

3/2005

Umsatz um 35% gesteigert  
Überproportionales Ergebniswachstum  
Jahresprognose deutlich angehoben



**9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS**

	<b>1.1.- 30.9.2005</b>	<b>1.1.- 30.9.2004</b>	<b>Veränderung</b>
Umsatz (Mio. €)	6,86	5,08	+35%
EBITDA (Mio. €)	0,65	0,34	+92%
EBIT (Mio. €)	0,31	0,03	+933%
Ergebnis vor Steuern (Mio. €)	1,36	0,78	+75%
Ergebnis nach Steuern (Mio. €)	0,91	0,46	+99%
Ergebnis je Aktie (€)	0,14	0,07	+100%
Konzern-Cashflow (Mio. €)	0,33	-1,86	-
Operativer Cashflow (Mio. €)	0,57	1,15	-50%
Investitionen (Mio. €)	1,01	3,04	-67%
<i>davon in Sachanlagen (Mio. €)</i>	<i>0,19</i>	<i>0,16</i>	<i>+19%</i>
Mitarbeiter per 30.9. <sup>1</sup>	53	49	+6%

	<b>30.9.2005</b>	<b>31.12.2004</b>	<b>Veränderung</b>
Finanzmittelbestand (Mio. €) <sup>2</sup>	23,49	22,61	+4%
Bilanzsumme (Mio. €)	48,95	47,98	+2%
Eigenkapitalquote (%) <sup>3</sup>	95,7%	95,4%	-

<sup>1</sup> In Festanstellung; vollzeitäquivalent  
<sup>2</sup> Liquide Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens  
<sup>3</sup> Eigenkapital / Bilanzsumme

<b>2</b>	<b>OnVista Group auf einen Blick</b>
<b>3</b>	<b>Inhalt</b>
<b>4</b>	<b>Zum Unternehmen</b>
<b>4</b>	<b>Geschäftsverlauf</b>
<b>6</b>	<b>Segmente</b>
<b>10</b>	<b>Nachtragsbericht</b>
<b>11</b>	<b>Aussichten</b>
<b>12</b>	<b>9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS</b>
12	Bilanz
13	Gewinn- und Verlustrechnung
14	Kapitalflussrechnung
15	Entwicklung des Eigenkapitals
16	Entwicklung des Anlagevermögens
16	Anteilsbesitz von Organmitgliedern
17	Erläuterungen
<b>26</b>	<b>Unternehmenskalender 2005</b>

3/2005

**Zum Unternehmen**

• **OnVista Group – Medien- und IT-Unternehmen**

Als Medien- und IT-Unternehmen steht die OnVista Group auf zwei Säulen.

Im **Geschäftsfeld Media** sind die Internet-Aktivitäten der OnVista Group gebündelt. Zum einen betreiben und vermarkten wir über die OnVista Media GmbH, eine 100%-Tochter der OnVista AG, hochwertige Special-Interest-Portale im Internet (Portalgeschäft). Das Medienportfolio setzt sich zusammen aus www.onvista.de, dem führenden bankenunabhängigen Finanzportal Deutschlands, und www.onmeda.de (früher: www.medicine-worldwide.de), einem der meistbesuchten Gesundheitsportale im deutschen Internet. Zum anderen ermöglichen wir Unternehmen, effektiv und kostengünstig Neukunden für ihre Produkte und Dienstleistungen via Internet zu gewinnen (Performance-Marketing). Hierfür nutzt die Ligatus GmbH, eine 100%-Tochter der OnVista Media GmbH, ihr kontinuierlich wachsendes Premium-Netzwerk von hochwertigen Portalen, das neben den OnVista-eigenen Websites auch die Online-Angebote von rund 70 externen Kooperationspartnern umfasst. Umsätze generieren wir im Geschäftsfeld Media durch klassische Online-Werbung, Performance-Marketing-Kampagnen und über die Lizenzierung von medizinischem Content für die Internetauftritte von Dritten.

Im **Geschäftsfeld Technologies** ist unser IT-Geschäft organisiert. Es besteht aus einer 36%-Beteiligung der OnVista Beteiligungs-Holding GmbH an der IS.Teledata AG, die aus der Fusion der OnVista Technologies GmbH mit der IS Innovative Software AG hervorgegangen ist. Diese Beteiligung werden wir voraussichtlich noch im vierten Quartal 2005 veräußern. Die IS.Teledata AG ist Europas größter Anbieter von internetbasierten Finanzmarkt-Informationen-Systemen. In ihren Produkten und Dienstleistungen unterstützt die IS.Teledata AG professionelle Finanzdienstleister mit Lösungen und Marktdaten für Mitarbeiter und Endkunden. Für diese Leistungen erhält die IS.Teledata AG einmalige Projekterlöse und monatliche Lizenzgebühren.

Zusätzlich umfasst die OnVista Group<sup>1</sup> eine Reihe von kleineren Gesellschaften, die überwiegend im **Segment Corporate Services** angesiedelt sind.

<sup>1</sup> Die „OnVista Group“ ist gleichbedeutend mit dem OnVista-Konzern. Die Begriffe werden im Folgenden synonym verwendet.

**Geschäftsverlauf**

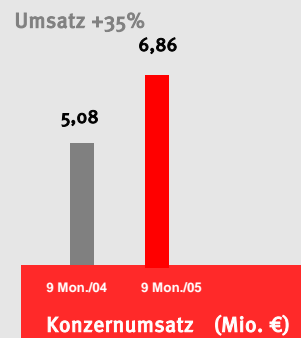
• **Umsatz deutlich gestiegen**

Das Jahr 2005 ist bislang sehr erfolgreich für die OnVista Group verlaufen. Unsere eigenen Erwartungen haben wir sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis weit übertroffen.

In den ersten neun Monaten 2005 lag unser **Konzernumsatz**<sup>2</sup> nach IFRS bei € 6,86 Mio. Gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert (9 Mon./04: € 5,08 Mio.) ergibt sich ein Plus von 35%.

Dabei konnten wir den Umsatz kontinuierlich über die drei Quartale steigern. So war das dritte Quartal 2005, isoliert betrachtet, besonders erfolgreich: Der Umsatz betrug € 2,64 Mio. (Q3/04: € 1,83 Mio.), 44% mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dies ist besonders bemerkenswert, da das dritte Quartal saisonal bedingt normalerweise ein schwaches ist.

Zu diesem Erfolg beigetragen haben eine merklich angezogene Nachfrage auf dem Online-Werbemarkt sowie neue Produkte und Vermarktungsansätze, mit denen es uns gelungen ist, insbesondere für unser Finanzportal neue Kundengruppen zu erschließen.



• **Planmäßiger Kostenanstieg**

Mit dem größeren Geschäftsumfang und um die Grundlage für zukünftiges Wachstum zu schaffen, haben wir die Kosten planmäßig erhöht. Betrachtet man die operativen Kosten nach dem in IFRS üblichen Umsatzkostenverfahren, entfällt der größte Anteil auf die **Herstellungskosten**. Sie betragen in den ersten neun Monaten 2005 € 2,71 Mio. Der deutliche Anstieg um 39% gegenüber dem Vorjahreszeitraum (9 Mon/04: € 1,95 Mio.) ist insbesondere auf die gestiegene Bedeutung unseres Performance-Marketing-Geschäfts zurückzuführen.<sup>3</sup> Auch die

<sup>2</sup> Im Konzernumsatz sind nach der Fusion und Entkonsolidierung des Geschäftsfelds Technologies seit 2004 ausschließlich die Umsätze des Geschäftsfelds Media enthalten.

<sup>3</sup> Einen Teil des im Performance-Marketing-Geschäft generierten Umsatzes reichen wir direkt an unsere Kooperationspartner weiter. Denn die Medialeistung, die wir an unsere Kunden vermarkten,

**Forschungs- und Entwicklungskosten** sind mit einem Plus von 49% auf € 0,84 Mio. (9 Mon./04: € 0,56 Mio.) stärker als der Umsatz gewachsen. Hauptgrund hierfür ist die Weiterentwicklung unserer Performance-Marketing-Plattform. Hinzu kam die intensive Entwicklungstätigkeit bei unserem Gesundheitsportal, das wir nach dem Relaunch im Juni kontinuierlich weiter optimieren. Die beiden anderen Kostenpositionen sind unterproportional zum Umsatz gewachsen. Die **Allgemeinen Verwaltungskosten** sind um 10% gestiegen und lagen bei € 1,59 Mio. (9 Mon./04: € 1,45 Mio.). Die **Marketing- und Vertriebskosten** lagen bei € 1,40 Mio. (9 Mon./04: € 1,16 Mio.; +21%). Im Durchschnitt sind die **operativen Kosten** um 28% und damit schwächer als der Umsatz gestiegen. In Summe lagen sie bei € 6,55 Mio. (9 Mon./04: € 5,12 Mio.).

Der **Personalaufwand** stieg im Berichtszeitraum um 17% auf € 2,36 Mio. (9 Mon./04: € 2,02 Mio.). Zum 30. September 2005 beschäftigten wir 53 fest angestellte **Mitarbeiter**<sup>4</sup> und damit vier mehr als ein Jahr zuvor (30.9.2004: 49). Die neuen Stellen wurden vor allem im Performance-Marketing-Geschäft, aber auch beim Gesundheitsportal geschaffen. Der Personalaufbau ist eine Investition in unser zukünftiges Wachstum.

Die **Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens** bewegten sich mit € 0,34 Mio. 9,8% über Vorjahresniveau (9 Mon./04: € 0,31).

Personalaufwand und Abschreibungen verteilen sich nach dem in IFRS üblichen Umsatzkostenverfahren in der Gewinn- und Verlustrechnung auf verschiedene Kostenpositionen.

- **Ergebnis in allen Kategorien stark gestiegen**

Alle Ergebniskennzahlen haben sich innerhalb des laufenden Geschäftsjahres kontinuierlich verbessert und waren sowohl im dritten Quartal als auch im 9-Monatszeitraum kumuliert positiv.

Das **EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)**, hat sich im 9-Monatszeitraum mehr als verzehnfacht und betrug € 0,31 Mio. (9 Mon./04: T€ 28). Allein € 0,29 Mio. zum 9-Monats-EBIT steuerte das dritte Quartal

---

kaufen wir bei rund 70 Websites ein. Die durchgeleiteten Umsätze werden in unserer GuV als Herstellungskosten verbucht. Dieses Geschäftsmodell generiert also relativ hohe Bruttoumsätze, die jedoch mit geringeren Margen verbunden sind als die Umsätze aus unserem Portalgeschäft. Auf Basis des Nettoumsatzes sind die Margen dagegen sehr attraktiv.

<sup>4</sup> Vollzeitäquivalente

2005 bei. Das entspricht einer EBIT-Marge von 11%. Im Vorjahresvergleichsquarter war das EBIT mit € -0,16 Mio. noch negativ gewesen.

Das **EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)** war im 9-Monatszeitraum mit € 0,65 Mio. ebenfalls deutlich positiv. Der Zuwachs betrug 92% (9 Mon./04: € 0,34 Mio.). Noch deutlicher zeigt sich die Verbesserung in der quartalsweisen Betrachtung: Während das EBITDA im dritten Quartal 2004 mit T€ -56 negativ war, belief es sich im Berichtsquarter auf € 0,41 Mio.

Aufgrund des gesunkenen Zinsniveaus verringerte sich das **Finanzergebnis** in den ersten neun Monaten 2005 um 14% auf € 0,58 Mio. (9 Mon./04: € 0,68 Mio.). Im dritten Quartal erzielten wir Zinseinkünfte in Höhe von € 0,19 Mio. (Q3/04: € 0,23 Mio., -16%).

Die IS.Teledata AG steuerte in den ersten neun Monaten 2005 einen Ertrag von € 0,47 Mio. (9 Mon./04: T€ 76) zu unserem Konzernergebnis bei. Allein € 0,26 Mio. davon wurden im dritten Quartal erwirtschaftet (Q3/04: T€55).

Unter dem Strich erzielten wir in den ersten neun Monaten 2005 ein **Konzernergebnis vor Steuern** von € 1,36 Mio. Das entspricht einer Steigerung von 75% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum (9 Mon./04: € 0,78 Mio.). Damit haben wir bereits im ersten Dreivierteljahr das ursprünglich für das Gesamtjahr prognostizierte Vorsteuerergebnis erzielt. Die **Umsatzrendite vor Steuern** erreichte im Berichtszeitraum 20%. Mehr als die Hälfte trug allein das dritte Quartal 2005 bei: Im Berichtsquarter erzielten wir ein Vorsteuerergebnis von € 0,74 Mio. (Q3/04: € 0,12 Mio., +500%).

**Nach Steuern** verblieb in den ersten neun Monaten 2005 ein **Überschuss** von € 0,91 Mio. Das entspricht einer Verdoppelung gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert (€ 0,46 Mio.; +99%). Auch hier wirkte sich insbesondere das sehr gute dritte Quartal mit € 0,48 Mio. (Q3/04: T€ 60; + 700%) aus.

- **Cashflow positiv**

Sowohl der operative als auch der gesamte Cashflow waren im Berichtszeitraum positiv. In den ersten neun Monaten 2005 erzielten wir aufgrund des erfreulichen Geschäftsverlaufs einen **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von € 0,57 Mio. (9 Mon./05: € 1,15 Mio.).

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** war mit € -0,35 Mio. negativ (9 Mon./04: € -2,88 Mio.). Hier

wirkte sich vor allem ein Mittelabfluss von netto € 0,50 Mio. aufgrund von Investitionen in Wertpapiere aus. Außerdem schlugen sich hier Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen und das Sachanlagevermögen nieder, insbesondere Hardware und Software für den Performance-Marketing-Bereich. Ein gegenläufiger Effekt entstand durch die rätierliche Tilgung eines Darlehens, das wir der IS.Teledata AG gewährt haben.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** war mit € 0,11 Mio. (9 Mon./04: € -0,13 Mio.) positiv. Der Mittelzufluss ist auf den Verkauf eigener Anteile zur Bedienung von Aktienoptionen zurückzuführen. Die hierfür benötigten Aktien haben wir bereits im Vorjahr erworben.

Unter dem Strich war der gesamte **Konzern-Cashflow** mit € 0,33 Mio. anders als im Vorjahr (9 Mon./05: € -1,86 Mio.) positiv.

Der **Finanzmittelbestand** der OnVista Group (inklusive der jederzeit veräußerbaren Wertpapiere des Umlaufvermögens) betrug zum 30. September 2005 € 23,49 Mio., nach € 22,61 Mio. per 31. Dezember 2004. Allein im dritten Quartal hat er sich um € 0,74 Mio. erhöht. Unsere Liquiditätslage ist damit weiterhin äußerst komfortabel. Der **Cash-Wert je Aktie** lag bei € 3,51 (31.12.2004: € 3,38). Unsere **Eigenkapitalquote** betrug zum Ende des Berichtszeitraums 96% (31.12.2004: 95%).

### Segmente

- **Geschäftsfeld Media trotz Investitionen hochprofitabel**

Im **Geschäftsfeld Media** haben wir den Umsatz erneut stark gesteigert und trotz der Investitionen in das Gesundheitsportal und das Performance-Marketing-Geschäft auch beim Gewinn stark zugelegt.

Der **Segmentumsatz** von OnVista Media kletterte in den ersten neun Monaten 2005 um 35% auf € 6,87 Mio. (9 Mon./04: € 5,09 Mio.). Darin enthalten war ein Innenumsatz von T€ 7 (9 Mon./04: T€ 13).

Hauptumsatzträger im Geschäftsfeld Media war unser Finanzportal [www.onvista.de](http://www.onvista.de); jedoch entfiel auf die neuen Aktivitäten bereits knapp die Hälfte des Umsatzes.

Am stärksten zum Wachstum beigetragen hat das Performance-Marketing-Geschäft, das allein in den ersten neun Monaten 2005 deutlich mehr Umsatz erwirtschaftete als im gesamten Geschäftsjahr 2004.

Aber auch in beiden Portalen haben wir die Erlöse substantiell gesteigert.

Das **Segmentergebnis**<sup>5</sup> des Geschäftsfelds Media lag mit € 1,00 Mio. (9 Mon./04: € 0,80 Mio.; +25%) ebenfalls über unseren Erwartungen. Den Löwenanteil zu diesem Ergebnis trug das Finanzportal bei. Auch das Performance-Marketing-Geschäft arbeitete profitabel. Die Umsatzrendite (vor Steuern) verbesserte sich über die drei Quartale kontinuierlich und lag im gesamten 9-Monatszeitraum 2005 bei 15% (9 Mon./04: 16%).

- **Neuerungen auf [www.onvista.de](http://www.onvista.de)**

Im Berichtsquartal wurde das Produktangebot auf [www.onvista.de](http://www.onvista.de) weiter ausgebaut: Als Einziges unter den breit aufgestellten Finanzportalen bietet OnVista nun eine eigene, integrierte Rubrik zu Futures. Mit dem Angebot, das sich insbesondere an institutionelle Investoren und erfahrene, aktive Privatanleger richtet, schließen wir eine der letzten Lücken auf unserer Website. Abrufbar sind alle Terminkontrakte der Eurex, somit alle in Deutschland handelbaren Finanzfutures mit detaillierten Kursinformationen, Charts und Stammdaten. Diverse Such- und Filterfunktionen erleichtern das schnelle Auffinden des geeigneten Kontrakts. Als neues Werbeumfeld ist der hinzu gekommene Bereich darüber hinaus für Werbekunden interessant, die risikobereite Anleger für ihre Produkte gewinnen möchten. Auch dem Anlage- und Informationsverhalten unserer Nutzer sind wir weiter auf den Grund gegangen. Im Rahmen einer Online-Umfrage auf der OnVista-Website wurden rund 1.500 User befragt. Sehr positiv bewertete die Mehrheit von ihnen das Image des Finanzportals. So wurde OnVista von den Befragten als sehr glaubwürdig, seriös, fortschrittlich, schnell und marktrelevant eingeschätzt. Das Image unserer Wettbewerber beurteilten die Nutzer in den gleichen Kategorien vergleichsweise schlechter. Des Weiteren nutzen wir die gewonnenen Umfrage-Ergebnisse als wichtige Anregung für neue Services und die Optimierung des bestehenden Angebots, mit dem Ziel, die Zufriedenheit unserer User noch weiter zu steigern.

Nicht nur bei Privatanlegern steht OnVista hoch im Kurs: Die neueste unabhängige HBS Medienstudie<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Hierbei handelt es sich um ein Ergebnis vor Steuern. Da zwischen der OnVista Media GmbH und der OnVista AG ein Ergebnisabführungsvertrag besteht, fallen keine Steuern auf Ebene der OnVista Media GmbH an.

<sup>6</sup> Die HBS Medienstudie wird seit 2002 jährlich von dem in London und Frankfurt ansässigen Beratungsunternehmen HBS International plc durchgeführt, das sich auf die Anzeigen- und Kampagnenplanung sowie Öffentlichkeitsarbeit im Finanzdienstleistungsbereich spezialisiert hat. Teilgenommen haben an der aktuellen Befragungswelle 300

belegt, dass die Website auch von Finanzprofis stark genutzt wird. Für Bankberater, institutionelle Anleger und unabhängige Finanzdienstleister ist sie sogar die mit Abstand wichtigste Informationsquelle im Internet, noch vor Google. Auch die gemessene Nutzungsfrequenz unterstreicht die klare Präferenz der Experten. Ebenfalls positiv entwickelt hat sich OnVista im Trend. Im Vergleich zu den HBS-Befragungen der Vorjahre hat die Beliebtheit des Finanzportals weiter zugenommen.

Als neuen Kooperationspartner konnte OnVista im Berichtszeitraum den Bundesverband Investment und Asset Management (BVI)<sup>7</sup> gewinnen. Der renommierte Verband wird künftig Informationsmaterial zum Download, News und Statistiken auf [www.onvista.de](http://www.onvista.de) platzieren. Dabei profitiert er von der großen Reichweite des Finanzportals. Im dritten Quartal erzielte OnVista durchschnittlich allein 6 Mio. Seitenabrufe im Fondsbereich (im Vorjahreszeitraum: 2,5 Mio. Seitenabrufe). Damit ist das Finanzportal die größte Fonds-Plattform im deutschsprachigen Internet. Das macht die Website insbesondere als Werbeumfeld für die Produkte von Fondsgesellschaften attraktiv.

Für große Nachfrage auf Seiten unserer Werbekunden sorgte die Einführung des Wallpapers. OnVista ist das erste Finanzportal, das diese exklusive Werbeform zur Verfügung stellt. Bei einem Wallpaper handelt es sich um ein sehr aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel, das sich komplett um den sauber abgegrenzten Inhalt der OnVista-Seite legt. Bei einer Buchung wird die gesamte Werbefläche des oberen und rechten Website-Randes mit den Werbemitteln des Kunden ausgefüllt. Das ermöglicht diesem nicht nur, sein Image eindrucksvoll zu transportieren, sondern gleichermaßen, den Wiedererkennungswert für seine Marke zu erhöhen.

- **Onmeda weiter optimiert**

Nach dem erfolgreichen Relaunch im letzten Berichtsquartal haben wir weiter am Angebot der Onmeda-Website gefeilt und neue Services ergänzt. So führte [www.onmeda.de](http://www.onmeda.de) als erstes Gesundheitsportal in Deutschland ein Weblog<sup>8</sup> ein, in dem eine Betroffene

---

Mitarbeiter bei unabhängigen Finanzdienstleistern, 200 Bankberater sowie 110 Institutionelle.

<sup>7</sup> Als Branchenverband der deutschen Fondsgesellschaften repräsentiert der BVI 99% des von deutschen Investment-Gesellschaften verwalteten Fondsvermögens.

<sup>8</sup> Ein Weblog ist eine Internetseite, die regelmäßig mit meist persönlichen Beiträgen aktualisiert wird und diese Beiträge in umgekehrt chronologischer Reihenfolge auflistet. Die Bezeichnung „Weblog“ setzt sich zusammen aus „Web“ und „Log“. Log kommt von Logbuch und meint eine journalartig geführte Aufzeichnung von Ereignissen.

über ihre Krankheit (Brustkrebs) spricht. Inzwischen bieten wir bereits ein zweites Weblog zum Thema „Ungewollt kinderlos“ an. Damit reagieren wir auf die positive Resonanz von Seiten unserer User. Die Online-Tagebücher, für die wir eigens eine neue Rubrik eingerichtet haben, werden je nach Wunsch und Befinden der Autoren mit Beiträgen bereichert. Nutzer können alle Einträge kommentieren. Ein Ausbau des Weblog-Angebots ist geplant. Auch das Forenangebot haben wir erweitert und dabei die Nutzerfreundlichkeit optimiert. Insgesamt bietet Onmeda jetzt 34 Online-Diskussionsplattformen – größtenteils fachärztlich moderiert – zu verschiedenen gesundheitlichen Themen an. Diejenigen Nutzer, die ihrer Gesundheit selbst auf den Grund gehen möchten, haben darüber hinaus in der neu eingerichteten Rubrik „Selbsttests“ die Möglichkeit, unter 20 interaktiven Testangeboten zu wählen – vom Fitnessbarometer bis hin zum Schönheits-OP-Selbstcheck.

Ebenfalls im dritten Quartal startete Onmeda eine Kooperation mit dem renommierten Verbrauchermagazin ÖKO-TEST. Hierdurch können wir unseren Nutzern zusätzlich zu rein beschreibenden Inhalten auch Tests und Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen aus dem Gesundheitsbereich anbieten. ÖKO-TEST stellt rund 200 Tests auf [www.onmeda.de](http://www.onmeda.de) als Download zur Verfügung. Dabei umfasst das kostenpflichtige Angebot hochwertige Studien aus den Bereichen Gesundheit und Medikamente, Essen und Trinken, Baby und Kind sowie Kosmetik und Wellness. Onmeda ist am Erlös der von den Usern angeforderten Artikel bzw. Downloads beteiligt.

- **OnVista überschreitet die 70-Millionen-Grenze**

OnVista hat seine Reichweite im Berichtszeitraum abermals steigern können. Im IVW-Ranking<sup>9</sup> der Online-Finanzwebsites erzielte [www.onvista.de](http://www.onvista.de) mit über 70 Millionen Seitenabrufen im September einen Reichweitenrekord. Mit 71,1 Mio. Seitenabrufen und 7,6 Mio. Besuchen erhöhte OnVista seine Reichweite um rund 75%, verglichen mit dem Vorjahresniveau (September 2004: 40,6 Mio. Seitenabrufe). Gleichzeitig zählte [www.onvista.de](http://www.onvista.de) mehr als doppelt so viele Seitenabrufe wie der zweitgrößte Wettbewerber und bleibt damit eindeutiger Marktführer unter den bankenunabhängigen Finanzportalen Deutschlands. Auch unter allen IVW-gemessenen Websites – einschließlich großer General-Interest-Portale wie T-

---

Häufig spricht man auch von einem „Blog“, die Kurzform von „Weblog“.

<sup>9</sup> IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung und Verbreitung von Werbeträgern e.V.)

Online oder Spiegel Online – ist OnVista das reichweitenstärkste Wirtschafts- und Finanzangebot.<sup>10</sup>

Für unser Gesundheitsportal Onmeda konnten wir unser Ziel, das Verhältnis zwischen Seitenabrufen und Besuchen zu erhöhen, bereits verwirklichen. Dies zeigt, dass es uns seit dem Relaunch gelungen ist, unsere Nutzer für noch mehr Themen zu begeistern und sie länger auf unserer Seite zu halten. Ebenso sind wir weiterhin unter den Top-10 der großen Gesundheitsportale platziert, verzeichnen jedoch mit 3,7 Mio. Seitenbesuchen und rund 0,5 Mio. Besuchen<sup>11</sup> eine geringere Reichweite als unmittelbar vor dem Relaunch. Grund hierfür ist die Namensänderung im Zuge des Relaunchs, die sich auf unsere Platzierung im Suchmaschinen-Ranking auswirkte. Wenn ein User beispielsweise einen medizinischen Suchbegriff wie „Diabetes“ eingibt, wird Onmeda zurzeit nicht so weit vorne in der Trefferliste angezeigt wie früher Medicine Worldwide, das Vorgängerportal. Weil Suchmaschinen generell einer der wichtigsten Wege sind, über die Nutzer zu Websites gelangen, macht sich die vorübergehend veränderte Platzierung auch in unserer Reichweite bemerkbar. Es ist eine Frage der Zeit, bis Google & Co. im Zuge ihrer normalen Aktualisierungs-Mechanismen Onmeda besser finden. Unterdessen tragen wir – mit der Unterstützung einer Spezialagentur für Suchmaschinenoptimierung – alles uns Mögliche dazu bei, um unser Gesundheitsportal in den Rankings der Suchmaschinen weiter nach oben zu rücken. Unsere Bemühungen zeigen bereits erste Erfolge.

#### • OnVista Group launcht Ligatus

Auf der diesjährigen Fachmesse online-marketing-duesseldorf (OMD) im September stellten wir erstmals unser junges und bereits sehr erfolgreiches Performance-Marketing-Geschäft unter der neuen Marke Ligatus vor. Unter Performance-Marketing werden überwiegend auf Kundengewinnung abzielende Werbeformen verstanden, die erfolgsabhängig vergütet werden, in der Regel pro Klick, pro generierter Interessenten-Adresse oder pro Vertragsabschluss. Ligatus ermöglicht Unternehmen, effektiv und kostengünstig Neukunden für ihre Produkte und

Dienstleistungen über das Internet zu gewinnen. Damit bietet Ligatus eine attraktive Alternative zu Werbemaßnahmen wie Direct-Mailings per Post oder aber Promotion-Aktionen am Flughafen. Für unsere Performance-Marketing-Kampagnen betreiben wir ein kontinuierlich wachsendes Partner-Netzwerk: Die Werbung der Kunden platziert Ligatus auf hochwertigen Portalen wie n-tv.de, Spiegel Online oder sueddeutsche.de und auf rund 70 anderen Premium-Websites seines Partner-Netzwerks. Dabei binden wir alle Werbemittel, als Anzeige gekennzeichnet, in den redaktionellen Umfeldern unserer Partner ein.

Dass der Kunde nur bei Erfolg zahlt, erhöht im Allgemeinen das Risiko des Werbeträgers. Um dieses zu beherrschen, bedarf es eines ausgefeilten Controllings der gesamten Prozesskette. Zu diesem Zweck setzt Ligatus eine eigens entwickelte IT-Plattform ein, die die Steuerung, Optimierung und Abrechnung einer Vielzahl von Kampagnen auf unterschiedlichsten Websites ermöglicht. So wird dafür gesorgt, dass die Angebote der Kunden dort platziert werden, wo sie den jeweils besten Zuspruch finden. Dies garantiert einen hohen Return-on-Investment für Werbungtreibende und attraktive Erlöse für Ligatus und seine Partner.

Auch im dritten Quartal gelang es uns, neue Partner zu gewinnen und dadurch die Reichweite des Ligatus-Netzwerks weiter auszudehnen. Über unsere rund 70 Partner-Websites erzielten wir zum Ende des Berichtszeitraums insgesamt 700 Mio. AdImpressions (Werbeblendungen) im Monat. Zum Ende des zweiten Quartals waren es noch rund 60 Partner, durch die wir insgesamt 600 Mio. AdImpressions gewannen. Reichweite ist ein entscheidender Faktor, um eine genügend große Anzahl an Usern als potenzielle Kunden für ein Produkt anzusprechen.

Wir planen, die bisherigen Performance-Marketing-Kampagnen für Finanzprodukte, wie beispielsweise Kreditkarten oder Altvorsorge-Angebote, ab 2006 zusätzlich mit Produkten und Dienstleistungen weiterer Branchen zu ergänzen. Zur optimalen Ausschöpfung des starken Wachstumspotenzials unseres Performance-Marketing-Geschäfts haben wir den Ligatus-Mitarbeiterstamm vergrößert.

#### • Ligatus GmbH gegründet

Um der steigenden Bedeutung unseres Performance-Marketing-Geschäfts auch gesellschaftsrechtlich Rechnung zu tragen, haben wir den gesamten Bereich im September 2005 in eine eigenständige GmbH ausgegliedert. Hierzu haben wir die Ligatus GmbH gegründet. Als 100%ige Tochtergesellschaft der

<sup>10</sup> Seit den Online-Reichweiten im September 2004 wendet die IVW ein neues Kategoriensystem an. Dieses gibt nicht nur Auskunft über die Gesamtnutzung einer Seite, sondern weist zusätzlich aus, wie viele Seitenabrufe davon auf verschiedene, fest vorgegebene thematische Kategorien entfallen, wie beispielsweise Wirtschaft. So ist es nun möglich, spezialisierte Finanzportale wie OnVista und große General-Interest-Angebote hinsichtlich ihrer Werbeträgerleistung als Wirtschaftsmedium zu vergleichen.

<sup>11</sup> Beide Durchschnittswerte beziehen sich auf die IVW-Messung im September 2005.

OnVista Media GmbH wird die Ligatus GmbH unser Performance-Marketing-Geschäft in gewohnter Qualität, Zuverlässigkeit und Effizienz fortführen und weiterentwickeln.

Die Überleitung des Geschäftsbereichs Performance-Marketing auf eine rechtlich selbstständige Gesellschaft erfolgte im Wege der Ausgliederung. Das dem Geschäftsbereich zuzuordnende Vermögen einschließlich der Verbindlichkeiten ist damit automatisch auf die Ligatus GmbH übergegangen.

Vorrangiges Ziel der Ausgliederung war, unser Performance-Marketing-Geschäft nach außen eigenständig zu positionieren und es noch deutlicher vom Finanzportal OnVista abzugrenzen.

#### • Geschäftsfeld Technologies: Ergebnis versechsfacht

Für die IS.Teledata AG ist das bisherige Geschäftsjahr 2005 ebenfalls sehr erfolgreich verlaufen. Das Frankfurter IT-Unternehmen konnte in den vergangenen Monaten in einem nach wie vor schwierigen Markt mehrere neue Kunden gewinnen und sein Geschäft bei bestehenden Kunden ausweiten. Dies führte zu einem Umsatzzuwachs im zweistelligen Prozentbereich. Auch die Kostenseite wurde weiter entlastet. Insgesamt erzielte IS.Teledata in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres einen Konzernumsatz von € 29,90 Mio. Das entspricht einem Zuwachs von 14% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum (9 Mon./04: € 26,15 Mio.). Überproportional gestiegen ist das Ergebnis. So konnte die IS.Teledata AG ihr Konzernergebnis vor Steuern gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum mehr als verdoppeln auf € 3,45 Mio. (9 Mon./04: € 1,60 Mio, +116%). Nach Steuern verblieb ein Überschuss von € 1,94 Mio. (9 Mon./04: € 1,28 Mio.; + 51%).

Unter Berücksichtigung der Beteiligungsquote von 36% und der aus der Fusion resultierenden Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte der IS.Teledata AG<sup>12</sup> verbleibt für unser **Geschäftsfeld**

<sup>12</sup> Im Abschluss des OnVista-Konzerns wird die Fusion der OnVista Technologies GmbH mit der IS Innovative Software AG zur IS.Teledata AG wie ein Kauf behandelt. Da wir bei der bargeldlosen Transaktion indirekt rund zwei Drittel der Anteile an der OnVista Technologies GmbH an Dritte abgegeben haben, wertet IFRS diesen Wert als den von uns gezahlten Kaufpreis für die Drittel-Beteiligung der OnVista AG an der IS.Teledata AG und damit auch als Gegenwert unserer Beteiligung. Dieser Wert (= die Anschaffungskosten) wurde in unserer Konzernbilanz als Finanzanlage aktiviert. Nach Abschluss der Transaktion muss der Unterschiedsbetrag zwischen den bilanzierten Anschaffungskosten und dem anteiligen Eigenkapital der IS.Teledata AG aufgeteilt werden auf stille Reserven im Anlagevermögen sowie immaterielle Vermögensgegenstände auf der einen Seite und Firmenwert (Goodwill) auf der anderen Seite. Während der aktivierte

**Technologies ein Segmentergebnis** von € 0,47 Mio. Im Vergleich zum Vorjahr (9 Mon./04: T€ 76) konnten wir das Segmentergebnis Technologies mehr als versechsfachen. Über die Hälfte davon (€ 0,26 Mio.; +365%) wurde im dritten Quartal erwirtschaftet (Q3/04: T€ 55).

#### • Neue Kundenprojekte bei IS.Teledata

Im dritten Quartal 2005 schloss die IS.Teledata AG weitere Bestandskundenprojekte ab: So setzte das Unternehmen den umfangreichen Website-Relaunch seines langjährigen Kunden, des Online-Brokers comdirect, um. Bei der Optimierung von [www.comdirect.de](http://www.comdirect.de) wurde auf eine verbesserte Nutzerfreundlichkeit und höhere Ladegeschwindigkeit geachtet. Aber auch technische Funktionalitäten und das Content-Angebot wurden erweitert. Grundlegende Neuerungen führte IS.Teledata beispielsweise im Depotbereich ein, in dem comdirect-Kunden nun mehr Möglichkeiten erhalten, ihr Musterdepot individuell zu konfigurieren. Besonderes Highlight ist die neue Kurssuche: Hierdurch landen jetzt 95% der Suchanfragen direkt auf den einzelnen Wertpapieren anstatt, wie vorher, auf teilweise langen Trefferlisten.

Des Weiteren entwickelte IS.Teledata neue Lösungen für den Fondsvertrieb der HypoVereinsbank (HVB) und der Fidelity International. Beide Unternehmen sind bereits seit einigen Jahren IS.Teledata-Kunden. Um das hauseigene Intranet-Informationsangebot für die Vertriebsmitarbeiter der HVB auszubauen, wurden so genannte „Fonds-Produktblätter“ konzipiert. Diese verknüpfen vertriebsunterstützende Informationen der Bank mit aktuellen Fondsmarktdaten von IS.Teledata. Die neuen Produktblätter lassen sich einfach und flexibel über IS.ContentStore, ein Tool zur Verwaltung redaktioneller Inhalte, bearbeiten und mit Zusatzinformationen ergänzen. Auch an der Gestaltung einer Internetseite zum neuen Fidelity-Anlageprodukt „MoneyBuilder Fonds“ war IS.Teledata beteiligt. Das Web-Angebot, zu erreichen unter [www.moneybuilder.de](http://www.moneybuilder.de) oder über [www.fidelity.de](http://www.fidelity.de), richtet sich an erfahrene Privatanleger und Einsteiger, die in Fondssparprodukte ohne Ausgabeaufschlag investieren möchten. Mit der Internetseite soll die Online-Vertriebsstrategie von Fidelity unterstützt werden. Um den Kostenvorteil dieser Fonds-Produkte zu veranschaulichen, entwickelte IS.Teledata einen

Firmenwert einem jährlichen Impairment-Test unterzogen wird, werden die immateriellen Vermögensgegenstände und die Bestandteile des Anlagevermögens über die jeweilige Nutzungsdauer planmäßig abgeschrieben. Dies wirkt sich ergebnismindernd in unserem Segment Technologies und im Konzern aus. Siehe dazu auch Erläuterung Nr. 8 im Anhang.

interaktiven Vorteilsrechner, der in die Website eingebunden ist. IS.Teledata realisiert für Fidelity schon seit mehreren Jahren Lösungen für den Fondsbereich.

- **Neue Produkte entwickelt**

Im Berichtsquartal hat IS.Teledata sein Produktportfolio weiter ausgebaut. Die neuen Anwendungen bieten Kunden professionelle Lösungen für ihre internen Finanzinformationssysteme.

Mit IS.Statistics Derivatives ermöglicht IS.Teledata beispielsweise Derivate-Emittenten, den tagesaktuellen Erfolg ihrer Produkte im Wettbewerb messen zu können. Die Lösung liefert Marktstatistiken für Optionsscheine und Zertifikate, die nach beliebig definierbaren Zeiträumen und verschiedenen Kriterien analysiert werden können. Emittenten erhalten damit eine bessere Marktübersicht und können darauf basierend ihre Produkt- und Marketingstrategien optimieren. Für diese webbasierte Anwendung stellt IS.Teledata auch eine umfangreiche Datenbasis zur Verfügung.

An Kundenberater im Retail-Geschäft und professionelle Investoren richtet sich der IS.OptionsAnalyser. Das Tool liefert einen Überblick über alle börsennotierten Optionen nach Basiswert und Fälligkeit. Das erleichtert dem Nutzer, die für ihn interessantesten Optionen zu finden. Darüber hinaus bietet der IS.OptionsAnalyser die Möglichkeit, zu simulieren, wie sich bestimmte Veränderungen bei Optionspreis, Basiswertkurs und impliziter Volatilität auf den theoretischen Optionspreis, den inneren Wert und den Zeitwert auswirken. Schon jetzt ist das Produktodul bei zwei großen europäischen Retail-Banken erfolgreich im Einsatz.

- **Segment Corporate Services: Leicht negatives Ergebnis**

Neben den beiden operativen Geschäftsfeldern umfasst die OnVista Group das **Segment Corporate Services**, das im Wesentlichen aus der Holding OnVista AG besteht. Diese nimmt fast ausschließlich Konzernfunktionen bzw. mit der Börsennotierung verbundene Aufgaben wahr. Außerdem werden in diesem Segment der Finanzmittelbestand sowie einige kleinere Beteiligungen verwaltet.

Die Holdingkosten lagen unter Vorjahresniveau. Allerdings fiel das Finanzergebnis aufgrund des gesunkenen Zinsniveaus mit € 0,50 Mio. ein wenig niedriger als im entsprechenden Vorjahreszeitraum aus (9 Mon./04: € 0,58 Mio.). Unter dem Strich ergab

sich ein leicht negatives **Segmentergebnis** von € -0,11 Mio. (9 Mon. 04/ T€ -94).

- **Nachtragsbericht**

- **IS.Teledata-Beteiligung wird veräußert**

Nach Ende des Berichtszeitraums haben wir den Verkauf unserer 36%-Beteiligung an der IS.Teledata AG bekannt gegeben. Ein entsprechender Vertrag wurde am 9. November 2005 unterzeichnet. Danach erhält die OnVista AG € 17,1 Mio. für ihre Anteile. Die Transaktion wurde von Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG beschlossen. Eine Zustimmungspflicht durch die Hauptversammlung der OnVista AG besteht nicht. Auf Seiten des Käufers steht noch eine kartellrechtliche Prüfung aus. Die OnVista AG rechnet noch 2005 mit dem Abschluss der Transaktion.

Der Kaufpreis wird ausschließlich in Barmitteln beglichen, wobei ein Teil zur Absicherung von abgebenen Garantien für zwei bzw. vier Jahre auf einem verzinslichen Treuhänderkonto hinterlegt wird. Der unmittelbare Cash-Zufluss beträgt € 15,3 Mio. Dadurch wird sich der Finanzmittelbestand der OnVista AG im ersten Schritt auf € 38,8 Mio. erhöhen. Allein daraus errechnet sich ein Cash-Wert je Aktie von € 5,79. Hinzu kommen die treuhänderisch verwalteten € 1,8 Mio. (€ 0,27 je Aktie).

Der Buchwert der Beteiligung beläuft sich per 30.9.2005 auf € 17,56 Mio. im Konzernabschluss nach IFRS und auf € 16,43 Mio. im AG-Einzelabschluss nach HGB. Deshalb entsteht durch den Verkauf im Konzern ein geringer außerordentlicher Verlust (€ 0,44 Mio.). Im – für die Dividendenfähigkeit relevanten – HGB-Einzelabschluss der OnVista AG dagegen ergibt sich ein außerordentlicher Ertrag in Höhe von € 0,68 Mio.

Dank der erfolgreichen Fusion im Jahr 2003 konnten wir unsere ehemals defizitäre Tochtergesellschaft OnVista Technologies GmbH in eine profitable Beteiligung an der IS.Teledata AG umwandeln. Langfristig wäre unsere Position allerdings nicht befriedigend gewesen: Zwar wären wir größter Einzelaktionär gewesen, jedoch hätte es uns an einer Kontrollmehrheit gefehlt, die darüber hinaus eine Vollkonsolidierung im OnVista-Konzern ermöglicht hätte. Durch die Trennung von IS.Teledata können wir uns in Zukunft auf unsere Internetaktivitäten fokussieren. Gleichzeitig ist es uns nun möglich, den inneren Wert unseres Unternehmens transparenter zu machen. Dieser wurde bislang aufgrund der komplizierten Konstruktion des Konzerns am Markt nicht hinreichend wahrgenommen.

### **Aussichten**

- **Jahresprognose angehoben**

In den zurückliegenden neun Monaten haben wir unsere eigenen Planungen bei weitem übertroffen. Aufgrund des hervorragenden Geschäftsverlaufs und der gut gefüllten Auftragsbücher im Segment Media heben wir unsere Prognosen für Umsatz und Ergebnis spürbar an. Wir erwarten nun einen **Konzernumsatz** von deutlich über € 9 Mio. Das entspräche einem Plus von rund 30% gegenüber dem Umsatz 2004 (€ 6,95 Mio.). Noch stärker zulegen wird das **Konzernergebnis vor Steuern**. Es soll nun mehr als € 1,5 Mio. betragen. Das bedeutet ein Plus von nahezu 60% im Vergleich zum Vorjahr (€ 0,95 Mio.). Zuletzt hatten wir mit einem Umsatz von € 8 Mio. und einem Ergebnis von € 1,38 Mio. gerechnet.

Da die Segmente Technologies und Corporate Services in etwa ergebnisneutral sein werden, wird das prognostizierte Vorsteuerergebnis voraussichtlich vollständig im Geschäftsfeld Media erwirtschaftet.

Da der in der Steuerbilanz entstehende Erlös aus dem Verkauf mit dem vollen Satz versteuert werden muss,<sup>13</sup> wird das Konzernergebnis nach Steuern voraussichtlich durch einen einmaligen Sondereffekt in Höhe von rund € 1,5 Mio. belastet. Aus diesem Grund wird das Nachsteuerergebnis und damit auch das Ergebnis je Aktie 2005 aller Wahrscheinlichkeit nach negativ ausfallen. Im – für die Dividendenfähigkeit relevanten – AG-Einzelabschluss nach HGB wird das Ergebnis jedoch voraussichtlich positiv sein.

- **Geschäftsfeld Media: Profitabilität soll weiter steigen**

Der **Segmentumsatz** im **Geschäftsfeld Media**, der dem Konzernumsatz entspricht, wird zum größten Teil aus unserem Finanzportal OnVista stammen. Das Gesundheitsportal Onmeda wird voraussichtlich Erlöse im mittleren bis oberen sechsstelligen Eurobereich beisteuern und damit prozentual zweistellig wachsen. Auch wenn 2005 der Schwerpunkt beim Gesundheitsportal noch nicht auf möglichst hohen Erträgen liegt, erwarten wir keine nennenswerte Ergebnisbelastung für OnVista Media.

Neben dem Portalgeschäft hat sich das Performance-Marketing-Geschäft zu einem wichtigen zweiten

Standbein entwickelt. Performance-Marketing wächst mit dreistelligen prozentualen Raten und soll dieses Jahr bereits rund ein Drittel zum Gesamtumsatz beitragen. Um die Wachstumschancen der kommenden Jahre zu nutzen, werden wir zusätzliche Mitarbeiter einstellen. Diese werden benötigt, um auf der einen Seite mehr Partner-Websites und Kunden, auch in neuen Branchen, zu gewinnen und auf der anderen Seite die IT-Plattform weiterzuentwickeln.

Das **Segmentergebnis** wird in etwa € 1,5 Mio. betragen (2004: € 0,84 Mio.). Somit wird die Umsatzrendite vor Steuern im Geschäftsfeld Media im deutlich zweistelligen Prozentbereich liegen.

- **Segmente Technologies und Corporate Services: In etwa ergebnisneutral**

Für das **Geschäftsfeld Technologies** hatten wir ursprünglich ein **Segmentergebnis** im mittleren sechsstelligen Bereich prognostiziert. Aufgrund des mit dem Verkauf verbundenen geringen außerordentlichen Verlusts – dieser wird von dem durch IS.Teledata vor der Veräußerung beigesteuerten Beteiligungsergebnis abgezogen – wird das Segmentergebnis Technologies im Gesamtjahr 2005 in etwa ausgeglichen sein.

Auch das **Segment Corporate Services** wird voraussichtlich ergebnisneutral sein.

<sup>13</sup> Bei der Beteiligung an der IS.Teledata AG handelt es sich um sogenannte „einbringungsgeborene“ Anteile, die bei der Ausgliederung der OnVista Technologies GmbH aus der OnVista AG im Jahr 2002 entstanden sind. Da diese innerhalb der siebenjährigen Sperrfrist veräußert wurden, greift die verminderte Besteuerung aus Veräußerungsgewinnen aus Finanzanlagen nicht. Der in der Steuerbilanz aus der Veräußerung entstehende Ertrag (€ 3,7 Mio.) muss voll versteuert werden.

€	9-Monatsbericht 2005 30.9.2005	Jahresabschluss 2004 31.12.2004
<b>AKTIVA</b>		
<b>Umlaufvermögen</b>		
Liquide Mittel [4]	1.391.103	1.065.951
Sonstige Wertpapiere [6]	22.095.347	21.548.150
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen [5]	1.169.930	625.486
Forderungen gg. Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	36.455	96.051
Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	783.116	622.187
Latente Steuern, kurzfristig [10]	130.475	479.472
<b>Summe Umlaufvermögen</b>	<b>25.606.426</b>	<b>24.437.297</b>
<b>Latente Steuern, langfristig [10]</b>	<b>1.306.938</b>	<b>1.399.367</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Finanzanlagen [8]	18.260.541	18.657.882
<i>davon At-Equity-Beteiligungen</i>	<i>17.560.541</i>	<i>17.177.882</i>
Sachanlagen [7]	299.038	202.959
Immaterielle Vermögensgegenstände [7]	3.479.893	3.287.393
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>22.039.472</b>	<b>22.148.234</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>48.952.836</b>	<b>47.984.898</b>

€	9-Monatsbericht 2005 30.9.2005	Jahresabschluss 2004 31.12.2004
<b>PASSIVA</b>		
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	282.963	632.658
Erhaltene Anzahlungen	264.250	197.644
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	245.726	59.933
Sonstige Rückstellungen [9]	1.289.275	1.311.578
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>2.082.214</b>	<b>2.201.813</b>
<b>Eigenkapital [11]</b>		
Gezeichnetes Kapital	6.700.000	6.700.000
Kapitalrücklage	39.735.190	39.749.099
Gewinnrücklage	0	0
Eigene Anteile (Treasury stock)	218.893	-429.097
Kumuliertes übriges Comprehensive Income	-295.755	55.534
Rücklage für Aktienoptionen	42.564	152.453
Bilanzverlust	469.730	-444.904
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>46.870.622</b>	<b>45.783.085</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>48.952.836</b>	<b>47.984.898</b>

## 9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS

### Gewinn- und Verlustrechnung

€	Quartalsbericht 3/2005 1.7.-30.9.2005	Quartalsbericht 3/2004 1.7.-30.9.2004	9-Monatsbericht 2005 1.1.-30.9.2005	9-Monatsbericht 2004 1.1.-30.9.2004
<b>Umsatzerlöse [13]</b>	<b>2.640.415</b>	<b>1.832.069</b>	<b>6.863.981</b>	<b>5.075.764</b>
Herstellungskosten	-976.494	-750.651	-2.716.258	-1.951.985
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.663.920</b>	<b>1.081.418</b>	<b>4.147.724</b>	<b>3.123.779</b>
Marketing- und Vertriebskosten	-491.958	-447.462	-1.402.249	-1.163.477
Allgemeine Verwaltungskosten	-574.350	-517.160	-1.591.800	-1.445.015
Forschungs- und Entwicklungskosten	-285.102	-229.612	-838.316	-563.683
Sonstiger Betriebsaufwand (-) abzgl. sonstige betriebliche Erträge	-24.145	-46.543	-5.108	76.720
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>288.365</b>	<b>-159.359</b>	<b>310.250</b>	<b>28.324</b>
Zinserträge, netto	191.597	227.283	580.121	677.988
Erträge aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	255.765	55.295	473.738	75.877
Währungsgewinne / -verluste (-)	-14	-658	-369	-730
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>735.713</b>	<b>122.561</b>	<b>1.363.740</b>	<b>781.459</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag [10]	-253.717	-62.342	-449.106	-322.552
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>481.996</b>	<b>60.219</b>	<b>914.634</b>	<b>458.907</b>
Verlustvortrag aus dem Vorjahr			-444.904	-4.216.430
<b>Bilanzverlust</b>			<b>469.730</b>	<b>-3.757.523</b>
<b>Ergebnis je Aktie ("basic / diluted earnings per share")</b>	<b>0,07</b>	<b>0,01</b>	<b>0,14</b>	<b>0,07</b>
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien („basic“ / „diluted“)	6.648.231	6.681.000	6.641.784	6.686.498

## Kapitalflussrechnung

€	9-Monatsbericht 2005 1.1.-30.9.2005	9-Monatsbericht 2004 1.1.-30.9.2004
Jahresüberschuss / -fehlbetrag (-)	914.634	458.907
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	340.627	310.878
Latenter Steuerertrag (-)/ aufwand	449.105	322.552
Verlust aus Anlageabgängen	0	23.055
Gewinn aus dem Verkauf von sonstigen Wertpapieren	-56.000	-94.050
Erträge aus nach der Equity-Methode bilanzierten Tochterunternehmen	-382.659	-75.877
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	66.440	71.550
Abnahme/Zunahme (-) der Aktiva und Zunahme/Abnahme (-) der Passiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-544.444	-304.360
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	59.596	-32.123
Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	-160.929	215.527
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-349.695	68.972
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	252.399	93.496
Sonstige Rückstellungen	-22.303	94.433
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>566.771</b>	<b>1.152.960</b>
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-188.337	-156.378
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-440.869	-2.882.299
Einzahlungen aus Ausleihungen an verbundene Tochterunternehmen	780.000	540.000
Auszahlungen für den Erwerb von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	0	-984.000
Einzahlungen aus dem Verkauf von Finanzmittelanlagen in sonstige Wertpapiere	2.005.000	11.104.450
Auszahlungen aus dem Kauf von Finanzmittelanlagen in sonstige Wertpapiere	-2.507.614	-10.500.300
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-351.820</b>	<b>-2.878.527</b>
Auszahlungen aus dem Kauf eigener Anteile	0	-139.807
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	110.200	5.700
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>110.200</b>	<b>-134.107</b>
Wechselkursbedingte und sonstige Verminderungen des Finanzmittelbestandes durch Wertänderungen	0	0
<b>Veränderung der liquiden Mittel (Konzern-Cashflow)</b>	<b>325.152</b>	<b>-1.859.674</b>
Liquide Mittel zu Beginn der Periode	1.065.951	3.147.737
<b>Liquide Mittel am Ende der Periode <sup>1)</sup></b>	<b>1.391.103</b>	<b>1.288.063</b>

1) Die liquiden Mittel am Ende der ersten neun Monate 2005 enthalten nicht die jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe in Höhe von T€ 22.095 da diese nicht zu den Zahlungsmitteläquivalenten gerechnet werden.

## 9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS

### Entwicklung des Eigenkapitals

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Rücklage für Aktien- optionen	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Comprehen- sive Income	Gewinn- rücklage	Bilanz- gewinn / Bilanz- verlust	Eigenkapital gesamt
<b>Stand 1.1.2004</b>	<b>6.700.000</b>	<b>39.749.875</b>	<b>55.879</b>	<b>0</b>	<b>226.456</b>	<b>3.350.000</b>	<b>-4.216.430</b>	<b>45.865.780</b>
Übriges Comprehensive Income	0	0	0	0	-170.922	0	0	-170.922
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	0	0	0	0	0	0	421.526	421.526
<b>Summe Comprehensive Income</b>								<b>250.604</b>
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	96.574	0	0	0	0	96.574
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-429.097	0	0	0	-429.097
Entnahme aus den sonstigen Gewinnrücklagen	0	0	0	0	0	-3.350.000	3.350.000	0
Verkauf eigener Anteile (nach latenten Steuern)	0	-776	0	0	0	0	0	-776
<b>Stand 31.12.2004</b>	<b>6.700.000</b>	<b>39.749.099</b>	<b>152.453</b>	<b>-429.097</b>	<b>55.534</b>	<b>0</b>	<b>-444.904</b>	<b>45.783.085</b>
Übriges Comprehensive Income	0	0	0	0	-12.970	0	0	-12.970
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	0	0	0	0	0	0	914.634	914.634
<b>Summe Comprehensive Income</b>								<b>901.664</b>
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	66.440	0	0	0	0	66.440
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	133.342	0	0	0	133.342
Verkauf eigener Anteile (nach latenten Steuern)	0	-13.909	0	0	0	0	0	-13.909
<b>Stand 30.9.2005</b>	<b>6.700.000</b>	<b>39.735.190</b>	<b>218.893</b>	<b>.295.755</b>	<b>42.564</b>	<b>0</b>	<b>469.730</b>	<b>46.870.622</b>

## Entwicklung des Anlagevermögens / Anteilsbesitz von Organmitgliedern

### Entwicklung des Anlagevermögens

€	Buchwert 1.1.2005	Zugänge	Abschrei- bungen	Abgänge	Buchwert 30.9.2005
<b>Finanzanlagen</b>					
Beteiligungen	400.000	0	0	0	400.000
Assoziierte Unternehmen	17.177.882	382.659	0	0	17.560.541
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	1.080.000	0	0	-780.000	300.000
<b>Summe Finanzanlagen</b>	<b>18.657.882</b>	<b>382.659</b>	<b>0</b>	<b>-780.000</b>	<b>18.260.541</b>
<b>Sachanlagen</b>					
Mietereinbauten	10.300	0	-1.737	0	8.563
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	192.659	188.337	-90.521	0	290.474
<b>Summe Sachanlagen</b>	<b>202.959</b>	<b>188.337</b>	<b>-92.258</b>	<b>0</b>	<b>299.038</b>
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
Software und Lizenzen	751.992	191.569	-248.369	0	695.192
Geleistete Anzahlungen	0	249.300	0	0	249.300
Geschäfts- oder Firmenwert	2.535.401	0	0	0	2.535.401
<b>Summe Immaterielle Vermögensgegenstände</b>	<b>3.287.393</b>	<b>440.869</b>	<b>-248.369</b>	<b>0</b>	<b>3.479.893</b>
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>22.148.234</b>	<b>1.011.865</b>	<b>-340.627</b>	<b>-780.000</b>	<b>22.039.472</b>

### Anteilsbesitz von Organmitgliedern

	Anteile	Rechte
<b>Vorstand</b>		
Michael W. Schwetje	1.682.580	15.000
Friedrich Oidtman	411.600	25.000
<b>Aufsichtsrat</b>		
Dr. Paul-Berhard Kallen	20.000	0
Dr. Johannes Meier	3.000	0
Prof. Dr. Bernhard Schwetzler	1.085	0

### 1. Allgemeines

Der vorliegende 9-Monats-Konzernabschluss wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Er ist als Ergänzung und Fortführung des Konzernabschlusses 2004 sowie des 6-Monats-Konzernabschlusses 2005 der OnVista Group zu sehen.

### 2. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

#### *Konsolidierung*

Alle Tochterunternehmen, die unter der rechtlichen und faktischen Kontrolle der OnVista AG stehen, sind in den Konzernabschluss einbezogen. Wesentliche Beteiligungen werden nach der Equity-Methode gemäß IAS 28 „Accounting for Investments in Associates“ (2003) bilanziert, wenn OnVista über 20% bis 50% der Stimmrechte verfügt oder einen maßgeblichen Einfluss auf deren Geschäfts- und Finanzpolitik ausübt. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem Kaufpreis und dem anteiligen Neubewerteten Eigenkapital wird der Beteiligung als Firmenwert angerechnet.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ nach der Neubewertungsmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden anteiligen Neubewerteten Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt („purchase accounting“). Die Differenz zwischen den Anschaffungskosten und dem anteiligen Neubewerteten Eigenkapital wird als Geschäftswert aktiviert und ist jährlich auf seine Werthaltigkeit hin zu überprüfen. (IAS 36)

Die Auswirkungen konzerninterner Geschäftsvorfälle werden gemäß IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“ im Rahmen der Konsolidierung eliminiert.

#### *Währungsumrechnung*

Der Abschluss ausländischer Tochterunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden gemäß IAS 21 „The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates“ nach dem Konzept der funktionalen Währung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Umrechnung der Bilanz erfolgt grundsätzlich mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag bzw. mit dem historischen Kurs für das Eigenkapital, die Gewinn- und Verlustrechnung wird mit dem Jahresdurchschnittskurs in Euro umgerechnet. Umrechnungsdifferenzen aus der Währungsumrechnung werden ergebnisneutral unter dem übrigen Comprehensive Income im Eigenkapital ausgewiesen.

#### *Verwendung von Schätzungen*

Die Erstellung des Konzernabschlusses in Übereinstimmung mit IFRS erfordert, dass das Management Schätzungen und Annahmen trifft, die Einfluss auf die bilanzierten Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten, die Angabe von Eventualverbindlichkeiten am Bilanzstichtag sowie den Ausweis von Erträgen und Aufwendungen des Geschäftsjahres haben. Die tatsächlichen Ergebnisse können von den vorgenommenen Schätzungen abweichen.

#### *Kreditrisiken*

Einem möglichen Ausfallrisiko ist OnVista im wesentlichen bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgesetzt. Um dieses Ausfallrisiko zu minimieren, führt OnVista fortlaufend Kreditwürdigkeitsprüfungen ihrer Kunden durch. Darüber hinaus wird das Ausfallrisiko hinsichtlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen dadurch begrenzt, dass OnVista über eine breit gestreute Kundenstruktur verfügt. Forderungsausfälle in nennenswertem Umfang waren weder im Berichtsjahr noch in den Vorjahren zu verzeichnen.

#### *Umsatzrealisierung*

Umsätze werden im Segment „Media“ erfasst, wenn die Leistung infolge der Werbeschaltung erbracht wurde. Die Umsatzerlöse sind abzgl. Skonti, Preisnachlässen oder Kundenrabatten ausgewiesen.

#### *Tausch von Werbeleistungen*

Nach SIC-31 „Revenue – Barter Transactions involving Advertising Services“ werden als Vergleichmaßstab für Erträge, die aus im Rahmen eines Tauschgeschäfts erbrachten Werbedienstleistungen erwirtschaftet wurden, ausschließlich solche Geschäfte herangezogen, die keine Tauschgeschäfte sind und die Werbung betreffen, die der Werbung des zu beurteilenden Tauschgeschäfts gleicht, häufig vorkommen, im Verhältnis zu allen abgeschlossenen Werbegeschäften des Unternehmens, die der Werbung des zu beurteilenden Tauschgeschäfts gleichen, nach Anzahl und Wert überwiegen, eine Gegenleistung enthalten, deren beizulegender Zeitwert verlässlich ermittelt werden kann und bei denen der Vertragspartner nicht derselbe ist wie bei dem zu beurteilenden Tauschgeschäft.

#### *Werbekosten*

Gemäß IAS 38 „Intangible Assets“ (2004) werden Werbekosten im Zeitpunkt ihres Anfalls aufwandswirksam erfasst.

#### *Ergebnis je Aktie*

Bei Vorliegen von Verwässerungseffekten sind zwei Kenngrößen für das Ergebnis je Aktie anzugeben. Bei der Kenngröße „Ergebnis je Aktie“ („basic earnings per share“) wird der Verwässerungseffekt nicht berücksichtigt; der Konzern-Jahresüberschuss wird durch den gewogenen Durchschnitt der Zahl der Aktien dividiert. Die Kenngröße „Ergebnis je Aktie (voll verwässert)“ („diluted earnings per share“) berücksichtigt nicht nur die tatsächlich ausgegebenen, sondern auch die aufgrund von Optionsrechten erhältlichen Aktien. Die Berechnung ist in Erläuterung 15 dargestellt. Der Konzernjahresüberschuss stellt das im Konzern insgesamt erwirtschaftete Ergebnis des Jahres dar, von dem die auf

Minderheitsgesellschafter entfallenden Anteile abgesetzt oder hinzugerechnet sind.

### **Liquide Mittel**

Alle Kapitalanlagen mit hoher Fungibilität und einer Fälligkeit von bis zu drei Monaten zum Zeitpunkt des Erwerbs sowie alle Kassen und Bankbestände werden als liquide Mittel behandelt.

### **Wertpapiere und Beteiligungen**

Wertpapiere und Beteiligungen werden mit Marktpreisen bewertet, sofern diese verlässlich bestimmt werden können. Unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Marktbewertung von Wertpapieren, die zur kurzfristigen Veräußerung bestimmt sind („trading securities“), werden ergebniswirksam erfasst. Unrealisierte Gewinne und Verluste aus allen anderen zu Marktpreisen bewerteten Wertpapieren („available-for-sale securities“) werden, unter Berücksichtigung latenter Steuern, im übrigen Comprehensive Income ausgewiesen. Soweit für die sonstigen Wertpapiere keine Marktpreise verlässlich bestimmt werden können, werden die sonstigen Wertpapiere mit ihren Anschaffungskosten bewertet. Auf alle Wertpapiere oder Beteiligungen werden bei dauerhaften Wertminderungen ergebniswirksam Abschreibungen vorgenommen.

### **Umlaufvermögen**

Das Umlaufvermögen umfasst Forderungen, Wertpapiere und Zahlungsmittel, die innerhalb eines Jahres fällig werden.

### **Immaterielle Anlagewerte**

Erworbene immaterielle Anlagewerte werden zu Anschaffungskosten bewertet und, sofern deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, linear pro rata temporis über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer von 3-5 Jahren abgeschrieben. Sofern sich aufgrund einer Wertminderung ein niedrigerer Zeitwert ergibt, wird eine außerplanmäßige Abschreibung auf diesen Wert vorgenommen. Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben worden sind, werden gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ aktiviert und jährlich hinsichtlich ihrer Werthaltigkeit überprüft.

### **Website-Entwicklungskosten**

Die Bilanzierung von Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Website erfolgt gemäß SIC-32 „Intangible Assets – Website Costs“ in Verbindung mit IAS 38 „Intangible Assets“ (2004). Danach sind selbstgeschaffene immaterielle Vermögenswerte nur dann aktivierungsfähig, wenn die technische Realisierbarkeit der Fertigstellung des immateriellen Vermögenswertes sicher gestellt ist, der immaterielle Vermögenswert einen zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielen wird und die anfallenden Aufwände während der Entwicklungsphase verlässlich bewertet werden können. Ausgaben für Forschung sind grundsätzlich nicht aktivierungsfähig. Aktivierte Softwareentwicklungskosten werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer der Software (drei Jahre) abgeschrieben.

### **Sachanlagevermögen**

Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. Die Abschreibungen erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (3-10 Jahre). Sofern sich aufgrund einer Wertminderung ein niedrigerer Zeitwert ergibt, wird eine außerplanmäßige Abschreibung auf diesen Wert vorgenommen.

### **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag**

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag werden gemäß IAS 12 „Income Taxes“ erfasst. Nach dieser Methode basieren aktive bzw. passive latente Steuern auf zeitlichen Unterschieden zwischen den steuerrechtlichen und den IFRS-Bilanzansätzen, die sich in der Zukunft voraussichtlich umkehren werden. Sie werden auf Grundlage der Steuersätze und -vorschriften ermittelt, die auf Basis des gegenwärtigen Gesetzesstandes voraussichtlich zum Zeitpunkt der Aufhebung der Unterschiede gelten werden. Für Verlustvorträge, die geeignet sind, künftige Steuerbelastungen zu mindern, werden aktive latente Steuern angesetzt. Ist die Realisierung des Verlustvortrags unwahrscheinlich, wird auf die hierfür gebildete aktive latente Steuer eine Wertberichtigung vorgenommen.

### **Aktienorientierte Vergütung**

OnVista verfügt zum 30. September 2005 über die in Erläuterung 12 ausführlich dargestellten Aktienoptionspläne. Die Bilanzierung von aktienorientierten Vergütungen hat grundsätzlich gemäß IFRS 2 „Share-based Payment“ nach der sogenannten Fair-Value-Methode zu erfolgen. Hiernach sind Aktienoptionen, die nach dem 7. November 2002 ausgegeben wurden, entsprechend ihrer Laufzeit aufwandswirksam zu erfassen.

### **Übriges Comprehensive Income**

Die Veränderungen im Eigenkapital innerhalb eines Berichtszeitraums mit Ausnahme der Einlagen der Anteilseigner sowie der Ausschüttungen an Anteilseigner werden gemäß IAS 1 „Presentation of Financial Statements“ (2003) erfasst. Nach dieser Methode werden im sogenannten Comprehensive Income alle Eigenkapitalbestandteile ausgewiesen. In einer Unterposition, dem übrigen Comprehensive Income, werden sämtliche ergebnisneutralen Veränderungen des Eigenkapitals abgebildet, so dass in dieser Unterposition die Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung sowie unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Stichtagsbewertung bestimmter Wertpapiere enthalten sind. Die Veränderung des Comprehensive Income wird in der Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals dargestellt.

### **Rückstellungen**

Rückstellungen werden gebildet, wenn Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die Inanspruchnahme wahrscheinlich und die voraussichtliche Höhe des notwendigen Rückstellungsbetrags zuverlässig schätzbar ist.

### *Forschung und Entwicklung*

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung werden grundsätzlich bei Anfall ergebniswirksam behandelt, sofern sie nicht gemäß IAS 38 „Intangible Assets“ (2004) aktiviert werden (vgl. Erläuterung zu Website-Entwicklungskosten).

### **3. Konsolidierungskreis**

Der Konsolidierungskreis umfasst neben der OnVista AG die inländischen Tochtergesellschaften OnVista Beteiligungs-Holding GmbH, Köln, OnVista Media GmbH, Köln, IFVB Institut für Vermögensbildung GmbH, Köln und die Trade & Get GmbH, Köln.

Zum Kreis der at-equity einbezogenen Unternehmen gehörten in den ersten neun Monaten 2005 mit einem Anteil von 36,0% die IS.Teledata AG, Frankfurt am Main, und mit einem Anteil von 25,1% die PROZENTOR GmbH, Berlin.

## Erläuterungen zur Konzernbilanz

## 4. Liquide Mittel

Die liquiden Mittel stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	9-Monatsbericht 2005 30.9.2005	Jahresabschluss 2004 31.12.2004
Geldmarktpapiere mit Laufzeiten von weniger als 3 Monaten	1.230	650
Guthaben bei Kreditinstituten	161	416
<b>Gesamt</b>	<b>1.391</b>	<b>1.066</b>

Die jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe werden bilanziell unter der Position „Sonstige Wertpapiere“ ausgewiesen, da sie nicht zu den Zahlungsmitteläquivalenten gerechnet werden (siehe dazu Abschnitt 8. Wertpapiere und Finanzanlagen).

## 5. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Für ausfallgefährdete Forderungen bestehen zum 30. September 2005 Wertberichtigungen in Höhe von T€ 65 (31.12.2004: T€ 65). Alle übrigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zum Nennwert bilanziert und haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

## 6. Sonstige Vermögensgegenstände und aktive Rechnungsabgrenzungsposten

Die Posten sind grundsätzlich mit dem Nennwert bilanziert. Von den sonstigen Vermögensgegenständen und Rechnungsabgrenzungsposten weisen per 30. September 2005 T€ 0 (31.12.2004: T€ 0) Restlaufzeiten von mehr als einem Jahr aus.

Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten Beträge in Höhe von T€ 394 (31.12.2004: T€ 314), die erst nach dem Abschlussstichtag rechtlich entstehen. Es handelt sich dabei um abgegrenzte Zinsen.

## 7. Immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen

Zu den immateriellen Anlagewerten und Sachanlagen verweisen wir auf die Anlage „Entwicklung des Anlagevermögens“.

Die immateriellen Anlagewerte beinhalten Lizenzen, Website-Entwicklungskosten, Software und Geschäfts- oder Firmenwerte. In den ersten neun Monaten 2005 wurden angefallene Website-Entwicklungskosten in Höhe von T€ 137 (zum 30.9.2004: T€ 171) aktiviert. Die Abschreibungen darauf erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (3 bis 5 Jahre) und belasteten zum 30. September 2005 die Gewinn- und Verlustrechnung mit T€ 175 (30.9.2004: T€ 111).

Infolge des Erwerbs der Anteile an der A Med-World AG im Jahr 2004 wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von T€ 2.535 aktiviert. Da der Geschäftsbetrieb der A Med-World AG zwischenzeitlich vollständig in die OnVista Media GmbH integriert worden ist, wird dieser Geschäfts- oder Firmenwert in voller Höhe dem Segment Media zugeordnet und auf dieser Ebene im Rahmen eines jährlichen Impairment-Tests gemäß IAS 36 "Impairment of Assets" auf seine Werthaltigkeit überprüft. Des weiteren wurde im Zuge des Erwerbs der A Med-World AG ein Teil des Kaufpreises in Höhe von T€ 255 bislang nicht aktivierten immateriellen Vermögensgegenständen zugeordnet. Hierzu zählen Kundenverträge, Markenrechte, Software und Datenbankinhalte. Die Abschreibungen auf diese Vermögenswerte erfolgen entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer (ein bis sechs Jahre) und betragen in den ersten 9 Monaten 2005 T€ 30.

## 8. Wertpapiere und Finanzanlagen

Zur Entwicklung der Finanzanlagen verweisen wir auf die Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens.

Die gemäß der Equity-Methode einbezogenen Beteiligungen betreffen folgende Unternehmen:

	Beteiligungs- quote %	Anteil am Eigenkapital %	Anschaffungs- kosten €	Kumulierte Zu- schreibung €	Kumulierte Abwertung €	Beteiligungs- buchwert €
IS.Teledata AG	36,0	2.134.640	17.130.560	429.981	0	17.560.541
PROZENTOR GmbH	25,1	140.324	510.000	0	510.000	0

Zwischen den Anschaffungskosten der Beteiligung an der IS.Teledata AG und dem anteiligen Eigenkapital der Gesellschaft zum jeweiligen Kaufzeitpunkt der Anteile besteht eine Differenz in Höhe von T€ 15.340. Diese Kaufpreisdifferenz wurde im Rahmen einer Purchase-Price-Allocation gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ untersucht und stillen Reserven und Lasten sowie einem eventuell vorhandenen Geschäfts- oder Firmenwert im Vermögen der IS.Teledata AG zugeordnet. Unter Berücksichtigung latenter Steuern konnten somit T€ 1.169 bislang nicht aktivierten immateriellen Vermögenswerten bei der IS.Teledata AG zugeordnet werden. Diese werden entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Die daraus resultierenden Abschreibungen werden ergebniswirksam im Rahmen der Equity-Bewertung dem Beteiligungswert der IS.Teledata AG zugerechnet. Für die ersten neun Monate 2005 fielen Abschreibungen in Höhe von T€ 210 an. In Verbindung

## 9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS

mit der positiven anteiligen Eigenkapitalveränderung in Höhe von T€ 593 und einer Dividendenzahlung in Höhe von T€ 91 ergibt sich somit ein Equity-Ergebnis für die ersten neun Monate 2005 in Höhe von T€ 474.

Die verbleibende Kaufpreisdifferenz in Höhe von T€ 14.171 wird als Geschäfts- oder Firmenwert behandelt.

Die wichtigsten Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung des IS.Teledata-Konzerns stellen sich nach IFRS zum 30.9.2005 wie folgt dar:

IS.Teledata-Konzern nach IFRS	1.1.-30.9.2005 T€
Umsatzerlöse	29.901
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3.438
Ergebnis vor Steuern	3.447
Jahresüberschuss /-fehlbetrag	1.936

Die Bilanz des IS.Teledata-Konzerns zum Quartalsende weist im Wesentlichen folgende Positionen auf:

IS.Teledata-Konzern nach IFRS	30.9.2005 T€	31.12.2004 T€
Anlagevermögen	6.847	7.403
Umlaufvermögen	9.405	7.641
Eigenkapital	7.575	5.929
Minderheitenanteile	2	3
Verbindlichkeiten	8.676	9.111
Bilanzsumme	16.252	15.044
Eigenkapitalquote	47%	39%

Die Daten beruhen auf einem nicht testierten 9-Monatsabschluss des IS.Teledata-Konzerns nach IFRS.

Die zum 30. September 2005 in den 9-Monats-Konzernabschluss zu Anschaffungskosten („at cost“) einbezogenen Beteiligungen in Höhe von T€ 400 (31.12.2004: T€ 400) betreffen die folgenden Unternehmen:

	Beteiligungsquote %	Anteil am Nominalkapital €
ALTUS Media AG	12,88	9.457
Lang & Schwarz Wertpapierhandel AG	3,20	302.400
Kontrast Abwicklungsgesellschaft GmbH (vormals PriceContrast GmbH)	2,50	650

Da ein Zeitwert für die oben genannten Beteiligungen nicht verlässlich bestimmt werden kann, werden diese nach IAS 39 „Financial Instruments“ (2004) zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Bei den Wertpapieren des Umlaufvermögens handelt es sich im Wesentlichen um jederzeit veräußerbare Pfandbriefe. Die Pfandbriefe sind mit ihren Marktwerten am Bilanzstichtag bewertet und stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	9-Monatsbericht 2005 30.9.2005	Jahresabschluss 2004 31.12.2004
Anschaffungskosten	22.014	21.456
Kumulierte unrealisierte Gewinne / Verluste (-)	81	92
Latente Steuern	38	37

Die unrealisierten Gewinne / Verluste werden im übrigen Comprehensive Income abzüglich der enthaltenen Steuereffekte ausgewiesen.

**9. Sonstige Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	9-Monatsbericht 2005 30.9.2005	Jahresabschluss 2004 31.12.2004
Sondervergütungen	315	466
Stuerrisiken	203	203
Leerstandsrisiken	0	15
Sonstiges	771	628
<b>Gesamt</b>	<b>1.289</b>	<b>1.312</b>

Alle sonstigen Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

**10. Latente Steuern**

Die aktiven und passiven latenten Steuern ergeben sich aus Buchungsunterschieden in den folgenden Bilanzpositionen:

€	9-Monatsbericht 2005 30.9.2005	Jahresabschluss 2004 31.12.2004
Aktive latente Steuern auf:		
Ausgliederungsgewinn abzgl. steuerliche Goodwill-Abschreibung	1.702	1.815
Verlustvorträge	92	432
Passive latente Steuern auf:		
Website-Entwicklungskosten	-214	-222
Finanzanlagevermögen	-85	-77
Unrealisierte Kursgewinne auf Wertpapiere	-39	-37
Sonstige	-19	-32
<b>Aktive / Passive latente Steuern, netto</b>	<b>1.437</b>	<b>1.879</b>
<i>davon</i>		
<i>mit Restlaufzeiten &lt; 1 Jahr</i>	<i>130</i>	<i>479</i>
<i>mit Restlaufzeiten &gt; 1 Jahr</i>	<i>1.307</i>	<i>1.399</i>

Zum 30. September 2005 bestehen im Konzern körperschaftssteuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 252 sowie gewerbesteuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 202, die voraussichtlich in naher Zukunft realisiert werden können.

Bei der OnVista Beteiligungs-Holding GmbH bestehen körperschafts- und gewerbesteuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 81. Da es sich bei diesen Verlustvorträgen um vororganschaftliche Verlustvorträge handelt, die während des Bestehens der steuerlichen Organschaft nicht genutzt werden können, wurde auf die aktive latente Steuer auf diese Verlustvorträge eine Wertberichtigung von 100% gebildet.

## 11. Eigenkapital

### Zahl der ausgegebenen Aktien

Zum 30. September 2005 belief sich die Anzahl der von der OnVista AG ausgegebenen Aktien unverändert auf 6.700.000. Jede Aktie repräsentiert einen Anteil am gezeichneten Kapital in Höhe eines Nennbetrags von € 1,00.

### Eigene Anteile (Treasury Stock)

Die OnVista AG hat in den ersten neun Monaten 2005 19.875 eigene Aktien zu T€ 110 veräußert. Der beim Verkauf realisierte Verlust in Höhe von T€ 14 wurde erfolgsneutral im Eigenkapital von der Position Kapitalrücklage abgesetzt. Zum 30. September 2005 hält die Gesellschaft 44.125 eigene Aktien.

### Comprehensive Income

Zum 30. September 2005 waren im übrigen Comprehensive Income unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Marktbewertung von Wertpapieren in Höhe von T€ 81 enthalten, auf die latente Steuern in Höhe von T€ 38 erfolgsneutral im übrigen Comprehensive Income gebildet wurden.

## 12. Aktienoptionsprogramm

Die Bilanzierung von aktienorientierten Vergütungen hat grundsätzlich gemäß IFRS 2 „Share-based Payment“ nach der sogenannten Fair-Value-Methode zu erfolgen. Hiernach ist eine ergebniswirksame Erfassung über den gesamten Ausübungszeitraum erforderlich. Anzuwenden ist IFRS 2 auf alle nach dem 7. November 2002 gemachten Zusagen, die am Tag des Inkrafttretens noch verfallbar sind.

Die Entwicklung der an berechnigte Arbeitnehmer ausgegebenen Aktienoptionen stellt sich zum Ende der ersten neun Monate 2005 wie folgt dar:

	Anzahl der Optionen	Durchschnittlicher Bezugspreis €
Bestand am Jahresanfang	343.000	12,14
Gewährt	0	0,00
Verfallen	58.500	29,68
Ausgeübt	19.875	5,55
Bestand am 30.9.2005	264.625	8,75

Durch die nach dem 7.11.2002 ausgegebenen Aktienoptionen entstand in den ersten neun Monaten 2005 ein Personalaufwand in Höhe von T€ 66.

## Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

### 13. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse resultieren im Berichtszeitraum ausschließlich aus Umsätzen im Segment Media.

Die Umsatzerlöse setzen sich wie folgt zusammen:

T€	9-Monatsbericht 2005 1.1.-30.9.2005	9-Monatsbericht 2004 1.1.-30.9.2004
Technologies	0	0
Media	6.864	5.076
Corporate Services	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>6.864</b>	<b>5.076</b>

### 14. Personalaufwand

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthält folgenden Personalaufwand:

T€	9-Monatsbericht 2005 1.1.–30.9.2005	9-Monatsbericht 2004 1.1.– 30.9.2004
Löhne und Gehälter	2.073	1.769
Soziale Abgaben	287	246
<b>Gesamt</b>	<b>2.360</b>	<b>2.015</b>

Im Personalaufwand der ersten neun Monate 2005 sind T€ 66 (Vj.: T€ 72) enthalten, die aus der Fair-Value-Bewertung von Aktienoptionen resultieren.

### 15. Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie („basic earnings per share“) und das Ergebnis je Aktie (voll verwässert) („diluted earnings per share“) berechnen sich zum 30. September 2005 wie folgt:

	9-Monatsbericht 2005 1.1.–30.9.2005	9-Monatsbericht 2004 1.1.– 30.9.2004
Überschuss / Fehlbetrag (-) (T€)	915	459
Ergebnis je Aktie („basic“/ „diluted earnings per share“) (€)	0,14	0,07

In die Berechnung des Ergebnisses je Aktie wurden 82.625 Optionen des Aktienoptionsplans 2001 einbezogen, da der Ausübungspreis der Optionen unter dem Börsenkurs der OnVista-Aktie zum Bilanzstichtag lag. Dies hatte jedoch keine Auswirkungen auf das Ergebnis je Aktie (voll verwässert).

## Sonstige Erläuterungen

### 16. Segmentberichterstattung

Der OnVista-Konzern erbringt Leistungen in drei Segmenten: Media, Technologies und Corporate Services (sonstige Dienstleistungen). Die Segmente sind aufgrund produkt- und marktspezifischer Unterschiede voneinander abgrenzbar. Organisatorisch sind die Segmente innerhalb des OnVista-Konzerns getrennt und in eigenständige Gesellschaften ausgegliedert.

Umsätze werden nur im Segment Media durch Online-Werbung auf den konzerneigenen Websites, die Lizenzierung von medizinischem Content für die Internet-Auftritte von Dritten und durch variable Abrechnungsmodelle im Performance-Marketing-Bereich generiert. Im Segment Technologies werden lediglich Ergebnisse der At-Equity-Beteiligung an der IS.Teledata AG dargestellt.

Die Umsatz- und Ergebnissituation in den einzelnen Segmenten stellt sich in den ersten neun Monaten 2005 wie folgt dar:

T€ 1.1.–30.9.2005	Media	Technologies	Corporate Services	Konsolidierung	Total
Außenumsatz	6.864	0	0	0	6.864
Innenumsatz	7	0	0	-7	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>6.871</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-5</b>	<b>6.864</b>
Sonstige betriebliche Erträge	125	0	263	-256	132
Operative Kosten	-5.776	0	-832	263	-6.345
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-298	0	-42	0	-341
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>922</b>	<b>0</b>	<b>-611</b>	<b>0</b>	<b>310</b>
Finanzergebnis	79	474	500	0	1.053
<b>Segmentergebnis</b>	<b>1.001</b>	<b>474</b>	<b>-111</b>	<b>0</b>	<b>1.364</b>

Im vergleichbaren Vorjahreszeitraum ergab sich folgende Umsatz- und Ergebnissituation in den einzelnen Segmenten:

T € 1.1.-30.9.2004	Media	Technologies	Corporate Services	Konsolidierung	Gesamt
Außenumsatz	5.076	0	0	0	5.076
Innenumsatz	13	0	0	-13	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>5.089</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-13</b>	<b>5.076</b>
Sonstige betriebliche Erträge	92	0	396	-282	206
Operative Kosten	-4.298	0	-940	295	-4.943
Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände und Sachanlagen	-186	0	-124	0	-311
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>697</b>	<b>0</b>	<b>-669</b>	<b>0</b>	<b>28</b>
Finanzergebnis	103	76	575	0	753
<b>Segmentergebnis</b>	<b>800</b>	<b>76</b>	<b>-94</b>	<b>0</b>	<b>781</b>

Die Verrechnung zwischen den Konzernsegmenten erfolgte auf Basis der Preisvergleichsmethode und der Kostenaufschlagsmethode.

Im Segment Media wurden 15% (Vj. 19%) des Umsatzes mit Kunden außerhalb Deutschlands erzielt. Es gab keinen Kunden, der mehr als 10% der Segmentumsätze ausmacht.

### 17. Beziehungen zu nahestehenden Personen

Die At-Equity-Beteiligung IS.Teledata AG und der OnVista-Konzern unterhalten umfangreiche Liefer- und Leistungsbeziehungen. Die IS.Teledata AG fungiert als Datenlieferant für die OnVista Media GmbH und betreibt einen Großteil ihrer Webserver-Familie. Hieraus entstanden in den ersten neun Monaten 2005 für die OnVista Media GmbH Aufwände in Höhe von T€ 692. Darüber hinaus leistete die IS.Teledata AG Back-Office-Support für die OnVista AG und die OnVista Media GmbH. Die hierdurch entstehenden Aufwände betragen in den ersten neun Monaten 2005 T€ 67.

In den Ausleihungen an Beteiligungen zum 30.9.2005 ist ein Darlehen der OnVista AG an die IS.Teledata AG in Höhe von T€ 300 enthalten. Das Darlehen hat eine Laufzeit bis zum 31. Dezember 2005 und wird seit 1. Januar 2004 regelmäßig getilgt. In den ersten neun Monaten 2005 fielen hierfür Zinsen in Höhe von T€ 28 an.

Zum 30.9.2005 hatte OnVista saldiert Forderungen in Höhe von T€ 273 gegenüber der IS.Teledata AG.

### 18. Haftungsverhältnisse

Zu vermerkende Haftungsverhältnisse bestanden am Bilanzstichtag nicht.

**OnVista AG**

Sophienstraße 3  
D-51149 Köln

Tel: +49(0) 2203 9146-0  
Fax: +49 (0) 2203 180 640  
eMail: [ir@onvista.de](mailto:ir@onvista.de)  
Web: [www.onvista-group.de](http://www.onvista-group.de)

**Vorstand**

Fritz Oidtmann  
Michael W. Schwetje

**Aufsichtsrat**

Dr. Paul-Bernhard Kallen (Vorsitzender)  
Dr. Johannes Meier  
Prof. Dr. Bernhard Schwetzler