



News aus dem Beteiligungsportfolio

18. November 2010

Vorwort

Die Nanoventure N.V. hat sich auf Unternehmensbeteiligungen in den Bereichen Nanotechnologie, Mikrosystemtechnik sowie angrenzenden Technologiefeldern spezialisiert und investiert dabei sowohl in Start-Ups als auch etablierte wachstumsorientierte Unternehmen. Das bestehende Beteiligungsportfolio vereint Unternehmen in unterschiedlichen Entwicklungsphasen und verfügt damit insgesamt über eine ausgewogene Mischung an Reifegraden, Technologien und Tätigkeitsschwerpunkten.

Derzeit verfügt die Nanoventure N.V. über vier operativ tätige Beteiligungen die sich in unterschiedlichen Branchen und Wachstumsstufen befinden. Die Themengebiete der aktuellen Beteiligungen erstrecken sich von speziellen Speichermedien bis hin zur Herstellung von nanoskalischen schwerlöslichen Nutrazeptika.

Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung der bestehenden Portfoliounternehmen ist Nanoventure stets bestrebt, das Beteiligungsportfolio auszubauen und zu optimieren.

Im Zuge dieser Optimierung des Beteiligungsportfolios wurde die Power Econo-mizer GmbH mit einem Besserungsschein an einen strategischen Investor veräußert. Gleichzeitig wurden auch im Verlauf des bisherigen Geschäftsjahrs 2010 kontinuierlich potenziell interessante Unternehmen evaluiert.

Beteiligungen

Im Verlauf der ersten drei Quartale des Geschäftsjahres 2010 wurden seitens der Nanoventure N.V. keinerlei Neuzugänge akquiriert, eine 52,5%ige Beteiligung an der Power Economizer GmbH jedoch veräußert.

Die Power Economizer GmbH ist im Markt für Smart Grid (intelligente Stromnetze) aktiv und fokussiert auf die Entwicklung innovativer Soft- und Hardwarelösungen zur Gebäudesteuerung, Energieeinsparung und Vermeidung von CO₂-Emissionen. Entgegen der erwarteten positiven Ergebnisentwicklung der Power Economizer

GmbH im Zuge der gegenwärtigen Klimapolitik konnte die Gesellschaft die geplanten Umsatzziele nicht erreichen. Vor dem Hintergrund einer kontinuierlichen Optimierung des Portfolios hat das Management der Nanoventure N.V. deshalb beschlossen, dass ein weiteres Engagement nicht mit den Zielen der Gesellschaft vereinbar ist. Und aus diesem Grund hat sie ihre Beteiligungen zum 01. September 2010 mit Besserungsschein an einen strategischen Investor veräußert, wodurch weiterhin die Möglichkeit besteht, an einer positiven Entwicklung des operativen Geschäfts der Power Economizer zu partizipieren.





| Unternehmen | Geschäftsfelder | Erwerb | Anteil | Sonstiges |
|--|---|---|--------------|---|
| Microbox GmbH www.microbox.de | führender Hersteller und Anbieter von Mikrofilmtechnik zur Speicherung und Verteilung großformatiger technischer Dokumente mit Fokussierung auf Datenlangzeitsicherung, Buchscannen und digitale Reprografie | Oktober 2006 | 29,00% | |
| Squeezy Sports Nutrition N.V. www.squeezy.de | eine im europäischen Raum eingeführte, registrierte Marke für Nahrungsergänzungsmittel im Sportbereich | Dezember 2006/ Juli 2007 | 30,60% | Listing im Open Market in 2007 |
| Bartels Mikrotechnik GmbH www.bartels-mikrotechnik.de | Lösungsanbieter für die Nutzung mikro-systemtechnischer Technologien in der klassischen Konsumgüterindustrie, im Maschinenbau und in der Medizintechnik mit Fokus auf die Bereiche Mikrofluidik, Mikroaktorik und Mikromechanik | Sonstige Informationen sind zur Veröffentlichung nicht frei gegeben | Unterbeteil. | Sonstige Informationen sind zur Veröffentlichung nicht frei gegeben |
| VINNA AG www.vinna.de | Patenterte Technologie zur nanoskalischen Herstellung von schwerlöslichen Nutrazeutika. Anwendung bei Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln & Kosmetika | Juni 2006/ Dezember 2006 | 6,00% | |
| Power Economizer GmbH www.power-economiozer.de | Entwickler für innovative Soft- und Hardwarelösungen zur Gebäudesteuerung, Energieeinsparung und Vermeidung von CO ₂ -Emissionen | 2008 | 52,50% | Exit mit Besserungsschein September 2010 |

Beteiligungsphasen und –bereiche

Den übergreifenden Investitionsfokus der Nanoventure N.V. stellen die Nanotechnologie, Mikrosystemtechnik sowie angrenzende Technologiefelder dar. Das Unternehmen investiert dabei sowohl in Start-Ups als auch etablierte wachstumsorientierte Unternehmen.

Das bestehende Beteiligungsportfolio vereint Unternehmen in unterschiedlichen Entwicklungsphasen.

Die Nanoventure verfügt damit insgesamt gesehen über eine ausgewogene Mischung an Portfoliounternehmen.

| Entwicklungsphase | | Exit |
|-------------------|---|---|
| Start Up |  |  |
| Expansion | | |
| Pre-IPO |  | |
| Public |  | |

Squeezy Sports Nutrition N.V.

Als eine im europäischen Raum bereits eingeführte und registrierte Marke für Nahrungsergänzungsmittel im Sportbereich hatte sich die Squeezy Sports Nutrition N.V. das Ziel gesetzt, in weitere internationale Märkte zu expandieren.

Darüber hinaus wurde angestrebt, die Position der Marke als Globalplayer im Weight Management Segment weiter auszubauen, und als Vollsortimenter neue Produkte auf den Markt zu bringen.

Ausbau des Produktportfolios

Nachdem im Zuge der kontinuierlichen Erweiterung des Produktportfolios die Produkte in drei Hauptkategorien: Squeezy Performance, Squeezy Health und Squeezy Weight Loss, eingeteilt worden sind, wurde in den vergangenen Monaten vor allem der Ausbau des Bereichs Weight Loss erfolgreich vorangetrieben. Aufgrund der ausgesprochen hohen Akzeptanz des Produktes Athletic, wurden nun zwei neue Weight Loss Produkte eingeführt: FortiBalance und Squeezy Athletic Bar.

FortiBalance wurde speziell für weniger sportaffine und auch übergewichtige Menschen entwickelt, die eine langsame und dauerhafte Gewichtsabnahme anstreben. Durch seine ausgewählten Inhaltsstoffe stellt FortiBalance einen wertvollen Ersatz der normalen Ernährung dar und erlaubt eine dauerhafte Gewichtsreduktion ohne Hungergefühl, Kraftverlust und Muskelabbau.

Der Squeezy Athletic Bar ist eine weitere Produktinnovation im Weight Loss Sortiment, die ebenfalls mit kleinen Zwischenmahlzeiten eine figurbewusste Ernährung ermöglicht.

Beide Produktneuheiten sind bereits über den Squeezy Online-Shop und im Handel in vielen europäischen Ländern erhältlich.

Der Verkauf erfolgt über die bereits bestehenden Vertriebswege sowie über Gesundheitszentren und kleine, meist frauenauffine Sport & Fitness-Studios. In Zukunft sollen auch weitere Vertriebskanäle wie Ärzte und Apotheken erschlossen werden.

Bereits in den ersten drei Monaten seit Markteinführung erreichten FortiBalance und Athletic Bar einen Anteil von 10% am gesamten Squeezy Weight Loss Umsatz. Für 2010 wird ein Umsatzanteil von 20% anvisiert.

Als Vollsortimenter strebt Squeezy an, mittelfristig das gesamte Spektrum der Sporternährung bedienen zu können.

Ausbau des Vertriebs

Neben der Erweiterung des Produktportfolios war und ist Squeezy ebenfalls darauf fokussiert, seine Vertriebskanäle auszubauen. Nach dem in der Vergangenheit bereits Sportfachgeschäfte, Online-Plattformen oder Fitnessstudios erschlossen wurden, werden nun auch klassische Retailer wie Apotheken oder Reformhäuser erreicht.

Expansion

Nachdem Squeezy bereits als registrierte Marke im europäischen Raum Fuß gefasst hat, konnte sie erfolgreich in weitere neue Märkte expandieren und starke Partner für einen Markteintritt in Norwegen und Russland gewinnen. Entsprechende Vereinbarungen wurden bereits getroffen. Der Erfolg dieser Kooperationen spiegelt sich auch in einer Umsatzsteigerung für das erste Halbjahr 2010 von über 50% gegenüber dem ersten Halbjahr 2009 wider.

Durch die neue Partnerschaft mit der Scientific-Production Association VITA Ltd.

erhofft sich Squeezy eine schnelle und flächendeckende Aktivierung des Absatzpotenzials ihrer Produkte in Russland. Als erfahrener Distributor verfügt VITA Ltd. in vielen Bereichen über etablierte Vertriebskanäle wie etwa russische Sportverbände und Sportinstitute. Die geplanten Marketingaktivitäten umfassen u. a. einen eigenen Online-Shop und eine eigene russischsprachige Squeezy Website, Ski- und Marathon-Events, sowie den Einsatz von Mannschaften und Einzelsportlern als Werbeträger.

Ein weiterer Mehrjahresvertrag über den Vertrieb der Squeezy Produkte wurde mit Squeezy Norge AS geschlossen. Die neugegründete Firma konzentriert sich auf die Etablierung der Braunschweiger Marke im norwegischen Markt. Eine selektive Vertriebsstrategie ist ausschließlich auf Fachgeschäfte der gehobenen Klasse ausgerichtet. Squeezy Norge AS sponsert bereits viele der besten norwegischen Radfahrer und Clubs sowie zahlreiche Triathlon- und Marathon-Veranstaltungen. Durch den sehr erfolgreichen Start in dieses Geschäftsjahr und die weiterhin konstant positive Entwicklung der Absatzzahlen zählt Squeezy Norge AS bereits nach wenigen Monaten zu einem der bedeutendsten Partner der Squeezy Sports Nutrition GmbH.

Wachstumsmarkt

Der Markt für Functional Foods wie Sporternährung oder Sportlernahrung wächst kontinuierlich an. Gründe hierfür sind zum einen das steigende Gesundheits- und Figurbewusstsein, zum anderen das allgemeine Bewusstsein, dass sportliche Aktivitäten und gesunde Ernährung in direktem Zusammenhang mit einem gehobenen Lebensstil stehen. In diesem Sinne hat das Konzept der Sporternährung eine erhebliche Bedeutungserweiterung erfahren und

die Zeiten, in denen diese Produkte ausschließlich von Leistungssportlern und Bodybuildern konsumiert worden sind, gehören der Vergangenheit an. Dadurch ergibt sich die Chance, den bisherigen Nischenmarkt in einen Massenmarkt zu verwandeln. Gefragt sind hierbei vor allem Lösungen, die schnell, unkompliziert und gesund der Zielerreichung dienen. Von dieser Entwicklung kann Squeezy nur profitieren.

In der Vergangenheit war der europäische Markt stets durch entsprechende Trends in den USA geprägt. Momentan erwirtschaftet Europa nur etwa 60 Prozent des US-amerikanischen Umsatzes, Tendenz steigend. Die Tatsache, dass in Europa 2,5 Mal so viele Menschen leben wie in den USA, verweist auf das enorme Expansionspotenzial der Branche.

Weitere Informationen zu Squeezy finden Sie unter: www.squeezy.de bzw. www.squeezy-sports-nutrition.com.

Microbox GmbH

Auch in Zeiten der Krise konnte sich das 1958 gegründete Traditionsunternehmen behaupten und weist eine stabile Entwicklung auf.

Der derzeitige Fokus der Mikrobox GmbH liegt primär auf der Reduzierung der Handelsware und dem Ausbau der Eigenproduktion. Dieser Ausbau konnte den Umsatzwegfall infolge der Umstrukturierung kompensieren und aufgrund der im Bereich der Eigenprodukte erzielbaren höheren Margen ist von einer positiven Ergebnisentwicklung auszugehen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.microbox.de.

Änderungen im Beteiligungsportfolio

Vor dem Hintergrund einer kontinuierlichen Optimierung des Beteiligungsportfolios hat sich das Management der Nanoventure N.V. entschlossen, ihr weiteres Engagement in die Power Economizer zu beenden und ihre 52,5%ige Beteiligung an einen strategischen Investor, die IT Competence Group N.V., zu veräußern. Grund für diese Entscheidung war, dass geplante Umsatzziele nicht erreicht werden konnte und die Überzeugung, dass die Power Economizer an der Seite der IT Compe-

tence Group N.V., einer Holdinggesellschaft für wachstumsstarke IT-Unternehmen mit einem ausgeprägten Netzwerk in der IT-Branche, besser positioniert sei. Verkauft wurde die Beteiligung Anfang September 2010 für einen symbolischen Kaufpreis und einem anhängenden Besserungsschein. So besteht weiterhin die Möglichkeit, an einer positiven Entwicklung des operativen Geschäfts der Power Economizer zu partizipieren.

Entwicklung der Nanoventure-Aktie

Kennzahlen zum 01.11.2010

| | | | |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------|----------|
| Aktienkurs | €0,018 | 52-Wochen Hoch | €0,035 |
| Aktienanzahl | 58.800.000 | 52-Wochen Tief | €0,008 |
| Marktkapitalisierung | €1.376.000 | Free Float | 100% |
| Gattung | Inhaberaktien | Management | 0% |
| Nominalwert | €0,01 pro Aktie | Grundkapital | €588.000 |

Kennzahlen zum 01.11.2010





Nanoventure N.V.
Aalsterweg 181a
5644 RA Eindhoven
Niederlande
Internet: www.nanoventure.de

Investor Relations Kontakt:
E-Mail: ir@nanoventure.de
Telefon: 089 – 24 41 18 - 413