

2/2006

Umsatz in günstigem Marktumfeld um 35% gesteigert
Überproportionales Ergebniswachstum
Jahresprognose bekräftigt



6-Monats-Konzernabschluss nach IFRS

	1.1.- 30.6.2006	1.1.- 30.6.2005	Veränderung
Umsatz (Mio. €)	5,69	4,22	+35%
EBITDA (Mio. €)	0,53	0,24	+122%
EBIT (Mio. €)	0,23	0,02	+954%
Ergebnis vor Steuern (Mio. €)	0,82	0,63	+31%
Ergebnis nach Steuern (Mio. €)	0,63	0,43	+45%
Ergebnis je Aktie (€)	0,09	0,07	+29%
Konzern-Cashflow (Mio. €)	-17,30	-0,46	-
Operativer Cashflow (Mio. €)	0,26	-0,18	-
Investitionen (Mio. €)	0,59	0,27	+119%
<i>davon in Sachanlagen (Mio. €)</i>	<i>0,08</i>	<i>0,08</i>	<i>+0%</i>
Mitarbeiter per 30.6. ¹	73	52	+40%

	30.6.2006	31.12.2005	Veränderung
Finanzmittelbestand (Mio. €) ²	38,58	40,09	-4%
Bilanzsumme (Mio. €)	48,95	50,01	-2%
Eigenkapitalquote (%) ³	92,4	91,4	-

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

2	OnVista Group auf einen Blick
3	Inhalt
4	Zum Unternehmen
4	Geschäftsverlauf
6	Segmente
8	Änderung in den Organen
9	Sonstige Ereignisse im Berichtszeitraum
9	Ausblick
10	6-Monats-Konzernabschluss nach IFRS
10	Konzern-Bilanz
11	Konzern-GuV
12	Kapitalflussrechnung
13	Entwicklung des Eigenkapitals
14	Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen
14	Anteilsbesitz von Organmitgliedern
15	Erläuterungen
23	Finanzkalender

2/2006

Zum Unternehmen

• **OnVista Group – ein reines Internetunternehmen**

Die OnVista Group ist ein Internetunternehmen.

Zum einen vermarktet und betreibt sie über die OnVista Media GmbH, eine 100%-Tochter der börsennotierten OnVista AG, hochwertige Special-Interest-Portale (**Portalgeschäft**). Das Medienportfolio setzt sich zusammen aus www.onvista.de, dem führenden bankenunabhängigen Finanzportal Deutschlands, und www.onmeda.de, einem der meistbesuchten Gesundheitsportale im deutschen Internet. Umsätze generiert die OnVista Media GmbH im Wesentlichen durch klassische Online-Werbung und über die Lizenzierung von medizinischem Content für die Internetauftritte von Dritten.

Zum anderen ermöglicht die OnVista Group Unternehmen im Rahmen des **Performance-Marketing-Geschäfts**, effektiv und kostengünstig Neukunden für deren Produkte und Dienstleistungen via Internet zu gewinnen. Hierfür nutzt die Ligatus GmbH, eine 100%-Tochter der OnVista Media GmbH, ihr kontinuierlich wachsendes Premium-Netzwerk. In diesem Netzwerk sind die OnVista-eigenen Websites nur zwei von vielen hochwertigen Portalen. Umsätze generiert die Ligatus GmbH, je nach Abrechnungsmodell, wenn die von ihr platzierten Werbemittel angeklickt werden, wenn ein Interessent seine Adresse hinterlässt oder einen Vertrag abschließt.

Portalgeschäft und Performance-Marketing zusammen bilden das **Segment Media**, das damit das gesamte operative Geschäft bündelt. Das **Segment Corporate Services** dagegen umfasst die Konzernholding OnVista AG sowie mehrere kleinere Tochtergesellschaften und Beteiligungen. Die OnVista AG nimmt mit der Börsennotierung verbundene Aufgaben wahr und verwaltet den Finanzmittelbestand des Konzerns.

Geschäftsverlauf

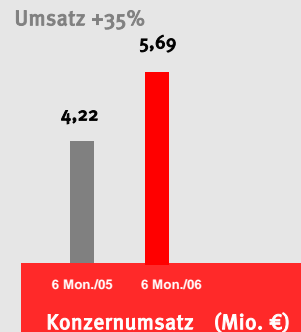
• **Umsatz deutlich gestiegen**

Die OnVista Group blickt auf eine erfolgreiche erste Jahreshälfte zurück. Sowohl im zweiten Quartal als auch im gesamten ersten Halbjahr 2006 sind wir in Umsatz und Ergebnis prozentual deutlich zweistellig gewachsen.

Im ersten Halbjahr 2006 haben wir einen **Konzernumsatz** nach IFRS von € 5,69 Mio. erwirtschaftet und damit unsere eigenen Erwartungen übertroffen. Das entspricht einem Plus von 35% gegenüber dem

entsprechenden Vorjahreswert (6 Mon./05: € 4,22 Mio.). Im zweiten Quartal 2006, isoliert betrachtet, lag der Umsatz plangemäß bei € 2,94 Mio. (Q2/05: 2,22 Mio.; +32%).

Vor dem Hintergrund der wachsenden Nachfrage nach Online-Werbung konnten sich unsere gut positionierten Portale und unser innovatives Performance-Marketing-Angebot Ligatus hervorragend entwickeln. Hauptwachstumstreiber war unser Finanzportal OnVista, das zusätzlich von dem sehr positiven Börsenumfeld profitierte.



• **Unterproportionaler Kostenanstieg**

Im Vergleich zum Umsatz sind die Kosten unterproportional gestiegen. Die gesamten operativen Kosten¹ beliefen sich im Berichtshalbjahr auf € 5,45 Mio. Das sind 29% mehr als im Vorjahreszeitraum (6 Mon./05: € 4,22 Mio.).

Betrachtet man die operativen Kosten nach dem in IFRS üblichen Umsatzkostenverfahren, entfällt der größte Anteil auf die **Herstellungskosten**. Sie betragen im ersten Halbjahr 2006 € 1,87 Mio. (6 Mon./05: € 1,74 Mio.; +7,4%). Um 58% auf € 1,44 Mio. (6 Mon./05: € 0,91 Mio.) gewachsen sind die **Marketing- und Vertriebskosten**. Grund für den starken Anstieg war der Ausbau des Vertriebsteams. Auch die **Forschungs- und Entwicklungskosten** sind mit einem Plus von 65% auf € 0,91 Mio. (6 Mon./05: € 0,55 Mio.) stärker als der Umsatz gewachsen. Hauptgrund hierfür war die Weiterentwicklung unserer Performance-Marketing-Plattform. Hinzu kam die Entwicklungstätigkeit bei unseren beiden Portalen, die wir kontinuierlich optimieren. Unterproportional gewachsen sind die **Allgemeinen Verwaltungskosten**. Sie lagen bei € 1,23 Mio. (6 Mon./05: € 1,02 Mio.; +21%). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf gestiegene Miet- und Infrastrukturkosten auf Grund des erhöhten Mitarbeiterstamms zurückzuführen.

¹ Summe aus Herstellungskosten, Marketing- und Vertriebskosten, allgemeinen Verwaltungskosten sowie Forschungs- und Entwicklungskosten.

2/2006

Der **Personalaufwand** stieg im Berichtszeitraum um 48% auf € 2,30 Mio. (6 Mon./05: € 1,56 Mio.). Zum 30. Juni 2006 beschäftigten wir 73 fest angestellte **Mitarbeiter**² und damit 21 mehr als ein Jahr zuvor (30.6.2005: 52). 4 neue Stellen wurden allein im zweiten Quartal 2006 geschaffen.

Die **Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** bewegten sich mit € 0,30 Mio. 38% über Vorjahresniveau (6 Mon./05: € 0,22).

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, insbesondere im operativen Bereich, haben sich im Berichtszeitraum deutlich verbessert und waren positiv. Unsere eigenen Erwartungen haben wir damit übertroffen.

Das **EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)** hat sich im ersten Halbjahr 2006 mehr als verdoppelt (+122%) und lag bei € 0,53 Mio. (6 Mon./05: € 0,24 Mio.).

Besonders erfreulich ist, dass wir beim **EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)** stark zulegen konnten. Es belief sich im ersten Halbjahr auf € 0,23 Mio. (6 Mon./05: T€ 22 (+954%)). Das entspricht einer EBIT-Marge von 4,1%.

Aufgrund des erhöhten Finanzmittelbestands haben sich unsere **Zinserträge** in den ersten sechs Monaten 2006 um 52% auf € 0,59 Mio. (6 Mon./05: € 0,39 Mio.) erhöht.

Nachdem wir unsere 36%-Beteiligung an der IS.Teledata AG im Dezember 2005 verkauft haben, fällt der Ergebnisbeitrag aus diesem zuvor at-equity bilanzierten Unternehmen nun weg. Im ersten Halbjahr des Vorjahres erzielten wir hier einen Ertrag von € 0,22 Mio. Trotz des Wegfalls konnten wir unser **Konzernergebnis vor Steuern** um 31% steigern. Es betrug im Berichtszeitraum € 0,82 Mio. (6 Mon./05: € 0,63 Mio.). Die **Umsatzrendite vor Steuern** erreichte 14% (6 Mon./05: 15%).

Nach Steuern verblieb in den ersten sechs Monaten 2006 ein **Konzernergebnis** von € 0,63 Mio. Das entspricht einem Plus von 45% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert (€ 0,43 Mio.).

Im zweiten Quartal 2006 isoliert betrachtet hat sich die OnVista Group ergebnisseitig positiv entwickelt und lag im Rahmen der eigenen Erwartungen. Das EBITDA belief sich auf € 0,30 Mio. (Q2/05: € 0,16 Mio.; +93%). Das EBIT stieg um 159% auf € 0,13 Mio. (Q2/05: T€ 52). Das Konzernergebnis vor Steuern betrug € 0,42 Mio. (Q2/05: € 0,33 Mio.; +30%). Das Konzernergebnis nach Steuern erreichte € 0,33 Mio. (Q2/05: € 0,23 Mio.; +44%).

- **Positiven operativen Cashflow erwirtschaftet**

Aufgrund des positiven Geschäftsverlaufs war der operative Cashflow im zweiten Quartal und auch im ersten Halbjahr 2006 insgesamt positiv: Im 6-Monatszeitraum erzielten wir einen **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von € 0,26 Mio. (6 Mon./05: € -0,18 Mio.).

Wie bereits berichtet, haben wir die aus dem Verkauf der Beteiligung an der IS.Teledata AG im Dezember 2005 zugeflossenen Mittel im ersten Quartal 2006 in Pfandbriefe investiert. Allein hierdurch haben sich unsere liquiden Mittel³ im ersten Halbjahr um € 16,00 Mio. verringert. Entsprechend war der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** mit € -16,59 Mio. negativ (6 Mon./05: € -0,29 Mio.). Neben der beschriebenen Vermögensumschichtung wirkten sich Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Höhe von insgesamt € 0,59 Mio. aus. Hier schlugen insbesondere Investitionen in die Weiterentwicklung der Ligatus-IT-Plattform sowie in die Entwicklung des im Juni gelaunchten Onmeda-Medikamenten-Ratgebers Questimed zu Buche. Darüber hinaus haben wir begonnen, die IT-Strukturen im Portalgeschäft zu verbessern, um zukünftige Entwicklungsprojekte und das entsprechende Qualitätsmanagement noch effizienter durchführen zu können.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich auf € -0,97 Mio. (6 Mon./05: T€ 16). Einen Mittelabfluss in Höhe von € 0,67 Mio. verbuchten wir allein aufgrund der Ausschüttung der Dividende für das Jahr 2005 im Juni. Weitere Liquiditätsflüsse im Finanzierungsbereich sind auf den Kauf eigener Anteile zur Bedienung von Aktienoptionen sowie auf die Einlösung von Aktienoptionen (Verkauf eigener Anteile) zurückzuführen, die per Saldo einen Mittelabfluss ergaben.

Unter dem Strich lag der **Konzern-Cashflow** bei € -17,30 Mio. (6 Mon./05: € -0,46 Mio.).

³ Die in der Kapitalflussrechnung berücksichtigten liquiden Mittel umfassen ausschließlich Bargeldbestände und Zahlungsmitteläquivalente; die jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe sind nicht eingeschlossen.

² Vollzeitäquivalente

Der **Finanzmittelbestand** der OnVista Group (inklusive der jederzeit veräußerbaren Wertpapiere des Umlaufvermögens) betrug zum 30. Juni 2006 € 38,58 Mio., nach € 40,09 Mio. per 31. Dezember 2005. Unsere Liquiditätslage ist damit weiterhin äußerst komfortabel. Der **Cash-Wert je Aktie** lag bei € 5,76 (31.12.2005: € 5,98). Unsere **Eigenkapitalquote** betrug zum Ende des Berichtszeitraums 92% (31.12.2005: 91%).

Segmente

- **Nach Beteiligungsverkauf nur noch zwei Segmente**

Nach dem Verkauf unserer Beteiligung an der IS.Teledata AG Ende 2005 ist das Geschäftsfeld Technologies weggefallen. Damit besteht die OnVista Group nun nur noch aus zwei Segmenten: Im **Geschäftsfeld Media** sind unsere Internetaktivitäten (Portalgeschäft und Performance-Marketing), also das gesamte operative Geschäft, zusammengefasst. Hier sind im Wesentlichen die **OnVista Media GmbH**, die das Finanzportal OnVista und das Gesundheitsportal Onmeda betreibt und vermarktet, sowie die **Ligatus GmbH**, die das gleichnamige Performance-Marketing-Netzwerk betreibt, angesiedelt. Der gesamte Konzernumsatz wird im Geschäftsfeld Media erwirtschaftet.

Im **Segment Corporate Services** werden mit der Börsennotierung verbundene Aufgaben wahrgenommen und der Finanzmittelbestand des Konzerns verwaltet. Damit leistet das Segment keinen Beitrag zum Konzernumsatz. Vielmehr entstehen hier Kosten, denen Einnahmen aus dem Finanzmittelbestand gegenüberstehen.

- **Geschäftsfeld Media: Trotz Investitionen Profitabilität deutlich erhöht**

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 mit dem Konzernumsatz identische **Segmentumsatz** des Geschäftsfelds Media kletterte im ersten Halbjahr 2006 um 35% auf € 5,69 Mio. (6 Mon./05: € 4,22 Mio.). Darin enthalten war ein Innenumsatz von T€ 5 (6 Mon./05: T€ 5).

Das **Segmentergebnis**⁴ des Geschäftsfelds Media ist mit +53% auf € 0,74 Mio. (6 Mon./05: € 0,48 Mio.)

⁴ Hierbei handelt es sich um ein Ergebnis vor Steuern. Da zwischen der OnVista Media GmbH und der OnVista AG ein Ergebnisabführ-

ungsvertrag besteht, fallen keine Steuern auf Ebene der OnVista Media GmbH an.

überproportional zum Umwachs gewachsen. Die Umsatzrendite (vor Steuern) verbesserte sich auf 13% (6 Mon./05: 11%).

Den Löwenanteil zu Umsatz und Ergebnis des Geschäftsfelds Media trug das Finanzportal bei, das erneut stark gewachsen ist.

- **OnVista vergrößert Reichweite um 60%**

Auch im zweiten Quartal verteidigte www.onvista.de seine Spitzenposition im IVW-Ranking⁵ der Online-Finanzwebsites. OnVista erzielte durchschnittlich 9,7 Mio. Besuche (Visits) und 90,3 Mio. Seitenabrufe (Pagelmpressions). Das entspricht einer Steigerung der Seitenabrufe um rund 60%, verglichen mit dem Vorjahresniveau (Q2/05: durchschnittlich 56,5 Mio. Pagelmpressions). Die Website bleibt damit eindeutiger Marktführer unter den Finanzseiten, auch unter Berücksichtigung großer General-Interest-Portale⁶ wie T-Online oder Spiegel Online. Der große Abstand zum Wettbewerb bleibt unverändert: OnVista erzielt eine doppelt so hohe Reichweite wie die zweitgrößte Finanz-Website.

- **OnVista auf Anleger-Messe Invest**

Als Deutschlands führendes bankenunabhängiges Finanzportal präsentierte sich OnVista im Frühjahr auf der Invest, der hierzulande größten Finanzmesse für private und institutionelle Investoren. Die Veranstaltung nutzten wir zum einen, um Kundenkontakte zu pflegen. Im Vordergrund stand dabei vor allem der Austausch mit Derivate-Emittenten und Fondsgesellschaften vor Ort. Viele unserer Bestandskunden gehörten selbst zu den Ausstellern. Zum anderen stellten wir einem interessierten Anlegerpublikum Innovationen des Finanzportals vor. Den Schwerpunkt legten wir hierbei auf sowohl kostenpflichtige als auch kostenfreie Services von MyOnVista, dem passwortgeschützten, individuellen Bereich auf www.onvista.de.

- **Neue Inhalte auf www.onvista.de**

Im Berichtsquartal ergänzten wir außerdem das Angebot registrierungsfreier Tools und Funktionalitäten auf den Seiten des Finanzportals. Mit unserem Dividendenkalender starteten wir ein Tool,

⁵ Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

⁶ Im Gegensatz zu Special-Interest-Angeboten wenden sich General-Interest-Portale mit vielfältigen Themen an ein breites Publikum.

das gerade in Zeiten vermehrter Dividendenausschüttungen auf großes Interesse stößt. Privatanleger erhalten mit Hilfe des kostenlosen Tools einen Überblick über deutsche und internationale Hauptversammlungstermine, einschließlich Dividendenanzeige. Auch die jeweilige Dividendenrendite sowie Veränderungstendenzen der Ausschüttung im Vergleich zum Vorjahr werden abgebildet. Die Termine können Anleger auf Wunsch nach Indizes und Ländern filtern, die Dividendenhistorie darüber hinaus bis zu fünf Jahre zurückverfolgen.

Neu ist auch das Xetra-Orderbuch, das Anlegern gratis nützliche Anhaltspunkte für ihre Investitionsentscheidung liefert. Die elektronische Handelsplattform Xetra ist nach wie vor der neben dem Frankfurter Parkett in Deutschland meist genutzte Handelsplatz. Die neue Funktionalität ermöglicht es, besser einschätzen zu können, ob eine Aktie im Xetra-Handel kurzfristig eher steigen oder fallen wird. Für alle dort handelbaren Aktien zeigt das Orderbuch die jeweils zehn besten Kauf- und Verkauforders an. Neben Auftragslimits sind auch Volumen, Anzahl und Gesamtsumme der im Kauf oder Verkauf stehenden Papiere abrufbar. Alle Daten werden in Neartime-Qualität, also mit 15-minütiger Zeitverzögerung angezeigt. Geplant ist es, schon in naher Zukunft und zusätzlich zum bestehenden Angebot, auch ein kostenpflichtiges Xetra-Orderbuch mit Kursen in Echtzeit einzuführen.

- **Onmeda unter führenden Gesundheitsseiten**

Die positive Entwicklung von www.onmeda.de setzte sich im Berichtszeitraum fort: So erzielte das Gesundheitsportal im zweiten Quartal 2006 durchschnittlich 8 Mio. PageImpressions und 1,1 Mio. Visits. Das entspricht einer Steigerung der Seitenabrufe um 8,4%, verglichen mit dem Vorjahresniveau (Q2/05: durchschnittlich 7,4 Mio. PageImpressions).⁷ Onmeda gehört damit im Ranking aller IVW-gemessenen Online-Medien, darunter auch General-Interest-Portale wie T-Online und Focus Online, zu den größten Gesundheitsangeboten im Netz. Dabei pendelten wir im zweiten Quartal zwischen Platz drei und fünf. Wir verfolgen das Ziel, uns in der Spitzengruppe fest zu positionieren. Unter den Special-Interest-Portalen, also Websites, die ihren thematischen Schwerpunkt im Bereich Gesundheit und Medizin haben, ist Onmeda schon jetzt führend.

⁷ Durchschnitt aus April und Mai 2005. Aufgrund der technischen Umstellung beim Relaunch unseres Gesundheitsportals im letzten Sommer liegen für Juni 2005 keine geprüften Nutzungszahlen vor.

- **Medikamenten-Ratgeber Questimed gelauncht**

Um das Gesundheitsportal www.onmeda.de für Nutzer noch ansprechender zu machen und Kunden ein themenaffines Werbeumfeld sowie weiteren lizenzierbaren medizinischen Content zu bieten, startete Onmeda im Berichtsquartal den Medikamenten-Ratgeber Questimed. Das neue Tool ist im Wettbewerbsvergleich einmalig in Umfang und Qualität. Nutzer können ihre Beschwerden in eine Suchfunktion eingeben oder sie über interaktive Körperfiguren bestimmen. Anhand der jeweiligen Symptome erklärt Questimed das Krankheitsbild sowie dessen mögliche Ursachen und schlägt vor, welche Medikamente – rezeptfrei oder rezeptpflichtig – für die Therapie infrage kommen. Dabei greift der Ratgeber auf eine Datenbank zu, die Informationen zu über 5.000 Arzneimitteln enthält. Ist das passende Medikament einmal gefunden, können sich Nutzer über Neben- und Wechselwirkungen, Warnhinweise und Dosierungsanleitung schlau machen. Alle Inhalte werden permanent aktualisiert und sind von unabhängigen Ärzten und Apothekern erstellt und auf Qualität geprüft. Als Selbstmedikations-Tool ergänzt Questimed den Arztbesuch und hebt das Arzt-Patienten-Gespräch auf ein höheres Niveau. Mit der intelligenten Anwendung können Nutzer außerdem Geld sparen. Denn Questimed ermöglicht ihnen, das jeweilige Medikament mit preiswerteren Alternativen zu vergleichen. Hierfür haben wir das Ratgeber-Tool mit der Preisvergleichsfunktion unseres Partners MediPreis verlinkt. Hat sich der Nutzer für ein Medikament entschieden, führt ihn MediPreis per Mausklick zur jeweils günstigsten Online-Apotheke, wo er dann direkt die Bestellung durchführen kann.

- **Questimed schafft zusätzliches Umsatzpotenzial**

Aber auch unseren Werbekunden bietet der interaktive Medikamenten-Ratgeber Vorteile. So profitieren sie davon, dass sie ihre Produkte nicht nur im passenden Themenumfeld präsentieren, sondern auch nah am Verkaufsort, dem Point-of-Sale. Denn Questimed bietet über die Anbindung von MediPreis einen durchgängigen Prozess von der Information zur Transaktion. Das größte Umsatzpotenzial sehen wir allerdings in der Content-Lizenzierung des neuen Tools: Questimed lässt sich nahtlos in jede Website integrieren und dort mit beliebigen Preisvergleichsdiensten oder Online-Apotheken verknüpfen. Damit verfügen Kunden, die den Ratgeber lizenzieren, auf der einen Seite über besonders hochwertigen medizinischen Content, den sie ihren Nutzern anbieten können. Auf der anderen Seite haben sie die Möglichkeit, das Selbstmedikations-Tool wiederum an ihre

Kunden als Werbefläche zu vermarkten und dadurch attraktive Zusatzerlöse zu erzielen.

- **Ligatus entwickelt sich erfolgreich**

Im Berichtsquartal haben wir unsere Performance-Marketing-Aktivitäten – seit Herbst 2005 unter der Marke Ligatus angesiedelt – weiter intensiviert.

Unter dem Begriff Performance-Marketing werden in der Online-Branche überwiegend auf Kundengewinnung abzielende Werbemaßnahmen verstanden, die erfolgsabhängig vergütet werden, in der Regel pro Klick, pro Interessentenkontakt oder pro Verkaufsabschluss. Eine Spielart von Performance-Marketing ist beispielsweise Suchmaschinenmarketing. Innerhalb des Performance-Marketings besetzt Ligatus eine Nische und bietet eine attraktive Alternative zu Werbemaßnahmen wie Direct-Mailings per Post oder aber Promotion-Aktionen am Flughafen.

- **Netzwerk-Reichweite ausgebaut**

Zur "Auslieferung" der Werbekampagnen nutzt Ligatus sein kontinuierlich wachsendes Netzwerk ausgewählter Premium-Partner. Das sind besonders reichweiten- und imagestarke Online-Medien, wie zum Beispiel Faz.net, Spiegel Online oder sueddeutsche.de, die noch ungenutzte Werbefläche auf ihren Seiten an Ligatus verkaufen und dadurch ganz ohne Vertriebskosten Umsätze generieren. Im Gegenzug profitiert Ligatus von der Reichweite des Netzwerks. Kurz: Je mehr Websites es umfasst, desto mehr Menschen sehen die Ligatus-Werbeboxen. Reichweite ist daher ein entscheidender Faktor, um eine genügend große Anzahl an Internetnutzern auf die Produkte und Dienstleistungen der Ligatus-Kunden aufmerksam zu machen.

Um die Nachfrage von Finanzdienstleistern und gerade auch aus den neuen Kundengruppen bedienen zu können, arbeiten wir kontinuierlich daran, unser Partnernetzwerk auszubauen. Am Ende des Berichtszeitraums umfasste es über 90 Partner. Darüber hinaus zahlte sich die Zufriedenheit bisheriger Ligatus-Partner aus: Viele platzierten die Ligatus-Werbemittel in zusätzlichen relevanten Themenbereichen ihrer Website. Auf diese Weise konnten wir die Anzahl so genannter AdImpressions (Werbereindrücke) weiter steigern. Zum Ende des Berichtszeitraums (Juni 2006) erzielten wir rund 1,3 Mrd. AdImpressions pro Monat – fast doppelt soviel wie Ende 2005 (Dez. 2005: 700 Mio. AdImpressions).

- **Neue Kunden akquiriert**

Auch auf der Kundenseite legte Ligatus erfreulich zu: Der Kundenstamm wurde ausdifferenziert und quantitativ ausgebaut. Weil wir unser Performance-Marketing-Geschäft ursprünglich aus dem Finanzportal OnVista heraus entwickelt haben, stammt der größte Kundenanteil noch immer aus der Finanzbranche. Die Liste dieser Kunden reicht von namhaften Kreditinstituten über Versicherungen und Fondsgesellschaften bis hin zu Unternehmen, die Investments in alternative Energien oder Schiffsbeteiligungen anbieten. Seit dem laufenden Geschäftsjahr akquirieren wir zudem Kunden aus den Branchen Telekommunikation, Touristik und Automobil. Insgesamt gelang es Ligatus im ersten Halbjahr 2006, die Zahl seiner Kunden mehr als zu verdoppeln.

- **Segment Corporate Services: Leichtes Plus**

Das Segment Corporate Services schloss mit einem **Segmentergebnis** von T€ 84, anders als im entsprechenden Vorjahreszeitraum, leicht positiv ab (6 Mon./05: T€ -69) ab. Ursache ist das – wegen des nach dem Beteiligungsverkauf erhöhten Finanzmittelbestands – gestiegene Finanzergebnis. Die Holdingkosten lagen leicht über Vorjahresniveau.

Änderung in den Organen

- **Fritz Oidtman verlässt Vorstand**

Zum Ende der Hauptversammlung am 27. Juni 2006 legte Fritz Oidtman, zuletzt Sprecher des Vorstands der OnVista AG, sein Vorstandsmandat nieder. In den letzten zweieinhalb Jahren hatte Oidtman einen Großteil seiner Zeit der IS.Teledata gewidmet. Die Beteiligung an diesem Unternehmen war im Geschäftsfeld Technologies angesiedelt. Während dessen wurde das im Geschäftsfeld Media organisierte operative Geschäft nahezu ausschließlich von Michael W. Schwetje geführt. Mit dem Verkauf der IS.Teledata-Beteiligung entfiel ein wesentlicher Teil von Oidtmanns Aufgaben. Aus diesem Grund entschied sich Oidtman, den Vorstand zu verlassen. Als neues Aufsichtsratsmitglied wird er die OnVista Group weiterhin aktiv begleiten.

- **Aufsichtsrat neu formiert**

Neu in den Aufsichtsrat gewählt wurde neben Fritz Oidtman auch Stephan Schubert. Wie Oidtman zählt auch er zu den Mitgründern und Großaktionären der OnVista AG. Schubert gehörte dem Vorstand der OnVista AG bis 31. Dezember 2003 an und

verantwortete dort zuletzt das Geschäftsfeld Technologies. Nach der Fusion der OnVista Technologies GmbH mit der IS Innovative Software AG zur IS Teledata AG wurde Schubert dort IT-Vorstand. Zum 31. Dezember 2005 ist er aus dem IS Teledata-Vorstand ausgeschieden. Um die Wahl von Oidtmann und Schubert in den dreiköpfigen Aufsichtsrat zu ermöglichen, legten die bisherigen Aufsichtsratsmitglieder Dr. Johannes Meier und Prof. Dr. Bernhard Schwetzer im Gegenzug ihre Mandate nieder. Vorsitzender des neuen Aufsichtsgremiums bleibt Dr. Paul-Bernhard Kallen.

Aufsichtsrat haben vor, die Aktionäre auch in den kommenden Jahren mittels Dividenden am Unternehmenserfolg zu beteiligen.

Nach Sonderausschüttung und Dividende werden im Unternehmen liquide Mittel und Wertpapiere in Höhe von rund € 13,5 Mio. (gerechnet auf Basis des Finanzmittelbestands zum 30.6.2006) verbleiben. Diese reichen nach Ansicht von Vorstand und Aufsichtsrat aus, um die ehrgeizigen Wachstumsziele auch in den folgenden Jahren – ob organisch oder durch Akquisitionen – zu erreichen.

- **Neue Geschäftsführung im operativen Geschäftsfeld**

Nach dem Ausscheiden von Fritz Oidtmann führt Michael W. Schwetje, zuletzt Vorstand Media und Finanzen der OnVista AG, den Vorstand nun alleine. Verstärkt wurde das Führungsteam der OnVista Group durch neue Geschäftsführer in den operativen Gesellschaften. So wurden Dennis Kämker und Dr. Lars-Rüdiger Fink neben Schwetje zu alleinvertretungsberechtigten Geschäftsführern in den operativen Gesellschaften OnVista Media GmbH (Portalgeschäft) bzw. Ligatus GmbH (Performance-Marketing) ernannt. Damit erhält Schwetje exzellente und bewährte Unterstützung von zwei langjährigen Mitarbeitern.

Sonstige Ereignisse im Berichtszeitraum

- **Hauptversammlung beschließt Sonderausschüttung**

Der von Vorstand und Aufsichtsrat vorgeschlagenen Sonderausschüttung stimmte die ordentliche Hauptversammlung im Juni einstimmig zu. Das beschlossene Ausschüttungsvolumen beträgt € 25.125.000. Dies entspricht € 3,75 je Aktie, gerechnet auf die derzeitige Gesamtanzahl der Aktien von 6,7 Mio. Die Ausschüttung wird nach Ablauf der aktienrechtlich vorgeschriebenen Gläubigerschutzfrist von sechs Monaten durchgeführt, am 16. Januar 2007. Anspruch darauf haben alle Aktionäre, die am letzten Börsenhandelstag vor dem Tag der Ausschüttung, also am 15. Januar 2007, nach Börsenschluss Aktien der OnVista AG halten. Die Sonderausschüttung erfolgt durch Nutzung der Kapitalrücklage. Diese wird zunächst im Rahmen einer Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln teilweise in Grundkapital umgewandelt, um im Wege einer anschließenden Kapitalherabsetzung Ausschüttungsvolumen zu schaffen.

- **Erstmals Dividende ausgezahlt**

Am 28. Juni 2006 schüttete die OnVista Group erstmals eine reguläre Dividende aus, bei der auf jede OnVista-Aktie € 0,10 entfielen. Vorstand und

Ausblick

- **Jahresprognose bekräftigt**

Der Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr 2006 hat unsere Erwartungen mehr als bestätigt. Daher bekräftigen wir unsere anlässlich der Vorlage des Jahresabschlusses 2005 abgegebene Prognose: Für das Gesamtjahr 2006 rechnen wir mit einem Umsatzzuwachs um mehr als 25% auf rund € 12,5 Mio. (2005: € 9,74 Mio.). Beim Ergebnis wollen wir überproportional zulegen. Wir erwarten ein Konzernergebnis vor Steuern von mehr als € 2 Mio. (€ 1,61 Mio.). Das entspräche einem Plus von rund 35%. Das Segment Media wird hochprofitabel sein, auch das Segment Corporate Services wird voraussichtlich einen geringen Beitrag zum Konzernergebnis leisten.

Die Saisonalität im Mediengeschäft führt dazu, dass in der Regel das vierte Quartal am umsatzstärksten ist. Einen solchen Verlauf erwarten wir auch dieses Jahr. Da unser Geschäftsmodell hohe Skaleneffekte beinhaltet, ist bei steigendem Umsatz mit höheren Margen zu rechnen.

€	6-Monatsbericht 2006 30.6.2006	Jahresabschluss 2005 31.12.2005
AKTIVA		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Liquide Mittel [4]	756.862	18.061.130
Sonstige Wertpapiere [4]	37.826.750	22.029.740
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen [5]	907.378	1.208.522
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	8.985	8.997
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	1.179.971	733.840
Summe kurzfristige Vermögenswerte	40.679.947	42.042.228
Langfristige Vermögenswerte		
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	400.000	400.000
Sachanlagen [7]	302.682	293.716
Immaterielle Vermögenswerte [7]	4.020.143	3.738.676
Aktive latente Steuern	1.748.809	1.735.453
Übrige langfristige Vermögenswerte	1.800.906	1.800.906
Summe langfristige Vermögenswerte	8.272.540	7.968.751
Summe Aktiva	48.952.487	50.010.980

€	6-Monatsbericht 2006 30.6.2006	Jahresabschluss 2005 31.12.2005
PASSIVA		
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	271.088	871.063
Erhaltene Anzahlungen	63.019	242.023
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	914.473	1.133.587
Ertragssteuerverbindlichkeiten	1.683.747	1.638.456
Übrige kurzfristige Schulden	774.154	409.451
Summe kurzfristige Schulden	3.706.480	4.294.581
Eigenkapital [11]		
Gezeichnetes Kapital	6.700.000	6.700.000
Kapitalrücklage	39.858.087	39.927.055
Rücklage für Aktienoptionen	248.356	220.309
Eigene Anteile (Treasury Stock)	-375.326	-191.643
Kumuliertes übriges Comprehensive Income	-204.408	-2.586
Bilanzverlust	-980.702	-936.735
Summe Eigenkapital	45.246.008	45.716.399
Summe Passiva	48.952.487	50.010.980

Gewinn- und Verlustrechnung

€	Quartalsbericht 2/2006 1.4.-30.6.2006	Quartalsbericht 2/2005 1.4.-30.6.2005	6-Monatsbericht 2006 1.1.-30.6.2006	6-Monatsbericht 2005 1.1.-30.6.2005
Umsatzerlöse [13]	2.941.589	2.222.992	5.686.818	4.223.567
Herstellungskosten	-946.686	-851.591	-1.867.666	-1.739.763
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.994.903	1.371.401	3.819.152	2.483.803
Marketing- und Vertriebskosten	-726.213	-477.432	-1.440.573	-910.290
Allgemeine Verwaltungskosten	-654.080	-527.304	-1.229.740	-1.017.450
Forschungs- und Entwicklungskosten	-462.197	-311.524	-913.689	-553.214
Sonstige betriebliche Erträge	30.955	32.843	73.253	105.348
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-49.859	-36.442	-77.755	-86.312
Betriebsergebnis (EBIT)	133.510	51.542	230.648	21.885
Zinserträge, netto	291.051	182.844	590.233	388.524
Erträge aus nach der Equity- Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	92.796	0	217.973
Währungsgewinne / -verluste (-)	-436	-305	-1.013	-355
Ergebnis vor Ertragsteuern	424.124	326.877	819.868	628.027
Steuern vom Einkommen und Ertrag [10]	-97.359	-100.399	-194.137	-195.389
Jahresüberschuss	326.765	226.477	625.731	432.638
Verlustvortrag aus dem Vorjahr			-936.735	-444.904
Ausschüttung Dividenden			-669.699	0
Bilanzverlust			-980.702	-12.266
Ergebnis je Aktie ("basic / diluted earnings per share")	0,05	0,03	0,09	0,07
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien („basic“ / „diluted“)	6.670.524	6.640.500	6.670.873	6.638.525

Kapitalflussrechnung

€	6-Monatsbericht 2006 1.1.-30.6.2006	6-Monatsbericht 2005 1.1.-30.6.2005
Konzernergebnis	625.731	432.637
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	298.472	216.252
Ertragssteueraufwand/-erstattung	194.137	195.253
Zinserträge und -aufwendungen	-590.233	-388.524
Erträge aus nach der Equity-Methode bilanzierten Tochterunternehmen	0	-217.973
Gewinn aus dem Verkauf von sonstigen Wertpapieren	0	-56.000
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	31.147	46.183
Abnahme/Zunahme (-) der Aktiva und Zunahme/Abnahme (-) der Passiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	301.144	-130.386
Forderungen assoziierte Unternehmen	12	64.973
Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	-273.639	-81.041
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-599.975	-372.862
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	185.699	110.439
Sonstige Rückstellungen	-219.114	-240.129
Erhaltene / Gezahlte (-) Ertragssteuern	-94.152	-142.419
Nettoeinzahlungen aus Zinsen	397.293	380.016
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	256.522	-183.581
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-83.279	-81.731
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-505.626	-186.196
Einzahlungen aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten	0	480.000
Einzahlungen aus dem Verkauf von Finanzmittelanlagen in sonstige Wertpapiere	0	2.005.000
Auszahlungen aus dem Kauf von Finanzmittelanlagen in sonstige Wertpapiere	-16.006.000	-2.507.614
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-16.594.905	-290.541
Auszahlungen aus dem Kauf eigener Anteile	-616.019	0
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	319.833	15.688
Gezahlte Dividenden	-669.699	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-965.885	15.688
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	-17.304.268	-458.434
Liquide Mittel zu Beginn des Geschäftsjahres	18.061.130	1.065.951
Liquide Mittel am Ende der Periode ¹⁾	756.862	607.517

1) Die liquiden Mittel am Ende der ersten sechs Monate 2006 enthalten nicht die jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe in Höhe von T€ 37.827, da diese nicht zu den Zahlungsmitteläquivalenten gerechnet werden.

Entwicklung des Eigenkapitals

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Rücklage für Aktienoptionen	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Comprehensive Income	Bilanzgewinn / Bilanzverlust	Eigenkapital gesamt
Stand 1.1.2005	6.700.000	39.749.099	152.453	-429.097	55.534	-444.904	45.783.085
Übriges Comprehensive Income	0	0	0	0	-58.120	0	-58.120
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	-491.831	-491.831
Summe Comprehensive Income							-549.951
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	67.856	0	0	0	67.856
Nachträgliche Reduzierung von Kosten des Börsengangs	0	202.000	0	0	0	0	202.000
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	237.454	0	0	237.454
Verkauf eigener Anteile (nach latenten Steuern)	0	-24.044	0	0	0	0	-24.044
Stand 31.12.2005	6.700.000	39.927.055	220.309	-191.643	-2.586	-936.735	45.716.399
Übriges Comprehensive Income	0	0	0	0	-201.822	0	-201.822
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	625.731	625.731
Summe Comprehensive Income							423.909
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	28.048	0	0	0	28.048
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-183.682	0	0	-183.682
Dividenden	0	0	0	0	0	-669.699	-669.699
Verkauf eigener Anteile (nach latenten Steuern)	0	-68.968	0	0	0	0	-68.968
Stand 30.6.2006	6.700.000	39.858.087	248.356	-375.326	-204.408	-980.702	45.246.008

Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen / Anteilsbesitz von Organmitgliedern

Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen

€	Buchwert 1.1.2006	Zugänge/ Um- buchungen	Abschrei- bungen	Abgänge	Buchwert 30.6.2006
Sachanlagen					
Mietereinbauten	7.984	0	-1.158	0	6.826
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	285.732	83.279	-73.155	0	295.856
Summe Sachanlagen	293.716	83.279	-74.313	0	302.682
Immaterielle Vermögenswerte					
Software und Lizenzen	612.122	814.941	-224.159	0	1.202.903
Geleistete Anzahlungen	591.153	-309.315	0	0	295.856
Geschäfts- oder Firmenwert	2.535.401	0	0	0	2.535.401
Summe Immaterielle Vermögenswerte	3.738.676	1.202.736	-224.159	0	4.020.143

Anteilsbesitz von Organmitgliedern

	Anteile	Rechte
Vorstand		
Michael W. Schwetje	1.682.264	5.000
Aufsichtsrat		
Dr. Paul-Berhard Kallen	20.000	0
Friedrich Oidtman	416.600	5.000
Stephan Schubert	1.695.197	0

A. Allgemeine Erläuterungen

1. Allgemeines

Der vorliegende 6-Monats-Konzernabschluss wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Er ist als Ergänzung und Fortführung des Konzernabschlusses 2005 sowie des 3-Monats-Konzernabschlusses 2006 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 und werden voll konsolidiert. Die Konsolidierung von Tochterunternehmen zum Erwerbszeitpunkt erfolgt gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ nach der Erwerbsmethode. Die Anschaffungskosten werden hierbei ermittelt aus dem Kaufpreis zuzüglich direkt mit dem Kauf in Verbindung stehender Aufwendungen. Erworbene Vermögenswerte und Schulden werden, soweit identifizierbar, zum Erwerbszeitpunkt mit dem Zeitwert bewertet. Der Unterschiedsbetrag aus den Anschaffungskosten und den anteiligen Nettovermögenswerten wird als Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert. Dieser wird jährlich bzw. bei Vorliegen von Hinweisen auf eine mögliche Wertminderung im Rahmen eines Impairment-Tests auf seine Werthaltigkeit hin überprüft (IAS 36).

Beteiligungen an assoziierten Unternehmen werden nach der Equity-Methode gemäß IAS 28 „Accounting for Investments in Associates“ (2003) bilanziert, wenn OnVista einen maßgeblichen Einfluss auf deren Geschäfts- und Finanzpolitik ausübt, aber keine Kontrolle besitzt. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem Kaufpreis und dem anteiligen Eigenkapital wird den jeweiligen Bilanzposten, soweit möglich, zugeordnet. Ein verbleibender Unterschiedsbetrag wird der Beteiligung als Firmenwert angerechnet.

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

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der einbezogenen Tochterunternehmen sind einheitlich.

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. Für die Tochtergesellschaft Ligatus GmbH wurde darüber hinaus zum Jahresende 2005 eine Warenkreditversicherung abgeschlossen.

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 Vergleichsmaßstab 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“ (2003) 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; das Konzernergebnis 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.

Liquide Mittel

Alle Kapitalanlagen mit hoher Fungibilität, die nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen und eine Fälligkeit von bis zu drei Monaten zum Zeitpunkt des Erwerbs haben, 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 zu Marktpreisen bewerteten Wertpapieren, die nicht zur kurzfristigen Veräußerung bestimmt sind, („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.

Immaterielle Vermögenswerte

Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten bewertet und, sofern deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, linear pro rata temporis über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer von 3-5 Jahren abgeschrieben. Wertminderungsaufwendungen entstehen, wenn der Zeitwert immaterieller Vermögenswerte unter dem Buchwert zum Bilanzstichtag liegt. Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben worden sind, werden gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ aktiviert und jährlich bzw. bei Vorliegen von Hinweisen auf eine mögliche Wertminderung hinsichtlich ihrer Werthaltigkeit überprüft.

Für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit, für die der Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts, der dieser Einheit zugeordnet ist, signifikant ist im Vergleich zum Gesamtbuchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts, werden nach IAS 36.134 Angaben zum Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts sowie zur Grundlage, auf der der erzielbare Betrag der Einheit bestimmt worden ist, gemacht. Wenn der erzielbare Betrag auf dem Nutzungswert basiert, werden die zugrunde liegenden Prämissen der Prognoserechnung dargestellt.

Website-Entwicklungskosten

Die Bilanzierung von Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von selbst geschaffener Software erfolgt nach 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, das Unternehmen die Absicht, die Fähigkeiten und die technischen, finanziellen und sonstigen Ressourcen hat, den Vermögenswert fertig zu stellen sowie ihn zukünftig zu nutzen und die anfallenden Aufwände während der Entwicklungsphase verlässlich bewertet werden können. Ausgaben für Forschung sind grundsätzlich nicht aktivierungsfähig.

Die Bilanzierung von Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Websites erfolgt gemäß SIC-32 „Intangible Assets – Website Costs“ in Verbindung mit IAS 38 „Intangible Assets“ (2004). Hierbei ist der entstehende Aufwand entsprechend der Entwicklungsphasen einer Website zu erfassen und in der jeweiligen Phase unterschiedlich zu behandeln. SIC-32 identifiziert die folgenden Entwicklungsphasen einer Website: Planungsphase, Anwendung und Entwicklung der Infrastruktur, inhaltliche Entwicklung und Betriebsphase. Die Planungsphase gleicht ihrer Art nach der Forschungsphase aus IAS 38.54-56. Ausgaben innerhalb dieser Phase werden bei ihrem Anfall als Aufwand erfasst. Die Phasen der Anwendung und Entwicklung der Infrastruktur, der Entwicklung des graphischen Designs und der inhaltlichen Entwicklung gleichen ihrem Wesen nach, sofern der Inhalt nicht zum Zweck der Vermarktung und Werbung der unternehmenseigenen Produkte und Dienstleistungen entwickelt wird, der Entwicklungsphase aus IAS 38.57-64. Ausgaben, die in diesen Phasen getätigt werden, sind Teil der Kosten einer Website, die als immaterieller Vermögenswert erfasst werden, wenn die Ausgaben direkt zugerechnet werden können und für die Erstellung, Aufbereitung und Vorbereitung der Website für den beabsichtigten Gebrauch notwendig sind. Ausgaben, die während der Phase der inhaltlichen Entwicklung getätigt werden, wenn es um Inhalte geht, die zur Vermarktung und Bewerbung der unternehmenseigenen Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden, sind gemäß IAS 38.69(c) bei ihrem Anfall als Aufwand zu erfassen. Die Betriebsphase beginnt, sobald die Entwicklung einer Website abgeschlossen ist. Ausgaben, die in dieser Phase getätigt werden, werden bei ihrem Anfall als Aufwand erfasst, es sei denn, sie erfüllen die Kriterien des IAS 38.18.

Aktiviert Softwareentwicklungskosten werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer der Software (drei Jahre) abgeschrieben.

Sachanlagen

Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. Wertminderungsaufwendungen entstehen, wenn der erzielbare Betrag eines Vermögenswertes niedriger ist als sein Buchwert

Erläuterungen

(IAS 36.8). Nach IAS 36.15 ist der erzielbare Betrag als der höhere der beiden Beträge aus Nettoveräußerungspreis und Nutzungswert eines Vermögenswertes definiert. Die Abschreibungen der Vermögenswerte erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer. Diese liegt bei Möbeln und sonstigen Betriebsvorrichtungen bei 5 Jahren und bei Hardware bei 3 Jahren.

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. Juni 2006 über die in Erläuterung 12 ausführlich dargestellten Aktienoptionspläne. Die Bilanzierung von aktienorientierten Vergütungen hat grundsätzlich gemäß IFRS 2 „Share-based Payment“ nach der so genannten 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 so genannten 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 unrealisierten 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 für Schulden, die bezüglich ihrer Fälligkeit oder ihrer Höhe ungewiss sind. Eine Rückstellung ist ausschließlich dann anzusetzen, wenn dem Unternehmen aus einem Ereignis der Vergangenheit eine gegenwärtige Verpflichtung (rechtlich oder faktisch) entstanden ist, es wahrscheinlich ist, dass zur Erfüllung der Verpflichtung ein Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen erforderlich ist und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich 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).

Operating Leasing

Bei einem „operating lease“ werden gemäß IAS 17 „Leases“ (2004) die zu leistenden Leasingraten als Periodenaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

3. Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasste in den ersten 6 Monaten 2006 neben der OnVista AG die inländischen Tochtergesellschaften OnVista Beteiligungs-Holding GmbH, Köln, OnVista Media GmbH, Köln, Trade & Get GmbH, Köln, IFVB Institut für Vermögensbildung GmbH, Köln und Ligatus GmbH, Köln.

Darüber hinaus wird die Minderheits-Beteiligung der OnVista AG an der PROZENTOR GmbH, Berlin, nach der Equity-Methode einbezogen, da OnVista hier einen maßgeblichen Einfluss auf die Geschäfts- und Firmenpolitik ausübt.

	Beteiligungs- quote %	Anteil am Eigenkapital %	Anschaffungs- kosten €	Kumulierte Zu- schreibung €	Kumulierte Abwertung €	Beteiligungs- buchwert €
PROZENTOR GmbH	25,1	0	510.000	0	510.000	0

Im ersten Halbjahr 2006 wurden keine Ergebnisse aus at-equity bilanzierten Unternehmen in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung übernommen (Vj.:T€ 218).

B. Erläuterungen zur Konzernbilanz

4. Liquide Mittel

Die liquiden Mittel stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	6-Monatsbericht 2006 30.6.2006	Jahresabschluss 2005 31.12.2005
Geldmarktpapiere mit Laufzeiten von weniger als 3 Monaten	415	17.215
Guthaben bei Kreditinstituten	342	846
Gesamt	757	18.061

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€	6-Monatsbericht 2006 30.6.2006	Jahresabschluss 2005 31.12.2005
Anschaffungskosten	38.031	22.025
Kumulierte unrealisierte Gewinne / Verluste (-)	-204	5
Latente Steuern	0	7

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

5. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Für ausfallgefährdete Forderungen bestehen zum 30. Juni 2006 Wertberichtigungen in Höhe von T€ 0 (31.12.2005: T€ 453). Alle übrigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zum Nennwert bilanziert und haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

6. Übrige kurzfristige Vermögenswerte

Die Posten sind grundsätzlich mit dem Nennwert bilanziert. Von den übrigen kurzfristigen Vermögenswerten weisen per 30. Juni 2006 T€ 0 (31.12.2005: T€ 0) Restlaufzeiten von mehr als einem Jahr aus.

Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte enthalten Beträge in Höhe von T€ 500 (31.12.2005: T€ 303), die erst nach dem Abschlussstichtag rechtlich entstehen. Es handelt sich dabei um abgegrenzte Zinsen.

7. Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Zu den immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen verweisen wir auf die Anlage „Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen“.

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten Lizenzen, Website-Entwicklungskosten, Software und Geschäfts- oder Firmenwerte. In den ersten 6 Monaten 2006 wurden angefallene Website-Entwicklungskosten in Höhe von T€ 72 (zum 30.6.2005: T€ 93) aktiviert. Die Abschreibungen darauf erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (3 bis 5 Jahre) und belasteten zum 30. Juni 2006 die Gewinn- und Verlustrechnung mit T€ 124 (30.6.2005: T€ 99).

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 6 Monaten 2006 T€ 20.

Erläuterungen

8. Finanzielle Vermögenswerte und übrige langfristige Vermögenswerte

Die zum 30. Juni 2006 in den 6-Monats-Konzernabschluss zu Anschaffungskosten („at cost“) einbezogenen Beteiligungen in Höhe von T€ 400 (31.12.2005: 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.

Die übrigen langfristigen Vermögenswerte enthalten Forderungen aus dem Verkauf der Anteile an der IS.Teledata AG in Höhe von T€ 1.801. Dieser Betrag wird zur Abdeckung etwaiger Garantieansprüche bis zu vier Jahre lang notariell verwaltet.

9. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	6-Monatsbericht 2006 30.6.2006	Jahresabschluss 2005 31.12.2005
Sondervergütungen	297	459
Ausstehende Lieferantenrechnungen	314	314
Sonstiges	303	361
Gesamt	914	1.134

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:

€	6-Monatsbericht 2006 30.6.2006	Jahresabschluss 2005 31.12.2005
Aktive latente Steuern auf:		
Ausgliederungsgewinn abzgl. steuerliche Goodwill-Abschreibung	1.870	1.956
Sonstige	45	0
Passive latente Steuern auf:		
Website-Entwicklungskosten	-154	-187
Unrealisierte Kursgewinne auf Wertpapiere	0	-7
Sonstige	-12	-27
Aktive / Passive latente Steuern, netto	1.749	1.735
<i>davon</i>		
<i>mit Restlaufzeiten < 1 Jahr</i>	<i>105</i>	<i>96</i>
<i>mit Restlaufzeiten > 1 Jahr</i>	<i>1.644</i>	<i>1.639</i>

Erläuterungen

11. Eigenkapital

Zahl der ausgegebenen Aktien

Zum 30. Juni 2006 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 6 Monaten 2006 zur Bedienung von Aktienoptionen 53.190 eigene Aktien zu T€ 320 veräußert und 54.314 eigene Aktien zu T€ 616 erworben. Der beim Verkauf realisierte Verlust in Höhe von T€ 69 wurde erfolgsneutral unter Berücksichtigung latenter Steuereffekte im Eigenkapital von der Position Kapitalrücklage abgesetzt. Zum 30. Juni 2006 hält die Gesellschaft 29.689 eigene Aktien.

Comprehensive Income

Zum 30. Juni 2006 waren im übrigen Comprehensive Income unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Marktbewertung von Wertpapieren in Höhe von T€ -204 enthalten.

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 6 Monate 2006 wie folgt dar:

	Anzahl der Optionen	Durchschnittlicher Bezugspreis €
Bestand am Jahresanfang	218.315	8,97
Gewährt	0	0,00
Verfallen	20.000	0,00
Ausgeübt	53.190	
Bestand am 30.6.2006	145.125	9,69

Durch die nach dem 7.11.2002 ausgegebenen Aktienoptionen entstand in den ersten 6 Monaten 2006 ein Personalaufwand in Höhe von T€ 28.

C. 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€	6-Monatsbericht 2006 1.1.–30.6.2006	6-Monatsbericht 2005 1.1.– 30.6.2005
Media	5.687	4.244
Corporate Services	0	0
Gesamt	5.687	4.244

Erläuterungen

14. Personalaufwand

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthält folgenden Personalaufwand:

T€	6-Monatsbericht 2006 1.1.–30.6.2006	6-Monatsbericht 2005 1.1.– 30.6.2005
Löhne und Gehälter	2.015	1.377
Soziale Abgaben	285	179
Gesamt	2.300	1.556

Im Personalaufwand der ersten 6 Monate 2006 sind T€ 28 (Vj.: T€ 46) 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. Juni 2006 wie folgt:

	6-Monatsbericht 2006 1.1.–30.6.2006	6-Monatsbericht 2005 1.1.– 30.6.2005
Überschuss / Fehlbetrag (-) (T€)	626	433
Ergebnis je Aktie („basic“/ „diluted earnings per share“) (€)	0,09	0,07

In die Berechnung des Ergebnisses je Aktie wurden 154.815 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 zwei Segmenten: Media 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 ausgliedert.

Umsätze werden nur im Segment Media durch Online-Werbung auf den konzerneigenen Websites, die Lizenzierung von medizinischem Content für die Internetauftritte von Dritten und durch variable Abrechnungsmodelle im Performance-Marketing-Bereich generiert. Im Segment Technologies wurden im letzten Geschäftsjahr lediglich Ergebnisse der At-Equity-Beteiligung an der IS.Teledata AG dargestellt. Ende 2005 wurde die Beteiligung an der IS.Teledata AG verkauft, so dass im Jahr 2005 die Ergebnisse der Equity-Beteiligung sowie der Verlust aus dem Verkauf der Beteiligung im Segmentergebnis ausgewiesen werden.

Die Umsatz- und Ergebnissituation in den einzelnen Segmenten stellt sich in den ersten 6 Monaten 2006 wie folgt dar:

T€ 1.1.–30.6.2006	Media	Technologies	Corporate Services	Konsolidierung	Total
Außenumsatz	5.687	0	0	0	5.687
Innenumsatz	5	0	0	-5	0
Gesamtumsatz	5.691	0	0	-2	5.687
Sonstige betriebliche Erträge	100	0	154	-181	73
Operative Kosten	-4.793	0	-623	185	-5.231
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-293	0	-5		-298
Operatives Ergebnis	705	0	-474		231
Finanzergebnis	31	0	558		589
Segmentergebnis	736	0	84		820

Erläuterungen

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

T € 1.1.-30.6.2005	Media	Technologies	Corporate Services	Konsolidierung	Gesamt
Außenumsatz	4.224	0	0	0	4.224
Innenumsatz	5	0	0	-5	0
Gesamtumsatz	4.228	0	0	-5	4.224
Sonstige betriebliche Erträge	84	0	180	-169	95
Operative Kosten	-3.700	0	-554	174	-4.080
Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände und Sachanlagen	-182	0	-34	0	-216
Operatives Ergebnis	430	0	-408	0	22
Finanzergebnis	49	218	339	0	606
Segmentergebnis	480	218	-69	0	628

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

Im Segment Media wurden 14% (Vj. 15%) des Umsatzes mit Kunden außerhalb Deutschlands erzielt. Es gab keinen Kunden, der mehr als 10% der Segmentumsätze ausmacht.

17. 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-group.de
Web: www.onvista-group.de

Vorstand

Michael W. Schwetje

Aufsichtsrat

Dr. Paul-Bernhard Kallen (Vorsitzender)
Fritz Oidtman
Stephan Schubert

Finanzkalender

Quartalsbericht 3/2006
Deutsches Eigenkapitalforum 2006

14. November 2006
28. November 2006