

NanoRepro AG

Jahresabschluss

zum

31.12.2017

Inhaltsverzeichnis

Lagebericht.....	1
Bilanz zum 31. Dezember 2016.....	31
Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar 2016 bis zum 31. Dezember 2016.....	32
Anhang.....	33

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016

I. Grundlagen der Gesellschaft

1. Geschäftsmodell

Die in Marburg an der Lahn ansässige NanoRepro AG ist auf die Entwicklung, die Herstellung und den nationalen sowie internationalen Vertrieb von medizinischen Selbsttests spezialisiert und dabei vorwiegend in der gesundheitlichen Planung und Vorsorge tätig.

Das Unternehmen adressiert dabei einen schnell wachsenden Markt, der durch das stetig steigende Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung geprägt ist und in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Seit dem 10. Oktober 2008 ist die NanoRepro AG im Freiverkehr notiert und gehört zu den Innovationsführern im Bereich der Selbstdiagnostik.

NanoRepro hat 25 Schnelltests im Portfolio und baut dieses kontinuierlich aus. Unter anderem hat das Unternehmen bereits 2 Schwangerschaftstests, einen Test zur Fruchtbarkeitsbestimmung beim Mann, einen Test zur Magengesundheit sowie eine Palette von verschiedenen Allergie-Tests und Tests zur gesundheitlichen Vorsorge am Markt etabliert.

Mit den Schnelltests werden bestimmte Antikörper bestimmt, wobei je nach Test entsprechende Körpersubstanzen, etwa Urin, Blut, Scheidensekret oder Sperma, verwendet werden

Die Tests eignen sich sowohl zur Durchführung zuhause als auch durch den medizinischen Fachgebrauch. Alle Produkte sind durch eine Benannte Stelle CE-zertifiziert und auf diese Weise für den Vertrieb in Europa zugelassen. Außereuropäische Zulassungen erfolgen separat im jeweiligen Land und bedürfen einer Zulassungszeit zwischen 3 Monaten und 2,5 Jahren.

Um den Kunden nach Vorabdiagnose nicht mit seinem „Problem“ allein zu lassen und zukünftig vorzubeugen, hat sich die NanoRepro AG aus strategischen Gründen dazu entschlossen, die Marke „Alphabiol“ zu übernehmen, um Synergieeffekte und wiederkehrende Erträge nutzen zu können. Es ist geplant, für jeden Schnelltest ein passendes Nahrungsergänzungsmittel anzubieten: in Bezug auf den Spermientest FertiQUICK, die Schwangerschaftstests GraviQUICK & GraviQUICK Frühtest sowie den Menopausetest wurde das Konzept bereits erfolgreich umgesetzt.

2. Strategie

- Grundlegendes

Gesundheit ist ein nicht zu unterschätzendes Gut, trotzdem werden Symptome verschiedenster Krankheiten von vielen Menschen ignoriert. Oftmals fehlt die Zeit für den Gang zum Arzt oder sie wird in der schnelllebigen, durch viele Aktivitäten geprägten Zeit, nicht eingeplant. Vorsorge und Prävention, die von zuhause möglich, rückt zunehmend in den Fokus der Öffentlichkeit.

Der globale Markt für diagnostische Vor-Ort-Anwendungen (Point-of-Care) im medizinischen Bereich ist ein Wachstumsmarkt. Global betrachtet wird allein für die Jahre 2013 bis 2018 ein durchschnittliches jährliches Wachstum um 10,4 % erwartet.

Die NanoRepro AG setzt mit der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von Selbstdiagnostika zur Eigenanwendung schon heute auf diesen schnell wachsenden Markt, der durch das zunehmende Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung geprägt ist und in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Mit einem innovativen und einzigartigen Portfolio gehört die NanoRepro AG zu den Marktführern im Bereich der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von Schnelltests zur Eigenanwendung. Anspruch des Unternehmens ist, diese Position weiter zu stärken und eine international bedeutende Rolle einzunehmen.

Bereits heute existieren 25 Schnelltests aus den Bereichen Fruchtbarkeit, gesundheitliche Vorsorge, Allergien sowie Infektionskrankheiten. Mit Hilfe eines erfahrenen Teams gelingt es, die Pipeline kontinuierlich und nachhaltig zu erweitern. Das Produktportfolio wird schrittweise gefüllt, wobei Ziel ist, die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung über die Zulassung bis hin zur Vermarktung abzubilden.

- Produktentwicklung, Beschaffung und Produktion

Die NanoRepro AG sieht ihre Aufgaben darin, qualitativ hochwertige und innovative Produkte für die gesundheitliche Vorsorge eines jeden Menschen zu liefern. Das Unternehmen gehört in Deutschland zu den führenden Unternehmen auf dem Sektor der Selbstdiagnostika.

Schon seit Jahren steigen weltweit das Interesse an der Selbstdiagnose und die Nachfrage nach entsprechenden Produkten. Auch zukünftig wird ein stetiges Wachstum dieses medizinischen Marktsegments erwartet.

Qualität und Liefersicherheit des Unternehmens werden durch ein kompetentes und erfahrenes Management-, Gesellschafter- und Mitarbeiterteam sichergestellt. Die MitarbeiterInnen der NanoRepro AG sind in ihrem Bereich professionell ausgebildet und tragen damit besonders zum Erfolg des Unternehmens bei.

Um die hohen Qualitätsansprüche der Kunden erfüllen zu können, arbeiten die Wissenschaftler der NanoRepro AG eng mit Institutionen wie der Universität Marburg oder auch dem Forschungszentrum für Medizintechnik und Biotechnologie, Bad Langensalza, zusammen.

Hinsichtlich der Entwicklung des Produktportfolios wird höchste Flexibilität sowie eine kurze Time-to-Market gewährleistet. Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren liegt in der kontinuierlichen Optimierung der Produktions- und Herstellungskosten, um personalisierte Diagnostik „Made in Germany“ auch in Schwellen- und Entwicklungsländern anbieten zu können.

In der Vergangenheit hat die NanoRepro AG ihre Schnelltests in Industriekooperationen entwickelt und hatte kein exklusives Vertriebsrecht für die Produkte. Dies hatte den Nachteil, dass das Unternehmen – vor allem in Bezug auf Preise – sehr stark von dem jeweiligen Produzenten abhängig war.

Seit dem Jahr 2015 arbeitet die NanoRepro AG mit einem deutschen Partner zusammen, der die Ideen, die NanoRepro gibt, auf Machbarkeit überprüft, exklusiv für NanoRepro entwickelt und produziert. NanoRepro ist alleiniger Eigentümer der Tests und hat das alleinige Vertriebsrecht.

Alle zukünftig neuen Schnelltests werden mit dem Partner entwickelt und auch bereits bestehende Produkte des Portfolios wurden neu entwickelt, um Margenverbesserungen zu erzielen. Dies führt zu einer Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit, da das Unternehmen im Vergleich zu anderen Wettbewerbern kostengünstiger produzieren und in Folge dessen auch günstiger an Endkunden verkaufen kann. Dies ist vor allem für den Vertrieb in Schwellen- und Entwicklungsländern mit niedrigem Preisniveau ein entscheidender Faktor.

- Rechtlicher Rahmen - Zertifizierung der Produkte

Alle Produkte der NanoRepro AG sind immunochromatografische Tests zur Bestimmung von entsprechenden Antikörpern aus der entsprechenden Substanz zur Eigenanwendung (Immunoassay), also solche, die zur Verwendung von Laien in der häuslichen Umgebung sowie im B2B Bereich in Arztpraxen und Kliniken vorgesehen sind. Es sind in-vitro-Diagnostika gemäß den grundlegenden Anforderungen der Richtlinie 98/79/EG Artikel 9 Absatz 1 Satz 2 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27.10.1998 über in-vitro-Diagnostika.

Alle Schnelltests der NanoRepro AG sind bei der mdc medical device certification GmbH in Stuttgart zertifiziert und damit für den Vertrieb in Europa zertifiziert. Außerhalb Europas bedarf der Verkauf der Schnelltests einer eigenen Zulassung im entsprechenden Land; dies kann zwischen 4 (z.B. Dubai), 9 (z.B. Saudi-Arabien) und 24 Monaten (z.B. Brasilien) Zeit in Anspruch nehmen.

II. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Im Jahr 2016 hat die Weltwirtschaft ihr moderates Wachstum fortgesetzt, blieb allerdings hinter den anfänglichen Erwartungen für das Gesamtjahr zurück. Nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) hat die weltweite Wirtschaftsleistung im Jahr 2016 um 3,1 % zugenommen (2015: 3,1 %).

Die Industrienationen wurde die Wirtschaftsentwicklung durch die Zurückhaltung der Unternehmen in Bezug auf Investitionen sowie die verhaltene Inlandsnachfrage gebremst. Ebenso die gering schwächere Konjunktorentwicklung in den USA, das Brexit-Votum im Vereinigten Königreich und die stetig weltweit wachsende Angst vor Terroranschlägen haben die Entwicklung der Weltkonjunktur verzögert.

Die produktions- und konsumintensiven Volkswirtschaften werden durch die niedrigen Öl- und Rohstoffpreise zwar entlastet, sie dämpften aber gleichzeitig die Wachstumsperspektiven von rohstoffexportierenden Länder wie Brasilien oder Russland. Chinas Wirtschaftswachstum ging mit Jahresverlauf ebenfalls zurück, hat sich aber weitgehend stabilisiert. Die Volksrepublik verfolgt nun einen konsequenten Strukturwandel, die einhergeht mit einer gelockerten Geld- und Fiskalpolitik, erhöhtem Binnenkonsum und einem stärkeren Dienstleistungssektor, um ein nachhaltigeres Wachstum langfristig zu gewährleisten. Die nachlassende Nachfrage in China bremste nach Meinung der Asiatischen Entwicklungsbank (ADB) ebenfalls das Wachstum in diversen anderen asiatischen Ländern.

1.2 Branche

Der globale Markt für diagnostische Vor-Ort-Anwendungen (Point-of-Care) im medizinischen Bereich ist ein Wachstumsmarkt. Global betrachtet, wird allein für die Jahre 2013 bis 2018 ein durchschnittliches jährliches Wachstum (CAGR) um 10,4 % erwartet. Dabei ist Nordamerika mit einem erwarteten Volumen in 2018 von EUR 4,91 Mrd. der weltweit größte Markt. Direkt dahinter folgt der gesamteuropäische Markt mit einem Volumen von EUR 3,60 Mrd., wobei Deutschland innerhalb Europas den mit Abstand größten Anteil ausmacht. Hierzulande soll sich das Volumen in 2018 auf EUR 1,10 Mrd. belaufen und rund ein Drittel des europäischen Marktes ausmachen. Die stärkste Wachstumsregion weltweit ist hingegen der asiatisch-pazifische Raum, mit einem erwarteten CAGR von 14,8 %, gefolgt von weiteren Regionen der Welt, die auf 12,1 % Wachstum kommen. Hierin inkludiert sind Afrika und Südamerika.

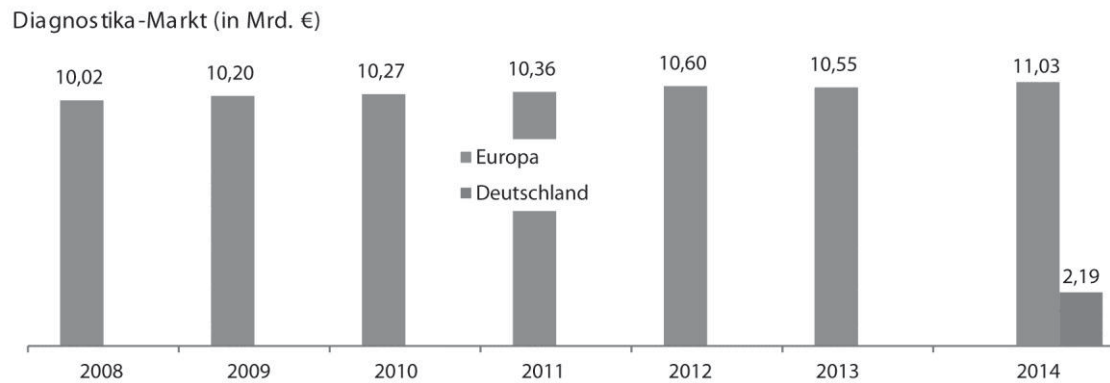
Eine Untergruppe der diagnostischen Vor-Ort-Anwendungen sind freiverkäufliche Selbsttests für die Heimanwendung. Auch hier besteht ein hohes Wachstumspotenzial. Es wird davon ausgegangen, dass das Marktvolumen für Selbsttests in Europa von EUR 2,12 Mrd. in 2013 auf EUR 3,22 Mrd. in 2018 ansteigt. Dies entspricht einem CAGR von 8,7 % bzw. einem Anstieg um über 50 % innerhalb von 5 Jahren. Deutschland ist auch bei Selbsttests der größte Markt in Europa, mit einem CAGR von 9,0 % und einem erwarteten Marktvolumen von fast EUR 1 Mrd. in 2018. Dabei gehören z.B. Tests für Infektionskrankheiten oder Fertilitätstests zu den wachstumsstärksten Produktgruppen.

1.3 NanoRepro und Branche

- Der deutsche und europäische Markt für In-vitro-Diagnostika

Unter In-vitro-Diagnostika (IVD) werden Reagenzien und Analysesysteme zusammengefasst, anhand derer menschliche Körperflüssigkeiten und Gewebe im Rahmen der medizinischen Diagnostik, Therapie und Prävention untersucht werden. Die Produkte werden dabei in Laboren, Krankenhäusern, Arztpraxen oder als Selbsttests vom Patienten selbst angewandt.

Der europäische Markt (EU27 + EFTA + Türkei) für IVD beläuft sich nach Erhebungen der European DiagnosticManufacturersAssociation (EDMA) auf ein Volumen von EUR 11,03 Mrd. und macht rund 1,1% des gesamten europäischen Gesundheitsmarktes aus. Der Bereich zeigte sich über die vergangenen Jahre sehr stabil, wobei Deutschland mit einem Marktanteil von 20,65% in 2014 den größten Teilmarkt für In-vitro-Diagnostika in Europa einnimmt. Hier umfasst das Marktvolumen EUR 2,19 Mrd.



Quelle: European Diagnostic Manufacturers Association (EDMA); NanoRepro AG

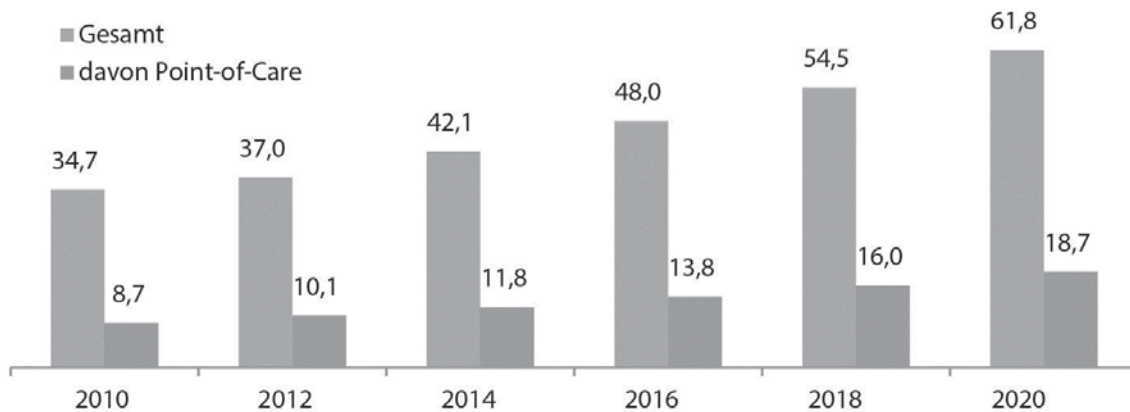
Obwohl der Diagnostikmarkt sehr heterogen und vielfältig ist und der tatsächlich adressierte Bereich durch die NanoRepro AG nur einen Bruchteil des Teilmarktes für Schnelltests ausmacht, verdeutlichen die Branchenzahlen und Einschätzungen des deutschen und europäischen Branchenverbandes, dass der Diagnostikmarkt eine entscheidende Rolle im Bereich der Früherkennung, Therapie und Prävention von Krankheiten einnimmt. Immerhin rund zwei Drittel aller Diagnosen sind auf den Einsatz von Diagnostika zurückzuführen.

- Der weltweite Markt für In-vitro-Diagnostika

Eine nochmals dynamischere Entwicklung sollte die Entwicklung von Diagnostika auf globaler Ebene nehmen. Gemäß den Schätzungen von A.T. Kearney sind global durchschnittliche jährliche Wachstumsraten bis zum Jahr 2020 von rund 6,0% zu erwarten. Während, wie oben dargestellt, der europäische Markt nur langsam zulegt, werden die Wachstumsregionen im Bereich der BRIC-Länder gesehen. Hier wird von einem CAGR bis 2020 von 16,4% ausgegangen. Eine der am stärksten wachsenden Regionen soll dabei China mit 17,5% sein.

Entsprechend dieser dynamisch erwarteten Entwicklung wird davon ausgegangen, dass der globale In-vitro-Diagnostikmarkt ausgehend von einem Niveau in 2010 von EUR 34,7 Mrd. auf EUR 61,8 Mrd. in 2020 anwachsen wird, was einem Anstieg um insgesamt 78% über 10 Jahre hinweg gleichkommt.

Weltweiter In-Vitro-Diagnostikmarkt (in Mrd. €)



Quelle: A.T. Kearney „Biophotonik – Zukunftsmarkt für Deutschland“, Oktober 2013; NanoRepro AG

Eine besondere Stellung im Bereich der Diagnostik nimmt die sog. patientennahe Diagnostik (POC-Diagnostik = pointofcarediagnostic) ein. Das wichtigste Kennzeichen von POC ist, dass die Tests ohne spezielle Laborfachkenntnisse, zum Beispiel in der Arztpraxis, Apotheke oder beim Patienten zu Hause durchgeführt werden können. Die Palette reicht dabei von einem Schwangerschaftstest bis zu vollautomatischen Geräten. Der globale POC-Markt wächst mit 8% noch stärker als der Gesamtdiagnostikmarkt und wird sein Volumen, ausgehend von 2010, bis 2020 auf EUR 18,7 Mrd. mehr als verdoppeln. 2012 betrug das Umsatzvolumen bereits EUR 10,1 Mrd.

Innerhalb des POC-Marktes stellten noch 2012, mit rund 60% des Umsatzes, Blutzuckerteststreifen den Hauptumsatzträger des POC-Marktes dar. Diese Gewichtung wird sich gemäß den Erwartungen von A.T. Kearney in den kommenden Jahren zu Gunsten anderer Segmente verschieben, da diese höhere Wachstumsraten aufweisen, etwa im Bereich der Infektionskrankheiten und Tumormarker.

- Medizinische Schnelldiagnostik für den häuslichen Gebrauch

In Deutschland und Europa birgt der Markt insbesondere im Konsumgüterbereich enormes Potential. Auf Grund der alternden Gesellschaften wächst das Bedürfnis nach Gesundheitsleistungen und vermehrter Lebensqualität.

Der European DiagnosticManufacturersAssociation zufolge belief sich der Umsatz des deutschen Diagnostik-Marktes im Jahr 2014 auf EUR 2,19 Mrd. Die umsatzstärksten und häufig nachgefragten Schnelldiagnostik-Produkte stammen aus den Bereichen Blutzucker und Schwangerschaft.

Der Diagnostik-Markt gewinnt auch im Bereich Kinderwunsch (Fruchtbarkeitstests) zunehmend an Bedeutung. Neben der Tatsache, dass seit 1970 das Alter der Frauen bei der ersten Geburt steigt – im Jahr 2014 lag es bei 29,5 Jahren – ist die Qualität der Spermien bei Männern in den letzten 17 Jahren um mind. 32 % gesunken. In aktuellen wissenschaftlicher Studien wurde unter anderem ein großer Einfluss von Umweltfaktoren des modernen Lebenswandels festgestellt die steigende Prävalenz bestimmter Krankheiten zeigt jedoch auch Zusammenhänge auf.

Die Gründe für eine ungewollte Kinderlosigkeit verteilen sich in etwa zu gleichen Teilen auf Männer wie auf Frauen, jeweils 30 bis 40%. In etwa 15 bis 30% der Fälle liegen kombinierte Ursachen bei beiden Partnern vor. All diese Tatsachen führen dazu, dass Schwangerschaften in vielen Fällen nicht „einfach so“ passieren, sondern geplant werden. Fruchtbare Tage werden nicht durch einfaches Abzählen ermittelt, sondern es werden Ovulationstests, die das Eisprung auslösende Hormon LH im Urin nachweisen, zur Hilfe genommen.

Die Schnelldiagnostik-Produkte im Bereich „Allergien“ werden nach Ansicht der Deutschen Gesellschaft für Allergologie und Klinische Immunologie in den nächsten Jahren ebenfalls steigende Nachfragen verzeichnen. Diese Entwicklung rührt daher, dass nahezu jeder zweite Mensch in Deutschland mittlerweile ein Allergie-Problem hat. Dabei sind 60-80% der Allergiker von mindestens zwei Allergien betroffen.

Ebenfalls auf dem Vormarsch sind sexuell übertragbare Krankheiten. Während im Jahr 2000 noch weniger als 2000 Syphilis-Ansteckungen in Deutschland gemeldet wurden, wurden im Jahr 2014 bereits mehr als 5700 gemeldete Erkrankungen gemeldet. Die Zahl hat sich nahezu verdreifacht.

Ähnlich sieht es mit Krankheiten wie Chlamydien und anderen Geschlechtskrankheiten aus. Experten machen vor allem ein verändertes Risikobewusstsein für diese Entwicklung verantwortlich. Die Nachfrage nach Schnelltests im Bereich der sexuell übertragbaren Krankheiten wird also steigen und NanoRepro AG folgt mit der Markteinführung dieser Tests damit einem weiteren Trendmarkt.

Konsumenten weisen nach Einschätzung der Gesellschaft generell in den letzten Jahren verstärkt ein Interesse an ihrer Gesundheitsvorsorge auf. So stieg der Gesamtumsatz in Apotheken 2015 um 13,8 Prozentpunkte. Zudem ist ein Trend dahingehend zu beobachten, dass sich immer mehr Käufer in Bezug auf Gesundheitsprodukte online informieren und auch online konsumieren (z.B. Apothekenversandhandel + 11 % in 2015). Eine neue Ausprägung dieses Trends spiegelt sich besonders auch im Anstieg von Selbstvermessungsprogrammen wie „QuantifiedSelf“ oder entsprechenden Fitness-Tracking Applikationen für Smartphones wider.

- Medizinische Schnelldiagnostik-Produkte für den professionellen Gebrauch

Ende 2014 waren weltweit laut Schätzungen von UNAIDS 36.9 Millionen an HIV erkrankt. Während weltweit im Jahr 2014 0,5 % der Bevölkerung HIV positiv waren, waren es in der Subsahara-Region 2,7% der Bevölkerung. Im Jahr 2014 starben ca. 1,2 Mio. Menschen weltweit an der Infektionskrankheit HIV, Mitte der 2000er Jahre waren es noch 2,2 Millionen Menschen jährlich. Auch die Neuinfektionen konnten in den vergangenen Jahren gesenkt werden: Während im Jahr 2000 die Zahl der Neuinfektionen noch bei 3,1 Mio. Menschen lag, waren es im Jahr 2014 2,0 Mio. Menschen.

Von den geschätzten 36,9 Mio. Menschen haben ca. 32% Zugang zu HIV-Medikamenten.

Mittels eines HIV-Schnelltests, der ein Ergebnis innerhalb von ca. 20 Minuten mit 99,9%iger Sicherheit vor Ort anzeigt, sollen Ärzte auf der ganzen Welt unterstützt werden, einzelne Infektionen zu diagnostizieren, die Mutter-Kind-Übertragung zu verhindern und die HIV-Prävalenz zu überwachen und Blutspenden zu untersuchen.

- Wettbewerbsposition

Die von der NanoRepro AG angebotenen medizinischen Schnelldiagnostik-Produkte für den häuslichen und professionellen Gebrauch sind immunochromatografische Schnelltests, die auf dem Prinzip einer Antigen-Antikörper-Reaktion beruhen.

Grundsätzlich stellt in Bezug auf jedes Produkt der Arzt eine Konkurrenz zum Unternehmen dar. Wenn Patienten Beschwerden haben und den Arzt aufsuchen, schickt dieser die entsprechende Substanz (Blut, Urin, Scheidensekret, Sperma) in ein Labor, welches die Auswertung vornimmt (z.B. anti-tTG-IgA-Antikörper, die auf Glutenunverträglichkeit hinweisen) oder er nimmt die Auswertung direkt in der Praxis vor. Die Patienten erhalten dann entsprechend einige Tage später (im Fall der Auswertung durch das Labor) oder direkt (im Fall der Auswertung durch den Arzt) das Ergebnis.

Die Schnelltests der NanoRepro AG sollen nicht den Arzt ersetzen. Sie dienen ausschließlich einer Vorabdiagnose, bei der man Zeit spart und innerhalb von wenigen Minuten ein Ergebnis vor Ort erhält. Es wird von Seiten der NanoRepro AG ausdrücklich empfohlen, bei Nichtabklingen der entsprechenden Beschwerden einen Arzt aufzusuchen. In jeder Packungsbeilage wird darauf hingewiesen, zusätzlich zum Ergebnis des Tests den entsprechend für das Krankheitsbild zuständigen Arzt aufzusuchen.

Der Markt für Point-of-Care Diagnoseprodukte (POC) in den zehn Hauptmärkten USA, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien, Großbritannien, Japan, China, Indien und Brasilien wird von US\$ 2,13 Mrd. in 2015 auf US\$ 2,9 Mrd. in 2021 zunehmen, entsprechend einer jährlichen

Wachstumsrate von 5,3%. Hierbei beinhaltet die Definition neben den Selbsttests auch mobile Messgeräte. Der relevante, globale Markt dürfte deutlich kleiner sein und sich im unteren dreistelligen Millionenbereich bewegen.

Die Wettbewerbsintensität der einzelnen Produkte ist unterschiedlich. So vertreibt die STADA Arzneimittel AG mit Sitz in Bad Vilbel ("Stada") vier vergleichbare Produkte. Der Vertrieb erfolgt nicht über einen eigenen Web-Shop, sondern über Apotheken und Online-Apotheken. Es haben folgende Produkte eine PZN Nummer und werden über Apotheken vertrieben: Eisen-Selbsttest, Glutenunverträglichkeits-Selbsttest, HelicobacterPylori-Selbsttest, Menopause-Selbsttest, FOB-Selbsttest. Bei diesen Produkten gelingt ein nachhaltiger Marktauftritt im Wesentlichen über den Preis. Seit Anfang des Jahres 2014 hat Stada ebenfalls Schnelltests zur Gesundheitsvorsorge in ihr Portfolio aufgenommen und in den deutschen Markt eingeführt. Stada startete 2014 mit EUR 149.628 Umsatz durch den Abverkauf der Schnelltests. 2015 konnte der Abverkauf mit EUR 346.293 mehr als verdoppelt werden.

Im Bereich „Schnelltests und E-Commerce“ existiert seit dem Jahr 2015 das Portal www.vimeda.de. „Vimeda“ verfügt über einen General-Shop und ist rein auf Vertrieb fokussiert, es bündelt Schnelltests verschiedener Hersteller auf seiner Online-Seite, hat aber keinen Einfluss und keine Anbindung an eigene Testentwicklungen. Vimeda vertreibt die Produkte der NanoRepro AG über die Seite www.vimeda.de und ihre Eigenmarke „Vimeda“ besteht aus Tests der NanoRepro AG, d.h. Vimeda ist Vertrieb und NanoRepro Hersteller (OEM).

Stada – ebenso wie Vimeda – nimmt die Stellung des Vertriebs der Produkte ein, Hersteller ist im Fall von Stada die Mexacare GmbH, wobei Mexacare die Tests nicht eigens entwickelt. Das eigentliche Know-How eines jeden Tests kommt aus verschiedenen Ländern weltweit. Stada hat die Tests als Legal-Hersteller in Deutschland zertifiziert.

Die NanoRepro AG sieht Vimeda, Stada und alle OEM-Partner des Unternehmens wie z.B. die Paul Hartmann AG oder auch Glenmark als Partner und nicht als Konkurrenten, mit denen zusammen der Markt der „Home Health Tests“ gemeinsam aufgebaut wird – wohlwissend, dass die NanoRepro AG der einzige Legal-Hersteller in Deutschland ist, der Entwicklung, Herstellung und Produktion vereint.

Das Unternehmen hat nach eigener Einschätzung auf dem Schnelltest-Markt in Deutschland keinen direkten Wettbewerber in Bezug auf die Schnelltests VagiQUICK, MilchCHECK und EierCHECK. Damit ist gemeint, dass exakt diese Schnelltests in Bezug auf zuvor genannte Produkte so nicht ein weiteres Mal über Apotheken mit einer entsprechenden Pharmazentralnummer (PZN) erhältlich sind.

Nach Ansicht der NanoRepro AG gibt es in den entsprechenden Bereichen keine PZN-gelisteten Schnelltests, die mit einem nicht digitalisierten Testverfahren arbeiten. Es existieren vergleichbare Verfahren, die ebenfalls beispielsweise die Cholesterinwerte anzeigen. Allerdings handelt

es sich hierbei um digitale Verfahren, bei denen der Kunde sowohl einen Monitor als auch entsprechende Teststäbchen zur einmaligen Nutzung kauft.

Im Bereich des Online-Handels sind nach eigenen Recherchen der NanoRepro AG vergleichbare Schelltests erhältlich, die ebenfalls nach dem immunochromatografischen Testverfahren z.B. eine Glutenunverträglichkeit, einen Scheidenpilz, den Magenkeim Helicobacter Pylori oder auch Spermien im Ejakulat nachweisen. Allerdings sind diese nicht PZN-gelistet, also werden nicht über die Apotheke verkauft. Oder es handelt sich um Produkte eines ausländischen Herstellers, so dass die Tests zwar in Deutschland verfügbar sind, dennoch aber nicht als direkte Konkurrenz gesehen werden können, da sie erfahrungsgemäß über keine deutsche Gebrauchsanweisung verfügen und so in Deutschland von Endkunden nur eingeschränkt angewendet werden können.

In den Bereichen Ovulation und Schwangerschaft sind dagegen eine Vielzahl von Wettbewerbern geschäftlich aktiv.

Im Segment Ovulation sieht die NanoRepro AG als wesentlichen Wettbewerber Procter und Gamble mit dem Produkt Clearblue. Weitere Anbieter sind hier Laboklinika, Uebe und Estrade. Insgesamt gibt es ca. 25 Hersteller, allerdings nach Einschätzung der Gesellschaft mit geringen Marktanteilen. Die NanoRepro AG schätzt ihren Marktanteil in diesem Bereich auf ca. 1%.

Im Bereich Schwangerschaftstests hat Procter und Gamble in Deutschland mit dem Produkt Clearblue bei einem Umsatz von ca. EUR 12 Mio. einen Marktanteil von ca. 30%. Nächst größerer Hersteller ist Spree Pharma mit Femtest (Marktanteil: ca. 18%). Danach folgen Übe mit Cyclotest (Marktanteil: ca. 8%) und Medvec (Marktanteil: ca. 8%). Der Marktanteil der NanoRepro AG liegt im Bereich Schwangerschaftstests unter 0,2%. Die Schwangerschaftstests der NanoRepro AG werden allerdings auch nicht aktiv beworben, sondern lediglich in Verbindung mit dem Ovulationstest OvuQUICK verkauft. Da der Markt der Schwangerschaftstests mit ca. 90 Herstellern einem sehr starken Preisdruck unterliegt, hat sich die NanoRepro AG aus strategischen Gründen gegen das aktive Bewerben dieses Produktes entschieden und setzt statt dessen vor allem auf die Bewerbung der innovativen Produkte, die keinem intensiven Wettbewerb unterliegen.

2. Geschäftsverlauf

Die NanoRepro AG blickt auf einen erfolgreichen Geschäftsverlauf 2016 zurück. So verzeichnete das Unternehmen Umsätze in Höhe von EUR 1.539.295 bei einem Jahresfehlbetrag in Höhe von EUR 551.677.

NanoRepro hat sowohl die Entwicklung als auch den Vertrieb seiner Produkte im Geschäftsjahr 2016 entscheidend vorangebracht und es konnten folgende Meilensteine erreicht werden:

- Im Januar 2016 wurden die bereits im Portfolio existierenden, aber neu entwickelten Tests Gluten-CHECK, FOB-CHECK und Heli-C-CHECK durch die Benannte Stelle mdc zugelassen und waren damit bereit für den weltweiten Vertrieb. Das Unternehmen hat sich aufgrund der hohen Produktionskosten in der Vergangenheit dazu entschlossen, die Tests nachzuentwickeln, um eine hohe Marge erzielen zu können bzw den Vertrieb der Tests in Schwellen- und Entwicklungsländern überhaupt erst zu ermöglichen
- Im Januar 2016 wurden die neu entwickelten Test, EisenCHECK sowie TSH CHECK, erfolgreich durch die Benannte Stelle mdc zugelassen und steht zum Verkauf bereit
- Im März 2016 wurde die Durchführung einer Kapitalerhöhung gegen Barleinlage aus dem genehmigten Kapital in Höhe von 10 % des Grundkapitals durchgeführt. 434.285 Stücke zum Nennwert in Höhe von EUR 1,00. Der Emissionserlös der Kapitalerhöhung wurde zur Finanzierung des operativen Geschäfts und zur Warenavfinanzierung verwendet
- Im April 2016 hat das Unternehmen die Vertriebsvereinbarung mit der Paul Hartmann AG bekannt gegeben. Der Vertriebspartner hat seit April 2016 eine Anzahl von 6 Tests der NanoRepro AG unter der Marke Veroval in 15 Ländern eingeführt. Im Januar 2017 wurden 2 weitere Tests des Unternehmens in das Veroval-Portfolio aufgenommen und 1 weiteres Land hinzugewonnen
- Im Mai 2016 hat das Unternehmen bekannt gegeben, dass der Aufsichtsrat des Unternehmens den Vorstandsvertrag von Lisa Jüngst um drei Jahre verlängert hat. Frau Jüngst war die erste Mitarbeiterin des Unternehmens und hat die Umstrukturierung der NanoRepro AG in den Jahren 2015/2016 federführend betreut und verantwortet
- Ebenfalls im Mai 2016 gab das Unternehmen den Start der Zusammenarbeit mit der Glenmark Pharmaceuticals South Africa Ltd bekannt. Das Unternehmen mit einem Umsatz in Höhe von ca. EUR 2,2 Mrd. Jahresumsatz hat 10 Tests der NanoRepro AG ins Portfolio aufgenommen.
- Im Juli 2016 wurde eine Barkapitalerhöhung in Höhe von EUR 877.830 abgeschlossen. Es wurden 877.830 Stück zum Nennwert in Höhe von EUR 1,00 platziert. Das Kapital diene der Deckung der laufenden Kosten des operativen Geschäfts der Gesellschaft, einschließlich der Zahlungsverpflichtungen, die aus Arbeits- und Mietverträgen, Vereinbarungen für Produktentwicklungen, kurzfristigen Finanzierungsverträgen sowie Verträgen mit Herstellern und Vertriebspartnern entstanden sind
- Im August 2016 hat das Unternehmen bekannt gegeben, dass der Vorstand ab sofort um einen CFO, Herrn Michael Fuchs, erweitert wird. Michael Fuchs ist seit vielen Jahren einer der Hauptaktionäre der NanoRepro und verfügt über fundierte Erfahrungen in den Bereichen Finanzen sowie Portfolio/Investment-Management.

-
- Im September hat das Unternehmen die Zahlen zum 1. Halbjahr 2016 bekannt gegeben. Der Umsatz lag im 1. HJ 2016 bei EUR 524.000 und damit 161 % über dem entsprechenden Vorjahreswert. Der Inlandsumsatz stieg um 234 % auf rund EUR 423.000, der Auslandsumsatz erhöhte sich um 129 % auf ca EUR 85.000
 - Im Oktober 2016 hat das Unternehmen veröffentlicht, dass sich die positive Umsatzentwicklung aus dem 1. Halbjahr des Jahres fortsetzt und die Prognose für das Gesamtjahr 2016 auf EUR 1,3 Mio – € 1,4 Mio. angehoben. Die Ergebnisse zeigen, dass die Umstrukturierung erste Früchte trägt und das Unternehmen mit nachhaltigen Partnern zusammenarbeitet
 - Im Jahr 2016 hat das Unternehmen neben den Vereinbarungen mit der Paul Hartmann AG und der Glenmark Pharmaceuticals South Africa Ltd. Vertriebsvereinbarungen mit insgesamt 16 Ländern bekannt gegeben, darunter u.a. Serbien, Kroatien, Slowenien, Weißrussland, Iran, Algerien, China, Hongkong. Die Produkte werden dort unter der Marke „NanoRepro“ verkauft. Die Partner übernehmen das Marketing und die Kosten für die Zulassung in den entsprechenden Ländern. Die Zulassungszeiten in den einzelnen Ländern sind sehr unterschiedlich, sie betragen zwischen 4 Monaten bis hin zu 2,5 Jahren

Für die Zukunft plant das Unternehmen, die positive Umsatzentwicklung fortzusetzen, die nachhaltigen Partnerschaften zu vertiefen, neue aufzubauen und das Portfolio an innovativen Schnelltests entsprechend eigener Strategie und auf Wunsch der Vertriebspartner auszubauen.

3. Aktie

Die Aktien des Unternehmens sind zu rund 50 % im Streubesitz, 10 % halten Vorstand und Aufsichtsrat, 48 % sind in den Händen von dem Unternehmen bekannten Aktionären, die jeweils zwischen 5 % und 10 % halten. Zu Jahresbeginn 2016 notierten die Papiere (Basis Tagesschlusskurs) bei einem Kurs von EUR 1,01, im Dezember lag der Kurs bei EUR 1,05.

4. Mitarbeiter

Die Mitarbeiterzahl der NanoRepro AG belief sich im Jahr 2016 auf 14. Für 2017 plant das Unternehmen, keine zusätzlichen Mitarbeiter einzustellen. NanoRepro ist mit seinem Stamm an MitarbeiterInnen für die Zukunft und weiteres Umsatzwachstum sehr gut aufgestellt.

5. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft hat auch im abgelaufenen Jahr weitere Schnelltests in der Entwicklung vorangetrieben. Die in diesem Zusammenhang aktivierten Aufwendungen beliefen sich auf 380 T€, die im Wesentlichen Personalkosten darstellen.

6. Lage

Der im Folgenden als Geschäftsjahr 2016 bezeichnete Zeitraum umfasst die Zeit zwischen 1. Januar 2016 und 31. Dezember 2016. Aufgrund von Rundungen ist nicht auszuschließen, dass sich einzelne Zahlen in diesem Lagebericht nicht exakt zur angegebenen Summe aufaddieren dass Prozentangaben nicht genau die absoluten Werte widerspiegeln, die auf die sie sich beziehen.

a) Ertragslage

NanoRepro hat im Geschäftsjahr 2016 die Umsatzerlöse planmäßig vorangetrieben und diese mit insgesamt EUR 1.539.295 im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdreifacht (2015: EUR 450.116) Das Unternehmen ist im Jahr 2016 in den Bereichen Vertrieb und Internationale Zulassungen entscheidende Schritte gegangen hat mit der Gewinnung von nachhaltigen Vertriebspartnern eine verlässliche Basis für weiteres Wachstum geschaffen. Es wurden Auslandsverträge neu verhandelt, zusätzliche Distributionspartnerschaften geschlossen und Produktentwicklungen entscheidend vorangetrieben.

Der Inlandsumsatz belief sich im Jahr 2016 auf rd. EUR 1.265.000 und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr um über 270 % erhöht. Der Auslandsumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 155 % auf EUR 275.000.

Die aktivierten Eigenleistungen lagen in 2016 mit EUR 313.045 über dem Niveau des Vorjahres (2015: EUR 157.551). Der Großteil der Eigenleistungen wurde in den Bereichen „Testentwicklungen“ sowie Internationale Zulassungen aktiviert. Der Jahresfehlbetrag der NanoRepro AG verringerte sich im Geschäftsjahr von EUR 1.175.854 auf EUR 551.677, positiv beeinflusst

durch die Aktivierung latenter Steuern in Höhe von EUR 557.000. Das EBITDA verbesserte sich leicht von EUR -958.558 auf EUR -853.277.

Im Einklang mit der Unternehmensstrategie hat NanoRepro eine neue Kraft im Bereich Regulatory Affairs eingestellt sowie ein weiteres Vorstandsmitglied berufen. Die in der 2. Jahreshälfte 2015 neu eingestellten Mitarbeiter für den Aufbau des Auslandsvertriebs waren in 2016 erstmals über das gesamte Jahr kostenwirksam. Insofern erhöhten sich die Personalaufwendungen um rd. 32,5% auf rd. EUR 658.000.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit rd. EUR 574.000 primär bedingt durch Kosten für die beiden Kapitalerhöhungen in 2016 und die Zulassung von eigenentwickelten NanoRepro-Produkten deutlich über dem Vorjahr.

Das Ergebnis wurde zudem durch erhöhte Rückstellungen belastet. Zu erwähnen sind hier die Erhöhung einer Prozeßkostenrückstellung um EUR 46.000 auf EUR 76.000 sowie die Bildung einer Garantierückstellung i.H.v. knapp EUR 20.000.

Auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens wurden außerordentliche Abschreibungen von rd. EUR 42.000 vorgenommen.

b) Finanzlage

Das Unternehmen verfügt zum 31. Dezember 2016 über eine Liquidität in Höhe von EUR 530.122 (2015: EUR 230.508) Dem kurzfristig gebundenen Vermögen in Höhe von EUR 150.855 stehen kurzfristige Verbindlichkeiten in Höhe von EUR 197.935 gegenüber. Zur Sicherung der künftigen Liquidität verweisen wir auf die Erläuterungen in Abschnitt („Risiken“). Derzeit hat die Gesellschaft Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von EUR 150.000.

Die Finanzlage soll anhand der folgenden Kapitalflussrechnung hinsichtlich der Kapitalflüsse dargestellt werden:

Kapitalflussrechnung DRS 21

in T€	2016	2015	Delta	
			T€	%
Jahresfehlbetrag	-551,7	-1.175,9	624,2	-53,1
+/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	208,8	216,8	-8,0	-3,7
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	0,0	-25,4	25,4	-100,0
= Brutto-Cashflow vor Veränderung des Working Capitals	-342,9	-984,5	641,6	-65,2
+/- Zunahme/Abnahme der mittel- und kurzfristigen Rückstellungen	66,4	-19,9	86,3	-433,5
-/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, Forderungen aus LuL sowie anderer Aktiva	-45,8	42,5	-88,3	-207,8
+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus LuL sowie anderer Passiva	105,3	26,9	78,4	291,6
+/- Zinsaufwendungen/Zinserträge	4,3	0,4	3,9	916,5
+/- Ertragsteueraufwand/ -ertrag	-557,0	-0,3	-556,7	196.199,6
= Cashflow aus der lfd. Geschäftstätigkeit	-769,7	-934,6	164,9	-17,6
- Auszahlungen für Investitionen in das imm. AV	-380,2	-388,4	8,2	-2,1
- Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-0,8	-1,6	0,8	-48,5
= Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-380,4	-390,0	9,6	-2,5
+ Einzahlungen aus EK-Zuführungen von Gesellschaftern des MU	1.312,1	1.542,9	-230,7	-15,0
+ Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Kreditaufnahme	142,5	0,0	142,5	0,0
- Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und Krediten	0,0	-107,5	107,5	-100,0
- Gezahlte Zinsen	-4,9	0,0	-4,9	0,0
= Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	1.449,7	1.435,4	14,3	1,0
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	299,6	110,8	188,9	170,5
+ Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	230,5	119,7	110,8	92,5
= Finanzmittelfonds am Ende der Periode	530,1	230,5	299,6	130,0

Die Kapitalflussrechnung zeigt, dass auch im abgelaufenen Jahr die Cash-Born-Rate durch Eigenkapitalzuführungen überkompensiert wurde.

c) Vermögenslage

Die Eigenkapitalquote der Gesellschaft ist in der Berichtszeit im Vergleich zum Vorjahr auf 86,38 % gesunken, ist aber noch immer überdurchschnittlich hoch.

Das Umlaufvermögen besteht weitgehend aus Liquidität und liquiditätsnahen Werten, so dass der bilanzierte Vermögensbestand kaum risikobelastet ist.

7. Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Die finanziellen Leistungsindikatoren der Gesellschaft bestimmen sich im Wesentlichen nach der Möglichkeit der Gesellschaft, die erforderlichen Finanzmittel zum weiteren Aufbau der Gesellschaft bereitstellen zu können. Komplexe Finanzanlagen werden nicht gehalten. Die Finanzierung erfolgt weitgehend eigenfinanziert. Die erforderliche Liquidität wird bar vorgehalten.

Im nicht finanziellen Bereich ist die Gesellschaft auf die Gewinnung und das Halten von Mitarbeitern in Forschung und Vertrieb fokussiert und arbeitet regelmäßig an der Straffung der Organisation.

III. Nachtragsbericht

Nach Ende des Berichtszeitraums ist bilanziell folgendes Ereignis bei NanoRepro eingetreten:

Die Le Complement Alimentaire S.A.S., Paris, Frankreich, hat die NanoRepro AG mit Klageschrift vom 5. Februar 2013 wegen behaupteter Pflichtverletzungen aus einem Kooperationsvertrag vom 1. September 2011 auf Schadenersatz in Höhe von EUR 126.165 verklagt (Landgericht Marburg AZ: 4 O 8/13). Es haben seit Klageerhebung mehrere mündliche Verhandlungen stattgefunden, in denen unter anderem Zeugen vernommen wurden. Das Unternehmen zahlte einen durch Grund- und Teilurteil des Landgerichts Marburg vom 16.10.2014 ausgeurteilten Betrag in Höhe von EUR 9.050,00. Zum 31. Dezember 2015 wurde eine Rückstellung im Zusammenhang mit diesem Klageverfahren in Höhe von EUR 30.000 gebildet. Im Januar 2017 einigten sich beide Parteien auf einen Restbetrag in Höhe von EUR 70.000, der bis einschließlich 28.06.2017 in monatlichen Raten zu zahlen ist. Mit Abschluss dieses Vergleiches sind alle weiteren wechselseitigen Ansprüche der Parteien aus diesem Rechtsstreit und den streitgegenständlichen Vertragsverhältnissen erledigt und abgegolten. Der Vergleich hat keine Auswirkung auf das Ergebnis in 2017, weil in 2016 bereits eine ausreichende Rückstellung in der Bilanz gebildet worden ist.

Ein wichtiger Meilenstein ist dem Unternehmen mit erfolgreichem Abschluss der Nachentwicklung des Allergietests im März 2017 gelungen: Der Test wurde in der Vergangenheit zu einem deutlich höheren Preis produziert als in der. Da es sich bei dem Test um eines der führenden Produkte im Hartmann / Veroval Portfolio handelt, wird sich das Ergebnis zukünftig um einen 6-stelligen Betrag per annum verbessern.

IV. Prognosebericht

In den vergangenen 2 Jahren hat das Unternehmen im Rahmen der Umstrukturierung den Grundstein für erfolgreiches Wachstum gelegt. Für das Geschäftsjahr 2017 geht der Vorstand von einer weiteren Umsatzsteigerung aus. Dazu werden sowohl die nachhaltigen Partnerschaften, mit denen das Unternehmen bereits Umsätze erzielt, als auch die Distributionspartnerschaften beitragen, mit denen Verträge geschlossen wurden, bzgl. derer sich die Produkte allerdings noch in Zulassung befinden. Das Unternehmen wird seine Partnerschaften im In- und Ausland weiter nachhaltig ausbauen und seine Expansion und Weiterentwicklung des Produktportfolios vorantreiben.

Anfang 2016 hat die NanoRepro AG die ersten eigenentwickelten Schnelltests auf den Markt gebracht und konnte die Produktionskosten in Bezug auf diese Tests bereits erheblich senken.

Die Fixkostenstruktur wird nur unterproportional zur Umsatzsteigerung verlaufen, was entsprechende Skaleneffekte nach sich ziehen wird. Personell wurden in den letzten beiden Jahren die

wichtigsten Kernkompetenzen besetzt und werden in Zukunft mit dem Umsatzwachstum einhergehend keiner wesentlichen Ausweitung bedürfen. Daher rechnet das Unternehmen damit, dass sich auch die Margensituation in den Folgejahren deutlich verbessern wird.

Wenngleich die NanoRepro AG für das Geschäftsjahr 2016 ein noch deutlich negatives Ergebnis ausweisen muss, hat das Unternehmen im Verlauf der letzten beiden Jahre deutlich erkennbar an Qualität hinzugewonnen. Im Rahmen der Neuausrichtung des Geschäfts wurden wesentliche Meilensteine erreicht, die die Grundlage für zukünftiges, profitables Wachstum darstellen. Es wurde eine verlässliche Umsatzbasis geschaffen, auf der zukünftige Wachstumsprojekte aufgebaut werden können.

V. Chancen und Risikobereich

1. Chancen

- **Umstrukturierung**

Die Jahre 2015 und 2016 waren für NanoRepro AG eine Zeit der Umstrukturierung, die Grundlage für nachhaltiges Wachstum wurde in dieser Zeit gelegt. Sowohl im Bereich der Entwicklung/Produktion als auch im Bereich Vertrieb hat sich das Unternehmen neu aufgestellt.

Während in der Vergangenheit alle Schnelltests in internationalen Industriekooperationen entwickelt und bei weltweit unterschiedlichen Produzenten gefertigt wurden, werden 90 % des Portfolios (ausgenommen Schwangerschaft und Ovulation) seit dem Jahr 2015 in Deutschland entwickelt und produziert, was einen großen Vorteil gegenüber Wettbewerbern verschafft.

Durch die Aufnahme eines HIV Schnelltests in das Portfolio hat das Unternehmen sein QM-System an Hochrisikoprodukte angepasst und damit einen weiteren Vorteil gegenüber Wettbewerbern aufbauen können.

Während im Bereich des internationalen Vertriebs im Jahr 2014 drei zuverlässige und nachhaltige Partner die Produkte des Unternehmens vermarktet haben, wurde auch dieser Bereich innerhalb der letzten beiden Jahre mit einem engagierten Vertriebsteam, bestehend aus Export Managern und einer Kraft im Bereich Regulatory Affairs („Internationale Zulassungen“) aufgebaut. Das Unternehmen arbeitet derzeit mit über 25 Partnern weltweit, mit denen Vertriebsverträge abgeschlossen wurden und die die Produkte derzeit in den jeweiligen Ländern zulassen. Erste Zulassungen sind bereits erfolgt und so konnte an erste Partner bereits Ware ausgeliefert werden.

Mit CE-Kennzeichnung durch unsere Benannte Stelle (Basis-Registrierung) sind die Tests für den Vertrieb in Europa zugelassen, außereuropäisch bedarf es Zulassungszeiten zwischen 3 Monaten und 2,5 Jahren.

Die Partner, mit denen wir zusammenarbeiten, übernehmen die Zulassungskosten im jeweiligen Land, sie sind allesamt erfahren im Bereich der Vermarktung von OTC-Produkten, ein Großteil hat Kenntnisse im Bereich der Etablierung von Diagnostik für den Eigengebrauch.

Aufgrund überdurchschnittlicher Wachstumsraten im medizinischen Bereich fokussieren wir uns bzgl. unserer Auslandsaktivitäten auf Schwellenländer: Brasilien, Südafrika, die Ukraine und China sind wichtige Länder und wir streben an, gemeinsam mit unseren Partnern Vorreiter im Bereich der personalisierten Diagnostik zu werden.

- Vertriebsstrategie

Das Unternehmen fährt in Bezug auf seinen Vertrieb 3-gleisig, dabei unterscheidet man zwischen:

- Vertrieb Deutschland (Marken QUICK & CHECK)
- Vertrieb Ausland (Marken QUICK & CHECK)
- OEM-Vertrieb (Weltweit über Marken verschiedener Unternehmen)

- Vertrieb Deutschland

Das Unternehmen vermarktet seine Produkte unter den Namen QUICK und CHECK über eigene Online-Shops wie www.ovuquick.de, www.fertiquick.de etc (Wir haben für jedes unserer Produkte einen eigenen Online-Shop) oder das Gesamtportal www.zuhausestest.de. Des Weiteren sind unsere Produkte bei den namhaften deutschen Apothekengroßhändlern gelistet, wir verkaufen sowohl an den an den Großhandel als auch an Apotheken direkt.

Bzgl. der Kommunikationsstrategie hat das Unternehmen innerhalb der letzten Jahre die Erfahrung gesammelt, dass sich die Tests am erfolgreichsten vermarkten lassen, wenn wir in Bezug auf Werbeformen die Möglichkeit haben, die Schnelltests, ihre Vorteile und Nutzen, zu erklären. Reine Bannerwerbung, die zu einem Großteil auf Bildern ohne Erklärung beruht, ist nicht erfolgreich.

Aus diesem Grund hat das Unternehmen mit dem Haus „Axel Springer“ einen Media-Deal verhandelt, der sich über 5 Jahre auf die Bereich Print und Online erstreckt. Es wurde ein jährliches Brutto-Mediavolumen in Höhe von 4 Mio. verhandelt, wovon ein geringer Teil als Retainer zu zahlen wäre und der Rest rein über Umsatz abgerechnet würde. Im Zuge dessen hätte man die

Möglichkeit, ½-seitige oder auch 1/1-seitige Anzeigen - in Textform gestaltet – in zielgruppenspezifischen Zeitschriften zu platzieren und online Werbeplätze buchen, bei denen die Möglichkeit besteht, Vorteile und Nutzen der Tests zu erklären.

Ein solcher Werbe Deal würde das Bewusstsein der Schnelltests für Endkunden stärken und die Etablierung der Marke NanoRepro entscheidend vorantreiben.

- Vertrieb Ausland

Durch das kontinuierlich anwachsende Produktportfolio konnte die NanoRepro AG Ende 2010 mit der Internationalisierung des Geschäfts beginnen, hat allerdings bis zum Jahr 2014 keine nennenswert nachhaltigen Vertriebspartner aufbauen können.

Im Zuge der Restrukturierung der letzten beiden Jahre, die vor allem eine Einsparung der Produktionskosten um mit sich brachte, stellt die NanoRepro AG mittlerweile einen sehr attraktiven Partner für Schwellen- und Entwicklungsländer dar und baut seit 2015 einen nachhaltigen Auslandsvertrieb, bestehend aus einem Team von 4 Mitarbeitern im Bereich Vertrieb und „Internationale Zulassungen“, kontinuierlich auf.

Da die NanoRepro AG nicht über eigene Niederlassungen in den unterschiedlichen Exportländern verfügt und dies in absehbarer Zeit auch nicht plant, besteht die internationale Ausrichtung der Firma aus Projektgeschäft und langfristigen Kooperationen mit Partner-Unternehmen.

Key-Strategie ist, kompetente und gut aufgestellte Vertriebspartner für die Vermarktung unserer Produkte in den jeweiligen Ländern zu identifizieren.

Diese werden unter Berücksichtigung der folgenden Faktoren ausgewählt:

- Branche/Sparte, in der sie aktiv sind (Medizinprodukte, Generika, Nahrungsergänzung etc.)
- Vertriebsnetzwerk (Zugang zu Absatzkanälen wie Apotheken, Großhandel, Kliniken, Endkunden etc.)
- Jahresumsatz
- Marketingstrategien und verfügbares Marketingbudget (Wie und in welchem Ausmaß sollen unsere Produkte beworben werden)

Die Vertriebspartnersuche erfolgt durch klassische Internet-Recherche, durch Besuch von internationalen Messen wie beispielsweise der Medica in Düsseldorf oder auch der Arab Health in Dubai. Zudem erfolgt die Kontaktabstimmung durch aktive Kontaktaufnahme interessierter Unternehmen, die über unsere Homepage auf die NanoRepro AG aufmerksam werden.

Die NanoRepro AG bietet Kunden und Geschäftspartnern international generell zwei mögliche Formen der Zusammenarbeit an:

- Vertrieb des NanoRepro AG Labels
- oder
- Herstellung der NanoRepro AG Produkte für den Aufbau einer Eigenmarke (OEM-Geschäft)

Die Verkaufszahlen belegen, dass namhafte Unternehmen wie z.B. Glenmark oder auch die Paul Hartmann AG ihre eigene Marke nutzen und NanoRepro in dem Fall „nur“ Hersteller ist (OEM-Business). Kleinere Unternehmen nutzen sehr gerne die bereits bestehende Marke der NanoRepro AG (QUICK/CHECK).

Internationale Vertriebspartner werden von NanoRepro mit Ideen für Marketing unterstützt, ebenso schulen wir Med Reps, Apotheker etc. vor Ort zur Anwendung der Produkte, nehmen an Kundenterminen/Messen teil und stellen Marketingmaterial (Flyer & Poster) in Landessprache zu Verfügung. Die Vertragspartner berichten regelmäßig über Verkaufszahlen, Markttrends und Kundenrückmeldungen.

Zwar erhalten die Vertriebspartner von uns Empfehlungen und Erfahrungswerte zur Vermarktung unserer Produkte, sie bringen allerdings auch eigene Ideen und Erfahrungen ein. Die Kosten und letztendliche Planung und Umsetzung der Marketingstrategien obliegen dem/den Partner(n) vor Ort.

Um die Absätze in Exportländer voranzutreiben, sind dennoch einige Investitionen erforderlich, wie am folgenden Beispiel demonstriert:

Marketingaktivitäten und Produktregistrierungen werden in der Regel zu 100% von den Vertriebspartnern vor Ort getragen. Dennoch nimmt die NanoRepro AG Einfluss auf Entscheidungen in der Produktvermarktung und behält die Möglichkeit, den Vertrieb in den örtlichen Märkten mit zu steuern. Des Weiteren ist NanoRepro verpflichtet, entsprechende Unterlagen, die für die Zulassung in den einzelnen Ländern, erforderlich sind, zu liefern. Aus diesem Grund wurde eine Stelle im Bereich „Regulatory Affairs“ besetzt.

Durch Flexibilität des Unternehmens in Bezug auf Produktentwicklung, -design und Produktlabelling, die ausgezeichnete Qualität der Ware sowie einen sehr geringen Anteil an Retouren/Reklamationen durch Endkunden und ein attraktives Pricing konnten wir bereits internationale Vertriebspartner langfristig an uns binden und geben für zukünftige Partnerschaften sehr gute Prognosen ab.

Aufgrund der kontinuierlich fortgeführten Expansion wird der internationale Vertrieb auch in den kommenden Jahren maßgeblich dazu beitragen, die NanoRepro AG und ihre Produkte langfristig als Marken zu etablieren und in die Gewinnzone zu führen.

Stand heute ist NanoRepro in den folgenden Gebieten aktiv:

EUROPA: Spanien, BeneLux, Rumänien, Tschechien, Serbien, Kroatien, Frankreich, Italien, Weißrussland, Ukraine, Türkei

AFRIKA: Algerien, Marokko, Ruanda, Südafrika,

ASIEN: China, HongKong, Taiwan, Iran, Irak, UAE, KSA, Kuwait, Indien

AMERIKA: Brasilien, Mexiko

- Vertrieb OEM

Zunehmend schließen wir Verträge mit etablierten Unternehmen, für die wir die Tests produzieren und die unsere Tests unter ihrer Marke und ihrem Design weltweit vermarkten. Wir haben in dem Bereich in den letzten Jahren u.a. die Firmen Paul Hartmann, Grünspecht und Migros gewonnen. Wir sind in dem Fall Produzent und Hersteller, die Partner übernehmen die Vermarktung (OEM-Herstellung).

2. Risiken

Im Hinblick auf die notwendige Finanzierung über Eigen- und Fremdkapital ist die NanoRepro AG von der allgemeinen Entwicklung des Kapital- und Kreditmarktes sowie gegebenenfalls von der Entwicklung projektbezogener Finanzierungsbedingungen in Folge der Finanzkrise sowie der veränderten Rahmenbedingungen abhängig. Grundsätzlich gilt zu beachten, dass sich nach Einschätzung der Gesellschaft die Finanzierungsmöglichkeiten verschlechtert haben. Aufgrund der nach wie vor bestehenden Verunsicherungen und potenziellen Verwerfungen im Bankensektor sind weitere Einschränkungen der Kreditvergabepaxis seitens der Geschäftsbanken nicht auszuschließen. Auch ist die NanoRepro AG im Hinblick auf ihre Liquidität und die Verwirklichung der Unternehmensziele auf eine deutliche und nachhaltige Verbesserung der Geschäftsentwicklung, insbesondere der Ertragslage, und/oder auf die Zufuhr von Fremd- oder weiterem Eigenkapital angewiesen, um ihren Geschäftsbetrieb zu finanzieren, neue Produkte zu entwickeln und zu vertreiben. Es ist nicht sichergestellt, dass die NanoRepro AG jemals solche Mittelzuführungen in ausreichender Höhe erzielen wird. Dies könnte die Gesellschaft auch dazu zwingen, ihre Tätigkeiten möglicherweise einzuschränken oder einzustellen.

Derzeit arbeitet die Gesellschaft nicht profitabel. Sie ist auf Kapitalzufuhr von außen angewiesen.

Es besteht das Risiko, dass die Gesellschaft niemals profitabel sein wird.

Seit der Aufnahme der Geschäfte hat die Gesellschaft stets und zum Teil erhebliche Verluste erwirtschaftet. Diese Verluste stammen vor allem aus Kosten für Forschungs- und Entwicklungsarbeit und Vertriebskosten. Die Verluste haben sich in der Vergangenheit negativ auf die liquiden Mittel, das Nettoumlaufvermögen, das Gesamtvermögen und das Gesellschaftsvermögen ausgewirkt und könnten sich auch in Zukunft nachteilig auswirken. Die Gesellschaft kann keine gesicherte Aussage darüber treffen, ob und wenn ja, zu welchem Zeitpunkt und für welche Dauer sie profitabel werden wird. Falls es der Gesellschaft nicht gelingen sollte, profitabel zu werden, würde sich dies erheblich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft bis hin zur Insolvenz auswirken mit der Gefahr eines Totalverlustes auf Seiten der Investoren.

Es bestehen Risiken im Zusammenhang mit der Aktivierung selbst geschaffener immaterieller Vermögensgegenstände.

Es besteht das Risiko, dass sich die immateriellen Vermögensgegenstände zukünftig als nicht oder nicht in der bilanzierten Höhe werthaltig erweisen. Außerordentliche Abschreibungen könnten dazu führen, dass sich das Bilanzbild der Gesellschaft erheblich verschlechtert; im schlimmsten Fall könnte ein Verlust in Höhe der Hälfte des Grundkapitals im Sinne von § 92 AktG oder gar eine bilanzielle Überschuldung der Gesellschaft eintreten. Sämtliche Faktoren würden erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Ertrags- und Vermögenslage der Gesellschaft haben.

Es bestehen Risiken aus dem Verlust des Know-hows der Gesellschaft.

Das im Rahmen der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten der Gesellschaft entstehende Know-how stellt einen bedeutenden Vermögenswert der Gesellschaft dar, der sich allerdings nur eingeschränkt über gewerbliche Schutzrechte, sondern im Wesentlichen nur über Geheimhaltungsvereinbarungen oder vertragliche Vereinbarungen schützen lässt. Im Falle der Verletzung einer vertraglichen Vereinbarung könnten der NanoRepro AG keine ausreichenden Rechtsmittel zur Beseitigung der Verletzungshandlungen zur Verfügung stehen, die mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand umgesetzt werden können. Zudem dürfte es oftmals nicht möglich sein, einzelnen Personen eine Verletzung der geschlossenen Vereinbarungen nachzuweisen. Es besteht daher ein Risiko hinsichtlich der dauerhaften Geheimhaltung dieses Know-hows. Eine teilweise oder vollständige Offenlegung dieses Know-hows gegenüber Dritten könnte dazu führen, dass gegenüber den Wettbewerbern selbst erarbeitete Vorteile entfallen. Sollte es der NanoRepro AG daher nicht gelingen, ihr Know-how zu schützen oder geheim zu halten, könnte dies erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft haben.

Es bestehen Risiken im Falle der (behaupteten) Verletzung von Schutzrechten Dritter.

Der Gesellschaft ist nicht bekannt, dass sie in Verbindung mit den von ihr angebotenen Schnelltests oder Nahrungsergänzungsmitteln gewerbliche Schutzrechte Dritter verletzt. Es kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass die Gesellschaft möglicherweise Schutzrechte Dritter verletzt, Dritte Ansprüche aus der Verletzung von Schutzrechten gegenüber der NanoRepro AG geltend machen oder dass die NanoRepro AG im Rahmen von Rechtstreitigkeiten mit verklagt wird. Dies kann dazu führen, dass Lizenzzahlungen erforderlich sind und/oder Erfindungen der NanoRepro

AG nicht oder nur verzögert kommerziell verwendet werden können. Erfolgreich geltend gemachte Ansprüche aus Patent- oder Schutzrechtsverletzungen könnten die NanoRepro AG zu erheblichen Schadenersatzleistungen verpflichten. Derartige Rechtsstreitigkeiten können darüber hinaus mit einem beträchtlichen Zeit-, Personal- und Kostenaufwand verbunden sein.

Bereits die Behauptung Dritter, dass die NanoRepro AG gewerbliche Schutzrechte Dritter verletzt, könnte aufgrund der entscheidenden Rolle, die gewerbliche Schutzrechte in der Branche spielen, in der die NanoRepro AG tätig ist, zu wirtschaftlichem Schaden führen. Dritte könnten wegen Handlungen der Gesellschaft oder ihrer Mitarbeiter Ansprüche aus der Verletzung ihrer Patente oder anderen geistigen Eigentums geltend machen und Klagen gegen die NanoRepro AG oder ihre Kooperationspartner einreichen.

Jedes der vorbezeichneten Risiken könnte erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft haben.

Es bestehen Risiken aus der Vertriebsstruktur. Der Einfluss der Gesellschaft auf die Qualität des Vertriebs außerhalb Deutschlands durch externe Vertriebspartner ist erheblich eingeschränkt. Auch besteht das Risiko des Ausfalles eines Vertriebspartners.

Der Vertrieb der Produkte der NanoRepro AG erfolgt außerhalb Deutschlands über externe Vertriebspartner. Der Einfluss der Gesellschaft auf die Qualität des Vertriebs in diesen Gebieten, beispielsweise durch Schulungen von Mitarbeitern, ist daher erheblich eingeschränkt. Dies kann sich nachteilig auf den Erfolg der Vertriebsmaßnahmen und damit auf die Marktdurchdringung und demzufolge auch auf den Umsatz der Gesellschaft auswirken. Es ist auch nicht auszuschließen, dass die Marken, unter der die Produkte der NanoRepro AG vertrieben werden, durch einen mangelhaften Vertrieb im Ausland beschädigt werden

Sollten Vertragspartner in den Absatzmärkten ausfallen oder sollte es notwendig sein, im Falle des Auslaufens von Verträgen, neue Verträge abzuschließen, so besteht das Risiko, neue Vertragspartner nicht oder nur zu schlechteren Konditionen verpflichten zu können. Diese Risiken können zusätzliche, nicht prognostizierte Aufwendungen zur Folge haben, was zu niedrigeren Erlösen führen kann.

Jedes der vorbezeichneten Risiken aus der Vertriebsstruktur kann sich erheblich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft auswirken.

Es bestehen Risiken aus der Ausweitung der internationalen Geschäftstätigkeit.

Die Gesellschaft beabsichtigt, ihre Geschäftstätigkeit in anderen Ländern weiter aus- bzw. aufzubauen. Diese Ausweitung der Geschäftstätigkeit in andere Staaten kann durch eine Reihe von Faktoren nachteilig beeinflusst werden, wie beispielsweise die allgemeinen politischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerrechtlichen Rahmenbedingungen, unerwartete Änderungen von regulatorischen Bedingungen und Tarifen, Rezessionen, beschränkter Schutz geistigen Eigentums, Schwierigkeiten in der Besetzung und/oder dem Management ausländischer Geschäfts-

partner oder staatlicher Subventionierung von Konkurrenzunternehmen. Zudem besteht das Risiko, dass die Produkte der NanoRepro AG in anderen Ländern nicht zugelassen werden. Darüber hinaus könnten nationale oder internationale Wettbewerber in der Lage sein, die Nachfrage nach Schnelltests besser zu befriedigen, da sie von besseren Produktions- und Absatzmöglichkeiten bedingt durch bessere Kenntnis der lokalen Gegebenheiten und Märkte profitieren. Des Weiteren können bei der Erschließung neuer Märkte Anlaufverluste entstehen. Solche Faktoren können die Ausweitung des Geschäftsbetriebs der NanoRepro AG in diesen Regionen erschweren oder unmöglich machen. Jeder der vorgenannten Umstände könnte sich erheblich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der NanoRepro AG auswirken.

Es bestehen Risiken aus der Abhängigkeit von Lieferanten und Partnern.

Die NanoRepro AG betreibt keine eigenen Produktionsanlagen. Die Gesellschaft ist daher gegenwärtig bei der Entwicklung und Produktion der Schnelltests und Nahrungsergänzungsmittel auf Dritte (so genannte „Lohnhersteller“) angewiesen, die auf der Grundlage von Lohnherstellungsverträgen für die NanoRepro AG entwickeln und produzieren. Die Abhängigkeit von der Produktion durch Lohnhersteller birgt zusätzliche Risiken im Vergleich zur Eigenproduktion. Zu diesen Risiken zählt unter anderem die nicht vertragsgerechte Produktion, die im Verhältnis zu Dritten zu einer Inanspruchnahme der NanoRepro AG im Rahmen von Produkthaftung und anderen Ersatzansprüchen führen kann.

Sollte ein Lohnhersteller den Lohnherstellungsvertrag mit der Gesellschaft kündigen oder nicht verlängern oder aus sonstigen Gründen - unter Umständen kurzfristig - ausfallen, wäre die NanoRepro AG gezwungen, einen anderen geeigneten Lohnhersteller zu finden. Ein solcher Wechsel des Lohnherstellers kann zu umstellungsbedingten Schwierigkeiten, insbesondere Produktionsverzögerungen, Lieferengpässen und erheblichen weiteren Kosten führen.

Es können sich aber auch im Laufe der Zusammenarbeit Probleme bei der Produktion ergeben. Dazu gehören unter anderem eine nicht ausreichende Bereitstellung von Kapazitäten durch den Vertragspartner für Zwecke der Zusammenarbeit, finanzielle Schwierigkeiten des Lohnherstellers, eine Änderung seiner Geschäftsstrategie oder ein Wechsel in der Eigentümerstruktur des Lohnherstellers. Derartige Umstände können Einfluss auf die Vertragsbeziehungen haben, die Produktion der betroffenen Schnelltests verzögern und die Kosten für ihre Produktion erhöhen. In jedem dieser Fälle könnte die NanoRepro AG möglicherweise die geplanten Produktionsziele für die betroffenen Schnelltests verfehlen.

Schwierigkeiten mit Lohnherstellern oder ein Verstoß gegen einschlägige gesetzliche Vorschriften oder Richtlinien durch die Lohnhersteller können Geldstrafen, Geldbußen, gerichtliche Verfügungen, zivilrechtliche Schadensersatzforderungen, die Versagung oder Verzögerung der Erteilung, die Anordnung des Ruhens oder die Rücknahme von Zulassungen sowie die Anordnung der Beschlagnahme oder des Rückrufs von Produkten, die Beschränkung der Geschäftstätigkeit der NanoRepro AG sowie Strafverfolgungsmaßnahmen zur Folge haben. Diese Sanktionen könnten den Kostenaufwand der Gesellschaft erhöhen, die Entwicklung von Schnelltests verzögern und

die Umsatzzahlen der NanoRepro AG verringern. Darüber hinaus kann es in diesen Fällen zu einer Rufschädigung der Gesellschaft kommen, die sich ebenfalls negativ auf die Vermarktung der Produkte der Gesellschaft und damit erheblich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft auswirken kann.

Es bestehen Risiken aus der Abhängigkeit mit Kunden.

Die NanoRepro AG vermarktet ihre Produkte teilweise über OEM-Partner, die einen hohen Anteil am Gesamtgeschäft haben.

Sollte ein Kunde den Vermarktungsvertrag mit der Gesellschaft kündigen oder nicht verlängern oder aus sonstigen Gründen – unter Umständen kurzfristig – ausfallen, hätte die NanoRepro AG Umsatz- und Ertragseinbußen.

Es bestehen Produkthaftungs- und Gewährleistungsrisiken.

Die NanoRepro AG bezieht ihre Produkte von Lieferanten. Die NanoRepro AG gilt aber dennoch rechtlich gesehen als Hersteller im Sinne des Produkthaftungsgesetzes und kann insoweit haftbar gemacht werden. Sie ist davon abhängig, dass die Produkte qualitativ hochwertig sind und die relevanten Spezifikationen und Qualitätsstandards erfüllen. Die von der NanoRepro AG vertriebenen Schnelltestes können Mängel aufweisen. Eine mangelhafte Qualität der von der NanoRepro AG vertriebenen Produkte kann zu einer Beeinträchtigung des Absatzes der Produkte bei Kunden führen. Auch können Produkthaftungs- und Gewährleistungsansprüche entstehen oder Folgeschäden bei Kunden eintreten, deren Höhe den Wert der von der NanoRepro AG gelieferten Produkte übersteigt. Es ist auch nicht sichergestellt, dass die NanoRepro AG bei den eigenen Lieferanten aufgrund vertraglicher Vereinbarungen jeweils in vollem Umfang Regress nehmen oder bestehende Regressansprüche in vollem Umfang wirtschaftlich durchsetzen kann. All dies könnte erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit und damit die Vermögens-, Finanz-, Ertragslage der Gesellschaft haben.

Es bestehen Haftungsrisiken aus Werbemaßnahmen.

Die NanoRepro AG vertreibt Nahrungsergänzungsmittel. Diese werden mit bestimmten Werbeaussagen beworben. Die Europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde (EFSA) gibt vor, unter welchen eng umgrenzten Voraussetzungen Werbeaussagen verwendet werden dürfen. Es besteht dennoch das Risiko, dass Endkunden die NanoRepro AG aufgrund der Werbeaussagen möglicherweise auf Schadensersatz in Anspruch nehmen mit der Argumentation, die angeblich versprochene Wirkung sei nicht eingetreten. Dies könnte erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit und damit die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft haben.

Es bestehen Risiken im Zusammenhang mit den Online-Angeboten der Produkte der Gesellschaft

Die NanoRepro AG vertreibt ihre Produkte unter anderem über eigene Online-Shops. Die Durchführung der Unternehmenstätigkeit über das Internet und die EDV beruht im Wesentlichen auf einer stabilen Datenverfügbarkeit, einer schnellen Übertragung von Daten und einer technisch stabil funktionierenden Internet-Anbindung. Die NanoRepro AG setzt für die Warenwirtschaft, E-

Commerce, Controlling und Finanzbuchhaltung EDV-Systeme ein. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Systemausfälle und -störungen (z.B. Routing- oder Programmierfehler, Hackerangriffe, Ausspähung von sensiblen Kundendaten, Prozessfehler) oder Fehler in den zahlreichen Anbindungen an andere Unternehmen (z.B. Internet- oder Direktanbindungen an Systeme, Programme, Schnittstellen oder Prüfsysteme, z.B. Direktanbindung an die Schufa oder Netzbetreiber und Service Provider) Kosten in einem erheblichen Umfang verursachen. Die Anfälligkeit oder der Ausfall der EDV-Systeme können den Arbeitsablauf im Extremfall zum Erliegen bringen. So könnte beispielsweise ein Warenverfügbarkeitsrisiko entstehen, wenn die Funktionsfähigkeit von EDV-Systemen nicht mehr gewährleistet ist, die für einen reibungslosen Bestellablauf notwendig sind. Besonders von Hacker-Angriffen geht ein besonderes Risiko aus. So manipulieren Hacker immer öfter externe Computer und befehlen diesen, eine bestimmte Webseite (z.B. einen Online-Shop) innerhalb einer Sekunde in sehr hoher Anzahl aufzurufen. Aufgrund des vermehrten Ansturms von "virtuellen" Besuchern reichen die Serverkapazitäten oftmals nicht mehr aus, so dass die Internetseite blockiert wird. Kunden können die entsprechende Seite nicht mehr aufrufen und damit auch keine Waren mehr bestellen. Störungen bis hin zum Ausfall von EDV-Systemen könnten sich daher erheblich nachteilig auf den Geschäftsablauf sowie die Lieferanten- bzw. Kundenbeziehungen und damit auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auswirken. Daneben können Störungen in den EDV-Systemen zu einem Imageschaden führen.

Die Domains der Gesellschaft könnten negativ beeinflusst werden.

Die NanoRepro AG vertreibt Produkte unter anderem über eigene Online-Shops. Der über das Internet erfolgende Vertrieb der Produkte setzt voraus, dass die jeweilige Domain störungsfrei funktioniert und ihre Nutzung weder rechtlich noch tatsächlich nachteilig beeinflusst wird. Jede Störung, Unterbrechung oder wesentliche Beeinträchtigung der Nutzungsmöglichkeit der von der Gesellschaft verwendeten Domains würde die Geschäftstätigkeit unmittelbar negativ beeinflussen und sich erheblich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auswirken können.

Es bestehen Risiken aus der Abhängigkeit von Führungskräften und qualifizierten Mitarbeitern.

Die erfolgreiche Umsetzung der Geschäftsstrategien und Unternehmensziele und damit der Erfolg der NanoRepro AG basiert in hohem Maße auf den Fähigkeiten, Kontakten und der strategischen Führung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats. Der Erfolg der NanoRepro AG wird daher auch in Zukunft zumindest teilweise davon abhängen, dass die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats mittelfristig im Unternehmen verbleiben bzw. es gelingt, rechtzeitig für geeignete Nachfolger zu sorgen. Der Verlust einzelner oder mehrerer Führungskräfte kann sich erheblich nachteilig auf die Geschäftstätigkeit und damit auch auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft auswirken.

Darüber hinaus ist die NanoRepro AG von qualifiziertem wissenschaftlichem und technischem Fachpersonal abhängig, insbesondere von Herrn Prof. Dr. Hrabé de Angelis, der maßgeblich die Entwicklung neuer Produkte verantwortet. Der Wettbewerb um Fachkräfte ist in der Biotechno-

logie-, Medizin- und Pharmabranche vergleichsweise intensiv, so dass es der Gesellschaft möglicherweise nicht gelingt, qualifizierte Mitarbeiter im Unternehmen zu halten oder neu zu gewinnen. Der Verlust dieser Mitarbeiter oder Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten neuen und/oder weiteren Mitarbeitern kann sich erheblich nachteilig auf die Wettbewerbsfähigkeit und die Geschäftsentwicklung der Gesellschaft auswirken.

Das interne Risikoüberwachungssystem könnte nicht ausreichend sein.

Für die Emittentin besteht ein Risikoüberwachungssystem, um operative Risiken zu minimieren. Trotz dieses Überwachungssystems kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich dieses als unzureichend erweist und Risiken der Emittentin nicht oder nicht rechtzeitig erkannt werden, was sich erheblich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin auswirken kann.

Es bestehen Risiken im Zusammenhang mit der Organisation.

Eine kontinuierliche Weiterentwicklung interner Organisationsstrukturen und Management-Prozesse stellt die NanoRepro AG vor neue Herausforderungen und bindet einen erheblichen Teil ihrer Management-Ressourcen. Durch die Wachstumsstrategie steigt die Komplexität der Geschäftsaktivitäten stetig an. Die Management-Kapazitäten sowie die finanziellen, technischen und logistischen Ressourcen werden zunehmend in Anspruch genommen. Die bei der NanoRepro AG vorhandenen Systeme zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Geschäftstätigkeit entsprechen nur eingeschränkt den Anforderungen und der Organisation, die für die beabsichtigte Größe und Geschäftstätigkeit angemessen wären. Insofern müssen diese Systeme aufgebaut oder – soweit sie vorhanden sind – angepasst und erweitert werden.

Es besteht das Risiko, dass es der NanoRepro AG nicht gelingt, ihre internen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollsysteme zeitig angemessen weiterzuentwickeln sowie die für die beabsichtigte Wachstumsstrategie erforderliche Organisation aufzubauen. Sollte es zu Fehlern bei der Anpassung dieser Systeme bzw. dem Aufbau der Organisation kommen, besteht ferner das Risiko, dass es zu unternehmerischen und administrativen Fehlentwicklungen oder Fehlentscheidungen kommt, die erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

Die Emittentin könnte Risiken aufgrund fehlenden oder nicht zu angemessenen Konditionen verfügbaren Versicherungsschutzes ausgesetzt sein.

Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass der Emittentin Verluste entstehen, die durch den bestehenden Versicherungsschutz nicht abgedeckt sind. Insbesondere besteht das Risiko, dass Verluste entstehen oder Ansprüche erhoben werden, die über den Umfang des bestehenden Versicherungsschutzes hinausgehen. Darüber hinaus besteht das Risiko, dass für bestimmte Risiken ein adäquater Versicherungsschutz nicht oder nicht zu angemessenen Konditionen verfügbar ist. Sollten der Emittentin Schäden entstehen, gegen die kein oder nur ein unzureichender Versicherungsschutz besteht, kann dies die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin erheblich nachteilig beeinträchtigen.

3. Gesamtaussage

Das Unternehmen erwirtschaftet nach wie vor, wenn auch plangemäß, Verluste. Der Fortbestand des Unternehmens hängt aus diesem Grunde wesentlich von der Fähigkeit des Unternehmens ab, die für das laufende Geschäftsjahr noch zu erwartenden Cash-Abgänge durch Kapitalzufuhr von außen zu decken.

VI. Risikoberichterstattung über die Verwendung von Finanzinstrumenten


Zu den bestehenden Finanzinstrumenten zählen im Wesentlichen Forderungen, Verbindlichkeiten und Guthaben bei Kreditinstituten. Verbindlichkeiten werden innerhalb der vereinbarten Zahlungsfristen gezahlt. Fremdwährungspositionen wurden bisher nicht aufgebaut.

Ziel des Finanz-Risikomanagements ist die Sicherung des Unternehmenserfolgs gegen finanzielle Risiken aller Art. Solche Risiken sind bisher wegen der wenig komplexen Struktur der Finanzanlagen eher gering.

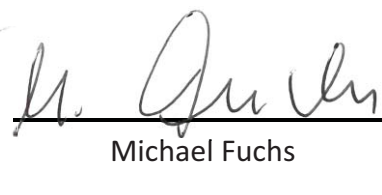
VII. Bericht über Zweigniederlassungen

Zweigniederlassungen werden von der Gesellschaft nicht unterhalten.

Marburg, den 31. März 2017



Lisa Jüngst



Michael Fuchs

AKTIVA		Geschäftsjahr EUR	Vorjahr EUR	PASSIVA	
		EUR	EUR	Geschäftsjahr EUR	Vorjahr EUR
A. Anlagevermögen					
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Selbstgeschaffene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte		1.712.330,28	1.514.954,56	5.654.972,00	4.342.857,00
2. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		62.614,55	80.597,55	4.326.213,41	4.326.213,41
		<u>1.774.944,83</u>	<u>1.595.552,11</u>	-6.946.565,18	-6.394.887,70
				3.034.620,23	2.274.182,71
II. Sachanlagen					
1. technische Anlagen und Maschinen		4.753,00	8.751,00	124.867,00	58.500,00
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		8.549,00	11.755,00	124.867,00	58.500,00
		<u>13.302,00</u>	<u>20.506,00</u>		
III. Finanzanlagen					
1. Beteiligungen		25.000,00	25.000,00	155.975,79	13.451,48
		<u>25.000,00</u>	<u>25.000,00</u>		
B. Umlaufvermögen					
I. Vorräte					
1. unfertige Erzeugnisse und Leistungen		146.523,00	177.735,00		
2. fertige Erzeugnisse und Waren		217.830,64	200.574,41	12.988,38	0,00
3. geleistete Anzahlungen		58.426,69	24.950,29	167.229,60	73.592,41
		<u>422.780,33</u>	<u>403.259,70</u>		
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände					
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		31.064,47	35.831,97	17.717,93	19.076,01
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr					
0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)					
2. sonstige Vermögensgegenstände		61.364,80	124.737,36		
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr					
0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)					
		<u>92.429,27</u>	<u>160.569,33</u>	353.911,70	106.119,90
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks					
		530.122,50	230.508,47		
C. Rechnungsabgrenzungsposten					
- davon Disagio 0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)		97.820,00	3.407,00		
D. Aktive latente Steuern					
		557.000,00	0,00		
		<u>3.513.398,93</u>	<u>2.438.802,61</u>	3.513.398,93	2.438.802,61

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR 2016 BIS ZUM 31. DEZEMBER 2016

	EUR	Geschäftsjahr EUR	Vorjahr EUR
1. Umsatzerlöse		1.539.295,18	450.116,08
2. Erhöhung oder Verminderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen		-31.212,00	17.340,00
3. andere aktivierte Eigenleistungen		313.045,23	157.551,20
Gesamtleistung		1.821.128,41	625.007,28
4. sonstige betriebliche Erträge		8.935,19	82.499,38
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung 126,22 EUR (Vorjahr: 0,2 TEUR)			
5. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	971.827,04		256.842,02
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	50.303,58		27.284,16
		1.022.130,62	284.126,18
Rohergebnis		807.932,98	423.380,48
6. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	559.276,69		433.239,51
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	98.559,72		63.114,05
- davon für Altersversorgung 2.064,12 EUR (Vorjahr: 2,1 TEUR)			
		657.836,41	496.353,56
7. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		208.805,10	216.768,87
- davon außerplanmäßige Abschreibungen 0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)			
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die in der Kapitalgesellschaft üblichen Abschreibungen überschreiten		41.955,32	0,00
8. sonstige betriebliche Aufwendungen		1.003.373,45	885.585,34
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung 62,82 EUR (Vorjahr: 0,4 TEUR)			
Betriebsergebnis		-1.104.037,30	-1.175.327,29
9. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		581,41	724,33
- davon Erträge aus der Abzinsung 0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)			
- davon aus verbundenen Unternehmen 0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)			
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		4.913,59	1.150,50
- davon Aufwendungen aus der Abzinsung 0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)			
- davon an verbundene Unternehmen 0,00 EUR (Vorjahr: 0,0 TEUR)			
Finanzergebnis		-4.332,18	-426,17
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		557.000,00	283,75
12. Ergebnis nach Steuern		-551.369,48	-1.175.469,71
13. sonstige Steuern		308,00	385,00
14. Jahresfehlbetrag		-551.677,48	-1.175.854,71
25. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		0,00	0,00
26. Verlustvortrag aus dem Vorjahr		6.394.887,70	5.219.032,99
27. Bilanzverlust		-6.946.565,18	-6.394.887,70

Anhang

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016

Allgemeine Angaben

Der vorliegende Jahresabschluss wurde unter Beibehaltung der für den Vorjahresabschluss angewendeten Gliederungs- und Bewertungsgrundsätze gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Es gelten die Vorschriften für kleine Kapitalgesellschaften.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren gem. § 275 Abs. 2 HGB aufgestellt.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Allgemeines

Die auf die Posten der Bilanz und der GuV angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden gegenüber dem Vorjahr beibehalten.

Die Bewertung der Vermögensgegenstände und Schuldposten trägt allen erkennbaren Risiken nach den Grundsätzen vorsichtiger kaufmännischer Beurteilung Rechnung.

Währungsumrechnung

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten werden grundsätzlich mit dem am Tag des Zugangs geltenden Devisenkassamittelkurs in Euro umgerechnet. Bis zum Bilanzstichtag eingetretene Änderungen der Wechselkurse werden durch Niedrigerbewertung von Vermögensgegenständen bzw. durch Höherbewertung von Verbindlichkeiten berücksichtigt, soweit dies für eine verlustfreie Bewertung am Bilanzstichtag notwendig ist und die Beträge erst nach einer Laufzeit von mehr als einem Jahr fällig werden. Posten mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr werden generell mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Die daraus resultierenden Erträge bzw. Aufwendungen aus der Währungsumrechnung werden in der Gewinn- und Verlustrechnung unter den sonstigen betrieblichen Erträgen bzw. Aufwendungen gesondert ausgewiesen.

Herstellungskosten

Die Herstellungskosten umfassen die Einzelkosten, angemessene Teile der Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie des Werteverzehrs des Anlagevermögens, soweit dieser durch die Fertigung veranlasst ist. Darüber hinaus werden angemessene Teile der Kosten der allgemeinen Verwaltung sowie der Aufwendungen für soziale Einrichtungen des Betriebs und für freiwillige soziale Leistungen und Altersversorgung einbezogen. Fremdkapitalkosten werden nicht einbezogen.

Anlagevermögen

Unentgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände wurden zu Herstellungskosten bewertet und planmäßig abgeschrieben.

Entgeltlich erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände**, mit Ausnahme geringwertiger Software, sind mit ihren Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger linearer Abschreibungen angesetzt. Erworbene, im Einzelfall geringwertige Software wird im Anschaffungsjahr vollständig als Aufwand verrechnet. Das Wahlrecht gemäß § 248 Abs. 2 HGB zur Aktivierung selbst erstellter immaterieller Vermögensgegenstände wird nicht ausgeübt.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um die planmäßigen Abschreibungen, bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, wenn voraussichtlich dauerhafte Wertminderungen vorliegen. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine dauerhafte Wertminderung nicht mehr bestehen. Das Sachanlagevermögen wird grundsätzlich linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung zeitanteilig.

Geringwertige Anlagegegenstände bis 410,00 € werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe abgeschrieben. Das steuerliche Abschreibungsverfahren wird demnach aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewandt, da die Abweichungen des Wertansatzes im Vergleich zu einer einzelnen Bewertung unwesentlich sind.

Die **Finanzanlagen** werden mit Anschaffungskosten, gegebenenfalls - bei voraussichtlich dauerhafter oder vorübergehender Wertminderung - unter Vornahme außerplanmäßiger Abschreibungen mit dem niedrigeren beizulegenden Wert ausgewiesen.

Umlaufvermögen

In den **Vorräten** ausgewiesene Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Waren werden zu durchschnittlichen Anschaffungskosten angesetzt, soweit am Bilanzstichtag nicht eine Abwertung auf einen niedrigeren Wert vorzunehmen ist. Die fertigen und unfertigen Erzeugnisse werden zu Herstellungskosten bewertet.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden mit dem Nennwert unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken bewertet und - soweit unverzinslich - bei Restlaufzeiten von über einem Jahr auf den Bilanzstichtag abgezinst.

Wertpapiere werden zu Anschaffungskosten bewertet, soweit am Bilanzstichtag nicht eine Abwertung auf einen niedrigeren Wert vorzunehmen ist.

Die flüssigen Mittel werden zum Nennwert angesetzt.

Rückstellungen

Sonstige Rückstellungen werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags bewertet. Künftige Preis- und Kostensteigerungen im Zeitpunkt der Erfüllung der Verpflichtung werden berücksichtigt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden und von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Geschäftsjahre abgezinst.

Verbindlichkeiten

Die **Verbindlichkeiten** sind mit ihrem Erfüllungsbetrag passiviert.

Angaben zur Bilanz

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens sowie die Abschreibungen des laufenden Geschäftsjahres sind in Anlage 1 zum Anhang dargestellt.

Die Restlaufzeiten der **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** sowie deren Mitzugehörigkeit zu anderen Bilanzposten werden in Anlage 2 zum Anhang in einem Forderungenspiegel dargestellt.

Im Posten sonstige Rückstellungen sind folgende wesentliche Positionen zusammengefasst:

Angaben zu sonstigen Rückstellungen gemäß § 285 Nr. 12 HGB

Personalkosten	13.050,00 €
Aufbewahrungsverpflichtungen	1.000,00 €
Prozesskosten	76.000,00 €
Vertragsgarantien	19.817,00 €
Abschluss- und Prüfungskosten	<u>15.000,00 €</u>
	124.867,00 €

Die Restlaufzeiten der **Verbindlichkeiten**, deren Besicherung durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte sowie deren Mitzugehörigkeit zu anderen Bilanzposten werden in Anlage 3 zum Anhang in einem Verbindlichkeitspiegel dargestellt.

Es bestehen folgende ausschüttungsgesperreten Beträge:

• Aktivierte selbst erstellte immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	1.712.330,28 €
• Überhang aktiver latenter Steuern	<u>557.000,00 €</u>
Gesamt	2.269.330,28 €

Entwicklung der aktiven latenten Steuern

Stand 01.01.2016	0,00 €
Zugang	<u>557.000,00 €</u>
Stand 31.12.2015	557.000,00 €

Der Betrag resultiert aus der erstmaligen Aktivierung der latenten Steuern auf Verlustvorträge. Er wurde aus der Mittelfristplanung der Gesellschaft abgeleitet.

Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Gemäß § 158 AktG ist die Gewinn- und Verlustrechnung wie folgt zu ergänzen:

Jahresfehlbetrag	./ 551.677,48 €
+ Verlustvortrag Vorjahr	<u>./ 6.394.887,70 €</u>
= Bilanzverlust	./ 6.946.565,18 €
- davon Verlustvortrag 2016	./ 6.946.565,18 €

Sonstige Angaben

Angaben zu Organen

Angaben zu Mitgliedern des Vorstands gemäß § 285 Nr. 10 HGB

Vorstand

<u>Vorsitzender</u>	<u>Ausgeübter Beruf</u>
Lisa Jüngst	CEO
Michael Fuchs	Vorstand Controlling

Gemäß § 286 Abs. 4 HGB wird auf die Angabe nach § 285 Nr. 9a HGB über die gewährten **Vorstandsbezüge** verzichtet.

Angaben zum Aufsichtsrat gemäß § 285 Nr. 10 HGB

<u>Vorsitzender</u>	<u>Ausgeübter Beruf</u>
Herr Dr. Olaf Stiller	Kaufmann
 <u>Stellvertretender Vorsitzender</u>	
Herr Frank Peter Müller	Kaufmann

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Gesamtbetrag der sonstigen finanziellen Verpflichtungen i.S.d. § 285 S. 1 Nr. 3 a) HGB resultiert aus Dauerschuldverhältnissen. Der Jahresbetrag der Verpflichtungen bis 5 Jahre beläuft sich auf 44.601,60 €. Der Jahresbetrag der Verpflichtungen über 5 Jahre beträgt 44.601,60 €.

Ergebnisverwendung

Der Vorstand schlägt der Gesellschafterversammlung vor, den Jahresfehlbetrag auf neue Rechnung vorzutragen.

Angaben gem. § 160 AktG:

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt 5.654.972,00 € und ist eingeteilt in 5.654.972 Stückaktien.

Die Aktien lauten auf den Inhaber.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, das Grundkapital von der Eintragung der Satzungsänderung in das Handelsregister an für die Dauer von 5 Jahren durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlagen einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu 2.827.486,00 € zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2016).

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre in den folgenden Fällen auszuschließen:

- a) um Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen;
- b) bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen, wenn der Ausgabepreis der neuen Aktien den Börsenpreis nicht wesentlich im Sinne der §§ 203 Abs. 1 Satz 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unterschreitet und das auf die auszugebenden Aktien entfallende Grundkapital insgesamt 10 % des Grundkapitals der Gesellschaft weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung überschreitet; auf diese Kapitalgrenze anzurechnen ist das Grundkapital, das rechnerisch auf diejenigen Aktien entfällt, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung auf der Grundlage eines genehmigten Kapitals oder nach Rückerwerb als eigene Aktien gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben bzw. veräußert wurden oder zu deren Bezug Wandel- und Optionsschuldverschreibungen berechtigen oder verpflichten, die seit dem Wirksamwerden dieser Ermächtigung aufgrund einer Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und Optionsschuldverschreibungen entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegeben werden sowie

- c) bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen, um die neuen Aktien der Gesellschaft Dritten im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen, Unternehmensbeteiligungen oder sonstigen Vermögensgegenständen im Sinne des § 27 Abs. 2 AktG anbieten zu können.

Die Aktien können auch von Kreditinstituten oder anderen die Voraussetzungen des § 186 Abs. 5 AktG erfüllenden Unternehmen mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte, die Bedingungen der Aktienaussgabe sowie die Einzelheiten der Durchführung der Kapitalerhöhungen aus dem genehmigten Kapital festzulegen.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung zu ändern, soweit von der Ermächtigung der Kapitalerhöhung teilweise oder vollständig Gebrauch gemacht bzw. die Ermächtigung gegenstandslos wird.

Marburg, den 31. März 2017



Lisa Jüngst



Michael Fuchs

Anlagenspiegel

in €	Entwicklung der Anschaffungskosten			Entwicklung der Abschreibungen			Entwicklung der Buchwerte	
	Historische AHK Beginn GJ	Zugänge	Historische AHK Ende GJ	kumulierte Abschreibungen Beginn GJ	Abschreibungen Geschäftsjahr	kumulierte Abschreibungen Ende GJ	Restbuchwert Vorjahr	Restbuchwert Geschäftsjahr
Immaterielle Vermögensgegenstände								
selbstgeschaffene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	1.749.851,93	380.167,72	2.130.019,65	234.897,37	182.792,00	417.689,37	1.514.954,56	1.712.330,28
Konzessionen, gew. Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	190.757,94	0,00	190.757,94	110.160,39	17.983,00	128.143,39	80.597,55	62.614,55
Sachanlagen								
technische Anlagen und Maschinen	70.746,74	0,00	70.746,74	61.995,74	3.998,00	65.993,74	8.751,00	4.753,00
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	74.883,37	826,10	75.709,47	63.128,37	4.032,10	67.160,47	11.755,00	8.549,00
Finanzanlagen								
Beteiligungen	25.000,00	0,00	25.000,00	0,00	0,00	0,00	25.000,00	25.000,00
Summe	2.111.239,98	380.993,82	2.492.233,80	470.181,87	208.805,10	678.986,97	1.641.058,11	1.813.246,83

Anlage 1 zum Anhang

Forderungsspiegel

in € (V./in TE)	31.12.2016	davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	davon aus Lieferungen und Leistungen	davon sonstige Vermögensgegenstände	davon gegen verbundene Unternehmen	davon gegen Unternehmen mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht			
						davon gegen Gesellschafter	davon gegen gesetzl. Vertreter*	davon gegen Aufsichtsrat**	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.064,47	0,00	--	--	0,00 (V./: 0,0)	0,00 (V./: 0,0)	0,00 (V./: 0,0)	0,00	0,00
sonstige Vermögensgegenstände	61.364,80	0,00	--	--	0,00 (V./: 0,0)	0,00 (V./: 0,0)	0,00 (V./: 0,0)	0,00	0,00
Summe	92.429,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*Die Forderungen gegenüber gesetzl. Vertretern werden i.H.d. Basiszinsesz zzgl. 2 % verzinst.

**Die Forderungen gegenüber dem Aufsichtsrat werden i.H.d. Basiszinsesz zzgl. 2 % verzinst.

Verbindlichkeitspiegel

in € (M in T€)	31.12.2016	davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	davon mit einer Restlaufzeit von 1-5 Jahren	davon mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	davon gesichert	davon aus Lieferungen und Leistungen	davon gegenüber verbundenen Unternehmen	davon gegenüber Beteiligungsunternehmen	davon aus sonstigen Verbindlichkeiten	davon gegenüber Gesellschaftern
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	155.975,79	150.000,00	5.975,79	0,00	0,00	--	--	--	--	--
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	12.988,38	12.988,38	0,00	0,00	0,00	--	0,00 (M: 0,0)	0,00 (M: 0,0)	--	0,00 (M: 0,0)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	167.229,60	167.229,60	0,00	0,00	0,00	--	0,00 (M: 0,0)	0,00 (M: 0,0)	--	0,00 (M: 0,0)
sonstige Verbindlichkeiten	17.717,93	17.717,93	0,00	0,00	0,00	--	0,00 (M: 0,0)	0,00 (M: 0,0)	--	0,00 (M: 0,0)
Summe	353.911,70	347.935,91	5.975,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Anlage 3 zum Anhang

Eigenkapitalveränderungsrechnung

in €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Verlust- vortrag	Jahresüber- schuss	Eigenkapital
Stand 1. Januar 2016	4.342.857,00	4.326.213,41	-5.219.032,99	-1.175.854,71	2.274.182,71
Kapitalerhöhungen	1.315.115,00				1.315.115,00
Einstellungen in die Kapitalrücklage		0,00			0,00
Übertrag Jahresüberschuss Vorjahr			-1.175.854,71	1.175.854,71	0,00
Jahresüberschuss				-551.677,48	-551.677,48
Stand 31. Dezember 2016	5.654.972,00	4.326.213,41	-6.394.887,70	-551.677,48	3.034.620,23