

GESCHÄFTSBERICHT 2006

UNITEDLABELS AG

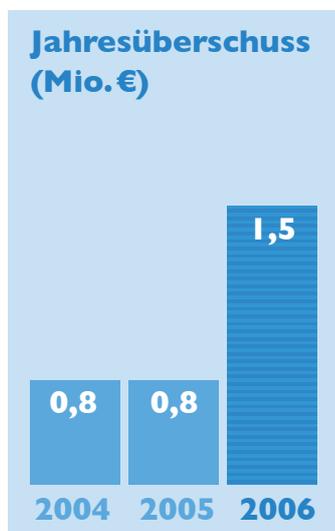
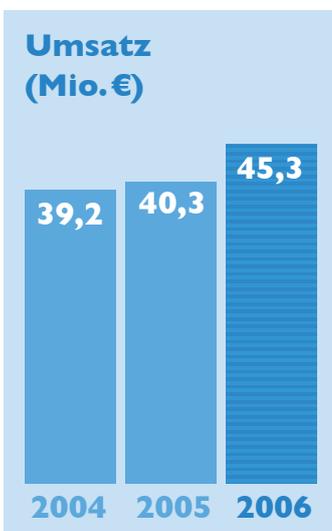


MATT
GREENG

TM & © 2006 FOX

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 2006	2006 (T€)	2005 (T€)	Veränderung
Umsatz	45.267	40.273	12,4 %
EBITDA	2.540*	1.875*	35,5 %
EBIT	1.952	1.311	48,9 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1.680	1.024	64,1 %
Jahresüberschuss	1.482	770	92,5 %
Cashflow	7.375	4.431	66,4 %
Ergebnis je Aktie (€)	0,35	0,19	
Anzahl Mitarbeiter	125	127	
Anzahl Lizenzverträge	63	65	

*incl. Abschreibungen auf Nutzungsrechte

Inhalt	
Vorwort	2
Bericht des Aufsichtsrats	4
Geschäftsmodell	6
Vertrieb	12
Vertrieb Großkunden	16
Vertrieb Fachhandel	20
Vertrieb Best of...	22
Aktie	26
Corporate Governance	30
Jahresabschluss	34
Mitarbeiter	90
Adressen	96

Vorwort



Peter M. Boder
Vorstandsvorsitzender

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

die **UNITEDLABELS AG** hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2006 das beste Ergebnis ihrer Geschichte erzielt. Der Konzernumsatz stieg um 12,4% auf € 45,3 Mio. und das EBIT erhöhte sich auf € 2,0 Mio. Der Konzernjahresüberschuss verdoppelte sich nahezu und lag bei € 1,5 Mio. Damit beträgt der Gewinn pro Aktie € 0,35 (Vj. € 0,19). Vor dem Hintergrund dieses Ergebnisses werden wir der Hauptversammlung erstmals eine Dividendenzahlung in Höhe von € 0,20 je Aktie vorschlagen.

Unsere beiden Geschäftsbereiche, Großkunden und Fachhandel, sowie die Ergebnisse der Einzelgesellschaften trugen auf unterschiedliche Weise zu der positiven Entwicklung im Jahr 2006 bei:

Mit einem Umsatzwachstum von rd. 14% war der Großkundenbereich unser Wachstumsmotor. Diese Entwicklung bei **UNITEDLABELS** entspricht der Veränderung in der Handelslandschaft. Da Handelskonzerne ihre Einkaufsaktivitäten weiter bündeln wollen, unterstützt **UNITEDLABELS** diese als leistungsstarker Partner mit seinen Vermarktungskonzepten im Bereich comicware. Mit diesen unterschiedlichen Vermarktungsvarianten sind wir erfolgreich und werden daher auch in Zukunft durch emotionale Kundenansprache für den Handel verkaufsstarke und erlebnisbetonte Einkaufswelten schaffen. Unser Ziel ist es, sowohl die Platzierungsbreite als auch die Platzierungshäufigkeit in allen Vertriebsgebieten weiter zu erhöhen. Hier bieten sich uns noch immense Wachstumsmöglichkeiten.

Erfreulich ist auch die Entwicklung im Geschäftsbereich Fachhandel, in dem es uns gelungen ist, im abgelaufenen Geschäftsjahr ein positives Ergebnis zu erzielen. Damit haben wir das wichtigste Ziel in diesem Segment für 2006 erreicht. Im Rahmen einer vollständigen Umstrukturierung konzentrierten wir uns auf umsatzstarke Kunden, reduzierten die Kostenstruktur bei gleichzeitiger Vergrößerung einzelner Präsentationsflächen im Rahmen von Konzeptvermarktungen. Auch der Premium-Bereich „Best of“ wurde selektiv unter Berücksichtigung von Renditeaspekten verändert.

Nach Abschluss der Restrukturierung Ende 2006 werden wir diese Geschäftseinheit zukünftig nachhaltig profitabel entwickeln.

Beim Blick auf die Einzelgesellschaften entwickelten sich insbesondere in Deutschland Umsatz und Ergebnis ausgesprochen gut. So stieg der Umsatz der deutschen Muttergesellschaft um 22% auf € 28,9 Mio., der Jahresüberschuss vervierfachte sich nahezu auf € 2,0 Mio.

Die Konzentration vieler, auch europaweit tätiger Handelskonzerne in Deutschland stellt auch für die Zukunft ein großes Wachstumspotenzial in diesem Gebiet dar.

Unsere Tochtergesellschaften in Spanien, Frankreich, Großbritannien, Belgien und Italien gewährleisten den europäischen Vertrieb und die Präsenz von **UNITEDLABELS** in allen wichtigen europäischen Märkten für Lizenzprodukte.

In Spanien, Frankreich und Benelux werden wir mit bestehenden Strukturen sowohl das Fachhandels- als auch das Großkundengeschäft weiterentwickeln. In Italien wird das bereits profitable Fachhandelsgeschäft im kommenden Jahr um den Großkundenbereich erweitert.

Vorwort

Eine Herausforderung bildet weiterhin der Ausbau des Standortes in Großbritannien. Der Markteintritt in den britischen Markt gestaltet sich schwieriger als geplant, so dass wir hier erst ab 2008 von einer nachhaltigen Profitabilität in diesem generell volumenstarken Markt ausgehen.

Im Jahr 2006 richteten wir uns strategisch neu aus und integrierten multimediale Vermarktungskonzepte in unsere Vertriebsstrukturen. Diese bilden eine Brücke zwischen neuen und alten Vertriebskanälen und sind ein weiterer wichtiger Schritt zur Nutzung unserer Wachstumspotenziale. Insbesondere unterstützen wir mit aktionsbezogener TV-Werbung die Vermarktung unserer comicware-Produkte und werden so auch für den Endverbraucher verstärkt sichtbar.

Auch mit dem im November 2006 eröffneten comicware-Store im Airport Barcelona gehen wir neue Wege, denn dieser ist der erste Flagship Store möglicher weiterer **UNITEDLABELS**-Stores in europäischen Großflughäfen.

Unser Lizenzportfolio, das „Herzstück“ von **UNITEDLABELS**, bauten wir 2006 unter anderem mit den Lizenzen Die wilden Kerle, Barbie und Dora aus. Mit diesen neuen Themen sowie unseren Lizenzklassikern Mickey, Snoopy und den Simpsons werden wir auch in den nächsten Jahren dem Zeitgeist entsprechende Lizenzartikel für unterschiedliche Zielgruppen anbieten.

Die Kursentwicklung der **UNITEDLABELS**-Aktie spiegelte die wirtschaftliche Entwicklung des Konzerns im Jahr 2006 nicht wider. Während die **UNITEDLABELS** AG ihren Umsatz und ihr Ergebnis steigerte, entwickelte sich der Kurs gegenläufig. Zur Gewinnung weiterer institutioneller Anleger haben wir daher im Dezember 2006 ein Aktienrückkaufprogramm beschlossen. Wir werden zudem unsere Investor-Relations-Aktivitäten weiter verstärken.

Die **UNITEDLABELS** AG bewegt sich in Westeuropa in einem Lizenzmarkt, der weiterhin immense Potenziale bietet. Die Beliebtheit unserer Lizenzprodukte aus dem Bereich Entertainment/Character ist ungebrochen.

Die **UNITEDLABELS** AG ist in wichtigen Ländern vertreten und dort gut aufgestellt. Alle Geschäftsbereiche, Fachhandel und Großkunden, sind profitabel. Neue Vermarktungskonzepte und Vertriebswege begleiten die Umsetzung aktueller Konzepte. Mit dieser Strategie haben wir beste Voraussetzungen, unser Wachstum in Umsatz und Ertrag nicht nur fortzusetzen, sondern zu beschleunigen.

Ich bedanke mich bei allen Geschäftspartnern, die uns bei der Erreichung unserer Ziele unterstützen. Mein Dank gilt dabei besonders unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz und ihre Ideen. Recht herzlich möchte ich auch Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, für Ihr Vertrauen danken und freue mich, wenn Sie die **UNITEDLABELS** AG auch in den nächsten Jahren begleiten.

Und sollten Sie noch kein Aktionär sein, lade ich Sie herzlich ein, einer zu werden!

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

Im Geschäftsjahr 2006 hat sich der Aufsichtsrat neben einzelnen Sonderthemen in erster Linie mit der weiteren Entwicklung des Fachhandelssegmentes sowie den Perspektiven auf den Auslandsmärkten, insbesondere in England, Frankreich und Spanien, sowie mit den Chancen neuer Produkte und Leistungsangebote von **UNITEDLABELS** befasst. Besondere Schwerpunkte der Aufsichtsrats Tätigkeit bildeten auch die Themen des Unternehmens-Ratings und in diesem Zusammenhang der Wertentwicklung im Unternehmen sowie Fragen der Konzern- und Jahresabschlussprüfung.

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich der Aufsichtsrat in der Novembersitzung entsprechend seinem Bekenntnis zur Anwendung von Weiterentwicklungen der Corporate Governance-Grundsätze des Unternehmens mit der Neufassung des deutschen Corporate Governance-Kodex in der Fassung vom 12.06.2006 befasst. Nach der Überzeugung des Aufsichtsrats hat die Gesellschaft im vergangenen Geschäftsjahr weitestgehend die Empfehlungen des deutschen Corporate Governance-Kodex erfüllt und diese in ihrer Entsprechenserklärung mit den dort genannten Abweichungen bestätigt.

Der Aufsichtsrat hat dem Rückkauf von bis zu 10% der ausstehenden Aktien der Gesellschaft bis zu einem Gesamtwert von T€ 500 sowie der Veräußerung solchermaßen erworbener Aktien zugestimmt, um weitere Aktionäre, insbesondere auch strategische Investoren im Interesse der Gesellschaft an dieser zu beteiligen.

Zum Ende des vergangenen Jahres hat der Aufsichtsrat die Festbezüge des Vorstands vertragsgemäß angepasst.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats wurden von der Hauptversammlung am 23.05.2006 für eine weitere Amtszeit gewählt. Sie haben alsdann die Herren Dr. Hausmann und Dehler in ihren Ämtern als Vorsitzender und stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats bestätigt.

Der Aufsichtsrat hat sich in gleichmäßigen Zeitabständen zu vier Sitzungen zusammengefunden. Weitere Beschlüsse hat der Aufsichtsrat im Umlaufverfahren gefasst.

Die Zusammenarbeit mit dem Vorstand war stets vertrauensvoll. Über wesentliche Vorgänge berichtete der Vorstand auch zwischen den Sitzungen mündlich und schriftlich. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats wurde vom Vorstand über wichtige Entwicklungen und anstehende Entscheidungen regelmäßig und zeitnah unterrichtet.

Dem beim Aufsichtsrat eingerichteten Prüfungsausschuss gehören auch während der neuen Amtszeit der Aufsichtsratsmitglieder Herr Prof. Dr. Roland als Vorsitzender und Herr Dehler an. Der Prüfungsausschuss hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr zu zwei Sitzungen zusammengefunden. Gegenstand der ersten Sitzung war die Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2006. Schwerpunkte der zweiten Sitzung des Prüfungsausschusses waren die Festlegung der Prüfungsschwerpunkte für die Jahresabschlussprüfung 2007 sowie die vom Abschlussprüfer durchgeführte Zwischenprüfung, die zu keinen wesentlichen Feststellungen geführt haben. Besondere Aufmerksamkeit wurde hier der Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte sowie des vom Unternehmen implementierten internen Kontrollsystems (IKS) beigemessen.

Einen Wechsel hat es beim Abschlussprüfer der Gesellschaft gegeben. In der Hauptversammlung vom 23.05.2006 wurde die PriceWaterhouseCoopers AG als Abschlussprüfer der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2007 gewählt.

Der vom Vorstand für das Geschäftsjahr 2006 aufgestellte Jahresabschluss ist unter Einbeziehung der Buchführung und des Lageberichtes von der PriceWaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, die in der ordentlichen Hauptversammlung am 23.05.2006 zum Abschlussprüfer gewählt wurde, geprüft worden. Schwerpunkte dieser Prüfung waren u. a. die Kernprozesse im Unternehmen sowie das für diese Prozesse installierte interne Kontrollsystem und die Prüfung der IT-Systeme. Darüber hinaus wurden das Lizenzwesen, die Werthaltigkeit der Goodwills und Beteiligungsbuchwerte, die Vorrats- und Forderungsbewertung sowie der Lieferungs- und Leistungsverkehr zwischen den Konzernunternehmen geprüft. Gegenstand dieser Prüfung waren auch die Maßnahmen des Vorstandes zur frühzeitigen Erkennung von Risiken, die den Erfolg und den Fortbestand des Unternehmens gefährden können.

Der Abschlussprüfer hat keine Einwendungen erhoben und dies in einem uneingeschränkten Vermerk bestätigt.

Der Aufsichtsrat und der Prüfungsausschuss haben in ihren Sitzungen den Jahresabschluss, den Konzernabschluss und den mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlagebericht sowie den Abhängigkeitsbericht auch eigenständig geprüft. An diesen Sitzungen von Aufsichtsrat und Prüfungsausschuss hat der mit der Abschlussprüfung beauftragte Wirtschaftsprüfer teilgenommen und über seine Prüfung berichtet. Nach eigener Prüfung hat der Aufsichtsrat sich dem Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers angeschlossen und den Jahresabschluss und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006 gebilligt. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Weder gegen den Lagebericht noch gegen den Abhängigkeitsbericht erhebt der Aufsichtsrat Einwendungen.

Dem Vorschlag des Vorstandes, eine Dividende in Höhe von € 0,20 je Aktie mit Ausnahme der von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien an die Aktionäre auszuschütten und in Höhe des Restbetrags auf neue Rechnung vorzutragen, stimmt der Aufsichtsrat zu.

Münster, im März 2007

Für den Aufsichtsrat:

Dr. Jens Hausmann
(Vorsitzender)





GESCHÄFTSMODELL

Bekannte Charaktere verkaufen sich gut

Comic-Figuren begegnen uns überall, nicht nur im Kino oder im Fernsehen. Sie begleiten uns auf alltäglichen Produkten wie T-Shirts, Müslischalen oder Beauty Bags sowie in der mobilen Kommunikation als Bildschirmschoner oder Klingelton. Auf diesen Artikeln setzen Abbildungen bekannter und beliebter Comic-Figuren Kaufanreize. Denn Kunden entscheiden sich gerne für Produkte, auf denen Marken und Lizenzen dargestellt sind, die sie kennen und lieben.

Die Produzenten und Rechteinhaber der Comic-Figuren sind vor allem die weltweit größten Medienkonzerne. Sie halten die Urheberrechte an den bekannten und beliebten Figuren und bewerben deren Markenbekanntheit durch eine starke Präsenz in den Medien. Markenartikelhersteller von Lizenzprodukten, wie **UNITEDLABELS**, profitieren daher stark von der bereits vorhandenen Markenbekanntheit der Comic-Charaktere.

Die populären Comic-Figuren sollen vor allem Produktumsätze für ihre Rechteinhaber und Rechthenutzer generieren. Dabei erhalten sie ihre Nachfragestärke durch hohe Medienpräsenz wie Kinofilme und TV-Serien. Ist der Comic-Charakter beliebt, kommt er danach als Lizenzprodukt in den Handel. Der hohe Wiedererkennungswert und Identifikationswert der Lizenzartikel garantiert dabei eine langfristige Produktnachfrage.

comicware ist Zeichentrick zum Anfassen

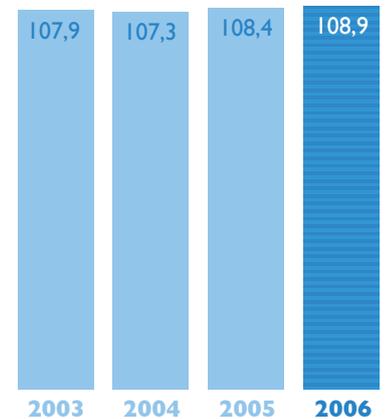
Die Produzenten der Comic-Figuren streben mit einer großen Vielfalt an Produkten aus unterschiedlichen Bereichen einen nahezu weltweiten Vertrieb ihrer Lizenzartikel an. Hierfür geben sie als Lizenzgeber die Herstellungs- und Vertriebsrechte an Lizenznehmer weiter. Um langfristig hohe Lizenzentnahmen zu erwirtschaften, wählen sie für jede Produktkategorie ihren Vertragspartner nach Leistungsfähigkeit und Zugang zu Regalflächen aus.

UNITEDLABELS ist als Lizenznehmer und Hersteller von Lizenzmarkenprodukten im Bereich Comic-Charaktere seit Jahren ein leistungsstarker Partner. Die **UNITEDLABELS** AG macht mit ihren comicware-Artikeln aus Bildschirmhelden echte Stars zum Anfassen. Partner sind als Lizenzgeber die weltweit wichtigsten Media- & Entertainment-Unternehmen wie Disney, 20th Century Fox, Nickelodeon und viele mehr.

Das Lizenzgeschäft mit Zeichentrickfiguren wird im Bereich Entertainment/Character zusammengefasst und bildet eines der größten Segmente im gesamten Lizenzmarkt. Das Entertainment/Character-Segment ist dabei extrem dynamisch, ständig in Bewegung und bringt immer wieder neue Charaktere hervor, wie in den vergangenen Jahren SpongeBob Schwammkopf oder Dora.

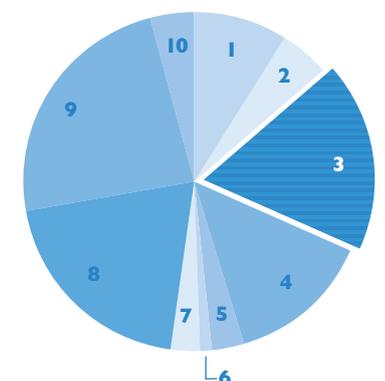
Geschäftsmodell

Weltweiter Umsatz mit Lizenzprodukten 2003–2006 (in Mrd. USD)



Quelle:
The Licensing Letter © 2007 EPM Communications, Inc.

Handelsumsätze mit Lizenzprodukten nach Lizenzart, U.S./Kanada 2006 (Gesamtumsatz: 71,25 USD)

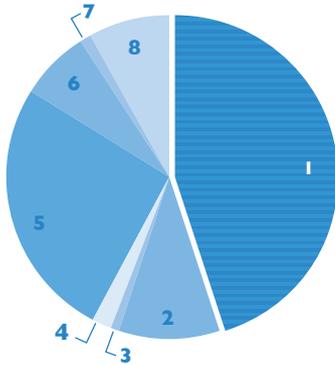


1 Art	9 %
2 Celebrities/estates	5 %
3 Entertainment/character	18 %
4 Fashion	14 %
5 Music	3 %
6 Non-profit	1 %
7 Publishing	3 %
8 Sports	20 %
9 Trademarks/brands	24 %
10 Toys/games	4 %

Quelle:
The Licensing Letter © 2007 EPM Communications, Inc.

Geschäftsmodell

Vertriebskanäle für Lizenzprodukte im Segment Entertainment/Character, U.S./Kanada 2006



1. Discounters	45 %
2. E-Commerce	10 %
3. Other	1 %
4. Mail Order	2 %
5. Specialty Stores	26 %
6. Department Stores/ midtier	7 %
7. TV Shopping	1 %
8. Drug, variety, food & convenience	8 %

Quelle:
The Licensing Letter © 2007 EPM Communications, Inc.

Steigende Umsätze im weltweiten Lizenzmarkt

Lizenzprodukte sind auf jedem Kontinent gefragt. Nach einem leichten Rückgang in den vergangenen Jahren stiegen die weltweiten Umsätze mit Lizenzartikeln 2005 und 2006 wieder an. Der Markt für Lizenzen aus dem Bereich Entertainment/Character profitiert dabei vor allem von der weltweit stetig steigenden Anzahl der Fernsehstationen und hierbei besonders von denen, die ausschließlich Kinderprogramme zeigen. Impulse erhält er auch durch neue Übertragungsmedien wie dem Internet oder der mobilen Kommunikation.

Im Jahr 2006 erhöhten sich die weltweiten Umsätze mit Lizenzprodukten leicht auf USD 108,9 Mrd. (Vj. USD 108,4 Mrd.). Die Umsätze in Westeuropa stiegen dabei um 0,7 % auf USD 24,9 Mrd. (Vj. USD 24,7 Mrd.) an. In den USA/Kanada wurden mit USD 71,3 Mrd. ebenfalls höhere Umsätze als im Vorjahr generiert (Vj. USD 71,2 Mrd.). Das größte Wachstum verbuchte Osteuropa mit einem Anstieg von 35,3 %. In Japan gingen die Umsätze mit Lizenzprodukten hingegen um 1,0 % leicht zurück und in Australien/Neuseeland hielten sie sich auf dem Niveau des Vorjahres. Die **UNITEDLABELS AG** bewegt sich in Westeuropa also weiterhin in einem Markt, der an Volumen gewinnt.

Der stärkste Vertriebskanal für Produkte aus dem Bereich Entertainment/Character sind weiterhin die Discounter (45 %). Diese bilden im Bereich Großkunden auch den größten Geschäftsbereich der **UNITEDLABELS AG**. Der Bereich Specialty Stores, der bei der **UNITEDLABELS AG** mit dem Geschäftsbereich Fachhandel abgedeckt ist, hat einen Anteil von 26 %. Stark angestiegen ist in den letzten Jahren der Bereich E-Commerce, über den mittlerweile 10 % aller Umsätze der Lizenzen im Bereich Entertainment/Character erwirtschaftet werden. Herangezogen wurden hierzu Vergleichswerte aus den USA/Kanada, da dieser Markt mit dem westeuropäischen Lizenzmarkt vergleichbar ist. Für Europa bzw. für Deutschland liegen derzeit keine Daten vor.

(Quelle: The Licensing Letter. Copyright 2007 EPM Communications, Inc.).

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** genutzte 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.

Lizenzquelle

Charaktere
z.B. Mickey Mouse, Peanuts, Die Simpsons

Event-Lizenzen
z.B. Fußball-WM, Oktoberfest

Markenlizenzen
z.B. Porsche Design

People Licenses
z.B. Shakira

Filmlizenzen
z.B. Harry Potter

Lizenzprodukt

Apparel
z.B. Snoopy-Shirt

Giftware
z.B. Cinderella-Beauty-Bag

Home & Living
z.B. SpongeBob-Kissen

Stationery
z.B. Barbie-Notebook

Food
z.B. Ernie-Kekse

Publishing
z.B. Mickey Mouse-Hefte

Games/Toys
z.B. Bob der Baumeister-Bagger

Lizenzart

Produktlizenzen
z.B. **UNITEDLABELS** mit Simpsons-Plüsch

Promotionslizenzen
z.B. Pink Panther

- Vermarktet durch **UNITEDLABELS**
- Weitere Lizenzmärkte

Geschäftsmodell



Drei Faktoren führen zum Erfolg

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.

Der erste bedeutende Faktor ist das Lizenzthema. Hier beginnt alles, denn wenn ein Thema populär ist, verkauft es sich auch gut. Lizenzartikel mit den bekanntesten und beliebtesten Comic-Charakteren sind zugleich Bestseller-Produkte. Die **UNITEDLABELS AG** nimmt starke Lizenzen in ihr Portfolio auf, da Auswahl und Einkauf der „richtigen“ Lizenz über das Erfolgspotenzial des Unternehmens entscheiden.

Das Produktangebot ist der zweite Faktor für eine erfolgreiche Vermarktung von Lizenzen aus dem Bereich Entertainment/Character. Hierbei ist eine emotionale Ansprache der Verbraucher besonders wichtig, denn die Lizenzprodukte werden meist in Themen- und Warenwelten präsentiert. **UNITEDLABELS** schafft Warenwelten mit einer gezielten Auswahl von Produkten und Designs. Hier kommt die Kreativität der Design-Teams ins Spiel, die angesagte Themen aufnehmen und sie für jeden Comic-Charakter in passende Produktlinien umsetzen.

Auswahl der größten Lizenzpartner



Geschäftsmodell

UNITEDLABELS in der Schlüsselposition zwischen Rechteinhaber und Handel



Die Vertriebsstärke ist der dritte und wichtigste Faktor im Lizenzgeschäft, denn erst, wenn die Produkte in den Regalen der Handelspartner stehen, können sie auch verkauft werden. **UNITEDLABELS** gewährleistet die flächendeckende Bestückung des Handels mit Lizenzprodukten durch seine Schlüsselposition zwischen Lizenzgeber und Handel. Der Vertrieb kennt den Markt und bietet beiden Seiten funktionierende Lösungen und Konzepte an. So verschafft **UNITEDLABELS** einerseits dem Lizenzgeber den für ihn immer schwieriger zu erreichenden Zugang zu den wichtigen Regalplätzen der großen Handelskonzerne und sichert dadurch seine Attraktivität für ihn. Gleichzeitig übernimmt das Unternehmen für die Rechteinhaber die Produktentwicklung, das Design und die Herstellung der Lizenzartikel.

Die **UNITEDLABELS AG** bündelt in ihren Warenwelten die wichtigsten Produkte und alle wichtigen Lizenzthemen. Sie ist für den Handel attraktiv, da sie ihm vom Design über die Produktentwicklung bis zur Herstellung der Lizenzartikel alles aus einer Hand anbietet.

Das Lizenzportfolio ist das Herzstück von **UNITEDLABELS**

Das Lizenzportfolio immer aktuell und interessant zu gestalten, ist eine der Hauptaufgaben von **UNITEDLABELS**. Das Unternehmen verfügt mit einem Angebot an populären Comic-Charakteren über eine wichtige Ressource in diesem speziellen Lizenzgeschäft. Das Lizenzportfolio, das „Herzstück“ von **UNITEDLABELS**, beinhaltete Ende 2006 insgesamt 63 Lizenzverträge. In der Vermarktung der comicware-Produkte setzt **UNITEDLABELS** dabei stets auf klassische Lizenzthemen, Newcomer, Filmthemen und auf national erfolgreiche Comic-Charaktere.

Seit Jahrzehnten gehören Mickey Mouse, Winnie the Pooh, Snoopy, die Sesamstraße und Die Simpsons zu den etablierten Klassikern im Lizenzportfolio von **UNITEDLABELS**. Als erfolgreiche Newcomer wurden SpongeBob Schwammkopf, Pucca und Bob der Baumeister aufgenommen. Im Jahr 2006 waren Disney Princess (Klassiker) und Dora, the Explorer (Newcomer) besonders erfolgreiche Lizenzen im Bereich Entertainment/Character. Beide sind ebenfalls im Portfolio von **UNITEDLABELS** vertreten. Daneben vermarktet **UNITEDLABELS** auch Filmthemen wie Ice Age 2, Ab durch die Hecke (Over The Hedge), Jagdfieber (Open Season) und 7 Zwerge – Der Wald ist nicht genug. National erfolgreiche Comic-Charaktere sind Die wilden Kerle (Deutschland), Marsupilami und Totally Spies (Frankreich), Powerpuff Girls (Spanien), Family Guy (UK) sowie Booh (Belgien).

Mit ihren Lizenzthemen erreicht die **UNITEDLABELS AG** 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 bei Bedarf 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.

Ausgezeichnet in Design und Produktentwicklung

Zahlreiche Awards gewann die **UNITEDLABELS AG** in den vergangenen Jahren für ihre Designleistung und ihre Produktentwicklung. Im Jahr 2006 kam die Nominierung für den höchsten deutschen Designpreis, dem Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2007, hinzu. Gemeinsam mit den beiden Münsterländer Unternehmen sieger design und aency wurde die **UNITEDLABELS AG** damit nun bereits zum zweiten Mal für den Internetauftritt ihrer beiden Premiummarken „Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“ mit hohen Ehren versehen. 2005 gewannen sie bereits den „red dot für hohe Designqualität“.

Im Jahr 2006 stand der Vorstandsvorsitzende Peter M. Boder zudem im Finale des Wirtschaftspreises „Entrepreneur des Jahres“ und die **UNITEDLABELS AG** wurde ins „Europe's 500 Ranking“ aufgenommen.

Bereits in den Jahren zuvor gewann die **UNITEDLABELS AG** mehrmals den „International Homey Award“ als „Licensee of the Year“ (Auszeichnung von 20th Century Fox für die weltweit erfolgreichste Produktumsetzung und Vermarktung der Simpsons) sowie den LIMA Germany Award für das Lizenzprodukt des Jahres 2005 („Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“) und als Bester Lizenznehmer 2004.

Geschäftsmodell

Auszeichnungen



red dot



DESIGNPREIS
2007

2005 – red dot für hohe Designqualität
2006 – Nominierung Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2007



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



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



2004 – „Graphis PackagingDesign9“



2004 – Designpreis des DDC



2006 – Finalist Entrepreneur des Jahres



2006 – Europe's 500 – Entrepreneurs for Growth



VERTRIEB

Europaweiter Vertrieb von comicware-Produkten generiert steigende Konzernumsätze

Eine gut ausgebaute Vertriebsstruktur ist entscheidend, um comicware-Produkte europaweit erfolgreich zu vermarkten. Der Vertrieb der Lizenzartikel erfolgt bei **UNITEDLABELS** über Großkunden sowie über den Fachhandel. Dabei entfielen 2006 etwa 76% des Konzernumsatzes auf das Segment Großkunden gegenüber 24%, die im Fachhandelsbereich erwirtschaftet wurden.

Die Artikel der über alle Grenzen bekannten Comic-Charaktere finden in ganz Europa Käufer. Um in allen wichtigen europäischen Märkten für Lizenzprodukte präsent zu sein, baute **UNITEDLABELS** seine Standorte in den vergangenen Jahren weiter aus. So konzentrieren sich die Tochtergesellschaften in Belgien, Frankreich und Spanien in ihren Ländern sowie in Benelux und Portugal auf Großkunden und Fachhändler. In Italien wird **UNITEDLABELS** ab 2007 mit dem Großkundengeschäft beginnen. Bisher konzentrierte sich das Unternehmen dort auf den starken italienischen Fachhandelsmarkt. Am britischen Standort werden seit 2005 comicware-Produkte ausschließlich bei Großkunden platziert. Hierbei entwickelten sich die Listungszeiten jedoch deutlich länger als vorgesehen, so dass sich der Markteintritt schwieriger gestaltet als geplant. In weiteren Ländern vermarktet **UNITEDLABELS** seine Produkte über lokale selbstständige Handelsvertreter. Durch den Vertrieb der comicware-Produkte über große deutsche Handelsketten ist **UNITEDLABELS** auch in Osteuropa und Skandinavien vertreten.

Die Mitarbeiter vor Ort kennen die lokalen Märkte und Einkaufsgewohnheiten und können ihren Kunden dadurch länderspezifische Angebote machen. So hat **UNITEDLABELS** gute Voraussetzungen, in den nächsten Jahren über seine Vertriebskanäle und unabhängig von Länder- und Sprachgrenzen den Verbrauchern in ganz Europa comicware-Produkte anzubieten. Europa ist auch für **UNITEDLABELS** zu einem Markt geworden.

Bereits heute verfügt **UNITEDLABELS** über eine hohe Vertriebsdichte für comicware in Europa und vertreibt seine Produkte in mehr als 54.400 Verkaufsstellen verschiedener Handelsunternehmen. Da der Verkauf von Lizenzprodukten grundsätzlich an allen Verkaufspunkten in Europa möglich ist, wird **UNITEDLABELS** sein Vertriebsnetz in vielen europäischen Ländern auch weiterhin ausbauen. Durch die hohe Distributionsdichte sowie die breite Produktpalette gelingt es **UNITEDLABELS** bereits jetzt, hohe Skalen- und Sortimentseffekte zu realisieren.

Anzahl der verkauften Artikel steigt weiter

Die Anzahl der verkauften comicware-Artikel stieg weiter an. Im Jahr 2006 vermarktete **UNITEDLABELS** 29,2 Mio. Lizenzprodukte und erhöhte damit die Anzahl seiner pro Jahr verkauften Artikel erneut. So haben an jedem Handelsverkaufstag ca. 97.300 comicware-Artikel von **UNITEDLABELS** irgendwo in Europa einen Käufer gefunden.

Dies erreichte **UNITEDLABELS** über die Vertriebswege Großkunden- und Fachhandelsgeschäft mit mehr als 3.800 Handelspartnern in mehr als 15 Ländern und rund 54.400 Verkaufsstellen.

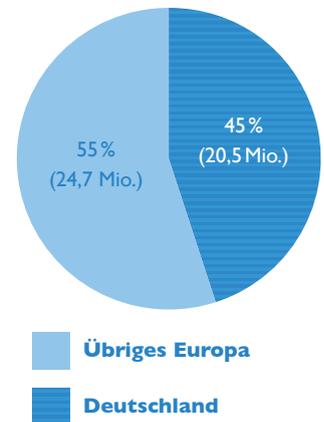


Anzahl Outlets

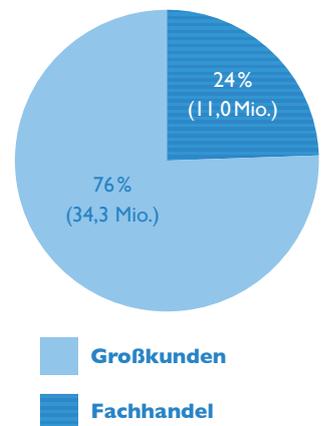
2006: 54.400

Vertrieb

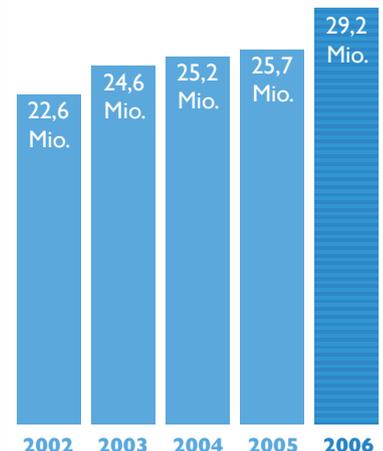
Umsatzverteilung UNITEDLABELS 2006 in Europa in % (€)



Umsatzverteilung 2006 Großkunden und Fachhandel in % (€)



Anzahl verkaufter Artikel in Mio. Teilen (2002–2006)



UNITED LABELS STORE



Multimediale Vertriebsformen unterstützen Vermarktung

Im Sommer 2006 führte die **UNITEDLABELS** AG neue multimediale Vermarktungskonzepte ein. Über die vier verschiedenen Plattformen Mobile, Home Entertainment, Internet und TV-Werbung werden dabei comicware-Produkte in ihrer Vermarktung unterstützt. **UNITEDLABELS** erreicht auf diesen Wegen gezielt die gewünschten Zielgruppen und bietet ihnen gleichzeitig Mehrwert. Die mobilen Kommunikationskanäle nutzt **UNITEDLABELS** für Unterhaltungsangebote und Gewinnspiele, welche in unmittelbarem Bezug zu den comicware-Artikeln stehen. Im Bereich Home Entertainment vermarktet das Unternehmen zukünftig DVDs über so genannte Non-Traditional-Outlets (NTOs), zu denen Discount- und Supermärkte, der Buchhandel sowie Drogerien zählen. Neben dem reinen Zusatzgeschäft durch die DVDs werden diese auch als Werbepattform für die comicware-Produkte sowie gegebenenfalls für eingebundene Handelspartner genutzt. Durch Home Entertainment werden die Kundenfrequenzen erhöht und vor allem jüngere Zielgruppen erreicht. Die Vermarktungsaktivitäten im Internet baute die **UNITEDLABELS** AG ebenfalls aus. Als vierte Plattform forciert das Unternehmen seit 2006 erstmalig die klassische TV-Werbung zur Erhöhung der Abverkäufe.

Airport-Shop in Barcelona als Flagship Store eröffnet

Einen neuen Vertriebsweg schlug das Unternehmen im November 2006 ein, als **UNITEDLABELS** Ibérica S.A. im Airport Barcelona den ersten comicware-Store eröffnete. Fluggäste können hier Geschenkartikel und Textilien aus den **UNITEDLABELS**-comicware-Kollektionen in der besten Einkaufsmeile des Flughafens, über den jährlich 22 Mio. Passagiere reisen, erwerben. Der Umsatz des Stores ist dabei das ganze Jahr über stabil, denn er liegt in einem von Fluggästen hochfrequentierten Bereich des Airport Barcelona. Das internationale Publikum hat an 362 Tagen im Jahr von 06:00 Uhr bis 21:30 Uhr die Möglichkeit, den **UNITEDLABELS**-Store zu besuchen. Der Store in Barcelona dient dabei als Muster-Store für eine Ausweitung auf alle europäischen Großflughäfen.

Neues Logistik-Center stärkt Vertriebsstruktur

Eine wichtige Basis für die gut funktionierende Vertriebsstruktur ist eine effizient arbeitende Logistik. Die **UNITEDLABELS** AG baute daher am Standort Münster ein neues Logistik-Center, das Ende 2006 fertiggestellt wurde und 2007 den Vollbetrieb aufnahm. Durch den Neubau erhält das Unternehmen mehr Lagerkapazitäten, derzeit rund 6.000 Paletten. Zudem kann die gesamte Ware jetzt in einem Lager zusammengeführt werden.

Neues Logistik-Center





REWE

PIUS

kik
TEXTIL-DISKONT

SCHLECKER

GALERIA
KAUFHOF

NKD

NKD

GROSSKUNDEN

SCHLECKER

Großkundengeschäft wächst

Die **UNITEDLABELS AG** sieht – entsprechend dem europaweiten Trend zu größeren Einheiten und damit zu Handelsketten – ihr Wachstumspotenzial vor allem im Großkundengeschäft. Dieser Vertriebskanal wuchs in den vergangenen Jahren durch die anhaltende Verlagerung vom Fachhandel zur Großfläche sowie durch die fortschreitende internationale Expansion der Einzelhandelskonzerne. Durch diese Entwicklung erschließen sich der **UNITEDLABELS AG** neue Absatzgebiete, zum Beispiel in Osteuropa und Skandinavien. Unabhängig davon wächst die **UNITEDLABELS AG** auch, indem sie die Anzahl ihrer Regalflächen bei bestehenden Kunden, zum Beispiel durch die weitere Platzierung ihrer Display-Konzepte, erhöht. Interessant ist der Vertrieb der Lizenzartikel über Großkunden vor allem, da comicware-Produkte meist durch Impulskäufe erworben und die Artikel dabei bei Handelsketten und Großmärkten von wesentlich mehr Menschen gesehen werden. Aus diesen Gründen legt **UNITEDLABELS** auch weiterhin ein besonderes Augenmerk auf diesen Geschäftsbereich.

Die **UNITEDLABELS AG** generiert heute 76% ihres Konzernumsatzes in diesem Wachstumsfeld, da sie ihr Geschäft seit vier Jahren auf Großkunden ausrichtet und hier wesentlich in neue Kundenbeziehungen investiert hat. Heute verfügt sie in diesem Geschäftsbereich über eine starke Stellung, die weiterhin ausbaufähig ist.

Das Unternehmen generierte auch 2006 einen Anstieg des Umsatzes in diesem Segment auf € 34,3 Mio. (Vj. € 30,1 Mio). Dies entspricht einem Wachstum von 14%. Die **UNITEDLABELS AG** betreut Großkunden in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Belgien und den Niederlanden sowie in Spanien und Portugal. Auch die italienische Tochtergesellschaft wird ab 2007 den Markteintritt in diesem Bereich vollziehen.

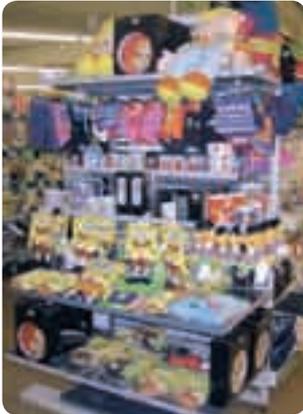
Erlebnisbetonte Einkaufswelten

Erlebnisbetonte Einkaufswelten mit Lizenzprodukten sind bei Filialisten und großen Einzelhandelsunternehmen gefragt. Denn diese brauchen fortwährend neue Warenbilder, um ihre Kunden immer wieder neu zu begeistern. Zusätzliche Käuferschichten lassen sich ebenfalls durch emotionale Themenwelten erschließen, die unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. **UNITEDLABELS** schafft diese Warenwelten und macht durch sie 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. Diese Display-Konzepte sind jedoch erst möglich, wenn ein Lizenznehmer wie **UNITEDLABELS** eine Vielzahl von Lizenzen über eine Vielzahl von Produkten vermarkten kann.

u.v.m.

Vertrieb Großkunden

"My comicworld" Konzeptvermarktung



Marktkauf, Bielefeld



Ratio, Bielefeld



Real Markt, Duisburg

Maßgeschneiderte Lösungen für Großkunden

Konzeptvermarktung generiert das höchste Wachstum

Den wichtigsten und weiterhin umsatzstärksten Bereich im Geschäftsfeld Großkunden bildet die produktübergreifende Konzeptvermarktung. Auch 2006 wurden in diesem Bereich neue Kunden gewonnen sowie die Anzahl der Aktionen erhöht.

Großkunden verlangen zuverlässige Lieferanten, von denen sie große Mengen abnehmen können. Die **UNITEDLABELS AG** ist daher ein idealer Partner, denn sie liefert Lizenzartikel mit einer großen Produktvielfalt, in einem einheitlichen Design und in hohen Stückzahlen. Großkunden beziehen so durch die **UNITEDLABELS AG** eine umfangreiche Produktzusammenstellung aus einer Hand.

Die Konzeptvermarktung erfolgt oft im Rahmen von Aktionsgeschäften, also einer zeitlich begrenzten Regalstellung von ca. drei Wochen. Sobald eine Aktion abgelaufen ist, bietet die Lizenzvielfalt von **UNITEDLABELS** genug Auswahl für Folgeaktionen.

Kaufanregungen werden auch in der Konzeptvermarktung über die emotionale Ansprache der Kunden erzeugt. Diese wird bereits in den Prospekten der jeweiligen Aktionen sichtbar.

Die **UNITEDLABELS AG** sieht in diesem Bereich auch weiterhin ein hohes Wachstumspotenzial und wird sich daher in den kommenden Jahren verstärkt auf die Entwicklung neuer Erlebniswelten konzentrieren.

„My comicworld“

Filialisten und große Einzelhandelsunternehmen fordern auch im Rahmen von Dauerplatzierungen erlebnisbetonte Einkaufswelten. Mit „My comicworld“ startete **UNITEDLABELS** 2005 ein neues Display-Konzept für Großkunden mit Lizenzartikeln für kleine und große Comic-Fans. Diese Verkaufsfläche bewirtschaftet das Unternehmen selbst und vermarktet die emotional ansprechenden Displays als geschlossene Themenwelten.

Als einziges Unternehmen bietet **UNITEDLABELS** seinen Kunden mit „My comicworld“ den kompletten Service für Lizenzprodukte, denn **UNITEDLABELS** sorgt für den Einkauf der trendigen Lizenzartikel sowie für die stets aktuelle und vollständige Bestückung der Displays durch seine Serviceteams. Auf den „My comicworld“-Displays können je nach Kundenprofil Textilien sowie Produkte aus den Bereichen Glas, Porzellan und Keramik (GPK) und Geschenkartikel von angesagten Lizenzen präsentiert werden. Im regelmäßigen Turnus entwickelt **UNITEDLABELS** dabei neue Konzeptthemen und garantiert so die Aktualität des Display-Angebots.

Die Rahmenbedingungen und das Lizenzsortiment stimmt das Unternehmen mehrmals jährlich auf seinen jeweiligen Kunden ab. Dem Handel bringt **UNITEDLABELS** mit seinem Flächenkonzept die Quadratmeter-Renditen, die er erwartet.

Vertrieb Großkunden

UNITEDLABELS erhält mit „My comicworld“ den direkten Zugang zum Endverbraucher und ist so ganzjährig mit einer breiten Produktpalette der comicware-Artikel im Handel präsent. Das Display-Konzept verschafft dem Unternehmen eine Alleinstellung im Wettbewerb um Regalplatz und die Basis für weiteres Wachstum, welche die Marktführerschaft in Europa weiter festigen soll.

NOS – Never-Out-of-Stock-Listungen

Durch NOS-(Never-Out-of-Stock-) Listungen ist die **UNITEDLABELS AG** ganzjährig mit Lizenzklassikern im Handel präsent. Diese bilden eine permanente Lizenzpräsentation starker Marken und schaffen durch ihre wechselnden Motive ständig neue Warenbilder und Kaufanreize. Die überwiegend im Warenhausbereich eingesetzten Artikel werden speziell auf die Bedürfnisse der jeweiligen Abteilungen abgestimmt.

Emotionen schaffen auch im großvolumigen Aktionsgeschäft Kaufanreize

Neben diesen Dauerplatzierungen gibt es weiterhin das Einzelproduktgeschäft, also das großvolumige Aktionsgeschäft mit einem Artikel oder einem Aktionsassortiment. Auch hier legt **UNITEDLABELS** Wert auf Emotionen und schafft somit Kaufanreize, die den schnellen Abverkauf der Markenprodukte sichern. 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 Großkunden.



Vertriebspartner Großkunden 2006

114 Handelspartner

49.400 Outlets



u.v.m.



FACHHANDEL

Fachhandel trägt wieder zum Konzernwachstum bei

Für den Geschäftsbereich Fachhandel entwickelt **UNITEDLABELS** anspruchsvolle Produkte der gehobenen Preisklasse. Durch diese ausgefallenen und höherpreisigen Lizenzartikel grenzt sich der spezialisierte Fachhandel trotz eines allgemein anhaltenden Preisdrucks von der Großfläche ab.

Der Umsatzanstieg von 7,8% auf 11,0 Mio. € (Vj. -5,6%/10,2 Mio. €) in diesem Segment ist vor allem zurückzuführen auf die positive Entwicklung in Italien und Deutschland.

Der Strukturwandel vom Fachhandel zum Filial- und Großflächengeschäft in Deutschland hat sich seit einigen Jahren auch im rückläufigen Absatz und Umsatz im Vertriebsweg Fachhandel widerspiegelt. Dieser Geschäftsbereich generiert höhere Margen als das Großkundengeschäft, ist aber mit hohen Vertriebskosten zu bedienen. Mit der Umstrukturierung in Deutschland sind nun gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung dieses Segments geschaffen.

In anderen Ländern, zum Beispiel in Spanien und Italien, ist das Fachhandelsgeschäft seit jeher erfolgreich. Insgesamt beliefert die **UNITEDLABELS AG** Fachhändler in Deutschland, Frankreich, Italien, Belgien und den Niederlanden sowie in Spanien und Portugal.

Die fachhandelsspezifischen Konzepte von **UNITEDLABELS** unterstützen den Fachhandel dabei, sich von der Großfläche abzuheben. Die comicware-Produkte bekannter und beliebter Comic-Charaktere bilden exklusive Artikel im Sortiment des Fachhändlers, der im Gegenzug durch die Präsentation der Produkte in seinen Regalen das Profil der Lizenzthemen schärft.

Zudem bietet **UNITEDLABELS** auch für den Fachhandel Display-Konzepte auf eigenen Warenträgern und damit für jedes Lizenzthema die gesamte Produktpalette aus einer Hand an.



Vertriebspartner Fachhandel 2006

2.900 Handelspartner

4.200 Outlets

Vertrieb Fachhandel

Produktlinie Cinderella für den Fachhandel



Wecker



Tasse



Schmuckkästchen



Kissen



Beauty Case



A new star is born mit „Best of Donald“

Die beliebten Comic-Helden Mickey und Snoopy der hochwertigen Porzellankollektionen „Best of Mickey“ und „Best of Snoopy“ bekamen 2006 Zuwachs. Der sympathische Donald wurde neu in die „Best of“-Familie aufgenommen und startete mit drei hochwertigen Produktlinien im bekannt stilvollen Design.

Mit „Best of Donald“ lancierte die **UNITEDLABELS AG** damit eine weitere exklusive Porzellanserie mit einem Comic-Helden aus der Feder von Walt Disney. Gemeinsam mit dem Designbüro **sieger design** schuf sie einen zusätzlichen wichtigen Baustein zur Etablierung der Marke „Best of“ im gehobenen Fachhandel und verschaffte dem berühmten Entenhausener seinen Platz in der hochwertigen Produktlinie.

Die drei „Best of“-Linien stehen für exklusive Porzellankollektionen, hochwertige Geschenkartikel und coole Accessoires. Sie sind aber vor allem eine Liebeserklärung an die größten Comic-Charaktere aller Zeiten: Mickey, Donald und Snoopy. In enger Abstimmung mit den Lizenzgebern Walt Disney Company (Mickey und Donald) sowie United Features Syndicate (Snoopy) und in Zusammenarbeit mit dem Designbüro **sieger design** entstanden hochwertige Produkte mit stilvollen Dekoren für alle, die mit den Comic-Stars erwachsen geworden sind und die sich an der neuen Attraktivität der Helden ihrer Kindheit erfreuen.



Best of Donald-Dekore

Vertrieb Best of...



China, Shanghai



Dänemark, Salling



Deutschland, Hamburg



Japan, Tokyo



Russland, Moskau



Deutschland, Timmendorfer Strand

Vertrieb Best of...

Best-of-Snoopy im Dekor „Fleuri“



Schale



Tasse



Milch- und Saftkrug



Candle Light



Music-Bag



Metal Box

Produkte für Comic-Liebhaber, die das Besondere mögen

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. Dabei sind bereits die Verpackungen so edel und wertig, dass sie selbst als Produkte verkauft werden könnten.

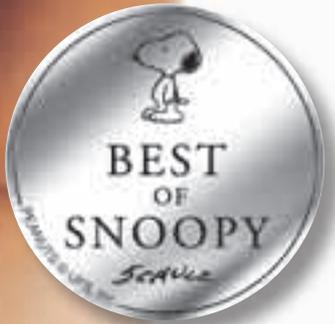
Die Premiummarke startete 2003 in verschiedenen Dekorlinien, die unterschiedliche Stile und Farbrichtungen berücksichtigt. Für den Tisch- und Tafelbereich gibt es in den aktuellen Kollektionen Tassen (Espressotassen, Cappuccinotassen, Kaffeebecher), Teller (Kleine Teller, Pastateller, Speiseteller), Schalen, Eierbecher, Tischaccessoires (Milchkännchen, Zuckerdose, Salz- und Pfefferset), Papierservietten, Platzsets und Metall Dosen.

Die „Best of“-Produktlinien sind weltweit in 20 Ländern in ausgewählten Verkaufsstellen erhältlich. In Deutschland gab es im vergangenen Jahr 225 Verkaufspunkte. Auch in den kommenden Jahren liegt der Fokus des Unternehmens auf dem weiteren Ausbau des Produktangebots der Premiummarke für den Fachhandel.



„Best of“ in 20 Ländern – mit 810 Handelspartnern

Deutschland	Spanien	Norwegen
Österreich	Portugal	China
Schweiz	Italien	Singapur
Belgien	England	Japan
Luxemburg	Dänemark	Taiwan
Niederlande	Finnland	Griechenland
Frankreich	Schweden	





DIE AKTIE

Gutes Jahr an deutschen Börsen

Die deutschen Aktienmärkte freuten sich 2006 über ein gutes Jahr. Der DAX schloss am Jahresende knapp unter 6600 Punkten und hatte damit einen Zuwachs von 22%.

UNITEDLABELS-Aktie wieder im Aufwärtstrend

Der Aktienkurs der **UNITEDLABELS AG** spiegelte im Jahresverlauf nicht die wirtschaftliche Entwicklung des Konzerns wider. Während das Unternehmen seinen Umsatz und sein Ergebnis steigerte, entwickelte sich der Kurs gegenläufig. Erst zum Jahresende zeigte er wieder einen Aufwärtstrend.

Der Kurs der **UNITEDLABELS**-Aktie startete am Xetra am 2. Januar 2006 mit 6,29 €, ging im Sommer auf 3,56 € (Schlusskurs am 2. August 2006) zurück und erholte sich bis zum 29. Dezember 2006 wieder auf 5,05 €.

Die Börsenumsätze im Xetra und im Parketthandel Frankfurt stiegen zum Jahresende zwar erneut an, lagen allerdings auf Jahressicht auf dem Niveau von 2004. In beiden Jahren wurden rund 1,8 Mio. Stücke gehandelt. Im Jahr 2005 hatten die Umsätze hingegen bei erfreulichen 3,4 Mio. gehandelten Stücken gelegen.

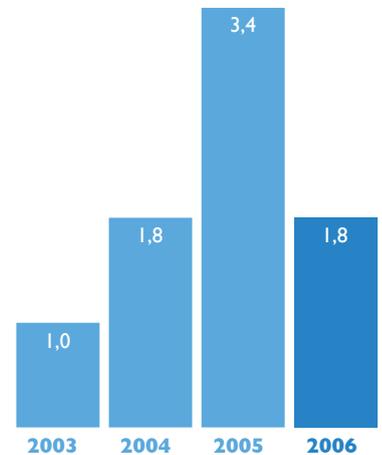
Kursverlauf der **UNITEDLABELS**-Aktie 2006 in € (Xetra)



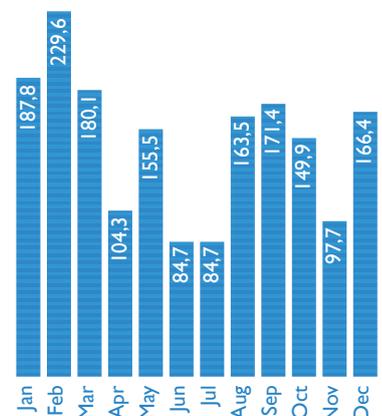
- Kursverlauf
- 38 Tage-Durchschnitt

Aktie

Börsenumsätze 2003–2006 (Xetra + Frankfurt, St.)



Börsenumsätze 2006 (Xetra + Frankfurt, St.)



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

Aktienrückkauf

Im Dezember beschloss der Vorstand der **UNITEDLABELS AG** auf der Basis der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 23. Mai 2006, bis zum Ablauf dieser Ermächtigung Aktien im Gegenwert von bis zu 500.000 € der Gesellschaft zu erwerben. Der Aktienwerb erfolgt über die Börse oder in sonstiger Weise. Sofern der Aktienwerb über die Börse erfolgt, wird der Rückkauf über ein Kreditinstitut durchgeführt werden. In diesem Fall ist es vorgesehen, dass das Kreditinstitut die Entscheidungen über den Zeitpunkt des Erwerbs der Aktien unabhängig und unbeeinflusst von der Gesellschaft trifft.

Der gezahlte Kaufpreis je Aktie darf in allen Fällen des Erwerbs den jeweils aktuellen Börsenkurs um nicht mehr als 10 % über- oder unterschreiten.

Die Aktien sollen unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre im Rahmen der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 23. Mai 2006 an interessierte institutionelle Anleger verkauft werden.

Alle Transaktionen werden nach ihrer Ausführung wöchentlich auf der Website der Gesellschaft im Bereich Investor Relations/News bekanntgegeben.

Hohe Transparenzanforderungen im Prime Standard

Mit der Notierung ihrer Aktie im Prime Standard der Deutschen Börse hat sich die **UNITEDLABELS AG** zu einem hohen Transparenzstandard verpflichtet. Zu den Zulassungsfolgebefugten im Prime Standard gehören unter anderem 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 Zulassungsfolgebefugten des General Standard.

6. ordentliche Hauptversammlung

Die 6. ordentliche Hauptversammlung der **UNITEDLABELS AG** fand am 23. Mai 2006 in Münster statt. In der Halle Münsterland begrüßten der Aufsichtsrat und der Vorstand über 300 Aktionäre, Gäste, Pressevertreter sowie Vertreter der Stadt Münster. Die bei der Abstimmung der Tagesordnungspunkte gültige Präsenz betrug 69,35 %, dies entsprach 2.912.615 Aktien.

Alle zur Abstimmung vorgelegten Tagesordnungspunkte wurden dabei von der Hauptversammlung bestätigt. Der Vorstand und der Aufsichtsrat wurden mit deutlicher Mehrheit für das Geschäftsjahr 2005 entlastet. Zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2006 wurde die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers AG, Düsseldorf, bestellt.

Die Hauptversammlung stimmte weiterhin mit sehr großer Mehrheit der abgegebenen Stimmen dem Beschluss über die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien sowie dem Beschluss über die Aufhebung des bestehenden genehmigten Kapitals, der Neuschaffung eines Genehmigten Kapitals 2006 sowie den entsprechenden Satzungsänderungen zu.

Ihre Zustimmung erteilte sie auch dem Beschluss über die Festlegung einer Altersgrenze für Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sowie der Aufhebung des § 4 Abs. 6 der Satzung (Aktienoptionsprogramm für Mitarbeiter gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 3. April 2000).

Die 7. ordentliche Hauptversammlung wird am 22. Mai 2007 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.

Intensive Investor-Relations-Aktivitäten

Die **UNITEDLABELS** AG intensivierte ihre Investor- und Public-Relations-Aktivitäten in den vergangenen Jahren, da das Interesse des Kapitalmarkts an Aktien des Unternehmens weiter anhielt und zudem die gesetzlichen Anforderungen verschärft wurden. Investoren, Analysten, Journalisten und Interessenten erhalten Corporate- und Financial News zeitnah, detailliert und transparent als Ad-hoc- oder Pressemeldungen sowie über den E-Mail-Newsletter.

Im vergangenen Geschäftsjahr führte der Vorstand verstärkt Gespräche mit Analysten und institutionellen Investoren sowie mit Vertretern der Wirtschaftspresse. Die **UNITEDLABELS** AG präsentierte sich zudem am 27. November 2006 im Rahmen einer Analystenkonferenz auf dem Deutschen Eigenkapitalforum in Frankfurt am Main. Das Unternehmen verzeichnete ein weiterhin hohes Interesse an seiner Aktie von Seiten institutioneller Anleger.

Auf der Homepage www.unitedlabels.com finden Investoren, Analysten, Journalisten und Interessierte alle wichtigen Informationen zum Unternehmen sowie zur Aktie. In der Rubrik Investor Relations stehen Ad-hoc- und Pressemeldungen, Finanzberichte sowie der Finanzkalender der **UNITEDLABELS** AG in deutscher und englischer Sprache zur Ansicht bzw. zum Download bereit. Auf den Investor-Relations-Webseiten sind außerdem das jährliche Dokument gem. § 10 WpPG, alle relevanten Informationen zur Hauptversammlung, zur Corporate Governance sowie zu den Directors' Dealings abrufbar. Der aktuelle Aktienkurs, Lizenz-, Produkt- und Händler-News ergänzen das Online-Angebot der **UNITEDLABELS** AG.

Aufsichtsrat

Im Aufsichtsrat haben sich im Geschäftsjahr 2006 keine personellen Veränderungen ergeben.

Finanzkalender 2007

22. März

Veröffentlichung des Jahresabschlusses 2006, Bilanzpressekonferenz in Münster

7. Mai

Veröffentlichung des 3-Monatsberichts

22. Mai

7. ordentliche Hauptversammlung in Münster

8. August

Veröffentlichung des 6-Monatsberichts

6. November

Veröffentlichung des 9-Monatsberichts

UNITEDLABELS AG

Hauptversammlung Halle Münsterland



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 bewahren und weiter ausbauen. 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 2006 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. Der Vorstand 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 Lagebericht, der Konzernabschluss, der Konzernlagebericht 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 **UNITEDLABELS AG**, 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.

Vergütungsbericht

Die Bezüge des Vorstandes Herrn Peter M. Boder betragen im Geschäftsjahr insgesamt T€ 392. Darin enthalten ist die Zuführung zur Rückstellung für die voraussichtliche Tantieme 2006 in Höhe von T€ 83. Die Vorstandsvergütung setzt sich aus einer Grundvergütung und einer variablen Vergütung, die sich nach der Erreichung des Planergebnisses und nach der Entwicklung des Börsenkurses richtet, zusammen. Die feste Vergütung beträgt für das Geschäftsjahr 2006 303 T€, die variable Vergütung 5% des Konzernjahresüberschusses vor Steuern und Vorstandstantieme von T€ 1.776, das sind T€ 89. Im Berichtsjahr wurden nach IAS 19 den Pensionsrückstellungen für Pensionszusagen gegenüber dem Vorstandsmitglied T€ 87 zugeführt. Der Gesamtbetrag der für den Vorstand gebildeten Pensionsrückstellungen beträgt T€ 589. Im Berichtsjahr wurden nach HGB den Pensionsrückstellungen für Pensionszusagen gegenüber dem Vorstandsmitglied T€ 45 zugeführt. Der Gesamtbetrag der für den Vorstand gebildeten Pensionsrückstellungen beträgt T€ 400.

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. Die fixe Aufsichtsratsvergütung beträgt pro Geschäftsjahr T€ 40 (Vj. T€ 40). Der Aufsichtsratsvorsitzende, Herr Dr. Jens Hausmann, erhält T€ 20 p.a. und die beiden weiteren Aufsichtsratsmitglieder, Herr Prof. Dr. Helmut Roland und Herr Michael Dehler, 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 2006 für jedes Mitglied € 3.725, insgesamt € 11.175 (Vj. T€ 6). Die Mitglieder des Prüfungsausschusses erhalten eine zusätzliche Vergütung, und zwar Herr Prof. Dr. Helmut Roland als Vorsitzender € 4.000 und Herr Michael Dehler € 2.000.





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.

Keine Aktienoptionsprogramme

Zum 31. Dezember 2006 bestanden keine Optionsrechte und auch kein gültiges Optionsrechtprogramm.

Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sind Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie ihnen nahestehende 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 2006 keine Geschäfte gemeldet.

Beziehungen zu den Aktionären

Viermal pro Geschäftsjahr berichtet die **UNITEDLABELS AG** 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 **UNITEDLABELS AG** finden Sie im Kapitel „Aktie“ dieses Geschäftsberichts.

Corporate Governance im Internet

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

Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex 2006

Erklärung von Vorstand und Aufsichtsrat der United Labels Aktiengesellschaft gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 12. Juni 2006.

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 der Regierungskommission Deutscher 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 einer Person. Der Aufsichtsrat hält weiterhin die Bestellung eines zweiten Vorstandsmitgliedes grundsätzlich für sinnvoll. Ein solches soll spätestens dann bestellt werden, wenn der konsolidierte Jahresumsatz im Konzern nachhaltig € 60 Mio. übersteigt. 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. 4.2.5:

Die Offenlegung soll in einem Vergütungsbericht erfolgen, der als Teil des Corporate Governance-Berichts auch das Vergütungssystem für die Vorstandsmitglieder in allgemein verständlicher Form erläutert.

Die Offenlegung der Vergütung und Vergütungsstrukturen für den Vorstand sind im „Bericht zur Corporate Governance“ des Geschäftsberichts 2005 der **UNITEDLABELS** AG, S. 29, in allgemein zugänglicher Form erfolgt (Download des Geschäftsberichts unter www.unitedlabels.com in der Rubrik Investor Relations/Finanzberichte & Downloads). Für das Geschäftsjahr 2006 erfolgt die Offenlegung der Gesamtvergütung des Vorstandes, aufgeteilt nach erfolgsabhängigen, erfolgsbezogenen und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung unter Namensnennung im „Bericht zur Corporate Governance“ des Geschäftsberichts 2006.

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. Für das Frühjahr 2007 ist eine solche Effizienzprüfung im Sinne des Corporate Governance Kodex beabsichtigt.

Seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung von Dezember 2005 hat die Gesellschaft den Kodex in der Fassung vom 02. Juni 2005 mit den dort genannten Abweichungen zu den Empfehlungen gemäß den Ziffern 4.2.1 und 5.6 entsprochen. Die Abweichung von Ziff. 5.4.1 (Altersgrenze für Aufsichtsratsmitglieder) ist mit einer entsprechenden Änderung der Satzung durch die Hauptversammlung vom 23. Mai 2006 entfallen; der Empfehlung wird seither entsprochen.

Münster, im Dezember 2006





JAHRESABSCHLUSS

Jahresabschluss

Inhalt

Konzernlagebericht	34
Konzern-Bilanz	50
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	52
Kapitalflussrechnung	53
Konzerneigenkapital- veränderungsrechnung	54
Anhang	55
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	86
AG-Gewinn- und Verlustrechnung	87
AG-Bilanz	88

Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2006

Gesamtwirtschaftliche Lage

Im Jahr 2006 wuchs die deutsche Wirtschaft kräftig. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) erhöhte sich nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes um 2,7% und stieg damit höher als im Vorjahr (+0,9%). Bei kalenderbereinigter Betrachtung ergibt sich sogar eine Wachstumsrate von 2,9%. Dies ist die stärkste wirtschaftliche Belebung seit dem Jahr 2000.

Wachstumsimpulse kamen im Jahr 2006 laut Statistischem Bundesamt sowohl aus dem Inland als auch aus dem Ausland. Im Gegensatz zu den beiden vergangenen Jahren lieferte die inländische Verwendung jedoch den weitaus größeren Beitrag des BIP-Wachstums (+1,5%-Punkte) als der Außenbeitrag (+1,1%-Punkte). Hierzu trugen vor allem die Buttoanlageinvestitionen bei. Im Inland wurde jedoch nicht nur mehr investiert, sondern auch mehr konsumiert. So legte der private Konsum um 0,8% zu und auch der Staat erhöhte seine Ausgaben um 1,8%. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte in Deutschland stieg 2006 gegenüber dem Vorjahr um 1,8%.

Der Außenhandel blieb sehr dynamisch und die Wachstumsraten der Im- und Exporte verdoppelten sich im Vergleich zu 2005 fast. Die Exporte stiegen mit +12,5% wiederum stärker als die Importe (+11,1%).

Im Jahr 2006 stieg laut Eurostat (Statistisches Amt der Europäischen Gemeinschaften) das BIP in der Eurozone um 2,7% (Vj. 1,4%) und in der EU25 um 2,9% (Vj. 1,7%).

Im Jahr 2006 erhöhte sich der Umsatz des Einzelhandels in Deutschland laut vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes nominal um 0,8% und real um 0,1% gegenüber 2005. Die Umsatzsteigerung ist im Wesentlichen auf den Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln zurückzuführen (nominal +1,1%, real +1,2%). Der durchschnittliche Einzelhandelsindex für 2006 erhöhte sich laut Eurostat gegenüber 2005 um 1,4% in der Eurozone und um 2,4% in der EU25.

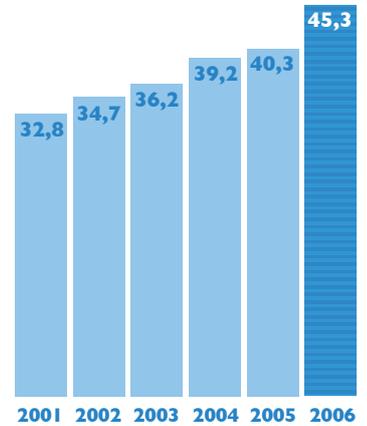
Branchenkonjunktur

Die Einordnung des Geschäftsmodells der **UNITEDLABELS AG** in eine vordefinierte Branche ist nicht möglich, da Elemente verschiedener Geschäftszweige in das Tätigkeitsfeld hineinwirken. Die **UNITEDLABELS AG** betrachtet daher vor allem die Entwicklung am Markt für Lizenzen im Bereich Entertainment/Character als relevant, da der Vermarktungserfolg ihrer Lizenzartikel überwiegend auf der Bekanntheit und Popularität der Comic-Charaktere sowie auf der sich daraus ergebenden Nachfragestärke beruht.

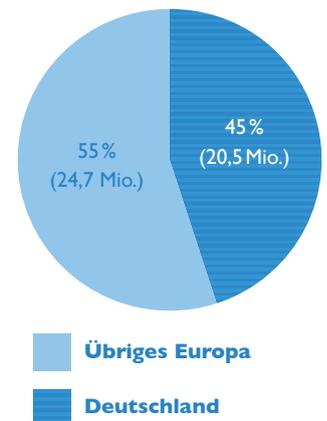
Die weltweiten Umsätze mit Lizenzprodukten stiegen im Jahr 2006 auf USD 108,9 Mrd. (Vj. USD 108,4 Mrd.). Dabei erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr die Umsätze in Westeuropa um 0,7% auf USD 24,9 Mrd. (Vj. USD 24,7 Mrd.). Ebenso wurden in den USA/Kanada mit USD 71,3 Mrd. höhere Umsätze generiert (Vj. USD 71,2 Mrd.).



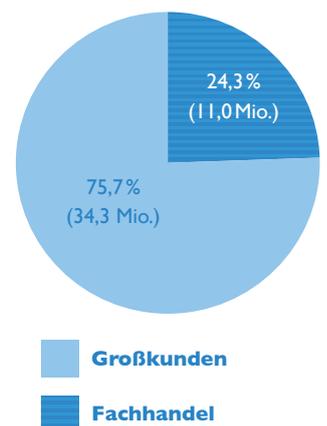
Umsatzentwicklung (in Mio. €)



Umsatzverteilung UNITEDLABELS 2006 in Europa in % (€)



Umsatzverteilung 2006 Großkunden und Fachhandel in % (€)



Osteuropa verbuchte mit einem Anstieg von 35,3% das größte Wachstum. Japan hingegen verzeichnete einen Rückgang der Umsätze mit Lizenzartikeln von 1,0%. Die Umsätze in Australien/Neuseeland hielten sich auf dem Niveau des Vorjahres. Die **UNITEDLABELS AG** bewegt sich in Westeuropa also weiterhin in einem Markt, der an Volumen gewinnt (Quelle: The Licensing Letter. Copyright 2007 EPM Communications, Inc.).

Auch 2006 kam die größte Bedeutung für den Handel mit Lizenzprodukten der Produktkategorie Bekleidung zu. Hierbei beziehen sich die Zahlenangaben auf Umsätze mit Lizenzprodukten in den USA/Kanada, da zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für 2006 noch keine Zahlen für Europa bzw. Deutschland vorlagen, die Märkte jedoch miteinander vergleichbar sind.

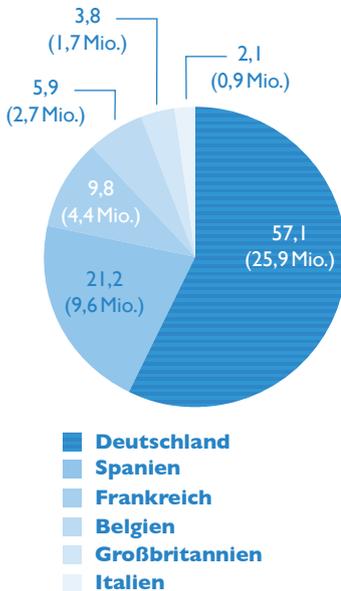
Die höchsten Umsätze wurden in den Bereichen Bekleidung (12%), Food/Beverages (11%), Accessoires (9%), Toys/Games (9%), Publishing (8%) und Gift/Novelties (7%) generiert. Die Produktkategorie Bekleidung, die auch umsatzstärkste Produktgruppe der **UNITEDLABELS AG** ist, verzeichnete dabei im Vergleich zum Jahr 2005 einen Anstieg um 3%. Ebenfalls zu den Produktkategorien von **UNITEDLABELS** gehört der Bereich Accessoires, dessen Umsatz um 2% stieg (Quelle: The Licensing Letter. Copyright 2007 EPM Communications, Inc.). Im Jahr 2004 war Bekleidung laut einer Studie der LIMA (International Licensing Industry Merchandisers' Association) in Deutschland die umsatzstärkste Produktkategorie der Lizenzen im Bereich Character (Entertainment/TV/Movie). Zahlen zur Größe des deutschsprachigen Lizenzmarktes im Bereich Entertainment/Character wurden von der LIMA zuletzt im Rahmen dieser Studie veröffentlicht.

Im weltweiten Markt für Lizenzen im Bereich Entertainment/Character gehörten im Jahr 2006 auch die im Portfolio von **UNITEDLABELS** vorhandenen Lizenzen SpongeBob Schwammkopf, Dora und Disney Princess zu den populärsten Charakteren. Die ebenfalls im Portfolio der **UNITEDLABELS AG** enthaltenen Lizenzklassiker Snoopy, Mickey Mouse, Die Simpsons und Sesamstraße haben seit Jahrzehnten eine ungebrochene Anziehungskraft und generieren mit immer wieder neuen Lizenzprodukten fortwährend Umsätze.

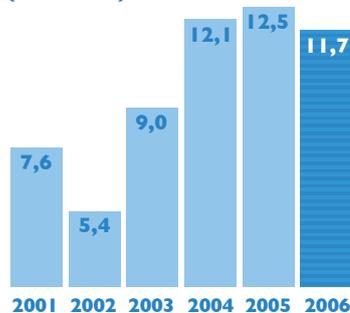
Da auch zukünftig mit einer hohen Anzahl an Neuproduktionen von Zeichentrickserien und -filmen zu rechnen ist, durch die immer wieder neue Comic-Charaktere entstehen, sind für eine weiterhin hohe Nachfrage nach Lizenzprodukten im Bereich Entertainment/Character gute Voraussetzungen gegeben. Unterstützt wird diese Entwicklung durch die zunehmende Verbreitung über neue Übertragungsmedien wie dem Internet oder im Bereich der mobilen Kommunikation. Auch durch die anhaltende Nachfrage nach emotional aufgeladenen Produkten ist davon auszugehen, dass die langjährige kontinuierliche Absatzentwicklung der Produkte im Lizenzmarktbereich weiterhin stabil bleibt. Saisonal bedingt kann es innerhalb eines Geschäftsjahres jedoch zu Nachfrageschwankungen kommen.

Konzernlagebericht

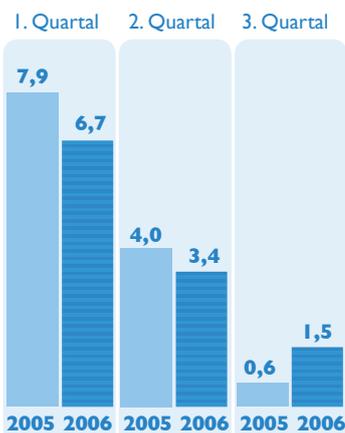
Umsatzverteilung nach Gesellschaften (konsolidiert) in % (€)



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



Verteilung des Auftragsbestandes per 31.12.2006 nach Lieferquartalen (in Mio. €)



Umsatz- und Auftragslage

Umsatzentwicklung

Der Umsatz im Geschäftsjahr 2006 stieg konzernweit auf € 45,3 Mio. (Vj. € 40,3 Mio.). Dies bedeutet einen Anstieg von 12,4% gegenüber dem Vorjahr. Diese Steigerung resultiert insbesondere aus einem erhöhten Umsatz im deutschen Markt (+ € 3,6 Mio.). Der Anteil der im Inland erzielten Umsatzerlöse nahm demzufolge von 42% auf 45% zu.

Zusätzlich erzielten die beiden in 2005 neu gegründeten Tochtergesellschaften in Großbritannien und Italien in ihrem ersten vollen Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von € 1,6 Mio.

Der Großkundenanteil am Gesamtumsatz stieg im Konzern auf 76% (Vj. 75%). Diese Entwicklung spiegelt nach wie vor den generellen Trend zur Großfläche wider.

Der Fachhandelsumsatz erhöhte sich absolut um € 0,8 Mio. Aufgrund des deutlich stärkeren Anstiegs des Großkundenumsatzes ist der Fachhandelsanteil von 25% auf 24% zurückgegangen. Dabei konnte der Umsatz im deutschen Fachhandelsmarkt um € 0,3 Mio. und in Italien um € 0,5 Mio. gesteigert werden. In Deutschland ist damit ein erster Erfolg durch die Fokussierung auf spezielle, umsatzstarke Kunden im Fachhandel zu verzeichnen.

Die **UNITEDLABELS AG** selbst trug konsolidiert mit € 25,9 Mio. (Vj. € 20,7 Mio.) 57% (Vj. 51%) zum Konzernumsatz bei.

Der Umsatzanteil der spanischen **UNITEDLABELS Ibérica** betrug 21% (Vj. 26%). Die französische **UNITEDLABELS France** trug mit 10% (Vj. 15%) zum Konzernumsatz bei. Das belgische Tochterunternehmen Colombine erhöhte seinen Umsatzanteil auf 6% (Vj. 5%). Die in 2005 neu gegründeten Tochtergesellschaften in Großbritannien und Italien erzielten im ersten vollen Geschäftsjahr zusammen einen Anteil von 6% (Vj. 3%).

Auftragsbestand

Der Auftragsbestand zum 31. Dezember 2006 betrug € 11,7 Mio. (Vj. € 12,5 Mio.). Der Gesamtauftragsbestand verteilt sich auf das I. Quartal 2006 mit € 6,7 Mio. (Vj. € 7,9 Mio.), das zweite Quartal mit € 3,4 Mio. (Vj. € 4,0 Mio.), das dritte Quartal mit € 1,5 Mio. (Vj. € 0,6 Mio.) und das vierte Quartal mit € 0,1 Mio. (Vj. € 0,0 Mio.). Der Auftragsbestand der **UNITEDLABELS AG** belief sich auf € 8,0 Mio. (Vj. € 9,9 Mio.).

Ertragslage

Ergebnis

UNITEDLABELS weist für das abgelaufene Geschäftsjahr einen Konzernjahresüberschuss in Höhe von € 1,5 Mio. (Vj. € 0,8 Mio.) aus. Damit verbesserte sich das Ergebnis um 88%.

In der Segmentbetrachtung betrug das Ergebnis im Großkundengeschäft € 5,2 Mio. (Vj. € 6,0 Mio.). Das Segment Fachhandel schloss mit einem Ergebnis von € 0,1 Mio. (Vj. € -0,8 Mio.) und verbesserte sich damit um € 0,9 Mio. Aufgrund der eingeleiteten Maßnahmen insbesondere für den deutschen Fachhandel ist es somit im Geschäftsjahr 2006 gelungen, das Segment wieder zu einem profitablen Bereich des Unternehmens zu machen.

Das Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) betrug € 2,0 Mio. (Vj. € 1,3 Mio.).

Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS AG**, Münster, betrug der Jahresüberschuss € 2,0 Mio. (Vj. € 0,6 Mio.) und das EBIT € 1,9 Mio. (Vj. € -0,3 Mio.). Die Überleitung vom EBIT zum Jahresüberschuss ist im Wesentlichen geprägt durch eine Dividendenausschüttung der **UNITEDLABELS Ibérica** in Höhe von € 0,2 Mio. (Vj. € 0,7 Mio.).

Wareneinsatz

Die Kosten des Wareneinsatzes, die insbesondere Material-, Transport-, Zoll- und Nutzungsrechte für Lizenzen beinhalten, beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf € 29,3 Mio. (Vj. € 25,2 Mio.). Dies entspricht einer Erhöhung der Wareneinsatzquote um 2,2 Prozentpunkte auf 64,7% gegenüber dem Vorjahr mit 62,5%. Dabei wählt **UNITEDLABELS** das Lieferantenportfolio so aus, dass Umwelt- und Sozialstandards berücksichtigt werden.

Im Gesamtwareneinsatz sind Lagerabschriften in Höhe von € 0,5 Mio. (Vj. € 0,4 Mio.) enthalten. Die Wareneinsatzquote der **UNITEDLABELS AG** selbst betrug 69,8%.

Personalkosten

Der Anteil der Personalkosten am Umsatz ist von 14,0% auf 13,3% zurückgegangen. Absolut sind die Kosten von € 5,6 Mio. auf € 6,0 Mio. gestiegen.

Der durchschnittliche Personalbestand betrug 121 Mitarbeiter gegenüber 116 Mitarbeitern im Vorjahr. Zum 31. Dezember 2006 waren 125 Mitarbeiter (Vj. 127) beschäftigt.

Der Umsatz pro Mitarbeiter stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr auf T€ 374 (Vj. T€ 317).

Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS AG**, Münster, betragen die Personalkosten € 3,3 Mio. (Vj. € 3,3 Mio.) und waren damit konstant.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Der Anteil der sonstigen betrieblichen Aufwendungen am Umsatz senkte sich von 19,8% auf 17,3%. Absolut betragen die Kosten € 7,8 Mio. (Vj. € 8,0 Mio.).

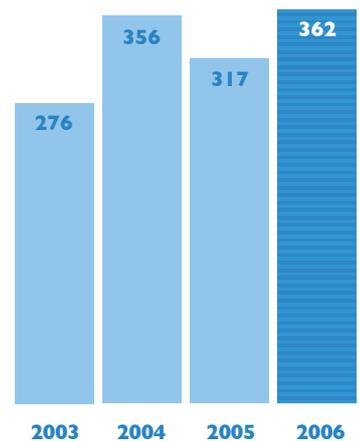
Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS AG**, Münster, betragen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen € 4,0 Mio. (Vj. € 4,3 Mio.).

Abschreibungen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Abschreibungen auf Nutzungsrechte) und Sachanlagen lagen, wie im Vorjahr, bei € 0,6 Mio. Die Abschreibungen auf Nutzungsrechte betragen € 4,7 Mio. (Vj. € 3,7 Mio.).

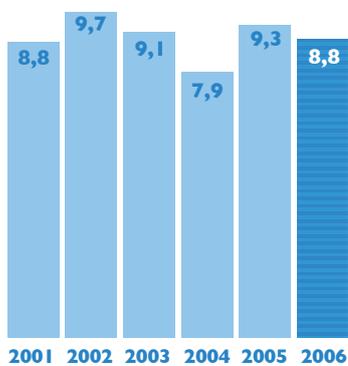
Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS AG**, Münster, betragen die Abschreibungen € 4,1 Mio. (Vj. € 3,4 Mio.).

Umsatz pro Mitarbeiter
(in T€)

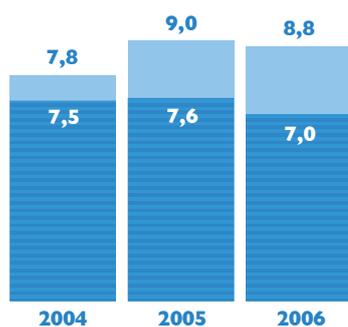


Konzernlagebericht

Entwicklung des Lagerbestandes (in Mio. €)

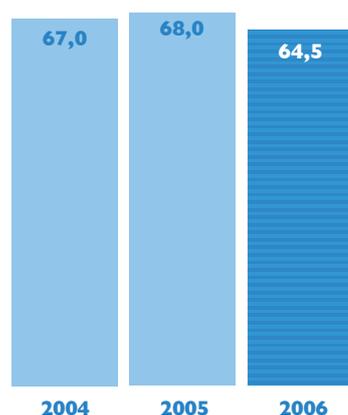


Warenbestand (in Mio. €)



■ Bruttowarenbestand
■ Nettowarenbestand

Entwicklung der Eigenkapitalquote (in %)



Vermögens- und Finanzlage

AKTIVA

Zum Bilanzstichtag betragen die liquiden Mittel € 4,5 Mio. (Vj. € 3,5 Mio.), wovon € 3,8 Mio. (Vj. € 2,7 Mio.) auf die **UNITEDLABELS AG**, Münster, entfielen.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen sind von € 12,7 Mio. auf € 15,5 Mio. stichtagsbedingt gestiegen. Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS AG**, Münster, betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen € 8,4 Mio. (Vj. € 6,7 Mio.).

Die Vorräte in Höhe von insgesamt € 8,8 Mio. (Vj. € 9,0 Mio.) entfielen zu 35% (€ 3,1 Mio.; Vj. 31%, € 2,8 Mio.) auf den Lagerort Spanien, zu 64% (Vj. 68%) auf den Lagerort Deutschland (€ 5,6 Mio.; Vj. € 6,1 Mio.) und mit 1% (€ 0,1 Mio.) auf die **UNITEDLABELS Ltd.** in Großbritannien. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung des Bruttolagerbestandes um 2% bzw. T€ 0,2 Mio.

Der Nettowarenbestand (Vorräte abzüglich bereits verkaufter Ware) belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf € 7,0 Mio. (Vj. € 7,6 Mio.).

Die Sachanlagen enthalten Grundstücke und Geschäftsbauten (€ 2,8 Mio.), technische Anlagen und Maschinen (€ 0,1 Mio.) sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung (€ 0,8 Mio.). Im Geschäftsjahr 2006 hat die **UNITEDLABELS AG** ein neues Logistikzentrum am Standort in Münster gebaut. Die Finanzierung erfolgte durch ein langfristiges Darlehen, die geleisteten Anzahlungen betragen € 2,7 Mio.

Die immateriellen Vermögenswerte 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 in 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 wurde gemäß IFRS-Rechnungslegungsvorschrift überprüft. Gegebenenfalls erfolgen außerplanmäßige Abschreibungen, sofern dies nach jährlicher Werthaltigkeitsprüfung oder bei Vorliegen von Anhaltspunkten (Triggering Events) erforderlich ist. Im Geschäftsjahr 2006 waren Wertberichtigungen nicht erforderlich. Zusätzlich sind seit diesem Geschäftsjahr die Nutzungsentgelte für die Lizenzen in Höhe von T€ 3.908 (Vj. T€ 4.319) in dieser Position erfasst.

PASSIVA

Die kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten betragen € 6,1 Mio. (Vj. € 5,2 Mio.). Der Anstieg ist insbesondere auf die Investitionen in das Logistikzentrum in Deutschland zurückzuführen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten sind stichtagsbezogen von € 8,4 Mio. auf € 9,7 Mio. gestiegen. Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten beinhalten Verbindlichkeiten für nachlaufende Rechnungen (€ 0,8 Mio.), Lizenzzahlungen (€ 1,0 Mio.) sowie sonstige Verbindlichkeiten (€ 1,3 Mio.) und belaufen sich insgesamt auf € 3,1 Mio. (Vj. € 1,7 Mio.).

Die kurzfristigen Rückstellungen sind von € 0,3 Mio. auf € 0,7 Mio. gestiegen. Dies ist insbesondere auf ein erhöhtes mögliches Retourenrisiko in der deutschen Gesellschaft zurückzuführen. Wir gehen davon aus, dass Rückstellungen in ausreichendem Umfang gebildet worden sind.

Die Konzernbilanz weist zum Stichtag ein Eigenkapital in Höhe von € 33,4 Mio. (Vj. € 32,0 Mio.) aus. Da die Bilanzsumme zugleich von € 47,0 Mio. auf € 51,9 Mio. gestiegen ist, sank die Eigenkapitalquote auf 64,5% (Vj. 68,0%). Das Eigenkapital der **UNITEDLABELS AG** selber betrug zum Stichtag € 31,3 Mio. (Vj. € 29,4 Mio.).

Das gezeichnete Kapital beträgt zum 31. Dezember 2006 4.200 T€ und ist in 4,2 Mio. nennbetragslose Stückaktien eingeteilt, die auf den Inhaber lauten. Andere Gattungen existieren nicht.

Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit im Konzern betrug € 7,4 Mio. (Vj. € 4,4 Mio.). Neben dem Ergebnis trug im Wesentlichen die Erhöhung der Verbindlichkeiten dazu bei. Zusätzlich wurden erstmals die Abschreibungen auf Nutzungsentgelte in den Abschreibungen erfasst. Dies führte zu einer deutlichen Erhöhung des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit. Da die Lizenzrechte zusätzlich aktiviert worden sind, vollzieht sich der Ausgleich in der erhöhten Investitionstätigkeit.

Die Finanzierung des Baus des Logistikzentrums erfolgte durch die Aufnahme eines langfristigen KfW-Darlehens.

Der Finanzmittelfonds erhöhte sich um € 1,0 Mio. auf € 4,5 Mio. (Vj. € 3,5 Mio.).

Im Einzelabschluss der **UNITEDLABELS AG**, Münster, betrug der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit € 6,5 Mio. (Vj. € 3,3 Mio.).

Lizenzen

Das Lizenzportfolio von **UNITEDLABELS** beinhaltete im Konzern zum 31. Dezember 2006 63 Lizenzverträge (Vj. 64) in unterschiedlichen Produktkategorien und verschiedenen Ländern.

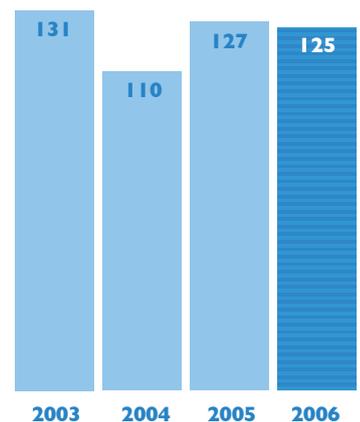
Das Lizenzportfolio wird stets mit Lizenzthemen erweitert, bei denen ein größeres Potenzial erwartet werden kann. Neu erworben wurden 2006 unter anderem Lizenzen von „Die wilden Kerle“, „Barbie“, „Dora“, „Bob der Baumeister“, „Thomas und seine Freunde“, „Tom & Jerry“, „Jagdfieber“ (Open Season), „Booh“, „Happy Feet“ und „Ozie Boo“. Zudem vermarktet das Unternehmen seit dem vergangenen Jahr Lizenzartikel von Disney in den Bereichen Textil (Frankreich) und Geschenkartikel/Wohnaccessoires/allg. Accessoires (Deutschland).

Mitarbeiter

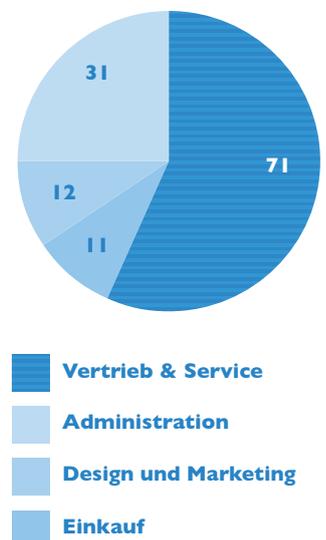
Zum 31. Dezember 2006 waren 125 Mitarbeiter konzernweit beschäftigt (Vj. 127). Dabei entfielen auf die **UNITEDLABELS AG** 62 Mitarbeiter (Vj. 69), auf die belgische Colombine 7 (Vj. 9), auf die **UNITEDLABELS France** 6 (Vj. 7) und auf die **UNITEDLABELS Ibérica** 38 (Vj. 34) Mitarbeiter. In der in 2005 neu gegründeten **UNITEDLABELS Ltd.** waren zum Jahresende 10 (Vj. 9) Mitarbeiter beschäftigt, während in der italienischen Tochtergesellschaft 2 Mitarbeiter (Vj. 1) fest angestellt waren.

Der durchschnittliche Personalbestand stieg leicht auf 121 Mitarbeiter gegenüber 116 Mitarbeitern im Vorjahr.

Anzahl Mitarbeiter
31.12.2006



Personalstruktur zum
31.12.2006



Entwicklung in den Tochtergesellschaften

Ergebnisse der wichtigsten operativen Tochtergesellschaften
(unkonsolidiert)

(in T€)

UNITEDLABELS
Ibérica S.A.,
Spanien

UNITEDLABELS
France SAS,
Frankreich

	2006	2005	2006	2005
Umsätze	10.294	11.315	4.470	5.930
Wareneinsatz	6.321	6.792	3.492	4.260
Marge	3.972	4.523	979	1.670
Marge%	38,6	40,0	21,9	28,2
EBITDA	350	861	63	488
EBIT	56	557	27	451
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-100	227	5	285
Kennzahlen				
Mitarbeiter (Durchschnitt)	35	35	6	7
Umsatz pro Mitarbeiter (in T€)	294	323	745	847
Auftragsbestand (in T€)	1.012	994	1.258	31
Vorratsvermögen (in T€)	3.108	2.845	0	0
Forderungsbestand a. LuL (in T€)	3.100	4.447	2.877	2.729
Liquide Mittel (in T€)	146	441	113	76
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (in T€)	3.108	3.647	0	0



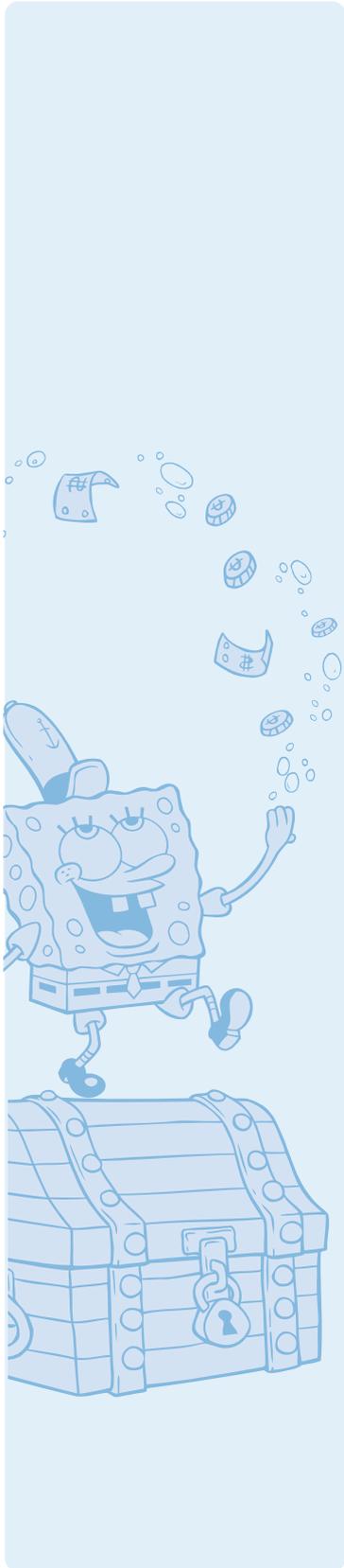
Colombine BVBA,
Belgien

UNITEDLABELS
Ltd.,
Großbritannien

UNITEDLABELS
Italia Srl.
Italien

2006	2005	2006	2005	2006	2005
2.716	2.232	1.720	592	937	478
1.695	1.325	1.315	389	463	255
1.022	907	405	203	474	223
37,6	40,6	23,5	34,3	50,6	46,7
501	593	-641	-403	29	11
458	540	-730	-417	20	5
722	878	-756	-426	2	1
5	8	10	6	2	1
543	279	172	99	469	478
774	177	597	530	78	24
0	0	123	93	1	0
1.381	1.378	348	239	613	291
121	55	311	189	21	14
8	34	0	0	210	50





Die spanische **UNITEDLABELS** Ibérica erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von € 10,3 Mio. (Vj. € 11,3 Mio.). Der Jahresüberschuss belief sich auf € -0,1 Mio. (Vj. € 0,2 Mio.). Während der Umsatz im spanischen Fachhandel konstant zum Vorjahr war, blieb der Umsatz mit spanischen Großkunden um € 1,0 Mio. unter dem des Vorjahres. Dies ist insbesondere auf die geänderte Einkaufspolitik eines Großkunden zurückzuführen.

Die belgische Colombine steigerte ihren Umsatz auf € 2,7 Mio. (Vj. € 2,2 Mio.). Dabei betrug der Jahresüberschuss € 0,7 Mio. (Vj. € 0,9 Mio.). Der Umsatz mit Großkunden wurde um € 0,6 Mio. gesteigert, während der Umsatz im Fachhandel um € 0,1 Mio. zurückging. Der Jahresüberschuss beinhaltet eine Dividende der **UNITEDLABELS** France in Höhe von € 0,3 Mio. (Vj. € 0,3 Mio.).

Die französische **UNITEDLABELS** France erzielte einen Umsatz von € 4,5 Mio. (Vj. € 5,9 Mio.). Dies führte zu einem Rückgang des Jahresüberschusses auf T€ 5 (Vj. € 0,3 Mio.).

Bei der im Mai 2005 gegründeten **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien betrug der Umsatz im ersten vollen Geschäftsjahr € 1,7 Mio. und der Jahresfehlbetrag € -0,8 Mio. Die Gesellschaft konzentriert sich in England auf das Großkundengeschäft. Im Laufe des Geschäftsjahres 2006 wurde eine neue Geschäftsführung eingesetzt und der Einkauf zur Kostenreduzierung in Deutschland zentralisiert. Mit diesen Maßnahmen wird in 2007 ein deutlich besseres Ergebnis erwartet.

Die **UNITEDLABELS** Italia Srl., mit Sitz in Florenz wurde im März 2005 gegründet. Sie erzielte im ersten vollen Geschäftsjahr einen Umsatz von € 0,9 Mio. mit einem ausgeglichenen Ergebnis. Die Gesellschaft bedient ausschließlich den italienischen Fachhandelsmarkt und verfügt lediglich über zwei Mitarbeiter. 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 0,5 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-, Zins- 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.

Angaben nach § 289 Abs. 4: HGB

Das gezeichnete Kapital beträgt zum 31. Dezember 2006 4.200 T€ und ist in 4,2 Mio. nennbetragslose Stückaktien eingeteilt, die auf den Inhaber lauten.

Herr Peter M. Boder hat am 31. Oktober 2005 gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG mitgeteilt, dass er 2,63 Mio. Aktien der Gesellschaft (62,69%) hält.

Der Aufsichtsrat ernennt und entlässt die Mitglieder des Vorstandes und bestimmt die Anzahl der Vorstandsmitglieder. Er ist zudem laut Satzung ermächtigt, Änderungen der Satzung zu beschließen, die nur deren Fassung betreffen, insbesondere entsprechend dem Umfang von Kapitalerhöhungen aus genehmigtem und bedingtem Kapital. Ansonsten beschließt die Hauptversammlung über Satzungsänderungen.

Vergütungssysteme der Gesellschaftsorgane

Die Aufsichtsratsvergütung besteht aus einem fixen und einem variablen Bestandteil. Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten eine variable Vergütung, die sich prozentual zu dem Konzernjahresüberschuss (vor Zahlung dieses variablen Vergütungsanteils), jedoch mit einer maximalen Deckelung ermittelt. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses erhalten eine zusätzliche, fixe Vergütung, der Vorsitzende erhält das Doppelte.

Die Bezüge des Vorstandes betragen im Geschäftsjahr insgesamt 392 T€. Darin enthalten ist die Zuführung zur Rückstellung für die voraussichtliche Tantieme 2006 in Höhe von 83 T€. Die Vorstandvergütung setzt sich aus einer Grundvergütung und einer variablen Vergütung, die sich nach der Erreichung des Planergebnisses und nach der Entwicklung des Börsenkurses richtet, zusammen. Die feste Vergütung beträgt für das Geschäftsjahr 2006 303 T€, die variable Vergütung 5 % des Konzernjahresüberschusses vor Steuern und Vorstandstantiemen von 1.776 T€, dies entspricht 89 T€.

Im Berichtsjahr wurden nach IAS 19 den Pensionsrückstellungen für Pensionszusagen gegenüber dem Vorstandsmitglied T€ 87 zugeführt. Der Gesamtbetrag der für den Vorstand gebildeten Pensionsrückstellungen beträgt T€ 589.

Im Berichtsjahr wurden nach HGB den Pensionsrückstellungen für Pensionszusagen gegenüber dem Vorstandsmitglied T€ 45 zugeführt. Der Gesamtbetrag der für den Vorstand gebildeten Pensionsrückstellungen beträgt T€ 400.

Für Herrn Peter M. Boder ergibt sich eine Altersrente ab dem 65. Lebensjahr in Höhe von monatlich € 15.338,75 und eine Invalidenrente in gleicher Höhe (diese steigt ab dem 1. Juli 2006 jährlich um 2% bezogen auf die Vorjahresrente), eine Witwenrente in Höhe von 60% der erreichten Altersrente sowie eine Waisenrente. Eine Anpassung der laufenden Rente in Höhe von 2% bezogen auf die Vorjahresrente ist garantiert.



Wichtige Vorgänge des Geschäftsjahres

Im Mai präsentierte die **UNITEDLABELS** AG auf ihrer Hauptversammlung ihre neuen strategischen Schwerpunkte. Neben der Vermarktung ihrer comicware-Produkte über alle Vertriebskanäle, dem Vertrieb in allen wichtigen Märkten Europas sowie dem umfangreichen Produkt- und Lizenzangebot wird sie ihre Produkte zukünftig auch in multimediale Vermarktungskonzepte einbinden. Hierzu nutzt sie die vier verschiedenen Plattformen Mobile, Home Entertainment, Internet und TV-Werbung.

Im Sommer strukturierte die **UNITEDLABELS** AG den Geschäftsbereich Fachhandel um, der sich seitdem auf die umsatzstarken Kunden dieses Segmentes konzentriert. Weiterhin besteht für alle Kunden die Möglichkeit, über den Online-Shop comicware-Produkte direkt bei **UNITEDLABELS** zu bestellen. Das Ergebnis in diesem Segment verbesserte sich bis zum Jahresende deutlich.

Im Herbst lancierte die **UNITEDLABELS** AG mit „Best of Donald“ eine weitere hochwertige Porzellanserie mit einem Comic-Helden aus der Feder von Walt Disney. Gemeinsam mit dem Designbüro sieger design schuf sie hiermit einen weiteren wichtigen Baustein zur Etablierung der Marke „Best of“ im gehobenen Fachhandel.

Die spanische Tochtergesellschaft **UNITEDLABELS** Ibérica eröffnete im November im Flughafen Barcelona einen **UNITEDLABELS**-Comicware-Store. Dieser Airport-Store ist das erste Geschäft möglicher weiterer **UNITEDLABELS**-Stores in weiteren Ländern. In ihnen wird die ganze **UNITEDLABELS**-Comicwelt angeboten.

Der Vorstand der **UNITEDLABELS** AG beschloss im Dezember auf der Basis der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 23. Mai 2006, bis zum Ablauf dieser Ermächtigung Aktien im Gegenwert von bis zu € 500.000.- der Gesellschaft zu erwerben. Der Aktienerwerb erfolgt über die Börse oder in sonstiger Weise. Sofern der Aktienerwerb über die Börse erfolgt, wird der Rückkauf über ein Kreditinstitut durchgeführt. In diesem Fall ist vorgesehen, dass das Kreditinstitut die Entscheidungen über den Zeitpunkt des Erwerbs der Aktien unabhängig und unbeeinflusst von der Gesellschaft trifft. Der gezahlte Kaufpreis je Aktie darf in allen Fällen des Erwerbs den jeweils aktuellen Börsenkurs um nicht mehr als 10% über- oder unterschreiten. Die Aktien sollen unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre im Rahmen der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 23. Mai 2006 an interessierte institutionelle Anleger verkauft werden. Alle Transaktionen werden nach ihrer Ausführung wöchentlich auf der Website der Gesellschaft bekannt gegeben. In 2006 sind keine Aktien erworben worden.



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 2006 eingetreten sind, lagen nicht vor.



Geschäftsentwicklung und Ausblick

Das Ziel der **UNITEDLABELS AG** ist auch in den folgenden Jahren, Wachstum und Ergebnis voranzutreiben, um dadurch den Unternehmenswert zu steigern.

Um diese Zielvorgaben weiterhin einhalten zu können, verstärkt die **UNITEDLABELS AG** den Ausbau ihrer internationalen Niederlassungen. Dabei konzentriert sie sich vor allem auf die Stärkung des britischen und des italienischen Standortes. In Großbritannien gestaltete sich der Markteintritt durch deutlich längere Listungszeiten schwieriger als vorgesehen.

In Italien forciert **UNITEDLABELS** ab 2007 auch den Markteintritt in das Großkundengeschäft. Seit der Gründung des Büros im Jahr 2005 wurden an diesem Standort steigende Umsätze und Ergebnisse im Fachhandelsbereich erzielt. Das Unternehmen ist mit seinen weiteren Tochtergesellschaften in Spanien, Frankreich und Belgien damit in allen wichtigen Lizenzmärkten Europas vertreten und so in einer guten Ausgangsposition, um weiteres Wachstum zu generieren.

Einer der wichtigsten Märkte bleibt weiterhin der deutsche Markt, da er Sitz vieler großer europäischer Handelsketten ist. Aus diesem Grund baut die **UNITEDLABELS AG** ihr Geschäft hier ebenfalls weiter aus. Mit ihren Angebotsvarianten erfüllt sie in Deutschland sowie in Europa die Bedürfnisse ihrer Handelspartner und sichert den Lizenzgebern Zugang zu Regalplätzen.

In den beiden Geschäftsfeldern Großkunden und Fachhandel liegt der Fokus auch in den folgenden Jahren auf der Vermarktung von Konzeptlösungen für Kunden. Diese bilden ein Alleinstellungsmerkmal der **UNITEDLABELS AG** im Wettbewerb. Ziel in beiden Geschäftsbereichen bleibt es weiterhin, die Aktivitäten zu vermehren und durch häufigere und umfangreichere Platzierungen weiter zu wachsen.

Die **UNITEDLABELS AG** hat sich in den letzten Jahren gemäß der sich wandelnden Anforderungen im Großkundengeschäft neu ausgerichtet, um der mittlerweile überall in Europa stattfindenden Verlagerung der Nachfrage vom Facheinzelhandel zur Großfläche zu begegnen. Den erfolgreichen Vertrieb ihrer comicware-Produkte in diesem Segment realisierte die **UNITEDLABELS AG** über die vier Vertriebsvarianten produktübergreifende Konzeptvermarktung, Display-Konzept „my comicworld“, Never-Out-of-Stock-(NOS) Listungen sowie Einzelproduktgeschäft.

Dadurch generierte das Unternehmen auch 2006 in diesem Segment die stärksten Umsatzzuwächse.

Im Fachhandel setzte die **UNITEDLABELS AG** im Jahr 2006 auf den Ausbau der Konzeptvermarktung mit eigenen Warenträgern und bot dabei eine erhöhte Produktpräsenz sowie eine Optimierung ihres Sortiments. Dadurch sowie durch die Fokussierung auf umsatzstarke Kunden begegnete die **UNITEDLABELS AG** vor allem in Deutschland dem anhaltend schwierigen Marktumfeld im Fachhandel. Darüber hinaus baute sie das Angebot der Premiummarke „Best of“ aus. Mit „Best of Donald“ erweiterte sie zudem die hochwertige Porzellankollektion um eine weitere Designlinie.



Unterstützt werden die Konzeptlösungen für Großkunden und den Fachhandel ab 2007 durch die neuen multimedialen Vermarktungskonzepte, welche die **UNITEDLABELS AG** im vergangenen Jahr einführte. Dabei integriert das Unternehmen verstärkt die Plattformen Mobile, DVD, Internet und TV-Werbung in die Gesamtkonzeption, um die Abverkäufe der Lizenzmarkenprodukte gezielt zu erhöhen. Die Integration multimedialer Vermarktungskonzepte in die Vertriebsstrukturen ist ein neuer, wichtiger Schritt zur Nutzung der Wachstumspotenziale des Unternehmens.

Die langjährige Erfahrung in Produktumsetzung und Vertrieb gewährleistet der **UNITEDLABELS AG** auch in den kommenden Jahren, dass die Markenbekanntheit der Comic-Charaktere in Produktumsätzen realisiert wird. Ihre strategische Aufstellung sowie ihre Stellung in einem weiter wachsenden europäischen Lizenzmarkt verschaffen der **UNITEDLABELS AG** eine hervorragende Ausgangsposition, um ihr Wachstum voranzutreiben und ihren Unternehmenswert zu steigern.

Münster, 6. März 2007

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft

Vorstand



gez. Peter M. Boder



UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster
Konzern-Bilanz nach IFRS
zum 31. Dezember 2006

**Jahresabschluss
Konzern**

PASSIVA

	Anhang	31.12.2006 €	31.12.2005 €
Eigenkapital			
Den Gesellschaftern des Mutterunternehmens zustehendes Kapital und Rücklagen			
Gezeichnetes Kapital	C.10.	4.200.000,00	4.200.000,00
Kapitalrücklage		24.384.570,63	24.384.570,63
Gewinnrücklage		2.883.209,63	2.883.209,63
Währungsumrechnung		-20.762,75	-16.612,11
Konzernbilanzgewinn		1.995.246,89	513.103,82
		33.442.264,40	31.964.271,97
Langfristige Schulden			
Pensionsrückstellungen	C.8.	589.130,00	457.326,00
Finanzschulden	C.7.	2.430.314,15	1.407.775,42
		3.019.444,15	1.865.101,42
Kurzfristige Schulden			
Rückstellungen	C.9.	740.826,03	348.917,46
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten		1.341.619,36	599.501,33
Finanzschulden	C.7.	3.643.062,11	3.810.914,33
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	C.7.	9.663.069,94	8.446.703,09
		15.388.577,44	13.206.036,21
Summe Schulden		18.408.021,59	15.071.137,63
Summe Eigenkapital und Schulden		51.850.285,99	47.035.409,60

Jahresabschluss Konzern

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung nach IFRS für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2006

	Anhang	2006 €	2005 €
Umsatzerlöse	D.1.	45.266.697,65	40.272.550,83
Materialaufwand	D.3.	-24.568.333,99	-21.404.148,22
Abschreibungen auf Nutzungsrechte	D.4.	-4.695.114,89	-3.746.012,55
		-29.263.448,88	-25.150.160,77
		16.003.248,77	15.122.390,06
Sonstige betriebliche Erträge	D.2.	363.500,10	350.900,47
Personalaufwand	D.5./C.8.	-6.011.073,01	-5.627.180,92
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (ohne Abschreibungen auf Nutzungsrechte)	D.6.	-588.282,63	-564.294,27
Sonstige betriebliche Aufwendungen	D.7.	-7.815.738,77	-7.970.873,50
Ergebnis der operativen Tätigkeit		1.951.654,46	1.310.941,84
Finanzierungserträge	D.8.	131.363,58	90.298,38
Finanzierungsaufwendungen	D.8.	-403.470,60	-377.673,89
Finanzergebnis		-272.107,02	-287.375,51
Ergebnis vor Ertragsteuern		1.679.547,44	1.023.566,33
Ertragsteuern	D.9.	-197.404,37	-253.926,08
Konzernjahresüberschuss		1.482.143,07	769.640,25
Konzernergebnis je Aktie			
unverwässert	C.10.	0,35 €	0,19 €
verwässert	C.10.	0,35 €	0,19 €
Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien			
unverwässert	C.10.	4.200.000 Stück	4.033.333 Stück
verwässert	C.10.	4.200.000 Stück	4.033.333 Stück

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster

Konzernkapitalflussrechnung

Jahresabschluss Konzern

Erläuterungen zur Konzernkapitalflussrechnung siehe Anhang C.12	Anhang	2006 T€	2005 T€
Konzernüberschuss		1.482	770
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	C.3./D.5.	5.283	4.310
Veränderung der Rückstellungen	C.7./C.8.	524	207
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen		-50	32
Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		50	9
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	C.1./C.2.	-1.872	-703
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	C.6.	1.958	-194
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		7.375	4.431
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen		12	0
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	C.3.	-7.210	-6.395
Cashflow aus der Investitionstätigkeit		-7.198	-6.395
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung		0	1.402
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten		1.440	0
Tilgung von Finanzkrediten		-585	339
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit		855	1.741
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds		1.032	-223
Währungsumrechnung		-4	-16
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode		3.458	3.697
Finanzmittelfonds		4.486	3.458
Bruttoverschuldung Bank		6.073	5.219
Nettoverschuldung Bank		1.587	1.761
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds:			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		4.486	3.458

Jahresabschluss Konzern

Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung

	Anhang	Gezeichnetes Kapital T€	Kapital- rücklage T€	Gewinn- rücklagen T€	Ausgleichs- posten für Währungsum- rechnung T€	Konzern- bilanz- gewinn T€	Summe T€
Stand 31.12.2004		4.000	23.151	2.380	0	246	29.777
Kapitalerhöhung vom 14.10.2005	C.10	200	1.280	0	0	0	1.480
Emissionskosten der Kapital- erhöhung	C.10	0	-78	0	0	0	-78
Steuereffekt auf Emissions- kosten der Kapitalerhöhung	C.10	0	31	0	0	0	31
Währungsumrechnung	C.10	0	0	0	-16	0	-16
Konzernergebnis 2005	C.10	0	0	503	0	267	770
Gesamtergebnis der Periode		0	0	503	-16	-267	754
Stand 31.12.2005		4.200	24.384	2.883	-16	513	31.964
Währungsumrechnung	C.10	0	0	0	-4	0	-4
Konzernergebnis 2006	C.10	0	0	0	0	1.482	1.482
Gesamtergebnis der Periode	C.10	0	0	0	-4	1.482	1.478
Stand 31.12.2006		4.200	24.384	2.883	-20	1.995	33.442

A. Allgemeine Angaben

I. Allgemeine Angaben zum Unternehmen

Die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft hat ihren Sitz in 48157 Münster, Gildenstraße 6, Deutschland. Die Gesellschaft fokussiert sich auf die Vermarktung weltweit bekannter Comicware-Lizenzen. Als Handelsunternehmen 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.

Die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft ist gelistet am geregelten Markt in Frankfurt und im Freiverkehr an den Börsen in Berlin-Bremen, Stuttgart, München, Hamburg und Düsseldorf.

Der vorliegende Konzernabschluss wurde am 6. März 2007 vom Vorstand, vorbehaltlich der Genehmigung des Aufsichtsrats, zur Veröffentlichung genehmigt.

2. Anwendung der IFRS-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 von der Europäischen Union verabschiedeten International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgte auf Basis der historischen Kosten und der Marktwertbewertung von zur Veräußerung bestimmten finanziellen Vermögenswerten sowie durch die erfolgswirksame Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten.

Der Konzernabschluss nach IFRS und der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns haben befreiende Wirkung gemäß § 315 a HGB. Bestandteile des Abschlusses sind die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung, die Kapitalflussrechnung, die Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Anhang. Bei den Geschäfts- oder Firmenwerten erfolgen keine planmäßigen Abschreibungen. Gegebenenfalls erfolgen außerplanmäßige Abschreibungen, sofern dies nach jährlicher Werthaltigkeitsprüfung oder bei Vorliegen von Anhaltspunkten (Triggering Events) 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 sind.

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

Für Verlustvorträge werden aktive latente Steuern berücksichtigt, sofern damit zu rechnen ist, dass sie genutzt werden können. Grundlage für die Werthaltigkeit der Verlustvorträge ist eine vom Vorstand verabschiedete Mittelfristplanung. Kapitalbeschaffungskosten werden mit dem Eigenkapital verrechnet.

Das Geschäftsjahr sämtlicher in den Konzernabschluss einbezogener Unternehmen entspricht dem Zeitraum vom 1. Januar 2006 bis zum 31. Dezember 2006. Die Erstellung der einzelnen Jahresabschlüsse erfolgte nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Die Berichtswährung ist Euro.

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfordert zum Teil 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. Bereiche mit höheren Beurteilungsspielräumen oder höherer Komplexität, oder Bereiche, bei denen Annahmen und Schätzungen von entscheidender Bedeutung für den Konzernabschluss sind, sind unter den Erläuterungen zu den Geschäfts- und Firmenwerten, den Rückstellungen und den latenten Steuern aufgeführt. Abweichungen zu den Planungen können sich durch verändertes Konsumentenverhalten, verändertes Verhalten der Lizenzgeber oder der Handelspartner (Abnehmer, Lieferanten) ergeben.

Folgende Standards oder Interpretationen sind seit dem 1. Januar 2006 verpflichtend anzuwenden, sind jedoch für die **UNITEDLABELS AG** nicht relevant:

- IFRS 6 (2004) „Exploration for and Evaluation of Mineral Resources“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- IAS 19 (2005) „Actuarial Gains and Losses, Group Plans and Disclosures“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- Änderungen zu IAS 21 (2004) „Net Investment in a Foreign Operation“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- Änderung zu IAS 39 (2005) „Cash Flow Hedge Accounting of Forecast Intragroup Transactions“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- Änderung zu IAS 39 (2005) „Fair value Option“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- Änderung zu IAS 39 (2005) „Financial Guarantee Contracts“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- Änderung zu IFRS 4 (2005) „Financial Guarantee Contracts“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- IFRIC 4: „Determining whether an Arrangement contains a Lease“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- IFRIC 5: „Rights to Interest arising from Decommissioning, Restoration and Environmental Rehabilitation Funds“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006
- IFRIC 6: „Liabilities arising from participating in a specific market – raised electrical and electronic equipment“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2006

Die aufgeführten verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der **UNITEDLABELS AG**.

Darüber hinaus hat das IFRIC folgende Interpretationen veröffentlicht, die für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. März 2006 beginnen, anzuwenden sind:

- IFRIC 7: „Applying the Restatement Approach under IAS 29, Financial Reporting in Hyperinflationary Economies“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. März 2006
- IFRIC 8: „Scope of IFRS 2“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Mai 2006
- IFRIC 9: „Reassessment of Embedded Derivatives“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Juni 2006

Das IASB hat eine Reihe von neuen bzw. überarbeiteten Standards veröffentlicht, die ab dem 1. Januar 2007 oder später verpflichtend anzuwenden sind. Die Anwendung dieser Standards setzt voraus, dass die zum jetzigen Zeitpunkt zum Teil noch ausstehende Anerkennung durch die EU erfolgt. Dies gilt auch für Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC).

- IFRS 7: (2005) „Financial Instruments: Disclosures“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2007
- Änderung zu IAS 1 (2005) „Capital Disclosures“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2007
- IFRS 8: „Operating Segments“; Verpflichtende Anwendung ab dem 1. Januar 2009 (Anerkennung durch die EU steht noch aus)
- IFRIC 10: „Interim Reporting and Impairment“ (Anerkennung durch die EU steht noch aus)
- IFRIC 11, IFRS 2: „Group and Treasury Share Transactions“ (Anerkennung durch die EU steht noch aus)
- IFRIC 12: „Service Concession Arrangements“ (Anerkennung durch die EU steht noch aus)

Von der Möglichkeit, die Standards und Interpretationen vorzeitig anzuwenden, wurde kein Gebrauch gemacht. Die **UNITEDLABELS AG** geht davon aus, dass die Anwendung dieser Standards und Interpretationen keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage gehabt hätte.

3. Angaben zur Konsolidierung

Einbezogene Unternehmen

Einbezogene Unternehmen sind alle Unternehmen, bei denen der Konzern die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik innehat. Bei der Beurteilung, ob Kontrolle vorliegt, werden Existenz und Auswirkung potenzieller Stimmrechte, die aktuell ausübbar oder umwandelbar sind, berücksichtigt.

Tochterunternehmen werden von dem Zeitpunkt an in den Konzernabschluss einbezogen, an dem die Kontrolle der Finanz- und Geschäftspolitik oder Übergang der Beherrschung auf den Konzern erfolgt ist. Sie werden zu dem Zeitpunkt entkonsolidiert, an dem die Kontrolle endet.

Die Bilanzierung erworbener Tochterunternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Die Anschaffungskosten des Erwerbs entsprechen dem beizulegenden Zeitwert der hingegabenen Vermögenswerte, der ausgegebenen Eigenkapitalinstrumente und der entstandenen bzw. übernommenen Schulden zum Transaktionszeitpunkt zuzüglich der dem Erwerb direkt zurechenbaren Kosten. Im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbare Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten werden bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten im Erwerbszeitpunkt bewertet. Der Überschuss der Anschaffungskosten des Erwerbs über den Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen wird als Goodwill angesetzt. Sind die Anschaffungskosten geringer als das zum beizulegenden Zeitwert bewertete Nettovermögen des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

Konzerninterne Transaktionen, Salden sowie unrealisierte Gewinne und Verluste aus Transaktionen zwischen Konzernunternehmen werden eliminiert. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden von Tochtergesellschaften wurden, sofern notwendig, geändert, um eine konzerneinheitliche Bilanzierung zu gewährleisten. Aufrechnungsdifferenzen haben sich dabei nicht ergeben. In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 wurden somit neben der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft als Mutterunternehmen gemäß den Vorschriften der Vollkonsolidierung folgende verbundene Unternehmen, die unter der einheitlichen Leitung der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft stehen, einbezogen:

	Anteil am Kapital	In den Konzernabschluss einbezogener Zeitraum
UNITEDLABELS Benelux B.V.i.L., Amsterdam, Niederlande	100,000 %	01.01.-27.12.2006
UNITEDLABELS Ibérica S.A., Barcelona, Spanien als deren 100%ige Tochtergesellschaft	100,000 %	01.01.-31.12.2006
UNITEDLABELS Italia Srl., Florenz, Italien	100,000 %	01.01.-31.12.2006
UNITEDLABELS Belgium N.V., Brügge, Belgien als deren 100%ige Tochtergesellschaft	99,999 %	01.01.-31.12.2006
Colombine BVBA, Brügge, Belgien als deren 100%ige Tochtergesellschaft	100,000 %	01.01.-31.12.2006
UNITEDLABELS France SAS, Wambrechies, Frankreich	100,000 %	01.01.-31.12.2006
UNITEDLABELS Ltd., Nottingham, Großbritannien	100,000 %	01.01.-31.12.2006
UNITEDLABELS Comicware Ltd., Hongkong	100,000 %	01.01.-31.12.2006
Comicfriends GmbH, Münster	100,000 %	01.01.-31.12.2006

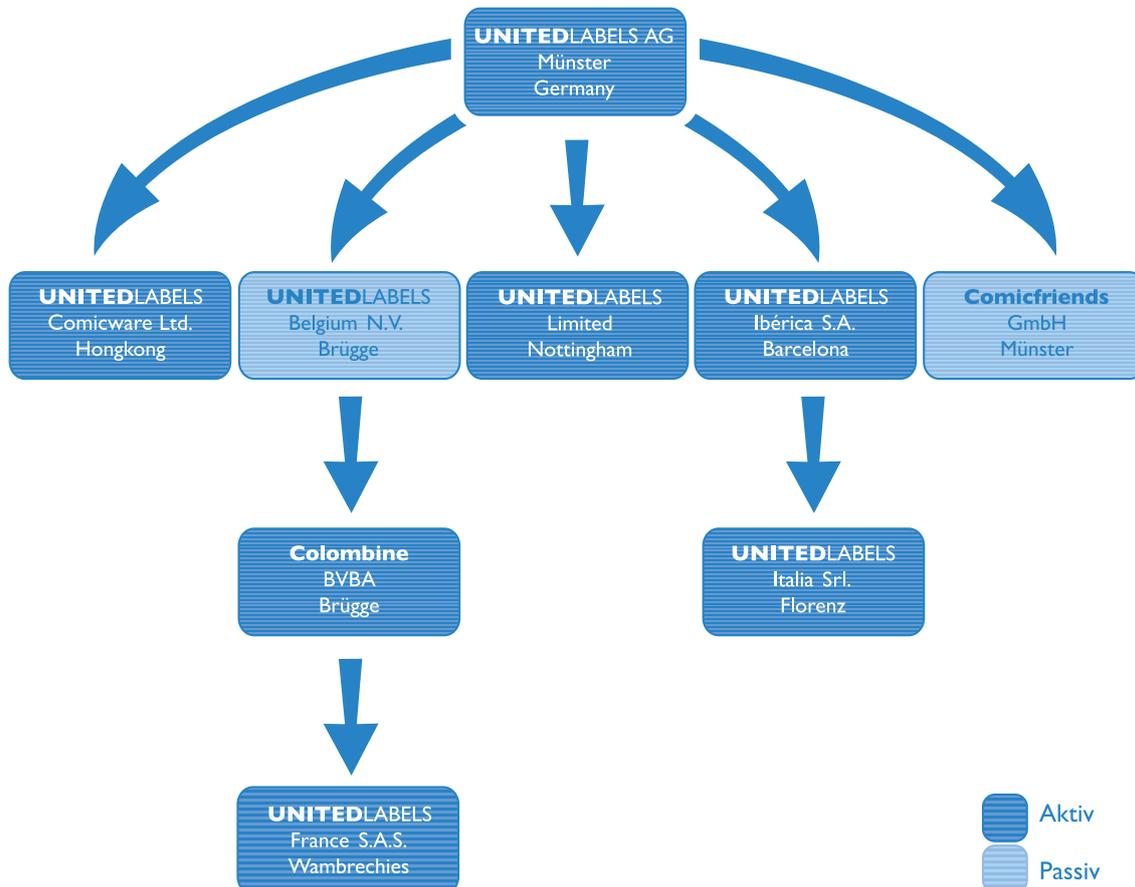
Die Aufstellung des Anteilsbesitzes wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Münster unter HRB 2739 hinterlegt. **UNITEDLABELS** Italia Srl., Italien und **UNITEDLABELS** Ltd., Großbritannien wurden in 2005 neu gegründet.

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.

Im Dezember 2006 ist die **UNITEDLABELS** Benelux B.V. liquidiert worden, da das Geschäft von der belgischen Colombine BVBA fortgeführt wird. Daraus ergab sich insgesamt ein Aufwand von T€ 25.

Die Konzernübersicht zum 31. Dezember 2006 stellt sich wie folgt dar:

**Konzernanhang für das
Geschäftsjahr 2006**



4. Segmentberichterstattung

Ein Geschäftssegment ist eine Gruppe von Vermögenswerten und betrieblichen Aktivitäten, welches Produkte oder Dienstleistungen bereitstellt, die bzgl. ihrer Risiken und Chancen unterschiedlich zu denen anderer Geschäftsbereiche sind. Ein geografisches Segment stellt innerhalb eines bestimmten wirtschaftlichen Umfelds Produkte oder Dienstleistungen bereit, dessen Risiken und Chancen von dem anderer wirtschaftlicher Umfeldler abweichen.

Bei der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft erfolgt die primäre Segmentberichterstattung kundengruppenbezogen. Es wird unterschieden in die Bereiche Großkunden und Fachhandel. Während sich der Bereich Großkunden insbesondere durch eine individuelle Auftragsfertigung charakterisiert, wird der Fachhandel mit immer wieder neuen Kollektionen aus dem eigenen Lager bedient. Segmenterlöse oder -aufwendungen zwischen den Segmenten haben nicht stattgefunden.

1. Grundsätze der Ertragsrealisierung

Die Umsatzerlöse umfassen den erhaltenen beizulegenden Zeitwert für den Verkauf von Waren und Dienstleistungen ohne Umsatzsteuer, Rabatte und Preisnachlässe und nach Eliminierung konzerninterner Verkäufe. Umsatzerlöse werden wie folgt realisiert:

Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Waren werden erfasst, wenn ein Unternehmen des Konzerns Produkte an einen Kunden geliefert hat, der Kunde die Ware angenommen hat und die Einbringlichkeit der entstehenden Forderung als ausreichend sicher anzusehen ist. Die Produkte werden teilweise mit einem Rückgaberecht verkauft. Die in der Vergangenheit gesammelten Erfahrungswerte dienen als Basis für die Schätzung der Rückgabequote und für die Darstellung im Konzernabschluss. In dieser Höhe erfolgt auch die Bildung der Rückstellung.

2. Leasing

Leasingverhältnisse, bei denen ein wesentlicher Anteil der Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum am Leasingobjekt verbunden sind, beim Leasinggeber verbleibt, werden als Operating Leasing klassifiziert. Im Zusammenhang mit einem Operating Leasing geleistete Zahlungen werden linear über die Dauer des Leasingverhältnisses in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Beim Finanzierungsleasing werden die Chancen und Risiken auf den Leasingnehmer übertragen, so dass dieser den geleasten Vermögenswert zu Beginn des Leasingverhältnisses aktiviert und eine Leasingverbindlichkeit in gleicher Höhe passiviert. Für die Folgebewertung des geleasten Vermögenswertes gelten die allgemeinen Grundsätze für die Bewertung des Sachanlagevermögens.

3. Sachanlagevermögen

Das Sachanlagevermögen wurde zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, vermindert um planmäßige nutzungsbedingte Abschreibungen, bewertet. Grundstücke werden nicht abgeschrieben. Fremdkapitalkosten werden nicht in die Anschaffungskosten einbezogen. Bei allen weiteren Sachanlagen erfolgt die Abschreibung linear, wobei die Anschaffungskosten über die erwartete wirtschaftliche Nutzungsdauer der Vermögens- und Sachwerte wie folgt auf den Restbuchwert abgeschrieben werden:

Gebäude	10 – 33 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	3 – 13 Jahre
Geschäftsausstattung	3 – 14 Jahre

Gewinne und Verluste aus Abgängen von Sachanlagen werden als Unterschiedsbetrag zwischen den Veräußerungserlösen und den Buchwerten der Sachanlagen ermittelt und erfolgswirksam erfasst. Die Restbuchwerte und wirtschaftlichen Nutzungsdauern werden zu jedem Bilanzstichtag überprüft und gegebenenfalls angepasst. Übersteigt der Buchwert einer Sachanlage deren geschätzten erzielbaren Betrag, so wird er sofort auf letzteren abgeschrieben.

4. Immaterielle Vermögenswerte

(a) Goodwill

Der Goodwill stellt den Überschuss der Anschaffungskosten des Unternehmenserwerbs über den beizulegenden Zeitwert der Anteile des Konzerns an den Nettovermögenswerten des erworbenen Unternehmens zum Erwerbszeitpunkt dar. Ein durch Unternehmenserwerb entstandener Goodwill wird den immateriellen Vermögenswerten zugeordnet.

Mindestens einmal jährlich oder bei Vorliegen von besonderen Anlässen (Triggering Events) wird der Goodwill einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen und mit seinen ursprünglichen Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungen bewertet. Gewinne und Verluste aus der Veräußerung eines Unternehmens umfassen den Buchwert des Goodwill, der dem abgehenden Unternehmen zugeordnet ist.

Der Impairment Test erfolgt auf der Ebene der CGU (Cash Generating Unit). Die CGU ist identisch mit der Gesellschaft im jeweiligen Land.

(b) Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte

Warenzeichen und Lizenzen werden zu ihren historischen Anschaffungs-/Herstellungskosten erfasst. Warenzeichen und Lizenzen haben bestimmte Nutzungsdauern und werden zu ihren Anschaffungs-/Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen bewertet. Die Abschreibung erfolgt linear über eine geschätzte Nutzungsdauer von 3 bis 10 Jahren.

Erworben Computer-Softwarelizenzen werden zu ihren Anschaffungs-/Herstellungskosten zuzüglich der Kosten für die Versetzung in einen nutzungsbereiten Zustand aktiviert. Diese Kosten werden über die geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben (3 bis 5 Jahre).

Die Lizenzen für die gewerbliche Nutzung der Comic-Charaktere sind erstmals in dieser Position erfasst. Bisher waren sie unter den aktiven Rechnungsabgrenzungsposten aufgeführt.

Ebenso wurden noch anfallende Kaufpreiszahlungen aus den Lizenzverträgen aktiviert und entsprechend in den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen passiviert. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst. Eine Änderung des Ergebnisses ergibt sich nicht. Ein diesbezügliches Lizenzrecht charakterisiert sich normalerweise durch einen bestimmten Zeitraum (1 bis 3 Jahre), ein definiertes geografisches Vertriebsgebiet, das Produkt und die Lizenznutzungsgebühr.

Die Lizenzen für Comic-Charaktere werden entsprechend ihrer wirtschaftlichen Inanspruchnahme abgeschrieben. Diese ermittelt sich durch einen vertraglichen Prozentsatz zum erzielten Umsatz für die jeweilige Lizenz.

Entwicklungskosten werden aktiviert, wenn die Voraussetzungen des IAS 38 erfüllt sind. Bei Nichtvorliegen der Voraussetzungen werden die Kosten sofort als Aufwand behandelt.

5. Wertminderung und Wertaufholung von Vermögenswerten

Vermögenswerte, die eine unbestimmte Nutzungsdauer haben, werden nicht planmäßig abgeschrieben; sie werden jährlich auf Wertminderungsbedarf hin geprüft. Vermögenswerte, die einer planmäßigen Abschreibung unterliegen, werden auf Wertminderungsbedarf geprüft, wenn entsprechende Ereignisse bzw. Änderungen der Umstände anzeigen, dass der Buchwert ggf. nicht mehr erzielbar ist. Ein Wertminderungsverlust wird in Höhe des den erzielbaren Betrag übersteigenden Buchwertes erfasst. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus dem beizulegenden Zeitwert des Vermögenswerts abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Für den Werthaltigkeitstest werden Vermögenswerte auf der niedrigsten Ebene zusammengefasst, für die Cashflows separat identifiziert werden können (Cash Generating Units). Die Ebene der CGUs sind die Länder. Bei Vorliegen einer Wertminderung wird zuerst der der CGU zugeordnete Goodwill abgeschrieben, ein verbleibender Restbetrag wird auf die übrigen Vermögenswerte der CGU im Verhältnis ihrer Buchwerte aufgeteilt. Eine Wertaufholung erfolgt – außer bei Goodwill – proportional zu den Buchwerten der Vermögenswerte. Der Buchwert des einzelnen Vermögenswerts darf seinen erzielbaren Betrag nicht überschreiten.

6. Vorräte

Die Bewertung der Handelswaren wurde zu Anschaffungskosten inkl. Anschaffungsnebenkosten vorgenommen. Schwer verkäufliche Ware wurde entsprechend abgewertet.

7. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände wurden mit dem beizulegenden Zeitwert bilanziert. Eine Wertminderung bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird dann erfasst, wenn objektive Hinweise dafür vorliegen, dass die fälligen Forderungsbeträge nicht vollständig einbringlich sind. Die Höhe der Wertminderung bemisst sich als Differenz zwischen dem Buchwert der Forderung und dem Barwert der geschätzten zukünftigen Cashflows aus dieser Forderung. Die Wertminderung wird erfolgswirksam erfasst. Notwendige Einzelwertberichtigungen wurden vorgenommen. Aufgrund der Kurzfristigkeit der Forderungen wird die Effektivzinsmethode nicht angewendet.

Die kompletten Anzahlungen auf Lizenzrechte wurden nicht mehr in den sonstigen Vermögensgegenständen erfasst, sondern den immateriellen Vermögenswerten zugeordnet. Die verbleibenden Rechnungsabgrenzungsposten wurden den sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten zugeordnet.

Der Ansatz geleisteter Anzahlungen erfolgte zum Zahlungsbetrag.

8. Latente Steuern

Latente Steuern werden, unter Verwendung der Verbindlichkeiten-Methode, für alle temporären Differenzen zwischen der Steuerbasis der Vermögenswerte/Verbindlichkeiten und ihren Buchwerten im IFRS-Abschluss angesetzt. Wenn jedoch im Rahmen einer Transaktion, die keinen Unternehmenszusammenschluss darstellt, eine latente Steuer aus dem erstmaligen Ansatz eines Vermögenswerts oder einer Verbindlichkeit entsteht, die zum Zeitpunkt der Transaktion weder ein Effekt auf den bilanziellen noch auf den steuerlichen Gewinn oder Verlust hat, unterbleibt die Steuerabgrenzung. Latente Steuern werden unter Anwendung der Steuersätze (und Steuervorschriften) bewertet, die am Bilanzstichtag gelten oder im Wesentlichen gesetzlich verabschiedet sind und deren Geltung zum Zeitpunkt der Realisierung der latenten Steuerforderung bzw. der Begleichung der latenten Steuerverbindlichkeit erwartet wird.

Latente Steuerforderungen werden in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass ein zu versteuernder Gewinn verfügbar sein wird, gegen den die temporäre Differenz verwendet werden kann.

Latente Steuerverbindlichkeiten, die durch temporäre Differenzen im Zusammenhang mit Beteiligungen an Tochterunternehmen entstehen, werden angesetzt, es sei denn, dass der Zeitpunkt der Umkehrung der temporären Differenzen vom Konzern gesteuert werden kann und es wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Differenzen in absehbarer Zeit nicht umkehren werden.

9. Rückstellungen

Die Bewertung der Rückstellungen für Pensionen erfolgte gem. IAS 19. Es wurde ein Rechnungszinsfuß von 4,5% (Vj. 4,5%) zugrunde gelegt, dieser entspricht dem durchschnittlichen Zinssatz für industrielle Anleihen. Künftige Gehaltssteigerungen wurden mit 2,5% (Vj. 2,5%) und künftige Rentensteigerungen mit 2,0% (Vj. 2,0%) berücksichtigt. Im Konzern existiert eine Pensionsverpflichtung für Herrn Boder, den Vorstandsvorsitzenden. Diese wird mittels eines versicherungsmathematischen Gutachtens ermittelt. Die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden über die Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Berechnung der Pensionsrückstellung erfolgte nach dem An-sammlungsbarwertverfahren (projected unit credit method).

Die Steuer- und sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren externen Risiken und Verpflichtungen des Konzerns und wurden in Höhe ihrer voraussichtlichen Inanspruchnahme gebildet. Rückstellungen werden grundsätzlich dann gebildet, wenn der Konzern eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung hat, die aus einem vorangegangenen Ereignis resultiert und es wahrscheinlich (more likely than not) ist, dass die Begleichung der Verpflichtung zu einer Vermögensbelastung führen wird und die Höhe der Rückstellung verlässlich ermittelt werden kann. Wenn eine Anzahl gleichartiger Verpflichtungen besteht, wird die Wahrscheinlichkeit einer Vermögensbelastung auf Basis der Gruppe dieser Verpflichtungen ermittelt.

10. Verbindlichkeiten

Finanzschulden werden bei ihrem erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert, nach Abzug von Transaktionskosten, angesetzt. In den Folgeperioden werden sie zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet; jede Differenz zwischen dem Auszahlungsbetrag (nach Abzug von Transaktionskosten) und dem Rückzahlungsbetrag wird über die Laufzeit der Ausleiherung in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Darlehensverbindlichkeiten werden als kurzfristige Verbindlichkeiten klassifiziert, sofern der Konzern nicht das unbedingte Recht hat, die Tilgung der Verbindlichkeiten auf einen Zeitpunkt mindestens 12 Monate nach dem Bilanzstichtag zu verschieben.

11. 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 zum Stichtagskurs umgerechnet.

12. Finanzrisiken

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.

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.

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-, Zins- 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.

13. Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden im Rahmen der Zugangsbewertung zu ihrem beizulegenden Zeitwert, der ihnen am Tag des Vertragsabschlusses beizumessen ist, bewertet. Die Folgebewertung erfolgt ebenfalls zum am jeweiligen Bilanzstichtag geltenden, beizulegenden Zeitwert. Eine Marktwertänderung wird erfolgswirksam über die Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Zu Handelszwecken gehaltene derivative Finanzinstrumente werden als kurzfristige Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Das Unternehmen nutzte zum Stichtag Devisentermingeschäfte, um laufende Aufträge abzusichern. Weitere derivative Finanzinstrumente fanden keine Anwendung.

14. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen Bargeld, Sichteinlagen, andere kurzfristige hochliquide finanzielle Vermögenswerte mit einer ursprünglichen Laufzeit von maximal drei Monaten und Kontokorrentkredite. In der Bilanz werden ausgenutzte Kontokorrentkredite als Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten unter den kurzfristigen Finanzschulden gezeigt.

15. Änderung von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Darstellung und der Ausweis von Posten im Abschluss sowie die Beträge der Vorjahre sind anzupassen, wenn dies aufgrund neuer oder geänderter Rechnungslegungsvorschriften erforderlich ist, oder dürfen angepasst werden, wenn die Änderung zu einer angemesseneren Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führt.

In den Vorjahren wurden die Lizenzen als aktive Rechnungsabgrenzungsposten dargestellt. Diese werden nun als immaterielle Vermögenswerte in der Bilanz abgebildet, um eine verbesserte Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu erreichen.

Die aus der Anwendung des IAS 38 resultierenden rückwirkenden Anpassungen veränderten die Bilanz-Abschlussposten des Vorjahres wie folgt:

Bilanz (Auszug)	31.12.2005 (veröffentlicht)	Änderung durch IAS 8 (bzgl. anderer Anwendung des IAS 38)	31.12.2005 (angepasst)
Langfristige VV	15.361.036,86		19.679.797,73
Immaterielle VV	296.344,78	+ 4.318.760,87	4.615.105,65
Kurzfristige VV	29.172.760,60	-1.817.148,73	27.355.611,87
Immaterielle VV	0,00	2.251.248,38	2.251.248,38
Aktive RAP	2.539.223,01	- 2.539.223,01	0,00

Die Abschlussposten der Gewinn- und Verlustrechnung des Vorjahres wurden aufgrund der erstmaligen Anwendung von IAS 38 rückwirkend angepasst. Der Ausweis der Lizenzen als immaterielle Vermögenswerte erfolgt nicht ergebniswirksam. Die bisherige Abschreibung der Lizenzen wurde im Materialaufwand ausgewiesen, so dass hier eine Umgliederung in die „Abschreibung auf Nutzungsrechte“ vorgenommen wurde.

Dies führt zu folgender Darstellung des Vorjahres:

GuV (Auszug)	31.12.2005 (veröffentlicht)	Änderung durch IAS 8 (bzgl. anderer Anwendung des IAS 38)	31.12.2005 (angepasst)
Materialaufwand/Aufwendungen für bezogene Leistungen	3.821.594,39	- 3.746.012,55	75.581,84
Abschreibung auf Nutzungsrechte	0,00	+3.746.012,55	3.746.012,55
Summe	-3.821.594,39	0,00	3.821.594,39

Die verbleibenden Aufwendungen für bezogene Leistungen wurden dem Materialaufwand zugeordnet.

C. Erläuterungen zu einzelnen Positionen der Konzernbilanz

Konzernanhang für das
Geschäftsjahr 2006

1. Vorräte

Die Vorräte in Höhe von insgesamt T€ 8.804 (Vj. T€ 9.031) entfallen zu 35% (T€ 3.109; Vj. 31%, T€ 2.846) auf den Lagerort in Spanien, zu 64% (Vj. 68%) auf den Lagerort Deutschland T€ 5.596; (Vj. T€ 6.092) und mit 1% (T€ 99; Vj. T€ 93) auf die **UNITEDLABELS** Ltd. in Großbritannien. Hierbei handelt es sich um fertige Erzeugnisse aus den Bereichen Textil, Geschenkartikel und Plüsch.

Der Nettowarenbestand (Vorräte gesamt minus bereits bestellte Ware) wurde um T€ 535 gesenkt und belief sich damit im abgelaufenen Geschäftsjahr auf T€ 7.015 (Vj. T€ 7.550). Die Abschreibungen auf Lagerbestände betrugen T€ 658 (Vj. T€ 488). Die Vorräte sind frei von Rechten Dritter.

2. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen stichtagsbedingt von T€ 12.646 auf T€ 15.533. In der Position sind Anzahlungen auf Vorräte in Höhe von T€ 79 (Vj. T€ 239) enthalten.

3. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

Der Posten beinhaltet im Wesentlichen Forderungen gegen die Factoringgesellschaft in Deutschland sowie debitorische Kreditoren. Zusätzlich wurden die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten in Höhe von T€ 254 (Vj. T€ 288) in diese Position eingestellt.

4. Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte

Die Aufgliederung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im nachfolgenden Anlagenspiegel dargestellt. Dabei werden seit dem Geschäftsjahr 2006 die Nutzungsrechte aus Lizenzverträgen im Bereich der Comic-Charaktere unter den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Die Vorjahre wurden entsprechend angepasst.

Auf Betriebsgrundstücke sind Grundschulden für Kredite in Höhe von T€ 2.747 (Vj. T€ 1.531) eingetragen.

In der Position Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sind aktivierte Leasinggüter aufgrund Finanzierungsleasing (in der Regel Kaufoption zum Buchwert) in Höhe von T€ 34 (Vj. T€ 124) enthalten. Die Rückzahlungsverpflichtung beläuft sich auf T€ 59 (Vj. T€ 95) (Laufzeit bis 1 Jahr: T€ 50 (Vj. T€ 48), Laufzeit 1–5 Jahre: T€ 9 (Vj. T€ 47), über 5 Jahre: T€ 0 (Vj. T€ 0)). Erfolgswirksam wurden im Geschäftsjahr 2006 T€ 31 in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Entwicklung des Konzernanlagevermögens im Geschäftsjahr 2006

Anschaffungskosten bzw. Herstellungskosten

	Stand 01.01.2006 €	Umbuchung €	Zugang €	Abgang €	Stand 31.12.2006 €
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	9.290.668,50	5.572,82	4.369.646,13	-47.473,51	13.528.413,94
2. Geschäfts- oder Firmenwert	9.779.375,22	0,00	0,00	0,00	9.779.375,22
	18.980.043,72	5.572,82	4.369.646,13	-47.473,51	23.307.789,16
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	3.526.172,97	-24.097,23	32.947,04	0,00	3.535.022,78
2. Technische Anlagen und Maschinen	481.388,17	0,00	50.277,83	0,00	531.666,00
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.109.627,97	-5.572,82	161.366,31	-570.372,65	2.695.048,81
4. Anlagen im Bau	30.647,06	24.097,23	2.595.765,14	0,00	2.650.509,43
	7.147.836,17	0,00	2.840.356,32	-570.372,65	9.412.247,02
	26.127.879,89	0,00	7.210.002,45	-617.846,16	32.720.036,18

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

kumulierte Abschreibungen

Nettowerte

Stand 01.01.2006 €	Umbuchung €	Zugang €	Abgang €	Stand 31.12.2006 €	Stand 31.12.2006 €	Stand 31.12.2005 €
4.585.562,85	-5.334,82	4.809.970,66	-47.455,51	9.342.743,18	4.185.670,76	4.615.105,65
2.196.158,77	0,00	0,00	0,00	2.196.158,77	7.583.216,45	7.583.216,45
6.781.721,62	-5.334,82	4.809.970,66	-47.455,51	11.538.901,95	11.768.887,21	12.198.322,10
667.183,67	0,00	82.757,04	0,00	749.940,71	2.785.082,07	2.858.989,30
360.539,63	0,00	31.043,82	0,00	391.583,45	140.082,55	120.848,54
2.001.429,78	5.334,82	359.626,00	-509.012,07	1.857.378,53	837.670,28	1.108.198,19
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.650.509,43	30.647,06
3.029.153,08	5.334,82	473.426,86	-509.012,07	2.998.902,69	6.413.344,33	4.118.683,09
9.810.874,70	0,00	5.283.397,52	-556.467,58	14.537.804,64	18.182.231,54	16.317.005,19

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	9.104.866,73	7.500,00	4.500.720,06	-4.412.418,29	9.200.668,50
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
	18.884.241,95	0,00	4.500.720,06	-4.412.418,29	18.980.043,72
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. 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
	24.383.906,59	0,00	6.394.956,31	-4.650.983,01	26.127.879,89

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

kumulierte Abschreibungen

Nettowerte

Stand 01.01.2005 €	Umbuchung €	Zugang €	Abgang €	Stand 31.12.2005 €	Stand 31.12.2005 €	Stand 31.12.2004 €
4.939.696,69	0,00	3.914.620,13	-4.268.753,97	4.585.562,85	4.615.105,65	4.165.170,04
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
7.135.855,46	0,00	3.914.620,13	-4.268.753,97	6.781.721,62	12.198.322,10	11.748.386,49
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
9.999.016,21	0,00	4.310.306,82	-4.498.448,33	9.810.874,70	16.317.005,19	14.384.890,38

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

Die Geschäfts- oder Firmenwerte haben sich wie folgt entwickelt:

	2006 T€	2005 T€
Stand 01.01.	7.582	7.582
Abschreibungen	0	0
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.

Läge die EBITDA-Marge, die in den Planungen für die Werthaltigkeitstests zugrunde gelegt wurde, 10% niedriger, hätte der Konzern den Buchwert des Goodwill um T€ 1.856 und den des Sachanlagevermögens um T€ 207 nach unten korrigieren müssen.

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 vier Jahren zugrunde. Diese Planungen resultieren aus den Erfahrungen der Vergangenheit sowie den Erwartungen über die künftige Marktentwicklung. Als inflationsbedingte Wachstumsrate nach Ende des vierjährigen Planungszeitraums wurde einheitlich 2% (Vj. 2%) angenommen. Der Abzinsungssatz beträgt 9,2% (Vj. 15%) vor Steuern. Wertminderungen waren nicht erforderlich.

5. Latente Steuern

Die aktiven latenten Steuern von T€ 3.413 (Vj. T€ 3.363) wurden für zukünftig realisierbare Verlustvorträge in Höhe von T€ 3.298 (Vj. T€ 3.298) sowie in Höhe von T€ 115 (Vj. T€ 65) für temporäre Unterschiede zwischen den steuerlichen Wertansätzen und den Wertansätzen nach IFRS gebildet. Die kurzfristigen latenten Steuern betragen T€ 516 (Vj. T€ 181).

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

	Aktive latente Steuern		Aufwand (-) Ertrag
	31.12.2005 T€	31.12.2006 T€	2006 T€
Verlustvorträge	3.298	3.298	0
Pensionsrückstellungen	41	75	34
Sonstige Rückstellungen	24	40	16
	3.363	3.413	50

Die latenten Steuern werden für inländische Gesellschaften mit einem Steuersatz von 39,65% (Vj.: 39,65%) bewertet. Der inländische Steuersatz ergibt sich aus der Gewerbesteuer mit einem Hebesatz von 440%, einer Körperschaftsteuer von 25% und einem Solidaritätszuschlag auf die Körperschaftsteuer von 5,5%. Die Verlustvorträge resultieren sowohl aus der Körperschaftsteuer als auch aus der Gewerbesteuer und sind zeitlich nicht befristet. Die Werthaltigkeit wurde mittels einer Mittelfristplanung ermittelt.

Für steuerliche Verlustvorträge werden latente Steueransprüche nur angesetzt, wenn ihre Realisierung in der Zukunft gewährleistet ist. Im Berichtsjahr wurden aktive latente Steuern von T€ 643 (Vj. T€ 0) auf im Vorjahr noch nicht berücksichtigte steuerliche Verlustvorträge neu gebildet, da in soweit bisher nicht berücksichtigte Verlustvorgänge aufgrund der aktuellen Planung als nutzbar angesehen werden. Von den latenten Steuern entfallen T€ 1.799 auf Körperschaftssteuer einschließlich Solidaritätszuschlag und T€ 1.499 auf Gewerbesteuer. Insgesamt wurden für steuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 3.387 (Vj. T€ 4.234) keine latenten Steuern gebildet. Diese beziehen sich ausschließlich auf die Tochtergesellschaften. Die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge betreffen wie bisher nur die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft.

6. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die liquiden Mittel erhöhten sich in der Berichtsperiode von T€ 3.458 auf T€ 4.486. Die Zinsen aus Geldanlagen lagen zwischen 2,0% und 2,5%.

7. Verbindlichkeiten

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

	Gesamt - betrag T€	Restlaufzeit			gesicherte Beträge T€	Art der Sicherung
		bis 1 Jahr T€	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre T€		
31.12.2006						
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	6.073	3.656	1.175	1.242	2.747	Grundsschulden
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.528	5.753	775	0	0	
3. Sonstige Verbindlichkeiten	4.477	4.477	0	0	0	
	17.078	13.886	1.950	1.242	2.747	
31.12.2005						
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5.219	3.811	797	611	1.488	Grundsschulden
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.774	6.247	527	0	0	
3. Sonstige Verbindlichkeiten	2.272	2.272	0	0	0	
	14.265	12.330	1.324	611	1.488	

Die Effektivzinssätze für die langfristigen Bankschulden betragen zwischen 3,5% und 5,8% (Vorjahr: 3,5% bis 3,69%). In 2006 wurde ein neues langfristiges Darlehen in Höhe von T€ 1.440 aufgenommen, davon sind im ersten Jahr T€ 38, in den folgenden vier Jahren T€ 304 und weitere T€ 1.098 nach 5 Jahren fällig. Der Effektivzinssatz beträgt 5,8%.

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

Von den sonstigen Verbindlichkeiten entfallen T€ 314 (Vj. T€ 142) 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 nachlaufende Rechnungen von T€ 817 (Vj. T€ 529) und für soziale Verbindlichkeiten, wie z.B. Urlaub, Berufsgenossenschaft und Prämien, in Höhe von T€ 206 (Vj. T€ 318).

8. Pensionsrückstellungen

Es besteht eine Pensionsverpflichtung gegenüber einem Vorstandsmitglied aufgrund einer leistungsorientierten Pensionszusage. Die Versorgungsverbindlichkeit in Höhe von T€ 1.052 ist wie im Vorjahr komplett nicht fondsfinanziert.

Die Bewertung und Bilanzierung der Versorgungsverpflichtung und der zur Deckung dieser Verpflichtung notwendigen Aufwendungen erfolgt grundsätzlich nach dem gemäß IAS 19 "Employee Benefits" vorgeschriebenen Anwartschaftsbarwertverfahren (projected unit credit method) durch einen versicherungsmathematischen Gutachter. Hierbei werden nicht nur die am Stichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften, sondern auch künftig zu erwartende Steigerungen dieser Bemessungsgrößen bei der Bewertung berücksichtigt. Die Verpflichtungen und Aufwendungen werden somit im Allgemeinen höher bemessen als nach dem Teilwertverfahren gemäß § 6a EStG, das zu handelsrechtlichen Mindestansätzen führt.

Die bei der versicherungsmathematischen Bewertung der Verpflichtung und der Kosten zugrunde gelegten Annahmen sind in der folgenden Tabelle enthalten:

Rechnungsannahmen	2005	2006
Rechnungszins	4,50%	4,50%
Gehaltssteigerungsrate	2,50%	2,50%
Rententrend	2,00%	2,00%
biometrische Rechnungsgrundlage	RT 2005 G	RT 2005 G

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, die auf erfahrungsbedingten Anpassungen und Änderungen versicherungsmathematischer Annahmen basieren, werden nur dann erfasst, wenn der Saldo der kumulierten, noch nicht ergebniswirksam erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste zum Ende der vorherigen Berichtsperiode 10 Prozent des Barwertes der leistungsorientierten Verpflichtung übersteigt. Der diesen Korridor übersteigende Betrag wird erfolgswirksam über die erwartete Restdienstzeit von Herrn Boder erfasst.

In der folgenden Tabelle wird die Entwicklung des gemäß IAS 19 ermittelten Anwartschaftsbarwerts für den Versorgungsanspruch unter Berücksichtigung künftiger Gehalts- und Rentensteigerungen (defined benefit obligation) dargestellt:

Veränderung der defined benefit obligation	2005 (in €)	2006 (in €)
DBO am 01.01.	557.851	1.007.191
Dienstzeitaufwand	38.792	65.782
Zinsaufwand	33.471	45.324
Arbeitnehmerbeiträge	0	0
Auswirkungen von Plankürzungen und Abfindungen	0	0
erfolgsneutrale Übertragungen	0	0
erwartete Rentenzahlungen	0	0
Past Service Cost	0	0
Versicherungsmathematische Gewinne(-)/Verluste	377.077	-65.798
- davon aus erfahrungsbedingten Anpassungen	-33.809	-65.798
- davon aus Änderung der vers.mathematischen Annahmen	410.886	0
DBO am 31.12.	1.007.191	1.052.499

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

Im Geschäftsjahr 2006 war, wie in den Vorjahren, kein Planvermögen vorhanden.

Im Folgenden wird die Überleitung vom Finanzierungsstatus, der sich aus der Differenz zwischen der defined benefit obligation und dem Planvermögen errechnet, auf den bilanzierten Rückstellungsbetrag dargestellt:

	31.12.2005 (in €)	31.12.2006 (in €)
Finanzierungsstatus	1.007.191	1.052.499
noch nicht berücksichtigte versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste)	(549.865)	(463.369)
Pensionsrückstellung	457.326	589.130

In der folgenden Tabelle wird die Veränderung der Pensionsrückstellung dargestellt:

Veränderung der Pensionsrückstellung	2005 (in €)	2006 (in €)
Pensionsrückstellung am 01.01	379.438	457.326
Nettopensionsaufwand	77.888	131.804
tatsächliche Rentenzahlungen	0	0
Pensionsrückstellung am 31.12.	457.326	589.130

Alle Pensionsaufwendungen außer dem Zinsaufwand werden unter dem Personalaufwand erfasst. Der Zinsaufwand wird unter dem Finanzergebnis ausgewiesen.

Der Gesamtaufwand für die leistungsorientierte Versorgungszusage gegenüber Herrn Boder setzt sich wie folgt zusammen:

Nettopensionsaufwand	2005 (in €)	2006 (in €)
Dienstzeitaufwand	38.792	65.782
Zinsaufwand	33.471	45.324
Amortisation von versicherungsmathematischen (Gewinnen)/Verlusten	5.625	20.698
Nettopensionsaufwand	77.888	131.804

9. Kurzfristige Rückstellungen

Die Entwicklung der kurzfristigen Rückstellungen zeigt nachfolgende Übersicht:

	Stand 01.01.2006	Auflösung	Verbrauch	Zuführung	Stand 31.12.2006
	T€	T€	T€	T€	T€
Sonstige Rückstellungen	60		-60	101	101
Rückstellung für Drohverluste aus Retouren	270		-270	632	632
Prozesskosten	19		-19	8	8
Summe Rückstellungen	349		-349	741	741

Die sonstigen Rückstellungen beinhalteten zu Beginn des Geschäftsjahres 2006 Drohverluste aus Lizenzverträgen in Höhe von T€ 60. Diese sind in 2006 komplett verbraucht worden.

In 2006 sind Rückstellungen in Höhe von T€ 101 für Drohverluste aus Lagerabschriften gebildet worden. Die Rückstellung für Drohverluste aus Retouren wird gebildet, da bestimmten Kunden ein Retourenrecht eingeräumt wird. Der Umsatz mit diesen Kunden ist in 2006 gestiegen. Die Höhe der Rückstellung beruht auf einer Einschätzung des Managements. Die Rückstellungen haben eine Laufzeit bis zu einem Jahr.

10. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum 31. Dezember 2006 4.200 T€ und ist in 4,2 Mio. nennbetragslose Stückaktien eingeteilt, die auf den Inhaber lauten.

Die Hauptversammlung der Gesellschaft hat am 23. Mai 2006 u.a. beschlossen, den Beschluss aufzuheben, dass in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates ein- oder mehrmalig um bis zu insgesamt T€ 1.800 durch Ausgabe auf den Inhaber lautender nennbetragsloser Stammaktien (Stückaktien) erhöht werden kann (Genehmigtes Kapital I). Vielmehr wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 22. Mai 2011 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates einmal oder mehrfach um bis zu insgesamt T€ 2.100 durch Ausgabe von bis zu 2.100.000 neuen Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2006).

Weiterhin wurde beschlossen, dass die durch die Hauptversammlung am 18. Mai 2005 erteilte und bis zum 17. November 2006 befristete Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien für die Zeit ab Wirksamwerden der neuen Ermächtigung aufgehoben wird. Der Vorstand der Gesellschaft wurde gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG bis zum 22. November 2007 ermächtigt, eigene Aktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital bis zu zehn vom Hundert des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

Das Aktienoptionsprogramm für Mitarbeiter gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 3. April 2000 ist ausgelaufen. Ein neues Programm wurde nicht beschlossen.

Der Bilanzgewinn entwickelte sich wie folgt:

	T€
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	513
Jahresüberschuss 2006	1.482
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	0,00
	1.995

Effekte aus der Währungsumrechnung ausländischer Töchter werden im Eigenkapital erfasst. Das Ergebnis je Aktie ergibt sich damit wie folgt:

Konzernergebnis je Aktie	2006	2005
unverwässert	0,35 €	0,19 €
verwässert	0,35 €	0,19 €
Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien		
unverwässert	4.200.000 Stück	4.033.333 Stück
verwässert	4.200.000 Stück	4.033.333 Stück

Das Konzernergebnis je Aktie beträgt € 0,35 (Vj. € 0,19) und wird ermittelt aus dem Quotienten des Jahresüberschusses von € 1.482.143,07 und der Anzahl der Aktien von 4.200.000 Stück. Da im Oktober des Vorjahres eine Kapitalerhöhung von 200.000 Stück stattgefunden hat, wurde hier eine auf das Jahr gesehen durchschnittliche Aktienanzahl von 4.033.333 ermittelt. Der Vorstand schlägt eine Dividendenausschüttung in Höhe von T€ 840 (€ 0,20 pro Aktie, im Vorjahr € 0,00 pro Aktie) vor. Ein Unterschied zwischen verwässertem und unverwässertem Bestand besteht nicht.

11. Finanzinstrumente

Zur Absicherung von Währungsrisiken werden Devisentermingeschäfte eingesetzt. Das Nominalvolumen zum Bilanzstichtag bestehender Termingeschäfte betrug T€ 374 (TUSD 490), der Marktwert T€ 372. Wertänderungen noch laufender Derivate wurden in Höhe von T€ 2 aufwandswirksam erfasst und sind in den sonstigen Verbindlichkeiten 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.

12. Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Bedeutende finanzielle Verpflichtungen ergaben sich wie folgt:

	Gesamt 2006	Gesamt 2005
	T€	T€
aus Bestellungen bei Lieferanten	3.093	3.782
aus Leasingverträgen	140	323
aus Mietverträgen	1.333	915
	4.566	5.020

Davon sind T€ 3.643 (Vj. T€ 4.755) innerhalb eines Jahres fällig.

Die Verpflichtungen aus unkündbaren Operating-Leasingverhältnissen für nichtaktivierte Leasinggüter betragen gesamt T€ 140 (Vj. T€ 323) (Laufzeit bis 1 Jahr: T€ 106 (Vj. T€ 153), Laufzeit 1–5 Jahre: T€ 34 (T€ 170), Laufzeit über 5 Jahre: T€ 0 (Vj. T€ 0) und erfolgen auf Basis mehrjähriger Leasingverträge mit überwiegender Rückgabe der geleasteten Güter bzw. in geringfügigem Umfang mit Vermögensübergang zum Ende der Leasingzeit. In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind T€ 119 (Vj. T€ 123) Leasinggebühren enthalten.

13. 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 Auszahlungen für Investitionen sind im Detail im Anlagespiegel wiedergegeben. Im Wesentlichen handelt es sich hierbei um Investitionen in Nutzungsrechte für Lizenzen und Investitionen in das neue Logistik-Center.

Die Mittelabflüsse für im Geschäftsjahr gezahlte und erstattete Ertragsteuern betragen T€ 262 (Vj.T€ 354) und für Zinsausgaben T€ 403 (Vj.T€ 378). Die Zinseinnahmen beliefen sich auf T€ 131 (Vj.T€ 90).

14. Segmentberichterstattung

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

Die Segmentdaten aus dem internen Berichtswesen ergaben sich wie folgt:

2006

in T€	Fachhandel	Großkunden	Konzern
Umsatz	11.003	34.264	45.267
Segmentaufwendungen	-9.746	-25.110	-34.856
Abschreibungen	-1.155	-3.976	-5.131
Segmentergebnis	102	5.178	5.280
Aufwendungen Verwaltung			-3.177
Abschreibungen Verwaltung			-152
Finanzergebnis			-272
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			1.679
Steuern			-197
Konzernüberschuss/-fehlbetrag			1.482
	Fachhandel	Großkunden	Konzern
Segmentvermögen (in € Mio.)	12,7	20,6	51,9*
Segmentsschulden (in € Mio.)	3,9	8,6	18,2*
Investitionen (in € Mio.)	1,6	5,4	7,2*

*) Im Gesamtvermögen des Konzerns ist die Verwaltung mit € 18,6 Mio., in den Segmentsschulden mit € 5,7 Mio. und in den Investitionen mit € 0,2 Mio. enthalten.

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

2005

in T€	Fachhandel	Großkunden	Konzern
Umsatz	10.187	30.087	40.273
Segmentaufwendungen	-9.939	-21.053	-30.992
Abschreibungen	-1.048	-3.061	-4.109
Segmentergebnis	-800	5.973	5.172
Aufwendungen Verwaltung			-3.660
Abschreibungen Verwaltung			-201
Finanzergebnis			-287
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			1.024
Steuern			-254
Konzernüberschuss/-fehlbetrag			770
	Fachhandel	Großkunden	Konzern
Segmentvermögen (in € Mio.)	11,1	18,1	47,0*
Segmentsschulden (in € Mio.)	1,9	6,6	15,1*
Investitionen (in € Mio.)	1,5	4,3	7,2*

*) Im Gesamtvermögen des Konzerns ist die Verwaltung mit € 17,8 Mio., in den Segmentsschulden mit € 6,6 Mio. und in den Investitionen mit € 1,4 Mio. enthalten.

Segmenterlöse oder -aufwendungen zwischen den Segmenten gab es nicht.

Die beiden Geschäftssegmente des Konzerns sind in vier geographischen Hauptgebieten tätig. Das Heimatland des Unternehmens – welches auch die Hauptgeschäftsaktivität betreibt – ist Deutschland mit Österreich und der Schweiz. Der Tätigkeitsschwerpunkt ist der Handel mit Großkunden in den Bereichen Textil und Geschenkartikel.

Der Handelsumsatz des Konzerns wird hauptsächlich in Deutschland (D), Österreich (A) und der Schweiz (CH) sowie in Frankreich und auf der iberischen Halbinsel erzielt.

Umsatzerlöse (in T€)	2006	2005
D / A / CH	20.525	16.908
Iberische Halbinsel	9.603	10.368
Frankreich	8.713	7.899
Andere Länder	6.426	5.097
Konzern	45.267	40.273

Umsatzerlöse sind auf Basis des Landes zugeordnet, in dem der Kunde niedergelassen ist.

Summe Vermögenswerte (in T€)	2006	2005
D / A / CH	33.875	28.232
Iberische Halbinsel	8.329	9.709
Frankreich	3.049	2.923
Andere Länder	6.597	6.171
Konzern	51.850	47.035

Die Vermögenswerte sind gemäß Sitz des Unternehmens, dem sie gehören, zugeordnet.

Investitionen (in T€)	2006	2005
D / A / CH	5.818	5.349
Iberische Halbinsel	585	319
Frankreich	787	268
Andere Länder	20	459
Konzern	7.210	6.395

Die Investitionen sind gemäß Sitz des Unternehmens, dem sie gehören, zugeordnet.

Verrechnungen zwischen den Segmenten finden grundsätzlich zum Anschaffungswert und einem prozentualen Verwaltungsaufschlag statt. Dieser wurde in der Konsolidierung eliminiert.

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

Konzernanhang für das
Geschäftsjahr 2006

1. Umsatzerlöse

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

	2006		2005	
	Umsatz T€	in %	Umsatz T€	in %
Deutschland	20.525	45	16.908	42
Übriges Europa	24.699	55	23.365	58
	45.267	100	40.273	100

2. Sonstige betriebliche Erträge

Diese Position enthält im Wesentlichen Erträge aus Kursdifferenzen von T€ 175 (Vj. T€ 111) sowie den Aktivwert der Rückdeckungsversicherung für die Pension in Höhe von T€ 41 (Vj. T€ 40).

3. Materialaufwand

Der Materialaufwand ist umsatzbedingt von T€ 21.404 auf T€ 24.568 gestiegen.

4. Abschreibungen auf Nutzungsrechte

Die Abschreibungen auf Nutzungsrechte enthalten die Abschreibungen auf produktbezogene Lizenzen und erhöhten sich von T€ 3.746 auf T€ 4.695.

5. Personalaufwand

Der Personalaufwand erhöhte sich von T€ 5.627 auf T€ 6.011. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Tochtergesellschaften in Großbritannien und Italien in 2006 mit ihrem ersten vollen Geschäftsjahr zum Ergebnis beitrugen.

6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

Seit dem Geschäftsjahr 2005 werden keine planmäßigen Abschreibungen auf die Geschäfts- oder Firmenwerte mehr vorgenommen. Mindestens einmal jährlich oder bei Vorliegen von besonderen Anlässen (Triggering Events) wird der Goodwill einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen und mit seinen ursprünglichen Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungen bewertet. Im Geschäftsjahr 2006 sind alle Firmenwerte zu ihrem angesetzten Wert werthaltig. Zusätzlich werden ab dem Geschäftsjahr 2006 alle Anschaffungskosten für den Erwerb von Nutzungsrechten von Lizenzen in den immateriellen Vermögensgegenständen aktiviert. Die entsprechende Abschreibung erfolgt nutzungsabhängig und wird in der Position Abschreibungen auf Nutzungsentgelte dargestellt.

7. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten im Wesentlichen Vertriebskosten von T€ 3.293 (Vj. T€ 3.161), Messekosten von T€ 73 (Vj. T€ 439) und Mietaufwendungen von T€ 1.187 (Vj. T€ 1.095). Die verbleibenden Aufwendungen betreffen allgemeine Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen.

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

8. Zinsaufwendungen und -erträge

Die Zinsaufwendungen betragen T€ 403 (Vj. T€ 378) und betreffen langfristige Darlehen, Wechselverbindlichkeiten und Factoring. Die Zinserträge stiegen auf T€ 131 (Vj. T€ 90).

9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Position setzt sich wie folgt zusammen:

	2006	2005
	T€	T€
tatsächliche Steueraufwendungen	248	254
latenter Steueraufwand	50	0
Steueraufwand Ertragsteuern gesamt	198	254

Die nachfolgende Tabelle stellt die Überleitung der aktiven latenten Steuern in der Bilanz und der latenten Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung dar:

	2006	2005
	T€	T€
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	1.679	1.024
Anzuwendender Steuersatz	39,65%	39,65%
Erwarteter Steueraufwand	666	406
Differenz zu ausländischen Ertragsteuern	119	-51
Steuereffekt aus steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen	66	42
Steuereffekt aus steuerfreien Erträgen	-105	-144
Wertaufholung auf aktive latente Steuern	-643	0
Steuereffekt aus der Nutzung bislang nicht angesetzter steuerlicher Verlustvorträge	-115	-244
Steuereffekt aus Verlustvorträgen, für die in der gegenwärtigen Periode keine aktiven latenten Steuern erfasst wurden	210	245
Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	198	254
Tatsächlicher Ertragsteuersatz	11,8%	24,8%

Der inländische Steuersatz ergibt sich aus der Gewerbesteuer mit einem Hebesatz von 440%, einer Körperschaftssteuer von 25% und einem Solidaritätszuschlag auf die Körperschaftssteuer von 5,5%.

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 fixe Aufsichtsratsvergütung beträgt pro Geschäftsjahr T€ 40 (Vj. T€ 40). 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 2006 T€ 11 (Vj. 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
- H. Brinkhaus GmbH & Co., Warendorf; Mitglied des Beirats
- 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 392 T€. Die Vorstandsvergütung setzt sich aus einer Grundvergütung und einer variablen Vergütung, die sich nach der Erreichung des Planergebnisses und nach der Entwicklung des Börsenkurses richtet, zusammen. Die feste Vergütung beträgt für das Geschäftsjahr 2006 303 T€, die variable Vergütung 5% des Konzernjahresüberschusses vor Steuern und Vorstandstantiemen von 1.776 T€, dies entspricht 89 T€. Herr Peter M. Boder hat am 31. Oktober 2005 gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG mitgeteilt, dass er 2,63 Mio. Aktien der Gesellschaft (62,69%) hält.

Im Berichtsjahr wurden nach IAS 19 den Pensionsrückstellungen für Pensionszusagen gegenüber dem Vorstandsmitglied T€ 87 zugeführt. Der Gesamtbetrag der für den Vorstand gebildeten Pensionsrückstellungen beträgt T€ 589.

Für Herrn Boder ergibt sich eine Altersrente ab dem 65. Lebensjahr in Höhe von monatlich € 15.338,75 und eine Invalidenrente in gleicher Höhe (diese steigt ab dem 1. Juli 2006 jährlich um 2% bezogen auf die Vorjahresrente), eine Witwenrente in Höhe von 60% der erreichten Altersrente sowie eine Waisenrente. Eine Anpassung der laufenden Rente in Höhe von 2% bezogen auf die Vorjahresrente ist garantiert.

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2006

2. Anzahl der Arbeitnehmer

Zum Ende des Geschäftsjahres waren beschäftigt:

	2006	2005
Angestellte	119	121
Auszubildende	6	6
	125	127

3. Corporate Governance

Die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde abgegeben und ist den Aktionären über die Homepage unter www.unitedlabels.com dauerhaft zugänglich.

4. Mitarbeiteroptionsprogramm

Zum 31. Dezember 2006 bestanden keine Optionsrechte und auch kein gültiges Optionsrechteprogramm. Auf der Hauptversammlung im Mai 2006 wurde zudem die Ermächtigung zur Schaffung von bedingtem Kapital für Mitarbeiterbeteiligungsmodelle in der Satzung aufgehoben.

5. Honorarangabe

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar für die Abschlussprüfung des Einzelabschlusses der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft und des Konzernabschlusses beträgt T€ 55 (im Vorjahr entfielen für die Steuerberatung T€ 10 und für die Abschlussprüfung T€ 60).

6. Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

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 Facility Management GmbH vermietet ein Bürogebäude in der Gildenstraße 2j an die **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft. Die empfangenen Leistungen betragen in 2006 T€ 80 (Vj. T€ 87).

Frau Alexa Boder ist in Rechtsanwaltsfällen für das Unternehmen tätig (Forderungsbeitreibung) und hat hierfür in 2006 T€ 9 (Vj. T€ 9) erhalten. Die Abrechnung erfolgt nach BRAGO. Gesonderte Honorarvereinbarungen liegen nicht vor.

Alle Geschäftsbeziehungen wurden zu marktüblichen Konditionen abgewickelt.

7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es haben keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag stattgefunden.

Münster, 06.03.2007

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft

Vorstand



gez. Peter M. Boder

Wir haben den von der **UNITEDLABELS** Aktiengesellschaft, Münster, aufgestellten Konzernabschluss bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang sowie den Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst ist, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und zusammengefasstem Konzernlagebericht 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 des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den zusammengefassten Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den zusammengefassten Konzernlagebericht 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 im zusammengefassten Konzernlagebericht 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 des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Konzernlageberichts. 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 und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der zusammengefasste Konzernlagebericht 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.

Düsseldorf, den 7. März 2007

PricewaterhouseCoopers

Aktiengesellschaft

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(Ewig)
Wirtschaftsprüfer

(ppa. Schollmeyer)
Wirtschaftsprüfer

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit
vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2006

	2006	2005
	€	€
1. Umsatzerlöse	28.925.679,69	23.688.711,85
2. Materialaufwand	-16.612.978,15	-13.755.806,34
3. Abschreibungen auf Nutzungsrechte	-3.576.126,95	-2.959.480,35
	8.736.574,59	6.973.425,16
4. Sonstige betriebliche Erträge	903.262,33	866.987,94
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-2.840.747,78	-2.808.959,47
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-458.826,73	-489.711,84
- davon für Altersversorgung: € 49.806,03 (i.Vj. €45.670,24)		
	-3.299.574,51	-3.298.671,31
6. Abschreibungen		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-484.138,23	-450.405,50
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.956.184,08	-4.346.311,21
8. Erträge aus Beteiligungen	226.528,01	698.169,92
- davon aus verbundenen Unternehmen: € 226.528,01 (i.Vj. € 698.169,92)		
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	154.135,03	167.789,73
- davon aus verbundenen Unternehmen: € 138.922,11 (i.Vj. € 131.990,04)		
10. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0,00	0,00
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-132.916,00	-84.264,75
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	2.147.687,14	526.719,98
13. Steuern vom Einkommen und Ertrag	-190.006,06	0,00
14. Sonstige Steuern	-7.041,81	-9.903,81
15. Jahresüberschuss	1.950.639,27	516.816,17
16. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	513.103,82	246.287,65
17. Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	0,00	-250.000,00
18. Bilanzgewinn	2.463.743,09	513.103,82

AKTIVA	31.12.2006	31.12.2005
	€	€
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.552.461,47	3.571.510,49
2. Geschäfts- oder Firmenwert	1.608.302,98	1.732.018,54
3. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00
	4.160.764,45	5.303.529,03
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.785.082,07	2.858.989,30
2. Technische Anlagen und Maschinen	15.531,04	18.462,55
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	470.586,82	697.664,78
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	2.650.509,43	30.647,06
	5.921.709,36	3.605.763,69
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.136.583,53	8.136.583,53
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	2.576.861,86	1.095.618,47
	10.713.445,39	9.232.202,00
	20.795.919,20	18.141.494,72
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Fertige Erzeugnisse und Waren	5.595.500,03	6.091.543,63
2. Geleistete Anzahlungen	54.221,14	239.235,70
	5.649.721,17	6.330.779,33
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.987.494,40	2.430.395,70
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	3.428.924,86	4.177.598,86
3. Sonstige Vermögensgegenstände davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: € 205.168,82 (i.Vj. € 165.678,32)	1.949.540,18	1.915.019,58
	10.365.959,44	8.523.014,14
III. Kassenbestand, Bankguthaben, Schecks	3.756.521,50	2.662.443,80
	19.772.202,11	17.516.237,27
C. Rechnungsabgrenzungsposten		
davon Disagio: € 96.100,08 (i.Vj. € 43.217,04)	211.224,24	99.459,01
Aktiva, gesamt	40.779.345,55	35.757.191,00

UNITEDLABELS Aktiengesellschaft, Münster

Bilanz zum 31. Dezember 2006

Jahresabschluss
UNITEDLABELS AG

PASSIVA	31.12.2006 €	31.12.2005 €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	4.200.000,00	4.200.000,00
II. Kapitalrücklage	24.431.558,29	24.431.558,29
III. Andere Gewinnrücklagen	250.000,00	250.000,00
IV. Bilanzgewinn	2.463.743,09	513.103,82
	31.345.301,38	29.394.662,11
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	400.131,00	355.157,00
2. Sonstige Rückstellungen	2.303.609,57	1.259.178,47
	2.703.740,57	1.614.335,47
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 326.362,98 (i.Vj. € 127.822,98)	2.843.451,69	1.531.274,67
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 1.927.921,69 (i.Vj. € 2.690.160,75)	2.350.921,69	2.955.160,75
3. Sonstige Verbindlichkeiten davon aus Steuern: € 686.057,20 (i.Vj. € 136.896,78) davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: € 0,00 (i.Vj. € 68.830,82) davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 1.535.930,22 (i.Vj. € 261.758,00)	1.535.930,22	261.758,00
	6.730.303,60	4.748.193,42
Passiva, gesamt	40.779.345,55	35.757.191,00

Adressen

Impressum

Herausgeber:

UNITEDLABELS AG, Münster

Druck:

Landwirtschaftsverlag GmbH,
Münster

Redaktionsschluss: 22. März 2007

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

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. Jede 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.

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 – Pressemitteilungen“.