

Number 535 February 2007
Makeup.com Limited

Xetra

LISTED
MAP

OTCBB

LISTED
MAKU

Special Situations

Newsletter Since 1958
Ranked among the top performing newsletters by Hulbert Financial Digest.

Schönheit liegt im Auge des Aktionärs!

Menschen können sich den ganzen Tag darüber streiten, wer in oder out ist, aber wenn es um finanzielle Gelegenheiten geht, wissen Investoren, was ihre Fantasie anregt – Geld. Und im heutigen Kosmetikmarkt kann eine Menge Geld gemacht werden.

Die Schönheitsindustrie boomt, weltweite Verkäufe werden voraussichtlich im Jahre 2010 die 300-Milliarden-Dollar-Marke erreichen. Westeuropa ist mit 30 % der weltweiten Verkäufe der weltgrößte Markt, der Asien-Pazifik-Raum und Nordamerika belegen die Plätze zwei und drei. Im sich entwickelnden China wächst die Schönheitsindustrie besonders schnell, die dort expandierende Zahl an Verbrauchern verlangt eine größere Zahl an Produkten.

Der Einzelhandel im Bereich der Onlineverkäufe macht die Erfahrung eines vergleichbaren Wachstums, Umsätze in diesem Bereich überschritten die 65-Milliarden-Dollar-Marke im Jahre 2006. Die Nutzung von Suchmaschinen zur Auffindung von Produkten verzeichnet ebenfalls eine beachtliche Zunahme mit einem Anstieg von nahezu 45% im Zeitraum von 2005 – 2006.

Der Marktneuling Makeup.com Limited verbindet diese Industrien zu einer perfekten Symbiose. Das ein Jahr junge E-Commerce-Unternehmen macht sich energisch einen Namen in der Welt des Kosmetikeinzelhandels im Onlinebereich durch Marketing und Verkauf von Kosmetikprodukten auf seiner Webseite, www.makeup.com. Mit einem unübersehbaren Domainnamen (er ist einfach, allgemein, und stellt das zuerst angezeigte Suchergebnis einer Google-Suche für ‚makeup‘ dar) und Zugang zu einer wachsenden Industrie, verfügt dieses junge Unternehmen über alle erforderlichen Eigenschaften für eine attraktive Beteiligung.



Gregory Bergman
Managing Editor

WARNING: There is no fee for being selected as an EQUITIES Special Situation. Our only requirement is being a real company whose stock we believe has the potential to increase 50% to 100% over the next two years. We have tried to be objective, but may have failed. You, readers must decide for yourself.

Be careful to place strict limits on your purchases. The price quoted for the recommended stock is of the date this report went to the printer, who naturally needs time to produce and mail our newsletter. For current quotations, go online. If a stock rises out of our price range, there will always be another opportunity or another stock with a bargain price. Remember, the price you pay will determine your profit (or loss) when you sell.

EQUITIES Special Situations: Subscription Price: \$150 per year; \$15 per issue. Published monthly since 1958 by EQUITIES Global Communications, Inc., also publishers of EQUITIES Magazine: Subscription Price \$19.95 (six issues) per year. Both publications are owned by EQUITIES Global Communications, Inc., 2118 Wilshire Boulevard, #722, Santa Monica, CA 90403, David Bernard, Publisher. The information presented in this publication is not to be construed as an offer to sell or a solicitation to buy any securities referred to herein. The information contained in this publication is considered reliable, but is not guaranteed as to accuracy or completeness. Errors are inevitable. This newsletter contains forward-looking statements within the meaning of Section 21E of the Securities Exchange Act of 1934 relating to the development of company's products and future operating results that are subject to certain risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially from those projected. Reference is made to the company's latest Annual Report or Form 10-K filed with the SEC for a more detailed description of such factors. Readers are cautioned not to place undue reliance on those forward-looking statements that speak only as of the date of this issue. The policy of EQUITIES Magazine is for our staff to avoid any pre-publication trading of a featured stock or any purchases or sales of a new Special Situations recommendation until ten days after publication. Some companies written up may be advertisers in our sister publication, paid sponsors at one of our corporate conferences or may buy reprints. However, our buy, sell or hold decisions will never be based on such events but on what we believe is best for our readers.

Makeup.com Limited www.makeup.com



Profitabel voraussichtlich im Jahr 2008.

Mit intuitivem Domainnamen zur Sicherung von Marktanteilen.

Kerngeschäft ist der Direktverkauf.

Stellt Konsumenten von Markenprodukten der Schönheitsindustrie eine ein-Schritt-Kauferfahrung zu reduzierten Preisen zur Verfügung.

Weltweite Kosmetikverkäufe werden voraussichtlich im Jahr 2010 einen Gesamtumsatz von 300 Milliarden US-Dollar erreichen.

Gut positioniert, den Vorteil der aufkommenden Baby-Boom-Generation zu nutzen.

OTC BB:	MAKU	ausgegebene Aktien:	44,8 Millionen
Aktueller Preis:	\$0,65	Börsenwert:	\$ 23,7 Millionen
52 Wochen Kursspanne:	\$ 1,60 – 0,16	Verbindlichkeiten:	\$ 2,7 Millionen
Kapital der Aktionäre:	(\$ 1,3 Millionen)	Gesamtvermögen:	\$ 1,4 Millionen
Buchwert pro Aktie:	\$ 0,028		

EMPFEHLUNG

Makeup.com Ltd., eine Tochtergesellschaft von Makeup Inc., ist gut positioniert, um aus einem wachsenden Markt für Schönheitsprodukte und aus schnell wachsendem Verbraucherinteresse, diese Produkte online einzukaufen, Nutzen zu ziehen. Das in Newport Beach, Kalifornien, ansässige Unternehmen beabsichtigt, diese Wachstumschance zu nutzen, indem es Onlinekunden Zugang zu einer vollen Palette an hochqualitativen Kosmetika wie Haut- und Haarpflegemitteln und Düften zu konkurrenzfähigen Preisen bietet. Das Unternehmen hat das Potenzial, an einem großen und wachsenden internationalen Markt für Schönheitsprodukte durch Nutzung seines starken Markennamens und seiner facettenreichen Webseite teilzunehmen.

Markt

Der Onlineeinzelhandel ist im vergangenen Jahr um 26% gewachsen, und der US-Markt für Onlineverkäufe im Bereich der Kosmetika und Parfüms wird auf 320 Millionen US-Dollar für dieses Jahr geschätzt. Dieser Wachstumstrend wird mit steigendem Anteil an Breitband- und Internetzugängen in der Bevölkerung wahrscheinlich anhalten. Tatsächlich deuten Studien darauf hin, dass Haushalte mit Breitbandanschluß 43% mehr Geld für Onlinekäufe ausgaben als Internetnutzer mit Standardanschlüssen, und daß dort 70% mehr Zeit online verbracht wird.

Obwohl sich das Unternehmen derzeit auf die Bedienung des amerikanischen Schönheitsmarkts konzentriert, plant Makeup eine Erweiterung auf den europäischen Markt über den Startpunkt Großbritannien.

Der Kosmetikindustrie wird ein jährliches Wachstum von 3,7% vorausgesagt, wobei erwartet wird, dass die weltweiten Verkäufe im Jahr 2010 300 Milliarden US-Dollar übertreffen werden. Westeuropa ist mit mehr als 30 % der weltweiten Verkäufe momentan der größte Markt, gefolgt vom Asien-Pazifik-Raum und Nordamerika. Auf lange Sicht wird erwartet, dass sich entwickelnde China sich als größter Markt für Schönheitsprodukte darstellen wird.

Kosmetika und Schönheitsprodukte sind dort ins Interesse der Verbraucher gerückt, seit daß Land nach einem höheren Lebensstandard strebt.

Was besagt ein Name?

Der intuitive Domainname des Unternehmens schafft einen wichtigen Wettbewerbsvorteil. Da „makeup“ den am häufigsten von potenziellen Kunden online verwendeten Suchbegriff für Käufe von Kosmetika darstellt, erscheint der Name des Unternehmens an erster Stelle. Sein erkennbarer Domainname hat vor dem Hintergrund seiner Zukunftsperspektiven strategischen Charakter, da er Kosten für Markenbildung und Marketing reduzieren wird. Darüber hinaus hat die Verwendung von Suchmaschinen zur Auffindung von Produkten ein beachtliches Wachstum erfahren, zwischen 2004 und 2005 um 45%.

Einkommensquellen

In Ergänzung zu Einkünften, die aus Direktverkäufen fließen, erwartet Makeup, einen beträchtlichen Einkommensanteil aus Onlinewerbung zu beziehen. Werbetarife bestimmen sich nach der Anzahl von Seitenaufrufen, der Anzahl von Seiten, die pro Seitenaufruf angesehen werden sowie der Dauer, die der Internetnutzer auf der Seite verbringt. „Eine Million Seitenaufrufe pro Monat werden Werbeeinkünfte von \$20.000 bis \$60.000 bringen, und wir erwarten eine Anzahl von 10 bis 15 Millionen Seitenaufrufen für das Jahr 2007“, sagt Sara Au Yeong, Makeups Einkaufsberaterin.

Makeups Geschäftsstrategie schließt auch ein, andere Unternehmen zur Werbung auf seiner Webseite zu bewegen, was diese Unternehmen ihrerseits zur Kostenreduktion nutzen können. Hier kommen eine Abwesenheit von Ausgaben für Entwicklung und Unterhaltung einer Webseite, die Einsparung von Provisionszahlungen an Zwischenhändler sowie reduzierte Ausgaben für die Eröffnung neuer Ladengeschäfte in Betracht.

Makeup hat seine Webseite so gestaltet, dass klassische und auch Boutiquemarken einer großen Anzahl an Verbrauchern angeboten werden. Klassische Marken wie etwa Calvin Klein oder Rimmel zielen eher auf von jungen Menschen dominierte Märkte ab, während Boutiquemarken wie Paula Dorf und Sundari eher reifere Verbraucher ansprechen. Das Unternehmen erkennt die Wichtigkeit des wachsenden Marktes für Naturkosmetika durch das Angebot von Produkten von Suki und John Masters Organics auf der Webseite. Traditionelle Männerdomänen wie Rasierprodukte gehören der Vergangenheit an, seit Makeup.com darauf bedacht ist, diesen wachsenden Markt mit einer größeren Auswahl an Pflegemitteln zu versorgen.

Makeup.com wird weiterhin seine Möglichkeit zur Anziehung einer großen Anzahl von Internetsurfern nutzen, um komplette Onlinehandelsmarken mit nicht ausreichender Marketingkapazität zusammenzufassen, oder für solche, die Kosmetika nicht als primäre Einkommensquelle nutzen. Diese Plattformen für Handelsmarken geben den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte mit Tausenden von anderen Einzelhändlern und Verbrauchern über Makeup.com abzustimmen. Die Geschäftsführung geht davon aus, dass die Handelsmarken-Plattformen über das



Potenzial verfügen, monatliche Werbeeinkünfte von einer Million US-Dollar zu ermöglichen.

Obwohl das Unternehmen auf Grund schwerpunktmäßiger Investitionen in Inventar und Werbung nicht davon ausgeht, im Jahr 2006 profitabel zu sein, könnte Makeup basierend auf Schätzungen von 30% Bruttohandelsspanne, Absatz, allgemeinen und Administrativausgaben von etwa 16% des Bruttoeinkommens, im nächsten Jahr einen Betriebsgewinn von 1,5 Millionen US-Dollar melden, so Lisa Springer, Analytistin bei Beacon Equity Research.

GESCHÄFT

Makeup.com hat auf einem bereits starken Einzelhandelskonzept aufgebaut, um Kundenbindung und Wirtschaftlichkeit zu schaffen. Sein Service schließt Newsletter, erweiterte Produkt- und Markeninformationen sowie ein Mitgliedschaftsprogramm ein, das Einsichtnahme in Bestellstatus, Onlinesendungsverfolgung und gespeicherte Zahlungs- und Sendungsdaten ermöglicht. Die Webseite bietet darüber hinaus Rabattierungen für Stammkunden an, innovative Programme, an denen Kunden zum Erhalt ermäßigter Preise und exklusiver Angebote teilnehmen können. Nach einer kürzlich von Forrester Research durchgeführten Studie, haben 90% der Käufer von Kosmetika ein Interesse, an Bonusprogrammen teilzunehmen, die dazu bestimmt sind, eher ansprechend als preisbildend zu sein. Die Forschung zeigt, dass 50% der Käufer wahrscheinlich die Internetseite oder Marke für eine gleichwertige Seite oder Marke aufgeben würden, sofern diese ein Bonusprogramm bietet. Versandkostenfreie Lieferung, Ermäßigungen für Zweitkäufe und personalisierte Werbung sind Stichworte, nach denen Käufer im Internet suchen.

Zusätzlich plant Makeup, Chaträume zu installieren oder Gruppen zusammenzufassen, um ein hohes Maß an Kundentreue zu sichern. Die Webseite des Unternehmens enthält ferner einen Kalender, der Informationen zu Veranstaltungen und verkaufsfördernden Maßnahmen enthält, um Kunden zu wiederholten Besuchen der Seite anzuregen.

Das Unternehmen setzt weiterhin auf Verzeichnismarketing, um Verbraucher mit Hinweisen zu Dienstleistungen in der Schönheitsindustrie zu versorgen. Makeup hat damit begonnen, die fortschrittlichste Suchmaschinenteknologie in den Internetauftritt zu integrieren, damit der Nutzer der Seite makeup.com im Jahr 2007 in der Lage sein wird, sowohl örtlich als auch weltweit nach Haarstudios, Wellness-Centern und Ladengeschäften zu suchen, die Makeup-Produkte und Dienstleistungen anbieten. Dieses facettenreiche Angebot an Qualitätsprodukten zu ermäßigten Preisen, hoher Erkennbarkeit in Internetbrowsern und einer breiten Palette an zunehmend populären Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Naturkosmetika und der Pflegeprodukte für Herren gibt Makeup.com einen Bekanntheitsgrad in der Welt des internetbasierten Einzelhandels. Der einzelhandelsbasierte Verkauf von Pflegeprodukten für Herren ist stetig und schneller gewachsen, als der allgemeine Bereich innerhalb der vergangenen sechs Jahre.

Die Wichtigkeit der Erweiterung des Betätigungsfeldes erkennend, um schnell ein tragfähiges Geschäft zu entwickeln, plant Makeup circa 20% seines Bruttoeinkommens für Marketing und Werbung zur Neukundenakquirierung zu verwenden. Es plant, durch Nutzung von Marktforschung, vergleichender Analyse und durch Berücksichtigung von Kundenwünschen an der Spitze der kosmetischen Industrie zu bleiben, um seine Produkte und Dienstleistungen weiterzuentwickeln.

Makeup vertreibt seine Produkte von einem Warenhaus in Burnaby, Kanada, aus, plant jedoch, den Vertrieb bald in die Vereinigten Staaten über ein neues Versandhaus im Staate Washington zu verlagern.

Erzeugung von Markenamerkenbarkeit

Das Unternehmen plant darüber hinaus, den Erkennungswert von Markennamen durch die Nutzung von Fördermöglichkeiten zu steigern. Kürzlich hat Makeup.com den ersten jährlichen „Wie werde ich Miss America“ Schönheitswettbewerb gesponsort, der von Fernsehstationen wie CMT (The Country Music Channel), VH1 und MTV im Januar übertragen wurde. Makeup.com hat alle 52 Kandidatinnen geschult und ihr Make-Up gestellt. Als die Schulungsperiode um war, wurde ein Paar auf der Basis ihrer Fähigkeiten, die erlernten Techniken anzuwenden und deutlich ihre Fähigkeiten im Auftragen von Make-Up unter Druck zu demonstrieren, zu Gewinnerinnen gekürt. Die Gewinnerinnen, Miss Arkansas und Miss Mississippi, gewannen jeweils einen Geschenkkorb und einen

Geschenkgutschein von Makeup.com.

TECHNOLOGIE

Das Unternehmen nutzt bedeutende Ressourcen und modernste Systeme, um eine zuverlässige Handelsarchitektur zu schaffen. Mit einem fortgeschrittenen Datencenter, das in die ideale Serverumgebung integriert ist, stellt Makeup.com dem Verbraucher eine zuverlässige Webseite zur Verfügung. Das Datencenter verfügt über die modernste Umgebung mit beständiger Feuchtigkeits- und Temperaturkontrolle, einem Luftaustauschsystem, starker Netzwerkanbindung, und erfahrenem technischem Personal.

Die Ausgliederung dieser Betriebsfunktionen erlaubt es dem Geschäft, sich optimal zu entfalten und seine Kosten zu bewältigen. GeoTrust, ein führendes Unternehmen für Online-Zahlungssicherheit, wickelt jede auf Makeup.com aufgegebenen Bestellung ab und stellt sicher, dass jede Transaktion effizient und sicher durchgeführt wird.

Makeup hat die Erfüllung aller technischen Belange, einschließlich der Programmierung, des Internetmarketing und des technischen Supports, ausgelagert. Die Ausgliederung dieser Betriebsfunktionen erlaubt es dem Geschäft, sich optimal zu entfalten und seine Kosten zu bewältigen. GeoTrust, ein führendes Unternehmen für Online-Zahlungssicherheit, wickelt jede auf Makeup.com aufgegebenen Bestellung ab und stellt sicher, dass jede Transaktion effizient und sicher durchgeführt wird.

MAKEUP.COM EINKOMMENSUELLEN

Direktverkäufe. Mit bekannter Domain in einer 253-Milliarden-Dollar Einzelhandelsindustrie im Internet, wird das Unternehmen Direktverkäufe als Kern des Einkommenswachstums nutzen. Zusätzliche Einnahmen durch Werbung werden bedeutend sein.

Platzierungswerbung. Entscheidend sind a) Anzahl der Besucher der Seite b) Zeit, die der Besucher auf der Seite verweilt, und c) Anzahl der Seiten, die pro Besuch angesehen werden. Eine Million Seitenaufrufe pro Monat führen zu Werbeeinnahmen von 20.000 bis 60.000 US-Dollar. Das Unternehmen erwartet 10 bis 15 Millionen Seitenaufrufe zum Ende des Jahres 2007, was zu jährlichen Einnahmen durch Platzierungswerbung von mehr als 6 Millionen US-Dollar führen würde.

Verzeichniswerbung. Makeup.com wird ein Verzeichnis anbieten, über das Werbende sich gegen Gebühr an den Spitzen von Webseiten platzieren lassen, maßgeschneiderte Werbung mit Logos und sogar Videostreams verwenden können. Mit mehr als 25 Kategorien und mehr als 8.000 Postleitzahlen ist das Einnahmepotenzial bedeutend. Mit nur einem Werbenden (\$ 10 Gebühr pro Monat) pro Kategorie in nur der halben Anzahl der Postleitzahlen läge das jährliche Einkommen bei 12 Millionen US-Dollar nur im Bereich der Verzeichniswerbung.

Beschaffungswesen und Direktversand. Mit dem Wachstum des Unternehmens und gesteigerter Kaufkraft wird die Möglichkeit bestehen, als Direktversender und/oder Warenlager für kleiner Onlineunternehmen zu fungieren. Großen Einzelhändlern gewährte Mengenrabatte werden es Makeup.com ermöglichen, 10 bis 15% des Handelsvolumens anderer Unternehmen abzuschöpfen.

Webseiten zu Handelsmarken im Bereich Make-Up. Makeup.com wird seine Möglichkeit zur Anziehung einer großen Anzahl von Internetsurfern nutzen, um komplette Onlinehandelsplattformen mit nicht ausreichender Marketingkapazität zusammenzufassen, oder für solche, die Kosmetika nicht als primäre Einkommensquelle nutzen. Diese Plattformen für bestimmte Handelsmarken geben den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte mit Tausenden von anderen Einzelhändlern und Verbrauchern über Makeup.com abzustimmen.

GESCHICHTE

Da Makeup vor der Betriebsübernahme in Privatbesitz war, sind Handelsbilanzen aus diesem Zeitraum nicht öffentlich zugänglich. Informationen über die Einkommenssituation der übernehmenden Gesellschaft Makeup.com über die Zeit vor der Übernahme sind nicht aussagefähig, da es in diesem Zeitraum keinen kontinuierlichen Geschäftsablauf gab. Die Handelsbilanz des Unternehmens für das Quartal endete am 30. Juni 2006 zeigt mäßige

Betriebsmittel in bar von \$ 11.458, Anteilskapital der Aktionäre in Höhe von \$ 4.952 und einen Bilanzverlust von \$ 148.273.

GESCHÄFTSFÜHRUNG



Robert E. Rook ist der Geschäftsführer des Unternehmens und sein Präsident seit Oktober 2006. Seit 1998 war Rook Finanzberater in West Texas und Südkalifornien. Zuvor war er stellvertretender Vorstandsvorsitzender und führender Kreditgeber der Norwest Bank in El Paso, Texas von 1980 bis 1997. Ferner hat er während seiner Karriere verschiedene Unternehmen besessen und geführt. Rook hat einen Universitätsabschluß in Finanzen der A & M Universität, West Texas.

Munjit S. Johal ist Finanzchef und Schatzmeister. Er hat eine mehr als 24-jährige Berufserfahrung in den Bereichen Finanz- und Geschäftsführung, und war zuvor Geschäftsführer der Secured Diversified Investment in Newport Beach, Kalifornien. Johal hat einen Universitätsabschluß der Universität von Los Angeles (UCLA) und einen Hochschulabschluß als Betriebswirt der Universität von San Francisco (UCSF).

Sara Au Yeong ist die Geschäftsentwicklungsmanagerin und Großhandelseinkäuferin des Unternehmens. Bevor sie 13 Jahre in der Mode- und Kosmetikindustrie verbrachte, hat Au Yeong ein Stipendium für das Studium von Modedesign mit Helen LeFeaux erhalten und bei John Casablancas Make-Up Kunst studiert. Sie hat ein Geschäftsdiplom des Capilano College und einen Abschluß als Betriebswirtin mit Schwerpunkt auf Unternehmensführung der Kwantlen Universität.

FINANZEN

Makeup wird den Breakeven voraussichtlich in der ersten Hälfte des Jahres 2007 erreichen, Betriebsgewinn wird für das kommende Jahr erwartet. Basierend auf Schätzungen von 30% Bruttohandelsspanne und Absatz, allgemeinen und Administrativausgaben von etwa 16% des Bruttoeinkommens, könnte das Unternehmen im nächsten Jahr einen Betriebsgewinn von 1,5 Millionen US-Dollar melden.

HANDELSBILANZ (ab 30. September 2006)

Gesamtvermögen:	\$ 1,4 Millionen
Verbindlichkeiten:	\$ 2,7 Millionen
Aktionärskapital:	(\$ 1,3 Millionen)
Buchwert pro Aktie:	\$ 0,028
ausgegebene Aktien:	\$ 44,8 Millionen

KONKURRENZ

Die Kosmetikindustrie im Bereich Einzelhandel unterliegt großem Konkurrenzdruck und wird von einer Fülle großer Einzelhändler sowie kleinerer Ladengeschäfte gekennzeichnet. Die großen Unternehmen der Industrie verkaufen Ihre Schönheitsprodukte üblicherweise über ihre exklusiven Ladengeschäfte oder lizenzierte Ladengeschäfte. Mit dem Aufkommen des E-Commerce und dem Erfolg solcher Onlinegeschäfte wie eBay.com und Amazon.com betreten viele neue Mitbewerber die Arena des Onlinehandels. Das Unternehmen hat eine einzigartige Nische und einen Wettbewerbsvorteil aus ihrem einfachen, intuitiven Domainnamen erzielt. Während es viele Unternehmen gibt, die im Bereich des Onlinehandels miteinander konkurrieren, legen nur eine handvoll Mitbewerber ihren Schwerpunkt speziell auf Kosmetika und Schönheitsprodukte. Dennoch steigt die Konkurrenz auch hier mit der zunehmenden Anzahl von Breitbandinternetzugängen, dem Erfolg von Onlineauktions- und

Handelswebseiten und dem Einzug großer Einzelhändler und Hersteller in das Onlinegeschäft.

RISIKEN

Makeup.com ist ein Unternehmen, das sich in der Phase des Aufbaus befindet und wird wahrscheinlich zusätzliche Finanzierung in bedeutendem Maße benötigen, um eine zukünftige Expansion des Geschäfts bestreiten zu können. Das Unternehmen könnte durch Ausgabe zusätzlichen öffentlichen oder privaten Anteilskapitals Gelder aufbringen, was zu Aktienverfall führen würde, oder durch Erhalt eines Bankdarlehens. Das Ausbleiben benötigter Mittel würde dem Unternehmen die Anwendung seiner Geschäftsstrategie erschweren. Dem Unternehmen fehlt Erfahrung im Bereich des Onlinehandels, und es gibt keine Garantie, daß das zukünftige Geschäftsgebaren so erfolgreich sein wird, wie es die Geschäftsführung voraussieht. Letztendlich begibt sich das Unternehmen auf einen stark konkurrierenden Markt, der von großen Mitbewerbern mit deutlich größerem Marktanteil und mehr Kapital bestimmt wird.

GESCHÄFTSADRESSE

Makeup.com Limited

3388 Via Lido
Newport Beach, CA
Telefon: (866) 347-5056
Website: www.makeup.com

KONTAKT

Makeup.com Limited
Gene Rook
rrook@makeup.com
Telefon: (866) 416-7939



Arnaldo Arroyo
Writer



Gregory Bergman
Managing Editor



David Bernard
Publisher

01/18/2007

EQUITIES Special Situations Recommendations Still Open on 1/1/06 and Subsequent Recommendations

COMPANY	DATE RECOMMENDED	RECOMMENDED PRICE	RECENT PRICE	PCT. CHG.	B-H-S	COMPANY	DATE RECOMMENDED	RECOMMENDED PRICE	RECENT PRICE	PCT. CHG.	B-H-S
NASDAQ:REFR						MSEL.PK					
Research Frontiers	7/01	25.98	6.39	-75	Buy	Merisel	9-05	7.59	3.60	-53	Buy
NYSE:IEX						SCNGE.OB					
IDEX Corporation ¹	11-12/01	21.29	42.75	+101	Sold	Scientigo, Inc.	10-11-12/05	1.00	0.115	-89	Sold
NYSE:PPD						RXHN.OB					
Pre-Paid Legal Services ²	6/02	16.20	38.88	+140	Buy	Rexahn Pharmaceuticals, Inc.	1-06	1.75	1.34	-23	Buy
RENN.PK						AVMD.PK					
Renaissance Capital ³	8-12/02	1.41	9.25	+559	Buy	Advanced Medical	2-06	2.00	0.65	-67	Buy
AMEX:AXO						AMEX:UTK					
AXS-One	2-4/03	0.72	1.95	+171	Sold	UTEK ⁶	3-06	13.71	13.95	-20	Buy
AMEX:IOC						BIPHE.OB					
InterOil Corporation	7-12/03	20.49	25.00	+22	Buy	Biophan	4-06	1.53	0.51	-67	Buy
GTHA.OB						AMEX:KAL					
GeneThera	1-4/04	1.83	0.104	-94	Sold	Callisto	5-06	1.41	0.86	-39	Buy
GWES.OB						NASDAQ:SIRI					
Great Western Land & Rec.5-8/04		0.30	0.70	+133	Sold	SIRIUS Satellite Radio, Inc.	6-06	4.48	3.69	-18	Buy
AVSO.OB						AMEX:BBC					
Avatech Solutions	10-11/04	0.37	2.48	+570	Sold	Bodisen Biotech	7-06	12.89	4.65	-64	Sold
AMNEX:MED						OPCI.OB					
Medifast, Inc.	12-04	3.59	9.30	+159	Sold	OPC Lasers	8-06	2.40	1.25	-48	Buy
NASDAQ:SBGI						CHNG.OB					
Sinclair Broadcast Group ⁴	1-05	7.25	11.53	+59	Sold	China Natural Gas, Inc.	9-06	3.00	3.09	-3	Sold
PBEGF.PK & PBG.TO						NASDAQ:GORX					
Petrobank Energy & Resources	2-05	3.00	10.84	+261	Sold	GeoPharma	10-06	4.05	4.32	+7	Buy
NASDAQ:UNTD						AMEX:DIL					
United Online ⁵	3-4/05	8.00	13.06	+63	Sold	Dyadic International, Inc.	10-06	4.23	5.52	+30	Buy
EACC.OB						UGTH.OB & GTH.V					
eAutoclaims, Inc.	5-05	0.12	0.16	+33	Buy	U.S. Geothermal, Inc.	12-06	1.09	1.37	+26	Buy
SNWPOB						AFLR.OB					
Satellite Newspapers	6-05	0.11	0.08	-27	Sold	Auction Floor, Inc	01-07	0.30	0.60	+100	Buy
RPTN.OB						MAKU.OB					
Raptor Networks Technology	7-8/05	0.51	0.94	+84	Buy	Makeup.com Ltd.	02-07	0.65	0.65	+0	BUY

- ¹ Purchase price adjusted for dividends of \$0.56 in both 2002 and 2003; a 3 For 2 Stock split in June 2004 and dividends of \$0.48 in 2004 and in 2005 and \$0.12 in 2006.
² Purchase price adjusted downward for a dividend of \$0.50 in January 2005 and \$0.30 in May 2005 and \$1.20 so far in 2006.
³ Purchase price adjusted for dividends of \$0.10 in 2003, \$0.40 in 2003 and capital gains of \$0.85 in 2004 and dividends of \$0.40. In January 2005 purchase price

- adjusted downward for a special dividend of \$2.77 and \$0.40 regular. Purchase price adjusted downward \$0.93 in January 2006 for a special dividend. And \$0.40 regular.
⁴ Purchase price adjusted downward for dividends of \$0.30 in 2005 and \$0.50 in 2006.
⁵ Purchase price adjusted downward for dividends of \$0.80 in 2005.
⁶ Purchase price adjusted downward for dividends of \$0.08 so far in 2006.

* recommended price adjusted for splits, dividends and capital gains | Stocks are as of CLOSE of 1/31/2007

To begin or extend your subscription to EQUITIES Special Situations, mail this coupon with a check for \$150 (for one year) to EQUITIES Special Situations, 2118 Wilshire Boulevard, #722, Santa Monica, CA 90403.

To change your address, please send your notification with your current label to above address. Or call 1-800-709-7005.

Check one: Six months \$75 One year \$150
 Three years \$350 Life time \$999

Name _____ Title _____

Company _____

Address _____

City _____ State _____ Zip _____

Enclosed is \$ _____ (Check) Bill my: VISA MasterCard American Express

Card Number _____ Expiration Date _____

Signature _____



The gift that keeps on giving.

Now 6 issues a year.

Still Only \$19.95/Year
 1.800.709.7005

www.equitiesmagazine.com