten liegen unter einem Jahr.

Als Nominalvolumen wird die rechnerische Größe, aus der sich die Zahlungen ableiten, bezeichnet. Der Marktwert entspricht dem Betrag, den die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft zum Bilanzstichtag bei unterstellter Auflösung des Sicherungsgeschäfts zu bezahlen oder zu bekommen hätte.

10. Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Bedeutende finanzielle Verpflichtungen ergaben sich wie folgt:

	Gesamt 2005 T€	Gesamt 2004 T€
aus vertraglicher Verpflichtung zum Erwerb von Lizenzrechten	2.068	1.478
aus Bestellungen bei Lieferanten	3.782	3.941
aus Leasingverträgen	323	234
aus Mietverträgen	915	922
	7.088	6.575

Davon sind T€ 6.295 (Vj. T€ 5.957) innerhalb eines Jahres fällig.

Die Verbindlichkeiten aus unkündbaren Operating-Leasingverhältnissen für nichtaktivierte Leasinggüter betragen gesamt T€ 323 (Vj. T€ 234) (Laufzeit bis 1 Jahr: T€ 153, Laufzeit 1–5 Jahre: T€ 170) und erfolgen auf Basis mehrjähriger Leasingverträge mit überwiegender Rückgabe der geleasten Güter bzw. in geringfügigem Umfang mit Vermögensübergang zum Ende der Leasingzeit. In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind T€ 123 (Vj. T€ 76) Leasinggebühren enthalten.

In der Position Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sind aktivierte Leasinggüter aufgrund Finanzierungsleasing (in der Regel Kaufoption zum Buchwert) in Höhe von T€ 124 (Vj. T€ 163) enthalten. Die Rückzahlungsverpflichtung beläuft sich auf T€ 95 (Vj. T€ 103) (Laufzeit bis 1 Jahr: T€ 48, Laufzeit 1–5 Jahre: T€ 47) und ist im Posten Sonstige Verbindlichkeiten enthalten.

11. Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich die Zahlungsmittel des Konzerns im Laufe des Geschäftsjahres durch Mittelzu- und Mittelabflüsse verändert haben. Dabei sind die Zahlungsströme nach Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit gegliedert (IAS 7).

Die Mittelabflüsse für im Geschäftsjahr gezahlte und erstattete Ertragsteuern betragen T€ 354, für Zinsausgaben und -einnahmen beliefen sich diese auf T€ 288.

12. Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt für die Bereiche „Fachhandel und Großkunden“.

Die Segmentdaten aus dem internen Berichtswesen ergaben sich wie folgt:

in T€	2005		2004	
	Fachhandel	Großkunden	Fachhandel	Großkunden
Umsatz	10.187	30.087	10.848	28.352
Segmentaufwendungen	-10.801	-28.115*	-11.139	-26.528*
Segmentergebnis	-614	1.972	-291	1.824
Finanzergebnis		-287		-248
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		1.071		1.285
Steuern		-301		-500
Konzernüberschuss		770		785
Gesamtvermögen (in Mio. €)	10,6	16,3	10,9	15,5
Vorratsvermögen (in Mio. €)	6,5	2,8	6,6	1,3
Fremdkapital (in Mio. €)	1,4	4,9	1,5	5,4

Vom Bereich Verwaltung entfielen € 17,6 Mio. (Vj. € 16,6 Mio.) auf das Gesamtvermögen und € 6,2 Mio. (Vj. € 6,3 Mio.) auf das Fremdkapital.

* In den Segmentaufwendungen sind allgemeine Verwaltungskosten und -erträge in Höhe von T€ 4.178 (Vj. T€ 4.418) enthalten.

D. Erläuterungen zu einzelnen Positionen der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

I. Umsatzerlöse

Die Einteilung der Umsatzerlöse erfolgte nach den Regionen Deutschland und übriges Europa.

Land	Umsatz 2005		Umsatz 2004	
	T€	in %	T€	in %
Deutschland	16.908	42	15.676	40
Übriges Europa	23.365	58	23.525	60
	40.273	100	39.201	100

2. Sonstige betriebliche Erträge

Diese Position enthält im Wesentlichen Erträge aus Kursdifferenzen von T€ 111 (Vj. T€ 88) sowie Versicherungsentschädigungen in Höhe von T€ 47 (Vj. T€ 20).

3. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

Der Posten ist gegenüber dem Vorjahr um T€ 521 gesunken. Hintergrund sind Änderungen der IFRS-Vorschriften. Im Vorjahresbetrag sind in Höhe von T€ 490 planmäßige Abschreibungen auf die Geschäfts- oder Firmenwerte enthalten. Ab dem Geschäftsjahr 2005 werden keine planmäßigen Abschreibungen auf die Geschäfts- oder Firmenwerte mehr vorgenommen. Werthaltigkeitstests werden einmal im Jahr durchgeführt und führen gegebenenfalls zu außerplanmäßigen Abschreibungen.

4. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten im Wesentlichen Vertriebskosten von T€ 3.161 (Vj. T€ 2.596), Messekosten von T€ 439 (Vj. T€ 357) und Mietaufwendungen von T€ 1.095 (Vj. T€ 948). Die verbleibenden Aufwendungen betreffen allgemeine Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen.

5. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Position setzt sich wie folgt zusammen:

	2005	2004
	T€	T€
tatsächliche Steueraufwendungen	254	380
latenter Steueraufwand	0	77
Steueraufwand Ertragsteuern gesamt	254	457

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag lassen sich aus dem Ergebnis vor Steuern wie folgt entwickeln:

	2005	2004
	T€	T€
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	1.024	1.243
Anzuwendender Steuersatz	39,65 %	39,65 %
Erwarteter Steueraufwand	406	493
Differenz zu ausländischen Ertragsteuern	-51	-73
Steuereffekt aus steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen	42	121
Steuereffekt aus steuerfreien Erträgen	-144	-150
Steuereffekt auf Goodwillabschreibungen	0	77
Steuereffekt aus der Nutzung bislang nicht angesetzter steuerlicher Verlustvorträge	-244	-194
Steuereffekt aus Verlustvorträgen, für die in der gegenwärtigen Periode keine aktiven latenten Steuern erfasst wurden	245	183
Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	254	457
Tatsächlicher Ertragsteuersatz	24,8 %	36,8 %

Der anzuwendende Steuersatz zur Ermittlung des erwarteten Steuerertrags von 39,65 % ergibt sich aufgrund des inländischen Steuersatzes (Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag, Gewerbesteuer).

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2005

Die Entwicklung und Zusammensetzung der latenten Steuern ergibt sich wie folgt:

	Aktive latente Steuern		Aufwand (-) Ertrag
	31.12.2004	31.12.2005	2005
	T€	T€	T€
Verlustvorträge	3.312	3.298	-14
Pensionsrückstellungen	26	41	15
Sonstige Rückstellungen	25	24	-1
	3.363	3.363	0

Die latenten Steuern werden für inländische Gesellschaften mit einem durchschnittlichen Steuersatz von 39,65 %, für ausländische Gesellschaften mit 35 % bewertet.

Für steuerliche Verlustvorträge werden latente Steueransprüche nur angesetzt, wenn ihre Realisierung in der Zukunft gewährleistet ist. Im Berichtsjahr wurden – wie bereits im Vorjahr – keine aktiven latenten Steuern auf bislang noch nicht berücksichtigte steuerliche Verlustvorträge gebildet. Insgesamt wurden für steuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 4.234 (Vj. T€ 4.488) keine latenten Steuern gebildet. Die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge betreffen nur die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft. Latente Steuern in Höhe von T€ 31 wurden direkt dem Eigenkapital belastet.

E. Sonstige Erläuterungen und Angaben

I. Gesellschaftsorgane

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft besteht aus den folgenden Mitgliedern:

- Dr. iur. Jens Hausmann, Rechtsanwalt, Münster (Vorsitzender)
- Kaufmann Michael Dehler, Geschäftsführer der Compass Yachtzubehör Handels GmbH & Co. KG, Ascheberg (Stellvertretender Vorsitzender)
- Prof. Dr. rer. pol. Helmut Roland, Präsident des Verwaltungsrats und CEO der FR Finance Relations AG, St. Gallen (CH)

In 2004 wurde ein Prüfungsausschuss eingerichtet. Dieser besteht aus Herrn Prof. Dr. Helmut Roland (Vorsitzender) und Herrn Michael Dehler.

Die Aufsichtsratsvergütung wurde auf der Hauptversammlung 2005 neu geregelt. Die fixe Aufsichtsratsvergütung beträgt pro Geschäftsjahr T€ 40 (Vj. T€ 23). Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält T€ 20 p.a. und die beiden weiteren Aufsichtsratsmitglieder T€ 10 p.a. Daneben erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrates eine variable Vergütung, die sich mit 0,25% des Konzernjahresüberschusses (vor Zahlung dieses variablen Vergütungsanteils), maximal T€ 10 ermittelt. Die variable Vergütung beträgt für das Jahr 2005 T€ 6. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses erhalten eine zusätzliche Vergütung von T€ 2, der Vorsitzende erhält das Doppelte.

Herr Prof. Dr. Helmut Roland hält 5.728 Stückaktien und Herr Michael Dehler 441 Stückaktien. Herr Dr. Jens Hausmann hält keine Aktien.

Neben ihrer Tätigkeit für die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft üben die folgenden Aufsichtsratsmitglieder noch weitere Aufsichtsratsmandate oder Mitgliedschaften in vergleichbaren Gremien aus:

Dr. Jens Hausmann:

- Parsch Schläuche Armaturen GmbH & Co. KG, Ibbenbüren; Alleinbeirat
- Gansow Reinigungssystem AG Cleaning Systems, Bergkamen; Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender
- Thermobalance AG, Stein am Rhein (CH); Mitglied des Verwaltungsrats
- Dr. Gansow AG, Bergkamen; Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender

Prof. Dr. Helmut Roland:

- Bohlen & Doyen AG, Wiesmoor; Mitglied des Aufsichtsrates
- FR Finance Relations AG, St. Gallen (CH); Präsident des Verwaltungsrats

Zum Vorstand der Gesellschaft war bestellt:

Herr Peter M. Boder, Diplom-Kaufmann, Münster (Vorsitzender)

Die Bezüge des Vorstandes betragen im Geschäftsjahr insgesamt T€ 426. Darin enthalten ist die Zuführung zur Rückstellung für die voraussichtliche Tantieme 2005 in Höhe von T€ 77. Herr Peter M. Boder hält 2,63 Mio. Aktien der Gesellschaft.

2. Anzahl der Arbeitnehmer

Zum Ende des Geschäftsjahres waren beschäftigt:

	2005	2004
Angestellte	121	106
Auszubildende	6	4
	127	110

3. Corporate Governance

Die Erklärung zum Corporate Governance Kodex wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und den Aktionären dauerhaft zugänglich gemacht.

4. Mitarbeiteroptionsprogramm

Die bedingte Kapitalerhöhung in Höhe von T€ 300 dient ausschließlich der Gewährung von Bezugsrechten (300.000 Optionsrechte) an Vorstandsmitglieder und Mitarbeiter der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft sowie Mitglieder der Geschäftsführung verbundener Unternehmen.

Sie ist nur insoweit durchzuführen, wie die Inhaber der ausgegebenen Bezugsrechte von ihrem Bezugsrecht gemäß § 192 Abs. 2 Nr. 3 AktG Gebrauch machen.

Die neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien haben einen rechnerischen Anteil am Grundkapital von € 1,00 je Aktie und nehmen jeweils von Beginn des Geschäftsjahres an, in dessen Verlauf sie durch Ausübung von Bezugsrechten entstehen, am Gewinn teil.

Zum 31. Dezember 2005 bestanden keine Optionsrechte und auch kein gültiges Optionsrechteprogramm. Im Geschäftsjahr 2005 sind 3.000 Optionen durch einen Barausgleich als Prämie ausgezahlt worden. Die Gesamtprämienzahlung betrug T€ 5 und ist im Personalaufwand enthalten.

5. Honorarangabe

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar für die Abschlussprüfung des Einzelabschlusses der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft und des Konzernabschlusses beträgt T€ 60, für Steuerberatungsleistungen T€ 10, für sonstige Leistungen T€ 14.

6. Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Personen

Als nahe stehende Personen oder Unternehmen im Sinne des IAS 24 gelten Personen, die vom berichtenden Unternehmen beeinflusst werden können bzw. die auf das Unternehmen Einfluss nehmen können.

Herr Peter M. Boder hält 62 % der Anteile an der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft sowie 100 % der Anteile an der Facility Management Münster GmbH. Die empfangenen Leistungen betragen in 2005 T€ 87 (Vj. T€ 78).

Das Unternehmen Wilhelm Clausmeyer Vertrieb GmbH & Co. KG, Bissendorf, welches mehrheitlich dem Schwiegervater von Herrn Peter M. Boder gehört, wickelt Teile der Logistik des Unternehmens ab und hat hierfür T€ 57 erhalten. Die Zusammenarbeit wurde bereits im Sommer 2005 beendet.

Alle Geschäftsbeziehungen wurden zu marktüblichen Konditionen abgewickelt.

Münster, im Februar 2006

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft

Vorstand



Peter M. Boder

F. Uneingeschränkter Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 01. Januar 2005 bis 31. Dezember 2005 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden 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 und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben. Ergänzend wurden wir beauftragt zu beurteilen, ob der Konzernabschluss auch den IFRS insgesamt entspricht.

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 anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Angaben im Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. 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 IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den IFRS insgesamt und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Münster (Westf.), den 24. Februar 2006

DR. SCHUMACHER & PARTNER GMBH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

(Röttger)
Wirtschaftsprüfer

(Tönnies)
Wirtschaftsprüfer

**Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit
vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2005**

	01.01.2005 31.12.2005	in % vom Umsatz	01.01.2004 31.12.2004	in % vom Umsatz
	T€		T€	
Umsatzerlöse	23.689	100%	24.323	100 %
Sonstige betriebliche Erträge	867	3,7%	1.146	4,7%
Materialaufwand/Aufwand für bezogene Leistungen	-16.715	-70,6%	-18.437	-75,7%
Personalaufwand	-3.299	-13,9%	-3.181	-13,1%
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	-450	-1,9%	-481	-2,0%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4.346	-18,4%	-3.760	-15,5%
Betriebsergebnis	-254	-1,1%	-390	-1,6%
Erträge aus Beteiligungen	698	2,9%	510	2,1%
Zinserträge/-aufwendungen	-84	-0,4%	-146	-0,6%
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0,0%	-18	-0,1%
Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteilen)	527	2,2%	250	1,0%
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-10	0,0%	-4	0,0%
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	517	2,2%	246	1,0%
Jahresüberschuss	517	2,2%	246	1,0%
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	246		0	
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-250		0	
Bilanzgewinn	513	2,2%	246	1,0%

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster
Bilanz zum 31. Dezember 2005

AKTIVA	31.12.2005 €	31.12.2004 €
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	124.427,62	185.093,62
2. Geschäfts- oder Firmenwert	1.732.018,54	1.855.734,10
3. Geleistete Anzahlungen	0,00	7.500,00
	1.856.446,16	2.048.327,72
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.858.989,30	1.632.137,23
2. Technische Anlagen und Maschinen	18.462,55	21.394,06
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	697.664,78	410.570,98
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	30.647,06	0,00
	3.605.763,69	2.064.102,27
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.136.583,53	7.443.120,43
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.095.618,47	1.869.593,88
	9.232.202,00	9.312.714,31
	14.694.411,85	13.425.144,30
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Fertige Erzeugnisse und Waren	6.091.543,63	5.417.320,88
2. Geleistete Anzahlungen	239.235,70	33.909,50
	6.330.779,33	5.451.230,38
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.430.395,70	3.322.166,51
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	4.177.598,86	3.154.178,87
3. Sonstige Vermögensgegenstände	1.915.019,58	1.459.573,82
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: € 165.678,32 (i.Vj. € 125.114,80)		
	8.523.014,14	7.935.919,20
III. Kassenbestand, Bankguthaben, Schecks	2.662.443,80	2.391.423,44
	17.516.237,27	15.778.573,02
C. Rechnungsabgrenzungsposten		
davon Disagio: € 43.217,04 (i.Vj. € 1.657,64)	2.071.541,88	2.359.475,71
Aktiva, gesamt	34.282.191,00	31.563.193,03

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster

Bilanz zum 31. Dezember 2005

Jahresabschluss
UNITEDLABELS AG

PASSIVA	31.12.2005 €	31.12.2004 €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	4.200.000,00	4.000.000,00
II. Kapitalrücklage	24.431.558,29	23.151.558,29
III. Andere Gewinnrücklagen	250.000,00	0,00
IV. Bilanzgewinn	513.103,82	246.287,65
	29.394.662,11	27.397.845,94
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	355.157,00	313.284,00
2. Sonstige Rückstellungen	1.259.178,47	1.065.479,19
	1.614.335,47	1.378.763,19
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.531.274,67	559.097,65
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 127.822,98 (i.Vj. € 127.822,98)		
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.480.160,75	1.980.439,60
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 1.480.160,75 (i.Vj. € 1.980.439,60)		
3. Sonstige Verbindlichkeiten	261.758,00	247.046,65
davon aus Steuern: € 136.896,78 (i.Vj. € 126.506,82)		
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: € 68.830,82 (i.Vj. € 65.605,57)		
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 261.758,00 (i.Vj. € 247.046,65)		
	3.273.193,42	2.786.583,90
Passiva, gesamt	34.282.191,00	31.563.193,03

Adressen

Impressum

Herausgeber:

UNITEDLABELS AG, Münster

Druck:

Landwirtschaftsverlag GmbH,
Münster

Redaktionsschluss: 14. März 2006

UNITEDLABELS AG

Investor-Relations-Ansprechpartnerin:

Für Fragen zu **UNITEDLABELS** und zur Finanzkommunikation steht Ihnen Frau Stefanie Frey gerne zur Verfügung:

Tel.: +49 (0) 2 51 - 32 21 - 406

Fax: +49 (0) 2 51 - 32 21 - 960

sfrey@unitedlabels.com

investorrelations@unitedlabels.com

info@unitedlabels.com

UNITEDLABELS AG

Gildenstraße 6

48157 Münster

Deutschland

Tel.: +49 (0) 251- 32 21- 0

Fax: +49 (0) 251- 32 21- 999

info@unitedlabels.com

UNITEDLABELS Ibérica S.A.

Av. de la Généralitat, 29E

Pol. Ind. Fontsana

08970 Sant Joan Despi

Barcelona

Spanien

Tel.: +34 (0) 93 - 4 77 13 63

Fax: +34 (0) 93 - 4 77 32 60

unitedlabelsiberica@unitedlabels.es

UNITEDLABELS France SAS

ZAC du Moulin

Rue de Marquette

Batiment C n 10

59118 Wambrechies

Frankreich

Tel.: +33 (0) 328 - 33 44 01

Fax: +33 (0) 328 - 33 44 02

unitedlabelsfrance@unitedlabels.fr

UNITEDLABELS Ltd.

Innovate Office

Lake View Drive

Sherwood Park/Nottingham

NG15 0DA

Großbritannien

Tel.: +44 (0) 16 23 - 72 61 00

Fax: +44 (0) 16 23 - 72 93 60

unitedlabelsltd@unitedlabels.com

UNITEDLABELS Belgium N.V.

Pathoekeweg 48

8000 Brügge

Belgien

Tel.: +32 (0) 50- 45 69 60

Fax: +32 (0) 50- 31 28 22

info@unitedlabels.be

UNITEDLABELS Comicware Ltd.

Unit 1501-2,

Valley Centre,

80-82 Morrison Hill Road,

Wanchai

Hongkong

Tel.: +85 (0) 225 - 44 29 59

Fax: +85 (0) 225 - 44 22 52

jkam@unitedlabels.com

UNITEDLABELS Italia Srl.

Via Fratelli Bronzetti 12

50137 Florenz

Italien

Tel.: +39 (0) 55 - 61 20 35 0

Fax: +39 (0) 55 - 61 20 57 9

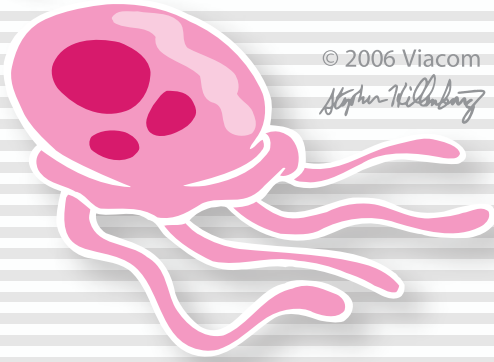
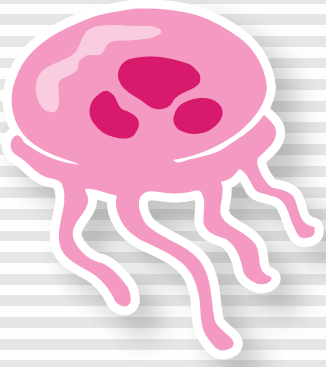
info@unitedlabels.com

Unseren Geschäftsbericht, unsere Quartalsberichte u.a. finden Sie auf unserer Homepage (www.unitedlabels.com) zum Download unter „Investor Relations – Finanzberichte“. Unsere veröffentlichten Pressemitteilungen finden Sie unter „Presse – Pressemeldungen“.

Haftungsausschluss

Dieser Geschäftsbericht enthält Einschätzungen und Wertungen sowie zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements der **UNITEDLABELS AG** und ihrer Tochtergesellschaften hinsichtlich zukünftiger Ereignisse und Erwartungen widerspiegeln. Auch wenn diesen Aussagen, Einschätzungen und Erwartungen gültige Pläne zugrunde liegen, unterliegen solche Aussagen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, die zumeist nur schwierig einzuschätzen sind und die zudem in der Regel außerhalb der Kontrolle der **UNITEDLABELS AG** liegen. Sollten diese oder andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten oder sollten sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, so könnten die tatsächlichen Ergebnisse von **UNITEDLABELS** wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen, Erwartungen und Einschätzungen sowie Plänen ausgedrückt werden oder sich hieraus ableiten lassen. Die **UNITEDLABELS AG** beabsichtigt nicht, solche Aussagen über zukünftige Ereignisse und Entwicklungen sowie Erwartungen und Einschätzungen zu aktualisieren. Jedwede Verantwortung und, soweit dies rechtlich zulässig ist, Haftung für derartige Aussagen, Erwartungen oder Einschätzungen und Planungen lehnt die **UNITEDLABELS AG** ab.

Vorstehendes gilt entsprechend für Kennzahlen, die in diesem Geschäftsbericht genannt werden, die aber nicht Bestandteil handelsrechtlicher Rechnungslegungsvorschriften sind. Solche Kennzahlen können nur bedingt mit den entsprechenden Kennzahlen anderer Unternehmen vergleichbar sein.



© 2006 Viacom

Stephen Hillenburg



UNITEDLABELS AG

Gildenstraße 6
48157 Münster

Germany

phone: +49 (0) 251 - 3 22 10

fax: +49 (0) 251 - 3 22 19 99

info@unitedlabels.com

www.unitedlabels.com