

3/2007

Umsatz mehr als verdoppelt
Operatives Ergebnis versiebenfacht
Gesamtjahresprognose bestätigt



9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS

	1.1.- 30.9.2007	1.1.- 30.9.2006	Veränderung
Umsatz (Mio. €)	18,34	8,93	+105%
EBITDA (Mio. €)	4,44	1,00	+345%
EBIT (Mio. €)	3,63	0,52	+598%
Ergebnis vor Steuern (EBT) (Mio. €)	4,02	1,43	+180%
Ergebnis nach Steuern (Mio. €)	1,75	0,96	+82%
Ergebnis je Aktie (€)	0,26	0,14	+83%
Konzern-Cashflow (Mio. €)	-18,97	-16,80	-
Operativer Cashflow (Mio. €)	1,74	1,07	+62%
Investitionen (Mio. €)	2,17	0,92	+135%
<i>davon in Sachanlagen (Mio. €)</i>	<i>0,38</i>	<i>0,15</i>	<i>+158%</i>
Mitarbeiter per 30.9. ¹	131	80	+64%

	30.9.2007	31.12.2006	Veränderung
Finanzmittelbestand (Mio. €) ²	10,23	41,15	-75%
Bilanzsumme (Mio. €)	27,54	51,99	-47%
Eigenkapitalquote (%) ³	80	41	+93%

¹ In Festanstellung; vollzeitäquivalent

² Bilanzpositionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ und „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“

³ Eigenkapital/Bilanzsumme

2	OnVista Group auf einen Blick
3	Inhalt
4	Zwischenlagebericht zum 30. September 2007
4	Unternehmensverkauf
4	Konzernstruktur
5	Wirtschaftliches Umfeld
5	Geschäftsverlauf
6	Ertragslage
7	Segmente
12	Vermögens- und Finanzlage
13	Mitarbeiter
13	Forschung und Entwicklung
13	Nachtragsbericht
13	Ausblick
15	9-Monats-Konzernabschluss nach IFRS
15	Bilanz
16	Gewinn- und Verlustrechnung
17	Kapitalflussrechnung
18	Entwicklung des Eigenkapitals
19	Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen
19	Anteilsbesitz von Organmitgliedern
20	Erläuterungen
30	Finanzkalender

3/2007

Unternehmensverkauf

- **OnVista-Großaktionäre veräußern ihre Anteile an die französische Boursorama S.A.**

Das herausragende Ereignis für die OnVista Group fand im dritten Quartal außerhalb des operativen Geschäfts statt: Die vier Großaktionäre der OnVista AG, die Burda Digital Ventures GmbH, Fritz Oidtman, Stephan Schubert und Michael W. Schwetje, haben ihre Anteile (77,4%) an die französische Boursorama S.A. veräußert. Vertragsunterzeichnung war am 24. September 2007, das Kartellamt hat die Übernahme am 19. Oktober 2007 ohne Beanstandung genehmigt. Wie am Tag der Bekanntgabe angekündigt, hat Boursorama inzwischen (am 31. Oktober) allen weiteren Aktionären der OnVista AG ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot gemäß den Bestimmungen des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG) gegen Barzahlung von € 20,60 je Stückaktie unterbreitet. Dieser Preis liegt mehr als ein Drittel über dem Aktienkurs vom 21. September 2007 (€ 14,90, Xetra-Schlusskurs des letzten Handelstages vor Vertragsunterzeichnung) und entspricht exakt dem mit den Großaktionären vereinbarten Kaufpreis. Bei 6,7 Mio. Aktien ergibt sich hieraus eine Bewertung des Gesamtunternehmens von € 138,02 Mio. Boursorama verfolgt nach eigenen Angaben das Ziel, auf Sicht 100% der Anteile zu erlangen und die OnVista AG von der Börse zu nehmen.

Boursorama S.A. ist ein großer europäischer Anbieter von Online-Brokerage, Investmentprodukten und Finanz-Websites. Das 1995 gegründete Unternehmen betreibt in Frankreich das marktführende Finanzportal www.boursorama.com und die Online-Bank Boursorama Banque (www.boursorama-banque.com). Umsätze generiert die börsennotierte Gesellschaft mit Hauptsitz in Frankreich über ihre Bankaktivitäten sowie die Vermarktung von Online-Werbung (sogenanntes „Media-Brokerage-Modell“). In Deutschland ist Boursorama seit 1997 mit dem Online-Broker Fimatex am Markt. Darüber hinaus ist das Unternehmen in England und Spanien präsent. Mehrheitsaktionär der Boursorama S.A. ist die Groupe Société Générale, die über 56% der Anteile hält (Stand: 31.12.2006).

- **Neuer Aufsichtsrat bei der OnVista AG**

Nach Zustimmung durch das Kartellamt und Zahlung des Kaufpreises hat der Aufsichtsrat der OnVista AG vor dem Hintergrund der neuen Mehrheitsverhältnisse sein Mandat mit sofortiger Wirkung niedergelegt. Der Aufsichtsratsvorsitzende, Fritz Oidtman, sowie sein Stellvertreter, Dr. Christoph Braun, haben ihre

Mandate am 19.10.2007, Stephan Schubert bereits eine Woche zuvor, am 12.10.2007, niedergelegt.

Das zuständige Amtsgericht hat Ramón Blanco, Anne-Sophie Perrachon und Ralf Freiherr von Ziegeler als neue Mitglieder des Aufsichtsrats bestellt. In der ersten Aufsichtsratssitzung am 13. November 2007 wurde Freiherr von Ziegeler zum Vorsitzenden gewählt und Blanco zu seinem Stellvertreter. Blanco fungiert als Director of International Operations bei Boursorama, Perrachon ist seine Stellvertreterin, und Freiherr von Ziegeler ist Niederlassungsleiter beim Online-Broker Fimatex, der deutschen Zweigniederlassung von Boursorama.

Konzernstruktur

- **OnVista Group – ein reines Internetunternehmen**

Die **OnVista Group** ist ein modernes, wachstumsstarkes Internet-Unternehmen, das die Möglichkeiten des Internets antizipiert und Dienstleistungen und Produkte anbietet, die zukunftsweisend sind. Die OnVista Group steht auf vier Säulen.

Im Geschäftsbereich **Portal Business** betreiben wir über die OnVista Media GmbH, eine 100%-Tochter der börsennotierten OnVista AG, unsere eigenen werbefinanzierten Special-Interest-Portale – derzeit das Finanzportal OnVista (www.onvista.de) und das Gesundheitsportal Onmeda (www.onmeda.de).

Neu hinzugekommen ist dieses Jahr der Geschäftsbereich **Ad Sales**, repräsentiert durch den Ende März 2007 akquirierten unabhängigen Online-Werbevermarkter Ad2Net. Ursprünglich eine AG, wurde Ad2Net inzwischen in eine GmbH umgewandelt und ist nun eine 100%-Tochter der OnVista AG. Die Ad2Net GmbH übernimmt die klassische Online-Werbevermarktung (Display Ads auf TKP-Basis) für Websites, die sie selbst nicht betreibt. Seit dem zweiten Quartal 2007 wird sie im OnVista-Konzern voll konsolidiert.

Im Geschäftsbereich **Performance Marketing** ist die Ligatus GmbH angesiedelt, eine 100%-Tochter der OnVista Media GmbH. Das Performance-Marketing-System Ligatus ist in zahlreichen Premium-Partner-Portalen fest integriert und generiert dort attraktive Zusatzerlöse zur klassischen Werbevermarktung. In enger Zusammenarbeit mit Kunden und Agenturen entwickelt Ligatus erfolgreiche vertriebsorientierte Werbekampagnen, die mit einem eigenen Optimierungsalgorithmus innerhalb des Netzwerkes platziert werden. Der Kunde zahlt nur bei Erfolg, das heißt, wenn die von ihm platzierten Werbemittel angeklickt

werden (CPC) oder wenn ein Interessent seine Adresse hinterlässt (CPL).

Im jüngsten Geschäftsbereich, **New Business**, entwickeln wir neuartige Internet-Geschäftsideen. Im Juni haben wir Namendo (www.namendo.de), ein Adress-Brokerage-Portal für Business-Kontakte, gelauncht. Namendo stellt einzigartige und stets hochaktuelle Visitenkarten-Informationen zu relevanten Entscheidern in der deutschen Wirtschaft zur Verfügung. Betreiberin ist die Namendo GmbH, eine 100%-Tochter der OnVista AG.

Portalgeschäft, Ad Sales, Performance Marketing und New Business bilden zusammen das **Segment Internet Businesses**, das damit das gesamte operative Geschäft bündelt. Das **Segment Corporate Services** 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.

Wirtschaftliches Umfeld

- **Finanzmarkturbulenzen im dritten Quartal noch ohne Auswirkung auf Realwirtschaft**

Das volkswirtschaftliche Umfeld stand im dritten Quartal und darüber hinaus bis zur Veröffentlichung dieses Zwischenberichts (14. November) ganz im Zeichen verschiedener gravierender Entwicklungen. Die Subprime-Krise in den USA mit ihren vermeintlichen internationalen, auch Deutschland betreffenden Folgewirkungen, der extrem starke Euro und Ölpreise auf historischem Rekordniveau haben in kurzer Zeit weltweit für Verunsicherung gesorgt und die Wachstumsaussichten für 2008 eingetrübt. Die einschlägigen Prognosegeber erwarten weiterhin ein positives, jedoch etwas gebremstes Wirtschaftswachstum.

Ungeachtet vorsichtiger gewordener Prognosen stellen sich die tatsächlichen Rahmenbedingungen für unser Geschäft im Berichtszeitraum weiterhin uneingeschränkt positiv dar. Auch die Turbulenzen in manchen Finanzsektoren zeigten bislang keine negativen Auswirkungen. Für das laufende Jahr erhöhen die beteiligten

Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrem Herbstgutachten für Deutschland ihre Wachstumserwartung sogar von 2,4% auf 2,6%.

Gleichzeitig wird die Prognose für 2008 um 0,2 Prozentpunkte auf 2,2% gesenkt. Die Schätzung der Bundesregierung fiel Ende Oktober mit 2,4% für dieses Jahr etwas vorsichtiger aus, und sie senkte ihren Ausblick aufs nächste Jahr gleich um 0,4 Prozentpunkte auf 2,0%.

Aus Sicht des Internationalen Währungsfonds wird sich auch die Weltkonjunktur 2008 etwas abkühlen. Der IWF schätzte Anfang Oktober das weltweite Wachstum im kommenden Jahr auf 4,8%, nachdem er im Juli noch von 5,2% ausgegangen war. Besonders stark wurden die Erwartungen für die USA revidiert, nämlich von 2,8% auf nur noch 1,9%.

Der Zuwachs des Online-Werbemarkts wird 2007 voraussichtlich noch höher ausfallen als erwartet. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) hat im September seine ursprüngliche Prognose von gut € 2,5 Mrd. auf mindestens € 2,7 Mrd. erhöht. Gegenüber dem Vorjahr (€ 1,9 Mrd.) wäre dies eine Zunahme von nochmals gut 40% nach Wachstumsraten von über 80% in den beiden Vorjahren.

Geschäftsverlauf

- **Umsatz über 100% gestiegen**

Positive externe Rahmenbedingungen und eine starke Wettbewerbsposition haben bei der OnVista Group dazu geführt, dass die ersten neun Monate des Geschäftsjahres sehr erfolgreich verliefen. Im dritten Quartal ist der Umsatz noch stärker als in den ersten beiden Quartalen gestiegen. Diese Zunahme ist besonders erfreulich, da das dritte Quartal traditionell aufgrund saisonal bedingter Effekte („Sommerloch“ im Werbemarkt) am schwächsten ist. Zum positiven Verlauf beigetragen haben neben externen Einflussfaktoren – wie schon im ersten Halbjahr – das gute konjunkturelle Umfeld, das trotz der Subprime-Krise im dritten Quartal insgesamt positive Börsenklima und der boomende Online-Werbemarkt. Sowohl den Umsatz als auch das operative Ergebnis haben wir mehr als verdoppelt.

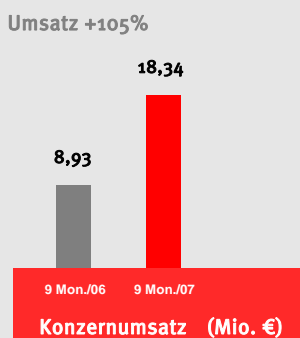
3/2007

In den ersten neun Monaten 2007 haben wir einen **Konzernumsatz** nach IFRS in Höhe von € 18,34 Mio. erreicht. Damit liegen wir 105% über den € 8,93 Mio. der Vergleichsperiode des Vorjahres und sind deutlich stärker gewachsen als der Online-Werbemarkt. Ein Teil dieses

Umsatzes stammt aus dem Zukauf der seit dem zweiten Quartal 2007 konsolidierten Ad2Net GmbH. Jedoch wurden

70% des Umsatzwachstums im boomenden bestehenden Geschäft der OnVista Group erwirtschaftet und sind demnach rein internes Wachstum. Somit ist die OnVista Group auch akquisitionsbereinigt wesentlich stärker als der Gesamtmarkt gewachsen.

Im dritten Quartal isoliert betrachtet, ergibt sich ein Umsatz von € 7,04 Mio. nach € 3,24 Mio. im Q3 2006 (+ 117%).



Ertragslage

- **Erlöswachstum stärker als Kostenanstieg**

Der Kostenanstieg ist gegenüber dem Umsatzwachstum erneut zurückgeblieben. Die gesamten **operativen Kosten**¹ summieren sich im Berichtszeitraum auf € 14,99 Mio. Das entspricht einer Zunahme von 79% (9 Mon./06: € 8,36 Mio.).

Bei der Aufteilung der operativen Kosten nach den Kostenarten des Umsatzkostenverfahrens, das beim Rechnungslegungsstandard IFRS angewandt wird, entfällt der größte Anteil auf die **Herstellungskosten**. Sie betragen in den ersten neun Monaten 2007 € 6,91 Mio. (9 Mon./06: € 2,94 Mio.; +135%). Der überproportionale Anstieg liegt im Geschäftsmodell des seit April neu hinzugekommenen Werbevermarkters Ad2Net begründet.² Die **Marketing- und**

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

² Da Ad2Net ausschließlich Drittsseiten vermarktet, fließt über die Hälfte der erwirtschafteten Erlöse an die entsprechenden Partner-

Vertriebskosten haben um 60% auf € 3,54 Mio. (9 Mon./06: € 2,21 Mio.) zugenommen und sind damit am zweitstärksten angestiegen. Den größten Anteil daran machen die mit der Übernahme von Ad2Net hinzugewonnenen Vertriebsmitarbeiter aus sowie einige Neueinstellungen in den verschiedenen Sales-Abteilungen. Die **Forschungs- und Entwicklungskosten** liegen um 46% über dem Vergleichswert des Vorjahres (€ 2,00 Mio. nach € 1,37 Mio.). Einmal mehr haben die **Allgemeinen Verwaltungskosten** in den ersten neun Monaten mit einer Rate von lediglich 38% am geringsten zugelegt. Sie betragen € 2,53 Mio. (9 Mon./06: € 1,83 Mio.). Die sonstigen betrieblichen Erträge haben sich – wie schon zum Halbjahr – auch nach neun Monaten fast versiebenfacht (€ 0,51 Mio. nach T€ 76), hauptsächlich eine Folge des Verkaufs unserer restlichen Anteile an der Lang & Schwarz Wertpapierhandelsbank AG.

Der nach IFRS auf verschiedene Kostenpositionen verteilte **Personalaufwand** nahm gegenüber den ersten drei Vorjahresquartalen (€ 3,51 Mio.) um 41% auf € 4,96 Mio. zu. Ursache für den Anstieg sind zum einen durch Ad2Net seit April hinzugekommene Mitarbeiter, zum anderen neue Stellen, die in allen Unternehmensbereichen innerhalb der letzten zwölf Monate geschaffen wurden (vgl. Abschnitt „Mitarbeiter“ auf S. 13).

Die **Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** liegen mit € 0,82 Mio. 70% über Vorjahresniveau (9 Mon./06: € 0,48 Mio.). Sie waren bereits im vierten Quartal 2006 infolge verstärkter Investitionen in selbst erstellte und in mit Hilfe externer Programmierungskapazitäten entwickelte Software – insbesondere bei Ligatus und Namendo – deutlich angestiegen und werden sich im restlichen Jahresverlauf voraussichtlich weiter erhöhen. Auch die Abschreibungen verteilen sich nach dem in IFRS anzuwendenden Umsatzkostenverfahren in der Gewinn- und Verlustrechnung auf verschiedene Kostenpositionen.

- **Skalierbares Geschäftsmodell lässt Ergebnisse erneut überproportional steigen**

Die Ertragslage hat sich im Berichtszeitraum insgesamt gesehen weiter positiv entwickelt. Insbesondere im operativen Bereich lagen wir in den ersten neun Monaten 2007 deutlich über den Vorjahres-Vergleichswerten. Seit langem betonen wir die in unserem Geschäftsmodell angelegten Skaleneffekte,

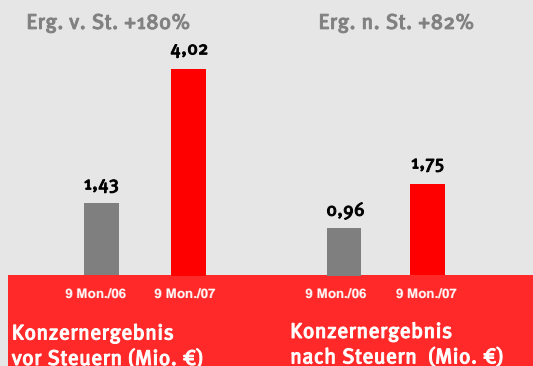
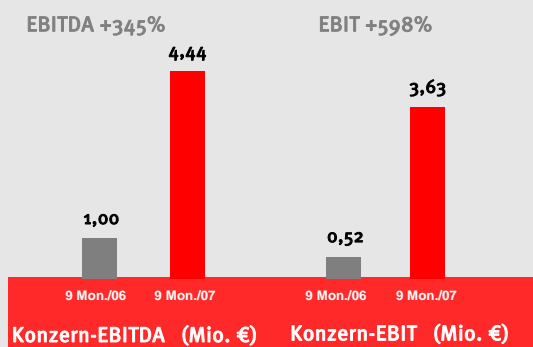
Portale. Die Differenz zwischen dem in der GuV-Position „Umsatz“ enthaltenen Bruttoumsatz und dem tatsächlich bei Ad2Net verbleibenden Nettoumsatz schlägt sich in der Kostenposition „Herstellungskosten“ nieder.

3/2007

nach denen sich ab einer bestimmten Schwelle Zuwächse beim Umsatz in überproportionalen Ergebnissteigerungen niederschlagen.

Das **EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)** ist in den ersten neun Monaten 2007 um 345% gestiegen und lag bei € 4,44 Mio. (9 Mon./06: € 1,00 Mio.).

Auch das **EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)** hat stark zugelegt. Es belief sich im Berichtszeitraum auf € 3,63 Mio. (9 Mon./06: € 0,52 Mio.; +598%). Daraus ergibt sich gegenüber dem Vorjahr (9 Mon./06: 5,8%) eine wesentlich höhere EBIT-Marge (EBIT/Umsatz) von rund 20%.



Aufgrund des durch die Sonderausschüttung im Januar 2007 stark verringerten Finanzmittelbestands fällt das **Finanzergebnis** des Berichtszeitraums plangemäß wesentlich niedriger aus: Es beträgt € 0,39 Mio. (9 Mon./06: € 0,91 Mio.; -57%). Da das starke operative Ergebnis den Rückgang der Zins-einnahmen jedoch weit überkompensiert hat, weist das **Konzernergebnis vor Steuern (EBT)** eine Steigerung von 180% (€ 4,02 Mio. nach € 1,43 Mio.) auf. Die **Umsatzrendite vor Steuern** stieg von 16% auf etwa 22%.

Für die ersten neun Monate 2007 ergibt sich ein **Konzernergebnis nach Steuern** von € 1,75 Mio. (9 Mon./06: € 0,96 Mio.; +82%).

Im dritten Quartal, isoliert betrachtet, fällt das Konzernergebnis aufgrund von einmaligen Steuer-effekten negativ aus. Zum einen hatten wir Steuer-zahlungen für vergangene Perioden in Höhe von etwa T€ 320 an das Finanzamt zu leisten. Zum anderen mussten wir auf die latenten Steuern den neuen, ab dem kommenden Jahr im Zuge der Unternehmens-steuerreform geltenden Steuersatz anwenden. Da dieser niedriger ist und ein aktiver, latenter Steuer-überhang besteht, resultiert daraus ein einmaliger Steueraufwand in Höhe von etwa T€ 310.

Die Ergebniskennzahlen des dritten Quartals 2007 im Einzelnen: Das EBITDA belief sich auf € 1,07 Mio. (Q3/06: € 0,41 Mio.; +159%). Das EBIT stieg um 150% auf € 0,72 Mio. (Q3/06: € 0,29 Mio.). Das Konzern-ergebnis vor Steuern (EBT) betrug € 0,81 Mio. (Q3/06: € 0,61 Mio.; +32%). Nach Steuern fiel das Konzern-ergebnis aufgrund der oben genannten einmaligen Steuereffekte negativ aus mit € -0,19 Mio. (Q3/06: € 0,33 Mio.; -157%).

Segmente

- Operatives Geschäft im Segment Internet Businesses

Die OnVista Group besteht aus zwei Segmenten: Im **Segment Internet Businesses (zuvor: Media)** sind unsere Internetaktivitäten – Portal Business (OnVista, Onmeda), Ad Sales (AdzNet), Performance Marketing (Ligatus) und New Business (zur Zeit Namendo) –, also das komplette operative Geschäft, zusammen-gefasst (vgl. Abschnitt „Konzernstruktur“, S. 4). Der gesamte Konzernumsatz wird somit im Segment Internet Businesses 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 Konzern-umsatz. Vielmehr entstehen hier Kosten, denen Einnahmen aus dem Finanzmittelbestand gegen-überstehen.

- Segment Internet Businesses: Profitabilität nimmt weiter zu

Im **Segment Internet Businesses** haben wir den Umsatz wiederum stark ausgeweitet und durch Skaleneffekte den Gewinn weit überproportional erhöhen können.

3/2007

Der mit dem Konzernumsatz identische **Segmentumsatz** verdoppelte sich in den ersten neun Monaten 2007 auf € 18,35 Mio. (9 Mon./06: € 8,94 Mio.; +105%). Darin enthalten war ein Innenumsatz von T€ 5 (9 Mon./06: T€ 7). Hauptumsatzträger bleibt unser Portalgeschäft, das die Hälfte des Gesamtumsatzes generiert.

Im dritten Quartal haben Ligatus und Ad2Net nahezu gleich hohe Erlöse erzielt. Beide machen inzwischen einen Gesamtumsatzanteil von jeweils einem Viertel aus. Unsere Zielsetzung einer Umsatzverteilung von 50% Portalgeschäft und jeweils 25% Ad2Net und Ligatus, um die Abhängigkeit vom Portalgeschäft und insbesondere vom Finanzportal zu verringern, haben wir damit zum ersten Mal erfüllt. Das Anfang Juni in einer Beta-Version online geschaltete Adress-Brokerage-Portal Namendo hat plangemäß noch keine nennenswerten Erlöse beigesteuert.

Das **Segmentergebnis**³ der ersten drei Quartale ist um 241% auf € 4,22 Mio. (9 Mon./06: € 1,24 Mio.) angestiegen. Die Umsatzrendite vor Steuern lag bei 23% und hat sich um über 60% verbessert (9 Mon./06: 14%).

Zu diesem Ergebniswachstum haben überwiegend die beiden angestammten Geschäftsbereiche Portal Business (www.onvista.de und www.onmeda.de) und Performance Marketing (Ligatus) beigetragen. Hauptergebnisquelle bleibt das Finanzportal, gefolgt von Ligatus. Besonders erfreulich: Unser Gesundheitsportal Onmeda war wie schon im ersten Halbjahr auch auf die ersten neun Monate bezogen profitabel. Dies war eines unserer wesentlichen Ziele für 2007. Der Newcomer Namendo (Geschäftsbereich New Business) bringt knapp vier Monate nach seinem Start erwartungsgemäß noch eine geringe Ergebnisbelastung mit sich.

- **OnVista Group erfolgreich auf der OMD 2007**

Auf der Online Marketing Düsseldorf (OMD), der führenden Messe für digitales Marketing, präsentierte sich die OnVista Group in diesem Jahr erstmals mit ihren vier am Werbemarkt aktiven Marken: OnVista, Onmeda, Ad2Net und Ligatus. Die Veranstaltung nutzten wir zum einen, um Bestandskundenkontakte zu pflegen und neue Kunden zu akquirieren. Im Vordergrund stand dabei vor allem der Austausch mit Agenturen. Zum anderen demonstrierten wir einem interessierten Fachpublikum unsere Online-Marketing-Kompetenz im Rahmen zweier Vorträge über „Contextual Targeting“ bzw. „Kontextbezogenes

³ Hierbei handelt es sich um ein Ergebnis vor Steuern.

Performance Marketing“. Die Messe war für uns sehr erfolgreich, da wir im Vorfeld der anstehenden Jahresplanungen unsere Angebote in den Köpfen der Entscheider verankern konnten.

- **Portal Business:
OnVista vergrößert Reichweite um 41%**

Im dritten Quartal 2007 ist www.onvista.de kräftig gewachsen und konnte seine Spitzenposition unter allen Online-Finanzwebsites im IVW-Ranking⁴ verteidigen. Das Portal erzielte durchschnittlich 101,7 Mio. Seitenabrufe (PageImpressions) und 12,6 Mio. Besuche (Visits). Im Vergleich zum Vorjahr entspricht das einer Steigerung der Seitenabrufe um 41% (Q3/2006: 72,0 Mio.) und der Visits um 48% (Q3/2006: 8,5 Mio.). Damit bleibt das Portal im dritten Quartal erneut eindeutiger Marktführer unter den Finanzseiten, auch unter Berücksichtigung großer General-Interest-Portale⁵ wie „T-Online“ oder „Spiegel Online“. Der große Abstand zum Wettbewerb ist dabei unverändert: OnVista erreichte eine doppelt so hohe Reichweite wie die zweitgrößte Finanz-Website.

- **Finanzportal mobil verfügbar**

Seit dem dritten Quartal ist das Finanzportal OnVista auch mobil verfügbar. Per Handy, Blackberry oder PDA ist der Abruf von News und Kursinformationen zu Aktien, Optionsscheinen, Zertifikaten sowie verschiedenen Indizes wie DAX®, MDAX® und TecDAX® möglich. Nach Eingabe der Adresse in ein mobiles Endgerät findet sich der User in der optimierten und verschlankten, aber gewohnten OnVista-Umgebung wieder und kann auf eine Vielzahl praktischer Tools und Funktionen zurückgreifen. Außerdem können die Nutzer über MyOnVista, den Login-gesicherten Bereich, ihre Depots und persönlichen Watchlists einsehen sowie die kostenpflichtigen Echtzeit-Kurse Realtime.Basic und Realtime.Xetra® von unterwegs abrufen. Damit bieten wir unseren Nutzern einen neuen Service und dehnen unser Geschäft auf das mobile Internet aus.

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

Auch das Angebot an Tools und Services auf OnVista haben wir im Berichtsquartal ergänzt. Dabei kamen wir vor allem dem gestiegenen Interesse von Privatanlegern an Zertifikaten nach. So haben wir im Zertifikate-Bereich ein neues Tool eingeführt: Anleger

⁴ Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

⁵ Im Gegensatz zu Special-Interest-Angeboten wenden sich General-Interest-Portale mit vielfältigen Themen an ein breites Publikum.

können hier erstmals Zertifikate unabhängig vom Basiswert suchen. Nach der Entscheidung für eine konservative, neutrale oder offensive Ausstattung werden bis zu 50 Zertifikate angezeigt, sortiert nach der höchsten Renditechance. Alternativ stehen noch feste Listen der Top Discount-, Bonus- und Sprint-zertifikate zur Verfügung. Emittenten können das neue Tool mit ihrem Logo sponsern.

Wer zu einem bestimmten Zertifikat vergleichbare Produkte sucht, findet diese unter dem im dritten Quartal neu eingeführten Punkt „Ähnliche Zertifikate“ in der Sub-Navigation zum jeweiligen Zertifikat. Mit einem Klick öffnet sich eine Liste von alternativen Produkten, die mit dem ausgewählten Zertifikat verglichen werden können. Diese Funktion wird für Knock-Outs, Bonus-, Discount-, Index-, Sprint- und Outperformance-Zertifikate sowie Aktienanleihen und Rolling Discounts angeboten. Mit dem Ausbau des Zertifikate-Bereichs auf OnVista möchten wir unsere Position als meistgenutzte Derivate-seite weiter stärken.

- **Onmeda unter den Top-Gesundheitsseiten**

Im Berichtszeitraum bleibt Onmeda erneut unter den führenden Gesundheitsportalen. Von Juli bis September erzielte die Website durchschnittlich 8,6 Mio. PageImpressions und 1,3 Mio. Visits. Das entspricht einer Steigerung der Seitenabrufe um 12% (Q3/2006: 7,7 Mio.) und der Visits um 17% (Q3/2006: 1,1 Mio.). Im Ranking aller IVW-gemessenen Online-Medien, darunter auch General-Interest-Portale wie „T-Online“ und „Focus Online“, konnte Onmeda damit seinen Platz unter den Top 5 Gesundheitsangeboten im Netz erneut behaupten. Unser Ziel ist es, uns in der Spitzengruppe fest zu etablieren. Unter den IVW-gelisteten Special-Interest-Portalen, also Websites, die ihren thematischen Schwerpunkt im Bereich Gesundheit und Medizin haben, ist Onmeda bereits heute führend.

- **Content-Lizenzierung ausgebaut**

Auch im dritten Quartal war Onmeda mit Content-Lizenzierung erfolgreich. Als erste Online-Apotheke bezieht die niederländische eFarma Inhalte unseres Gesundheitsportals. Seit ein paar Wochen spüren wir ein wachsendes Interesse von Internet-Apotheken an der Lizenzierung von medizinischem Content. Neben der Werbevermarktung ist die Lizenzierung eine wichtige Umsatzquelle für uns. Durch den insgesamt gewachsenen Bedarf an laienverständlichen Gesundheitsinformationen passen immer mehr Betreiber von Websites ihr Angebot dem Anliegen der Nutzer an. Vor allem Medien- und Pharmaunternehmen sowie Krankenversicherungen bauen ihre Internetangebote

verstärkt mit medizinischen Inhalten aus. Onmeda bietet ihnen hierfür die Lizenzierung aller auf dem Gesundheitsportal veröffentlichten Inhalte an oder erstellt je nach Kundenwunsch neuen hochwertigen Content.

- **Themen „Kinder“ und „Über uns“ erweitert**

Im dritten Quartal haben wir auf Onmeda die neue Rubrik „Kinder in Bewegung“ eingeführt. Dort finden Eltern viele Tipps für Spielideen, um über einfache Spiele oder spannend verpackte Aufgaben im Alltag die motorischen Fähigkeiten ihrer Sprösslinge auf spielerische Art und Weise zu fördern. In der neuen Rubrik erfahren Eltern, wie sich Bewegung auf die Entwicklung der Motorik, des Sozialverhaltens und das Lernen ihres Kindes auswirkt und welche Sportarten für Kinder geeignet sind. Das Seitenangebot rund um Schwangerschaft und Kinder ist für uns strategisch bedeutend, da es ein großes Interesse an diesen Themen gibt, das wir nun mehr und mehr abdecken können. Damit erhoffen wir uns, User zu gewinnen, die regelmäßig wiederkehren und viele PageImpressions erzeugen.

Als vertrauensfördernde Maßnahme haben wir außerdem die Rubrik „Über uns“ neu gestaltet. Dort werden die Philosophie des Gesundheitsportals und die Menschen dahinter vorgestellt. So erfährt der Nutzer unter anderem, dass die Inhalte auf Onmeda den höchsten Qualitätsanspruch erfüllen, immer auf dem medizinisch aktuellen Stand sowie redaktionell unabhängig sind. Das zeigen sowohl die Auszeichnungen als auch die Referenzen unserer Partner. Die Abteilungen Produktmanagement, Redaktion und Sales stellen sich in der Rubrik kurz vor. Auch die Betreuer der Diskussionsforen sind zu sehen, damit sich der User einen besseren Eindruck vom jeweiligen Experten und dessen Forum machen kann. Mit der Neugestaltung der Rubrik „Über uns“ möchten wir in erster Linie das Vertrauen der Onmeda-Besucher in das Gesundheitsportal stärken und sie dazu ermuntern, unsere Website regelmäßig zu besuchen.

- **Neue Foren und Selbsttests auf www.onmeda.de**

Auch die Diskussionsforen wurden im dritten Quartal um einige Themen erweitert. So wurden Foren zur Raucherentwöhnung, rund um Haarausfall und zu plastischer und ästhetischer Chirurgie eingeführt. Neu ist auch die „Onmeda-Plauderecke“, die den gegenseitigen Austausch rund um die Dinge bietet, die nicht primär medizinischer Natur sind. Mit den neuen Foren möchten wir die User-Bindung erhöhen, da wir die Nutzer dazu animieren, das Gesundheitsportal häufiger zu besuchen.

Darüber hinaus haben wir fünf neue Selbsttests eingeführt. Dazu gehören der Zahnpflege-Test, das Verhütungs-Quiz und der Alkoholrisikotest. Außerdem können Nutzer mit dem Waist-To-Hip-Ratio-Test ihren Taille/Hüft-Quotienten berechnen, der eine höhere Aussagekraft zur Beurteilung des gesundheitlichen Risikos aufgrund von Übergewicht besitzt als der Body-Mass-Index (BMI). Für die Kleinen gibt es den neuen BMI-Rechner für Kinder, mit dem Eltern erkennen können, ob es bei ihrem Kind erste Anzeichen für Unter- oder Übergewicht gibt.

- **Ad Sales: Ad2Net vollständig integriert**

Im dritten Quartal wurde die Integration von Ad2Net in die OnVista Group vollständig abgeschlossen. Der Umzug der Kölner Ad2Net-Kollegen in den Firmensitz der OnVista Group war dabei eines der letzten wichtigen Projekte. Seit April wurde systematisch an der Integration gearbeitet, die alle Abteilungen der beiden Unternehmen umfasste. Hierbei entstanden rund 30 Teilprojekte: vom Kennenlernen der einzelnen Projektteilnehmer im April bis zum Umzug von Ad2Net Ende August. Organisatorisch ist Ad2Net als eigenständige GmbH – vergleichbar mit Ligatus – in die OnVista Group integriert. Dabei sind die operativen Bereiche bei Ad2Net verblieben, die übergreifenden Abteilungen (z.B. Marketing und Buchhaltung) sind in die bestehenden Strukturen der OnVista Group eingegliedert worden. Die Ad2Net-Vertriebsniederlassung in Hamburg ist bestehen geblieben.

Ad2Net ist einer der größten unabhängigen Online-Werbevermarkter in Deutschland. Zum Vermarktungsportfolio des 1999 gegründeten Unternehmens gehören derzeit über 80 Websites, die in Summe gut 1 Mrd. Pagel Impressions pro Monat erzielen. Ad2Net bündelt die Werbemöglichkeiten auf diesen Websites in insgesamt 9 Themen-Channels, die einzeln oder als Paket buchbar sind. So bietet das Unternehmen Werbekunden und Agenturen hohe Reichweiten in homogenen Zielgruppen zu attraktiven TKPs (Tausend-Kontakt-Preisen).

Im Berichtszeitraum haben wir zwei „Angebote des Monats“ eingeführt. Immer zur Monatsmitte bietet Ad2Net Mediaagenturen ein spezielles Branding- und ein Reichweiten-Paket. Beim Branding-Paket können Mediaplaner aufmerksamkeitsstarke Werbemittel wie Skyscraper zu Sonderkonditionen für eine besonders hochwertige oder reichweitenstarke Website im Netzwerk von Ad2Net buchen, um einen Image-Effekt zu erzielen. Das Reichweiten-Angebot richtet sich dagegen an Kunden, die weniger am Imageaufbau, sondern vor allem daran interessiert sind, möglichst viele User zu erreichen. Dabei kann das gesamte Partner-Netzwerk von Ad2Net für einen bestimmten

TKP gebucht werden. Mit den beiden Angeboten des Monats möchten wir die Mediaplaner auf die vielseitigen Buchungsmöglichkeiten bei Ad2Net aufmerksam machen.

- **Performance Marketing: Ligatus gewinnt neue Partner**

Im dritten Quartal hat sich unser Performance-Marketing-Geschäft Ligatus positiv weiterentwickelt. Unter dem Begriff Performance-Marketing werden in der Online-Branche überwiegend auf Kundengewinnung abzielende Werbeformen verstanden, die erfolgsabhängig vergütet werden. Eine Spielart von Performance-Marketing ist beispielsweise Suchmaschinenmarketing.

Mit einem eigenen Optimierungsalgorithmus ermöglicht Ligatus Werbekunden und Agenturen eine intelligente Platzierung ihrer Werbeforschungen auf hochwertigen Websites, um so die jeweilige Zielgruppe passgenau anzusprechen. Dabei entwickeln wir in enger Zusammenarbeit mit den Kunden erfolgreiche Kampagnen. Innerhalb des kontinuierlich wachsenden Premium-Netzwerks von Ligatus werden alle Werbemittel in redaktionellen Umfeldern eingebunden. Der Kunde zahlt nur bei Erfolg, entweder pro Klick oder pro Interessenten-Adresse.

Zu unseren bekanntesten Premium-Partner-Portalen zählen „FAZ.net“, „Handelsblatt.com“ und „Spiegel Online“, die bisher ungenutzte Werbeflächen auf ihren Seiten an Ligatus verkaufen und dadurch ganz ohne Vertriebskosten Umsätze generieren. Dabei spielt die Größe unseres Netzwerks eine wichtige Rolle: Je mehr Websites es umfasst, desto mehr Menschen sehen die Ligatus Smart Boxen. Um eine genügend hohe Anzahl an Internet-Nutzern auf die Produkte und Dienstleistungen der Ligatus-Werbekunden aufmerksam zu machen, ist daher ein weitreichendes Netzwerk entscheidend. Im August konnten wir „heise online“ aus der Verlagsgruppe Heise als neuen Partner für unser Premium-Netzwerk gewinnen. Heise online ist einer der meistgelesenen IT-Newsticker und eines der beliebtesten deutschen Special-Interest-Angebote.

Darüber hinaus haben wir im Berichtszeitraum das Partnernetzwerk kontinuierlich ausgebaut, um so die große Nachfrage von Seiten der Werbekunden bedienen zu können. Am Ende des dritten Quartals umfasste es 110 Websites (September 2006: 100). Insbesondere zahlte sich die Zufriedenheit bisheriger Ligatus-Partner aus: Sie platzierten die Ligatus-Werbemittel in zusätzlichen relevanten Themenbereichen ihrer Website. Dadurch konnten wir die Anzahl an Werbeeinblendungen (AdImpressions)

weiter steigern. Im Berichtszeitraum erzielten wir 2,4 Mrd. AdImpressions pro Monat – eine Steigerung um die Hälfte gegenüber September 2006 (1,6 Mrd. AdImpressions). Ligatus ist fest in den Premium-Partner-Portalen integriert, häufig auf Basis von Exklusiv-Kooperationen.

- **Kundenstamm gezielt ausdifferenziert**

Ligatus konnte im zweiten Quartal außerdem namhafte Unternehmen als neue Werbekunden gewinnen und den Kundenstamm gezielt ausdifferenzieren. Seit dem letzten Geschäftsjahr akquirieren wir neben Finanzdienstleistern auch vermehrt Kunden aus den Branchen Telekommunikation, Touristik, Gesundheit und Automobil. Die Kundenliste reicht von namhaften Emissionshäusern wie König & Cie, Nordcapital, Energiekontor und Finanzdienstleistern wie Fidelity bis hin zu Lexus und T-Home.

- **New Business: Adress-Brokerage-Portal Namendo weiterentwickelt**

Auch mit unserem neuesten Geschäftsmodell Namendo sind wir im dritten Quartal vorangekommen. Seit Juni 2007 war das Adress-Brokerage-Portal www.namendo.de in einer Beta-Version online, im November ging es mit einer umfassend optimierten Vollversion endgültig an den Start. Namendo ist Deutschlands größte intelligente Online-Handelsplattform für den Kauf und Verkauf von Business-Kontakten. Auf der Nachfrageseite stehen Zielgruppen, die regelmäßig Geschäftskontakte benötigen und bereit sind, für entsprechende Daten ein Entgelt zu entrichten. In erster Linie sehen wir hier Vertriebsprofis, Marketingexperten und Personalverantwortliche. Ihnen stehen auf Namendo klassische Visitenkarten-Informationen zur Verfügung, inklusive der direkten Telefondurchwahl und persönlichen eMail-Adresse. Komfortable Such- und Filterfunktionen ermöglichen eine schnelle und gezielte Recherche. Zum Ende des Quartals waren bereits mehr als 130.000 Kontakte aus etwa 30.000 Unternehmen und über 30 Branchen auf Namendo verfügbar und damit 50.000 mehr als zu Beginn der Beta-Phase.

- **Namendo-Nutzer partizipieren an Erlösen**

Das Angebot wird nicht von Namendo selbst, sondern von seinen Nutzern bereitgestellt und sorgfältig gepflegt, anders als bei traditionellen Adress-Brokern. Über ein ausgeklügeltes System werden dabei die Wertigkeit und Aktualität der Kontakte bei jedem Abruf mit Punkten honoriert. Die Punkte wiederum können in bares Geld eingelöst werden. Damit ist Namendo eines der wenigen Web 2.0-Geschäfts-

modelle, bei denen der Nutzer dauerhaft finanziell partizipieren kann. So incentiviert, werden auf Namendo garantiert brandaktuelle und hochwertige Business-Kontakte zur Verfügung gestellt. Als Anbieter von Kontaktdaten kommen alle Personen in Frage, die über Visitenkarten-Informationen verfügen oder aber sich die Mühe machen, relevante Kontakte im Internet zu recherchieren, um sich eine Nebenerwerbsquelle zu erschließen.

Die nutzergetriebene Entstehung und Pflege der Informationen, von der wir uns eine besonders hohe Daten-Qualität und -Aktualität erwarten, unterscheidet Namendo ganz wesentlich von klassischen Adress-Brokern der Offline-Welt, die seit Jahrzehnten große Adress-Datenbanken zur Verfügung stellen. Namendo vereint verschiedene bekannte Web 2.0-Elemente, etwa User-generated Content und die kollektive Intelligenz vieler („Crowd Wisdom“), beteiligt Internet-Nutzer aber – anders als beispielsweise Wikipedia oder die meisten Communities – systematisch an den Erlösen.

Ganz besonderes Augenmerk haben wir bei der Umsetzung von Namendo auf Datenschutz und Datensicherheit gelegt. Um Datenmissbrauch vorzubeugen, müssen Nutzer vorab den streng nach dem Datenschutz definierten Nutzungsbedingungen zustimmen. So dürfen beispielsweise ausschließlich Geschäftskontakte eingestellt werden, und zwar entweder Daten von Führungspersonen, oder aber Daten, die ohnehin an anderer Stelle frei zugänglich sind. Zusätzlich wenden wir technologische Sicherungsmechanismen an, die sich bei öffentlichen Nutzerdaten als Standard bewährt haben und höchste Sicherheit versprechen.

- **Beta-Phase für Weiterentwicklung genutzt**

In der Beta-Phase haben wir Namendo auf Nutzerfreundlichkeit, Menüführung und Funktionalitäten geprüft, um es entsprechend modifizieren zu können. Wir haben umfassende User- und Vertriebstests vorgenommen und das Feedback der potenziellen Abrufer- und Einsteller-Zielgruppen systematisch ausgewertet. Ziel ist es, Namendo in den kommenden Wochen und Monaten in seinen Funktionalitäten laufend zu verbessern. Begleitend entwickeln wir ein Kommunikationskonzept, über das wir Namendo im Markt strategisch positionieren und mit Hilfe von gezielten Marketing- und PR-Maßnahmen ab Ende des Jahres promoten werden.

Unterstützt bei der Konzeption und Umsetzung wurde die OnVista Group von der Intero Technologies GmbH, einem auf IT und eBusiness spezialisierten Entwicklungs- und Beratungsunternehmen, das momentan

3/2007

auch für den Betrieb der Plattform verantwortlich zeichnet. Wir haben mit dem Aufbau eines eigenen kleinen Teams begonnen, damit wir Namendo bis Jahresende selbstständig betreiben und weiterentwickeln können.

- **Wirtschaftliche Auswirkungen in den kommunizierten Prognosen bereits enthalten**

2007 entfallen auf Namendo Kosten im sechsstelligen Bereich, in erster Linie Abschreibungen auf die geleisteten Investitionen in Software und zu einem geringeren Anteil Personalkosten. Relevante Umsätze sind erst ab 2008 zu erwarten. Beides ist in den kommunizierten Prognosen für 2007 und die Folgejahre bereits enthalten.

- **Segment Corporate Services: Leichtes Minus**

Das Segment Corporate Services schloss mit einem **Segmentergebnis** von € -0,21 Mio. nach € 0,19 Mio. in den ersten neun Monaten 2006. Das Finanzergebnis liegt planmäßig unter dem Niveau von 2006, da das Anlagevolumen aus dem Finanzmittelbestand im Vergleich zum Vorjahr aufgrund der Sonderausschüttung deutlich niedriger ist. Die sonstigen betrieblichen Erträge sind zwar durch den Verkauf von Anteilen an der Lang & Schwarz Wertpapierhandelsbank AG erhöht, gleichen aber das niedrigere Finanzergebnis nicht vollständig aus. Zudem sind die operativen Holdingkosten gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres leicht gestiegen.

Vermögens- und Finanzlage

- **Unverändert hohe Eigenkapitalquote**

Die **Bilanzsumme** lag zum 30. September 2007 bei € 27,54 Mio. und ist im Vergleich zum 30. Juni fast unverändert. Gegenüber dem Jahresende 2006 (€ 51,99 Mio.) hat sie um 47% abgenommen. Hauptursache für die Bilanzverkürzung ist die im Januar erfolgte Sonderausschüttung aus Kapitalrücklagen in Höhe von gut € 25 Mio.

Der **Finanzmittelbestand** der OnVista Group (Bilanzpositionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ und „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“) betrug zum 30. September 2007 € 10,23 Mio. Drei Monate zuvor lag er rund € 1 Mio. darunter. Gegenüber dem 31. Dezember 2006 (€ 41,15 Mio.) hat er um € 30,92 Mio. (-75%) abgenommen, was sich weitgehend aus der Sonderausschüttung und dem Ad2Net-Erwerb erklärt. Auch nach den Mittelabflüssen ermöglicht es uns die gute Liquiditätslage, das Wachstum der nächsten Zukunft aus

Eigenmitteln zu bestreiten. Der **Cash-Wert je Aktie** beträgt zum Ende des dritten Quartals € 1,53 (31.12.2006: € 6,14). Insgesamt belaufen sich die **kurzfristigen Vermögenswerte** zum Ende des Berichtszeitraums auf € 13,83 Mio. (nahezu unverändert gegenüber der Halbjahreszahl) nach € 43,89 Mio. zum 31. Dezember 2006.

Die **langfristigen Vermögenswerte** haben sich gegenüber dem Jahresende 2006 (€ 8,10 Mio.) auf € 13,71 Mio. erhöht. Die Zunahme um € 5,61 Mio. bzw. 69% ist im Wesentlichen auf eine Erhöhung der **immateriellen Vermögenswerte** im Zuge des Erwerbs der Ad2Net GmbH (Goodwill) zurückzuführen. Im Vergleich zur Halbjahresbilanz zeigen sich die langfristigen Vermögenswerte nahezu unverändert.

Nach der Sonderausschüttung haben sich die **kurzfristigen Schulden** um den Ausschüttungsbetrag (€ 25,13 Mio.) drastisch reduziert.⁶ Betragen sie zum 31. Dezember 2006 noch € 30,48 Mio., sind zum 30. September 2007 lediglich € 5,50 Mio. verblieben (-82%). Gegenüber dem Halbjahreswert liegt eine geringfügige Steigerung von etwa 5% vor.

Die **Eigenkapitalquote** betrug zum Ende des Berichtszeitraums 80% (31.12.2006: 41%). Mit der Sonderausschüttung war eine erhebliche Bilanzverkürzung verbunden. So ist die Quote (wie schon in der Q1- und Halbjahresbilanz) wieder stark angestiegen, obwohl das Eigenkapital zum 30. September 2007 gegenüber dem Vorjahresende (€ 21,51 Mio.) nur um gut € 0,5 Mio. (+2,5%) zugenommen hat.

- **Operativer Cashflow 62% über Vorjahr**

Nachdem der operative Cashflow aufgrund eines stichtagsbezogenen Sondereinflusses (Ertragssteuer-Überzahlung) im ersten Halbjahr leicht negativ ausgefallen war, zeigt er sich zum Stichtag 30. September 2007 wieder positiv: Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** beläuft sich auf € 1,74 Mio. und liegt damit 62% über dem Vorjahreswert (30.9.2006: € 1,07 Mio.).

Zum 30. September 2007 hatten wir in einen positiven **Cashflow aus Investitionstätigkeit** in Höhe von € 5,43 Mio. Investitionen in selbst erstellte Software, die Inanspruchnahme externer Programmierkapazitäten für das neue Portal Namendo und eine weitere wichtige Neuentwicklung sowie der Erwerb von Ad2Net führten zusammen mit diversen kleineren

⁶ In Vorbereitung der Sonderausschüttung waren bereits im Dezember 2006 Kapitalrücklagen in Höhe von gut € 25 Mio. in kurzfristige Schulden der Gesellschaft gegenüber ihren Aktionären umgewandelt worden. Diese entfielen mit der Sonderausschüttung.

3/2007

Investitionspositionen insgesamt zu einem Mittelabfluss von knapp € 6,9 Mio. Dieser wurde durch den Verkauf von Wertpapieren in Höhe von € 12,3 Mio. mehr als ausgeglichen.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich – nahezu unverändert zum ersten Halbjahr – auf € -26,14 Mio. (9 Mon./06: € -0,95 Mio.) und ist weitestgehend verursacht durch die am 16. Januar 2007 erfolgte Sonderausschüttung an unsere Aktionäre in Höhe von € 3,75 pro Aktie (insg. € 25,13 Mio.). Dazu kommen knapp € 0,67 Mio. Gewinndividende, und außerdem haben wir eigene Aktien im Wert von € 0,59 Mio. zur Bedienung von Aktienoptionen gekauft.

Unter dem Strich beträgt der **Konzern-Cashflow** € -18,97 Mio. (9 Mon./06: € -16,80 Mio.). Zum Halbjahr 2007 hatte er noch über € -27 Mio. betragen.

Mitarbeiter

- **14 neue Stellen im dritten Quartal**

Zum 30. September 2007 waren in der OnVista Group 131 Mitarbeiter⁷ angestellt. Ende Juni waren es erst 117, das heißt, wir haben allein im Berichtszeitraum 14 neue Stellen geschaffen. Verglichen mit Ende September des Vorjahres (80 Mitarbeiter) hat sich die Beschäftigtenzahl sogar um 51 bzw. 64% erhöht. 21 von ihnen wurden durch die übernommene AdzNet GmbH Teil der OnVista Group. Der weitere Zuwachs – 30 Personen – ist unserer sehr guten Geschäftsentwicklung zu verdanken. Auch hier zeigt sich die Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells, denn der Mitarbeiterzuwachs fällt gegenüber dem Umsatzwachstum deutlich unterproportional aus. Informationen zum Personalaufwand finden Sie im Abschnitt „Ertragslage“ auf Seite 6.

Forschung und Entwicklung

- **F&E-Aktivitäten erneut intensiviert**

In den ersten neun Monaten 2007 betragen unsere **Investitionen in Forschung & Entwicklung**⁸ € 1,79 Mio. (9 Mon./06: € 0,77 Mio.). Die **F&E-Kosten**⁹ beliefen sich auf € 2,00 Mio. (9 Mon./06: € 1,37 Mio.).

⁷ Vollzeitäquivalente

⁸ In der Berichtsperiode in den langfristigen Vermögenswerten aktivierter Aufwand. Dabei handelt es sich überwiegend um Personalaufwand der IT-Entwicklung, aber auch externe Beratungs- und Programmierleistungen.

⁹ In der Berichtsperiode aufwandswirksam in der GuV erfasster Aufwand. Überwiegend Personalaufwand der IT-Entwicklung und

Die intensiven F&E-Investitionen (+131%) sind vor allem auf Namendo zurückzuführen sowie auf ein weiteres Entwicklungsprojekt außerhalb der bestehenden Portale, das ebenfalls nicht primär werbefinanziert ist und im Frühjahr 2008 online gehen soll. Bereits Ende November 2007 werden wir es offiziell ankündigen. Zudem haben im dritten Quartal nach der Online-Schaltung die Abschreibungen für Namendo begonnen, die zu den erhöhten F&E-Kosten (+46%) beitragen. Eine weitere Ursache hierfür sind Neueinstellungen in der IT im Bereich Forschung und Entwicklung.

Nachtragsbericht

- **Wechsel in den General Standard geplant**

Nach Ende des Berichtszeitraums haben Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG vor dem Hintergrund der neuen Mehrheitsverhältnisse am 13. November 2007 beschlossen, dass die OnVista-Aktie in Zukunft nicht mehr im Prime Standard, sondern im General Standard des Regulierten Marktes gehandelt werden soll. Ein entsprechender Antrag wird in Kürze bei der Deutschen Börse eingereicht. Darüber hinaus sind die im Eingangskapitel „Unternehmensverkauf“ (S. 4) genannten Ereignisse Bestandteil des Nachtragsberichts.

Ausblick

- **Gesamtjahresprognose bestätigt**

Der Geschäftsverlauf in den ersten neun Monaten 2007 hat unseren Planungen entsprochen und sie teilweise sogar übertroffen, obwohl diese bereits optimistisch angelegt waren. Nach wie vor blicken wir sehr positiv in die Zukunft. Es ist derzeit nicht zu erwarten, dass die seit Juli aufgetretenen Turbulenzen an den Finanzmärkten das Geschäft des restlichen Jahres negativ beeinträchtigen werden. Sie wirken sich sogar zunächst in höheren Seitenabrufen bei unserem Finanzportal aus (was jedoch nicht automatisch zu höheren Umsätzen führt). Auf der anderen Seite schränken Finanzdienstleister ihre Werbeausgaben auch nicht aufgrund kurzfristiger Turbulenzen ein. Dies wäre erst bei einem nachhaltigen, über mehrere Quartale andauernden Kapitalmarktabschwung zu befürchten und würde für uns im laufenden Jahr aller Voraussicht nach nicht mehr spürbar.

Abschreibungen auf selbst erstellte Software, aber auch externe Entwicklungs- und Programmierungskosten.

3/2007

Daher bestätigen wir unsere zuletzt Mitte August im Rahmen unseres Q2-Berichts aktualisierte Prognose für das Gesamtjahr 2007: Wir erwarten einen Umsatz von mehr als € 26 Mio., eine Steigerung von 85% gegenüber 2006 (€ 14,06 Mio.). Darin ist unsere Neuerwerbung Ad2Net mit neun Monaten enthalten. Das neue Adress-Brokerage-Portal Namendo wird plangemäß noch keine nennenswerten Erlöse beisteuern.

Nachdem das EBIT der ersten neun Monate in Höhe von € 3,63 Mio. bereits rund drei Viertel der Jahresprognose ausmacht, sich das Marktumfeld unverändert positiv darstellt und die Skaleneffekte unseres Geschäftsmodells voll greifen, bestätigen wir die EBIT-Prognose für 2007 von über € 5 Mio. Dies würde eine Steigerung gegenüber 2006 (€ 1,53 Mio.) von mehr als 220% bedeuten. Die EBIT-Marge wird damit voraussichtlich etwa 20% betragen (Vj.: 11%). Aus dem EBIT leitet sich ein Konzernergebnis vor Steuern (EBT) von über € 5,4 Mio. ab, eine Verdoppelung gegenüber 2006 (€ 2,72 Mio.). Eines unserer Hauptziele, die Profitabilität des Gesundheitsportals Onmeda, werden wir nach den positiven Ergebnisbeiträgen im ersten Halbjahr und in den ersten neun Monaten auch im Gesamtjahr erreichen.

€	9-Monatsbericht 2007 30.9.2007	Jahresabschluss 2006 31.12.2006
AKTIVA		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente [4]	9.735.219	28.706.899
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte [8]	499.767	12.441.069
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen [5]	2.791.067	1.921.895
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	6.567	8.347
Ertragssteuerforderungen	108.794	417.647
Übrige kurzfristige Vermögenswerte [6]	691.411	394.119
Summe kurzfristige Vermögenswerte	13.832.825	43.889.977
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagen [7]	548.240	325.536
Immaterielle Vermögenswerte [7]	10.192.122	4.418.224
Aktive latente Steuern [11]	1.188.295	1.555.009
Übrige langfristige Vermögenswerte [8]	1.783.314	1.800.906
Summe langfristige Vermögenswerte	13.711.971	8.099.675
Summe Aktiva	27.544.795	51.989.652

€	9-Monatsbericht 2007 30.9.2007	Jahresabschluss 2006 31.12.2006
PASSIVA		
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.618.148	1.688.611
Erhaltene Anzahlungen	168.455	30.087
Sonstige kurzfristige Rückstellungen [9]	819.967	210.000
Ertragssteuerverbindlichkeiten	790.815	2.159.808
Übrige kurzfristige Schulden [10]	1.100.231	26.390.969
Summe kurzfristige Schulden	5.497.617	30.479.476
Eigenkapital [12]		
Gezeichnetes Kapital	6.700.000	6.700.000
Kapitalrücklage	14.579.477	14.582.929
Rücklage für Aktienoptionen	265.936	253.805
Eigene Anteile (Treasury Stock)	-559.003	-207.321
Kumuliertes übriges Comprehensive Income	-2.517	202.252
Bilanzgewinn/-verlust (-)	1.063.284	-21.488
Summe Eigenkapital	22.047.178	21.510.177
Summe Passiva	27.544.795	51.989.652

Gewinn- und Verlustrechnung

€	Quartalsbericht 3/2007 1.7.-30.9.2007	Quartalsbericht 3/2006 1.7.-30.9.2006	9-Monatsbericht 2007 1.1.-30.9.2007	9-Monatsbericht 2006 1.1.-30.9.2006
Umsatzerlöse [14]	7.037.870	3.241.717	18.342.497	8.928.536
Herstellungskosten	-2.918.505	-1.072.562	-6.914.560	-2.940.228
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.119.365	2.169.156	11.427.937	5.988.308
Marketing- und Vertriebskosten	-1.436.028	-774.419	-3.536.117	-2.214.992
Allgemeine Verwaltungskosten	-953.570	-601.456	-2.531.856	-1.831.196
Forschungs- und Entwicklungskosten	-813.497	-460.035	-2.002.896	-1.373.725
Sonstige betriebliche Erträge	11.622	2.353	506.540	75.606
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-205.446	-47.132	-237.871	-124.887
Betriebsergebnis (EBIT)	722.446	288.465	3.625.736	519.113
Zinserträge	89.019	324.085	395.935	934.766
Zinsaufwendungen	-357	0	-5.388	-20.448
Währungsgewinne/-verluste (-)	-35	-92	-272	-1.105
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)	811.072	612.458	4.016.011	1.432.326
Steuern vom Einkommen und Ertrag [11]	-1.001.444	-278.528	-2.265.944	-472.664
Konzernergebnis	-190.373	333.931	1.750.067	959.662
Verlustvortrag aus dem Vorjahr			-21.488	-936.735
Ausschüttung Dividenden			-665.295	-669.699
Bilanzgewinn/-verlust (-)			1.063.284	-646.771
Ergebnis je Aktie ("basic/diluted earnings per share")	-0,03	0,05	0,26	0,14
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien („basic“/„diluted“)	6.653.983	6.673.361	6.662.582	6.672.395

Kapitalflussrechnung

€	9-Monatsbericht 2007 1.1.-30.9.2007	9-Monatsbericht 2006 1.1.-30.9.2006
Konzernergebnis	1.750.067	959.662
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	816.080	478.822
Ertragssteueraufwand/-erstattung (-)	2.265.944	472.664
Zinserträge (-) und -aufwendungen	-390.547	-914.318
Gewinn(-)/Verlust aus dem Verkauf von kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten	-359.136	0
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	-12.131	47.504
Abnahme/Zunahme (-) der Aktiva und Zunahme/Abnahme (-) der Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-119.214	36.485
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	1.781	299
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	-367.213	-348.341
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	177.808	-438.605
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	-899.054	444.652
Sonstige Rückstellungen	609.967	-24.191
Erhaltene/Gezahlte (-) Ertragssteuern	-2.941.828	-176.095
Nettoeinzahlungen aus Zinsen	448.000	536.286
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.739.212	1.074.824
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-377.814	-146.279
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-1.789.454	-774.095
Auszahlungen aus der Änderung des Konsolidierungskreises	-4.209.889	0
Einzahlungen aus dem Verkauf kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte	12.303.390	0
Auszahlungen aus dem Kauf kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte	-498.603	-16.006.000
Cashflow aus Investitionstätigkeit	5.427.630	-16.926.374
Auszahlungen aus dem Kauf eigener Anteile	-589.882	-616.019
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	168.756	339.861
Gezahlte Dividenden	-25.717.399	-669.699
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-26.138.524	-945.858
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Konzern-Cashflow)	-18.971.681	-16.797.407
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	28.706.899	18.061.130
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode ¹⁾	9.735.219	1.263.723

1) Die liquiden Mittel am 30. September 2007 enthalten nicht die zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte in Höhe von T€ 500, 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 1.1.2006	6.700.000	39.927.055	220.309	-191.643	-2.586	-936.735	45.716.399
Übriges Comprehensive Income	0	0	0	0	204.838	0	204.838
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	1.582.278	1.582.278
Summe Comprehensive Income	6.700.000	39.927.055	220.309	-191.643	202.252	645.543	1.787.116
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	33.496	0	0	0	33.496
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-15.678	0	0	-15.678
Dividenden	0	0	0	0	0	-667.031	-667.031
Kapitalerhöhung aus Kapitalrücklage	25.125.000	-25.125.000	0	0	0	0	0
Ausschüttung aus Kapitalherabsetzung	-25.125.000	0	0	0	0	0	-25.125.000
Verkauf eigener Anteile	0	-219.125	0	0	0	0	-219.125
Stand 31.12.2006	6.700.000	14.582.929	253.805	-207.321	202.252	-21.488	21.510.177
Übriges Comprehensive Income	0	0	0	0	-204.769	0	-204.769
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	1.750.067	1.750.067
Summe Comprehensive Income	6.700.000	14.582.929	253.805	-207.321	-2.517	1.728.579	23.055.475
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	12.131	0	0	0	12.131
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-351.682	0	0	-351.682
Dividenden	0	0	0	0	0	-665.295	-665.295
Differenzbetrag aus Kapitalherabsetzung	0	72.896	0	0	0	0	72.896
Verkauf eigener Anteile	0	-76.348	0	0	0	0	-76.348
Stand 30.9.2007	6.700.000	14.579.477	265.936	-559.003	-2.517	1.063.284	22.047.178

Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen / Anteilsbesitz von Organmitgliedern

Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen

€	Buchwert 1.1.2007	Zugänge/Um- buchungen	Abschrei- bungen	Abgänge	Buchwert 30.9.2007
Sachanlagen					
Mietereinbauten	5.668	32.311	-2.475	0	35.504
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	319.868	397.615	-204.447	-300	512.736
Summe Sachanlagen	325.536	426.926	-206.922	-300	548.240
Immaterielle Vermögenswerte					
Software und Lizenzen	1.809.098	1.661.933	-609.158	0	2.861.872
Geleistete Anzahlungen	73.725	414.994	0	0	488.719
Geschäfts- oder Firmenwert	2.535.401	4.306.130	0	0	6.841.531
Summe Immaterielle Vermögenswerte	4.418.224	6.383.056	-609.158	0	10.192.122

Anteilsbesitz von Organmitgliedern

	Anteile	Rechte
Vorstand		
Michael W. Schwetje	1.684.285	5.000
Aufsichtsrat		
Fritz Oidtmann	411.600	5.000
Dr. Christoph Braun	0	0
Stephan Schubert	1.680.197	0

A. Allgemeine Erläuterungen

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 2006 sowie des 6-Monats-Konzernabschlusses 2007 der OnVista Group zu sehen.

Der Quartalsbericht ist weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen worden.

2. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Gesellschaftsrechtliche Änderungen

Mit Unterzeichnung des Kaufvertrags am 22.3.2007 hat die OnVista AG 100% der Anteile an der AdzNet AG, Köln, übernommen. Die Übernahme fand rückwirkend zum 1.1.2007 statt. Die nicht börsennotierte Gesellschaft ist einer der größten unabhängigen Online-Werbevermarkter in Deutschland. Die Gesellschaft wurde im Mai in eine GmbH umgewandelt und hält 100% der Anteile an der Toast Media GmbH, Hamburg. Die AdzNet GmbH und die Toast Media GmbH werden seit dem 31.3.2007 vollkonsolidiert in den OnVista-Konzernabschluss einbezogen und sind dem Segment Internet Businesses zugeordnet.

Die im Jahr 2006 gegründete OnVista New Business Development GmbH wurde umbenannt und firmiert nun unter dem Namen Namendo GmbH.

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 Vermögenswerte 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.

Schätzunsicherheiten unterliegt insbesondere der Firmenwert im Segment Internet Businesses.

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 eine Warenkreditversicherung abgeschlossen.

Umsatzrealisierung

Umsätze werden im Segment Internet Businesses 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 Werbebeziehungen 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 Tauschgeschäfts.

Zinserträge

Zinserträge werden anteilig unter Anwendung der Effektivzinsmethode erfasst.

Dividenderträge

Dividenderträge werden im Zeitpunkt erfasst, in dem das Recht auf den Empfang der Zahlung entsteht.

Fremdkapitalkosten

Fremdkapitalkosten werden aufwandswirksam erfasst.

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 16 dargestellt.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

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 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente behandelt.

Finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte werden in folgende Kategorien unterteilt:

- a) Forderungen und Ausleihungen
- b) zur Veräußerung bestimmte Wertpapiere („available-for-sale securities“)

Wertpapiere und Beteiligungen werden mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet, sofern dieser verlässlich bestimmt werden kann. Unrealisierte Gewinne und Verluste aus Wertpapieren, die nicht zur kurzfristigen Veräußerung bestimmt sind („available-for-sale securities“), werden, unter Berücksichtigung latenter Steuern, im übrigen Comprehensive Income ausgewiesen. Soweit für diese Wertpapiere keine beizulegenden Zeitwerte verlässlich bestimmt werden können, werden sie 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 1-6 Jahren abgeschrieben. Wertminderungsaufwendungen entstehen, wenn der erzielbare Betrag 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. Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten orientieren sich an den Segmenten.

Website-Entwicklungskosten

Die Bilanzierung von Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von selbst erstellter Software erfolgt nach IAS 38 „Intangible Assets“ (2004). Danach sind selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte nur dann aktivierungsfähig, wenn die technische Realisierbarkeit der Fertigstellung des immateriellen Vermögenswertes sichergestellt 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 fertigzustellen 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 (3 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 (IAS 36.8). Nach IAS 36.18 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.

Latente Steuern

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 vom 30. September 2007 über die in Erläuterung 13 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 so genannten Comprehensive Income alle Eigenkapitalbestandteile ausgewiesen. In einer Unterposition, dem übrigen Comprehensive Income, werden sämtliche ergebnisneutralen Veränderungen des Eigenkapitals abgebildet, sodass 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. Der als Rückstellung angesetzte Betrag stellt die bestmögliche Schätzung der Ausgabe dar, die zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung zum Bilanzstichtag erforderlich ist. Die bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung erforderlichen Ausgabe ist der Betrag, den das Unternehmen bei vernünftiger Betrachtung zur Erfüllung der Verpflichtung zum Bilanzstichtag oder zur Übertragung der Verpflichtung auf einen Dritten zu diesem Termin zahlen müsste.

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).

Fremdwährungsumrechnung

Fremdwährungsgeschäfte werden erstmalig mit dem Wechselkurs zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles umgerechnet. Umrechnungsdifferenzen aus der Abwicklung monetärer Posten oder der Umrechnung monetärer Posten zu Kursen, die sich von den ursprünglichen unterscheiden, werden als Periodenaufwand oder -ertrag erfasst.

Segmentabgrenzung

Segmente werden aufgrund produkt- und marktspezifischer Unterschiede voneinander abgegrenzt. Unterscheidungsmerkmale sind die Risiko- und Ertragsstruktur einerseits und die interne Finanzberichterstattung und Managementstruktur andererseits. Organisatorisch sind die Segmente innerhalb des OnVista-Konzerns getrennt und in eigenständige Gesellschaften ausgegliedert. Eine Gliederung nach geografischen Gesichtspunkten wird nicht vorgenommen, da die Leistungserbringung ausschließlich im Inland durchgeführt wird.

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 9 Monaten 2007 neben der OnVista AG die folgenden Tochtergesellschaften:

Gesellschaft	Sitz	Beteiligungsquote %
Ad2Net GmbH (ab 31.3.)	Köln	100
IFVB Institut für Vermögensbildung GmbH	Köln	100
Ligatus GmbH	Köln	100
Namendo GmbH	Köln	100
OnVista Beteiligungs-Holding GmbH	Köln	100
OnVista Financial Services GmbH	Köln	100
OnVista Media GmbH	Köln	100
Trade & Get GmbH	Köln	100
Toast Media GmbH (ab 31.3.)	Hamburg	100

Mit Kaufvertrag vom 22.3.2007 hat die OnVista AG 100% der Anteile an der Ad2Net AG, Köln, übernommen. Die Erstkonsolidierung der Gesellschaft erfolgte auf Basis eines vorläufigen Abschlusses zum 31. März 2007. Im Mai wurde die Gesellschaft in eine GmbH umgewandelt. Die Toast Media GmbH, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Ad2Net GmbH, wurde ebenfalls auf Basis eines vorläufigen Abschlusses zum 31. März 2007 erstmalig in den Konzernabschluss einbezogen.

Die Details der im Rahmen des Erwerbs der Ad2Net AG akquirierten Vermögenswerte und des verbleibenden Geschäfts- oder Firmenwertes gehen aus folgender Übersicht hervor:

T€	30.9.2007
Kaufpreisermittlung	
- Barzahlung	4.177
- Anschaffungsnebenkosten abzgl. nachträglicher Minderung der Anschaffungskosten	53
Kaufpreissumme	4.230
Fair Value der erworbenen Vermögenswerte (netto)	249
Geschäfts- oder Firmenwert	3.981

Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von T€ 3.981 ist Folge der sehr guten Zukunftsaussichten des Geschäftsmodells und der zu erwartenden Synergiepotenziale zum bestehenden Mediengeschäft der OnVista Group. Aufgrund der sehr engen strategischen und organisatorischen Verknüpfungen zum bestehenden Mediengeschäft wird der Geschäfts- oder Firmenwert zukünftig vollständig auf Ebene des Segments Internet Businesses zugeordnet.

Die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der Ad2Net AG stellen sich zum 31. März 2007 wie folgt dar:

T€	Fair Value	Buchwert zum 31.03.2007
Liquide Mittel	20	20
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	750	750
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	531	531
Sachanlagen	52	52
Immaterielle Vermögenswerte	639	392
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-110	-110
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	-853	-853
Rückstellungen	-680	-680
Passive latente Steuern	-99	0
Gesamt	249	100

Der Netto-Liquiditätsabfluss aus der Akquisition setzt sich folgendermaßen zusammen:

T€	
Kaufpreiszahlung in bar inkl. Nebenkosten	4.230
Liquide Mittel bei der akquirierten Gesellschaft	-20
Nettoabfluss an liquiden Mitteln durch Akquisition	4.210

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 Zuschreibung €	Kumulierte Abwertung €	Beteiligungs- buchwert €
PROZENTOR GmbH	25,1	0	510.000	0	510.000	0

In den ersten 9 Monaten 2007 wurden keine Ergebnisse aus at-equity bilanzierten Unternehmen in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung übernommen (Vj.:T€ o).

B. Erläuterungen zur Konzernbilanz

4. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	9-Monatsbericht 2007 30.9.2007	Jahresabschluss 2006 31.12.2006
Geldmarktpapiere mit Laufzeiten von weniger als 3 Monaten	9.578	28.015
Guthaben bei Kreditinstituten	157	692
Gesamt	9.735	28.707

5. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Für ausfallgefährdete Forderungen bestehen zum 30. September 2007 Wertberichtigungen in Höhe von T€ 257 (31.12.2006: T€ 328). Alle übrigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zum Nennwert bilanziert und haben eine Restlaufzeit von unter 1 Jahr.

6. Übrige kurzfristige Vermögenswerte

Die Posten sind grundsätzlich mit dem Nennwert bilanziert. Von den übrigen kurzfristigen Vermögenswerten weisen per 30. September 2007 T€ 0 (31.12.2006: T€ 0) Restlaufzeiten von mehr als 1 Jahr aus.

Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte enthalten Beträge in Höhe von T€ 113 (31.12.2006: T€ 171), 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 Tabelle „Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen“.

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten Lizenzen, Website-Entwicklungskosten, Software und Geschäfts- oder Firmenwerte. In den ersten 9 Monaten 2007 wurden angefallene Website-Entwicklungskosten in Höhe von T€ 169 (30.9.2006: T€ 110) aktiviert. Die Abschreibungen darauf erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (3 bis 5 Jahre) und belasteten zum 30. September 2007 die Gewinn- und Verlustrechnung mit T€ 173 (30.9.2006: T€ 180).

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 Internet Businesses 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 Vermögenswerten zugeordnet. Hierzu zählen Kundenverträge, Markenrechte, Software und Datenbankinhalte. Die Abschreibungen auf diese Vermögenswerte erfolgen entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer (1-6 Jahre) und betragen in den ersten 9 Monaten 2007 T€ 26 (30.9.2006: T€ 30).

Infolge des Erwerbs der Anteile an der Ad2Net AG zum 22. März 2007 wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von T€ 3.981 aktiviert sowie ein Firmenwert in Höhe von T€ 324 von der erworbenen Gesellschaft übernommen. Der Geschäfts- oder Firmenwert wird in voller Höhe dem Segment Internet Businesses 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 Ad2Net AG ein Teil des Kaufpreises in Höhe von T€ 249 bislang nicht aktivierten immateriellen Vermögenswerten zugeordnet. Hierzu zählen Vermarktungsverträge und Markenrechte. Die Abschreibungen auf diese Vermögenswerte erfolgen entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer (1 bis 6 Jahre) und betragen in den ersten 9 Monaten 2007 T€ 41.

8. Finanzielle Vermögenswerte und übrige langfristige Vermögenswerte

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

T€	9-Monatsbericht 2007 30.9.2007	Jahresabschluss 2006 31.12.2006
Anschaffungskosten	0	12.103
Kumulierte unrealisierte Gewinne/ Verluste (-)	0	339
Latente Steuern	0	137

Die übrigen langfristigen Vermögenswerte enthalten Forderungen aus dem Verkauf der Anteile an der IS.Teledata AG in Höhe von T€ 1.783. Dieser Betrag wird zur Abdeckung etwaiger Garantieansprüche bis zu 4 Jahre lang notariell verwaltet.

9. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen stellen sich im Vorjahresvergleich wie folgt dar:

T€	9-Monatsbericht 2007 30.9.2007	Jahresabschluss 2006 31.12.2006
Sondervergütungen	665	80
Kosten der Hauptversammlung und des Geschäftsberichts	155	130
Gesamt	820	210

Alle sonstigen Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr.

10. Übrige kurzfristige Schulden

In den übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten waren zum 31. Dezember 2006 T€ 25.125 enthalten, die im Zuge der beschlossenen Erhöhung und gleichzeitigen Herabsetzung des Grundkapitals der OnVista AG am 16. Januar 2007 an die Aktionäre der OnVista AG ausgeschüttet wurden.

11. Latente Steuern

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

€	9-Monatsbericht 2007 30.9.2007	Jahresabschluss 2006 31.12.2006
Aktive latente Steuern auf:		
Ausgliederungsgewinn abzgl. steuerliche Goodwill-Abschreibung	1.310	1.784
Verlustvorträge	110	0
Sonstige	0	0
Passive latente Steuern auf:		
Website-Entwicklungskosten	-111	-132
Immaterielles Anlagevermögen	-122	-75
Unrealisierte Kursgewinne auf Wertpapiere	0	-1
Sonstige	0	-20
Aktive/Passive latente Steuern, netto	1.188	1.556
<i>davon</i>		
<i>mit Restlaufzeiten < 1 Jahr</i>	<i>101</i>	<i>78</i>
<i>mit Restlaufzeiten > 1 Jahr</i>	<i>1.087</i>	<i>1.478</i>

Für die Berechnung der latenten Steuern im Konzernabschluss sind die latenten Steueransprüche und -verbindlichkeiten anhand der Steuersätze zu bewerten, welche für die Periode gelten, in der ein Vermögenswert realisiert oder eine Schuld erfüllt wird. Durch das am 6. Juli 2007 vom Bundesrat verabschiedete Unternehmenssteuerreformgesetz 2008 werden sich diese Steuersätze in Deutschland ab dem Jahr 2008 deutlich vermindern.

Im vorliegenden 9-Monats-Konzernabschluss wurden die neuen Steuersätze auf den Anteil der latenten Steuern angewandt, der ab der Periode 2008 realisiert wird. Durch den aktiven Überhang latenter Steuern ergibt sich durch Anwendung des neuen Steuersatzes eine Verminderung des Vermögensgegenstandes (T€ 313) und damit ein einmaliger Steueraufwand in gleicher Höhe.

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag enthalten im 3. Quartal 2007 zudem Aufwendungen in Höhe von T€ 321 für die Jahre 2004 bis 2006.

12. Eigenkapital

Zahl der ausgegebenen Aktien

Zum 30. September 2007 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 9 Monaten 2007 zur Bedienung von Aktienoptionen 24.347 eigene Aktien zu T€ 172 veräußert und 50.000 eigene Aktien zu T€ 590 erworben. Der beim Verkauf realisierte Verlust in Höhe von T€ 69 wurde erfolgsneutral im Eigenkapital von der Position Kapitalrücklage abgesetzt. Zum 30. September 2007 hält die Gesellschaft 44.452 eigene Aktien.

Comprehensive Income

Zum 30. September 2007 waren im übrigen Comprehensive Income unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Marktbewertung von Wertpapieren in Höhe von T€ -3 enthalten.

13. 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 9 Monate 2007 wie folgt dar:

	Anzahl der Optionen	Durchschnittlicher Bezugspreis €
Bestand am Jahresanfang	81.125	6,55
Gewährt	0	0
Verfallen	16.700	6,00
Ausgeübt	24.987	6,89
Bestand am 30.9.2007	39.438	6,57

Durch die nach dem 7. November 2002 ausgegebenen Aktienoptionen entstand in den ersten 9 Monaten 2007 ein Personalaufwand in Höhe von T€ 12.

C. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

14. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse resultieren im Berichtszeitraum ausschließlich aus Umsätzen im Segment Internet Businesses (vormals Segment Media).

Die Umsatzerlöse setzen sich wie folgt zusammen:

T€	9-Monatsbericht 2007 1.1.–30.9.2007	9-Monatsbericht 2006 1.1.– 30.9.2006
Internet Businesses	18.342	8.929
Corporate Services	0	0
Gesamt	18.342	8.929

15. Personalaufwand

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthält folgenden Personalaufwand:

T€	9-Monatsbericht 2007 1.1.–30.9.2007	9-Monatsbericht 2006 1.1.– 30.9.2006
Löhne und Gehälter	4.295	3.063
Soziale Abgaben	661	445
Gesamt	4.956	3.508

Im Personalaufwand der ersten 9 Monate 2007 sind T€ 12 (Vj.: T€ 42) enthalten, die aus der Fair-Value-Bewertung von Aktienoptionen resultieren.

16. 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 2007 wie folgt:

	9-Monatsbericht 2007 1.1.–30.9.2007	9-Monatsbericht 2006 1.1.– 30.9.2006
Konzernergebnis (T€)	1.750	960
Ergebnis je Aktie („basic“/ „diluted earnings per share“) (€)	0,26	0,14

In die Berechnung des Ergebnisses je Aktie wurden 39.438 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**17. Segmentberichterstattung**

Die Darstellung erfolgt anhand von Geschäftssegmenten. Der OnVista-Konzern erbringt Leistungen in zwei Segmenten: Internet Businesses und Corporate Services (sonstige Dienstleistungen).

Umsätze wurden im Berichtszeitraum nur im Segment Internet Businesses durch Online-Werbung auf konzerneigenen und konzernfremden Websites, die Lizenzierung von medizinischem Content für die Internet-Auftritte von Dritten (Onmeda) sowie durch variable Abrechnungsmodelle im Performance-Marketing-Bereich und im Bereich Adress-Brokerage durch Namendo generiert. Das Segment Internet Businesses wurde im letzten Geschäftsjahr noch als Segment Media geführt. Die Umbenennung erfolgte aufgrund der erweiterten Geschäftstätigkeit in diesem Segment. Eine geänderte Zuordnung von Erträgen, Aufwänden oder Vermögenswerten aus der Vergangenheit wurde durch die Umbenennung nicht notwendig.

Die Umsatz- und Ergebnissituation in den einzelnen Segmenten stellt sich in den ersten 9 Monaten 2007 wie folgt dar:

T€ 1.1.-30.9.2007	Internet Businesses	Corporate Services	Konsolidierung	Total
Außenumsatz	18.342	0	0	18.342
Innenumsatz	5	0	-5	0
Gesamtumsatz	18.347	0	-5	18.342
Sonstige betriebliche Erträge	199	549	-242	507
Operative Kosten	-13.632	-1.021	246	-14.407
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-813	-4	0	-816
Operatives Ergebnis	4.102	-476	0	3.626
Finanzergebnis	119	271	0	390
Segmentergebnis	4.221	-205	0	4.016

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

T € 1.1.-30.9.2006	Internet Businesses	Corporate Services	Konsolidierung	Gesamt
Außenumsatz	8.929	0	0	8.929
Innenumsatz	7	0	-7	0
Gesamtumsatz	8.935	0	-7	8.929
Sonstige betriebliche Erträge	132	215	-271	76
Operative Kosten	-7.415	-869	278	-8.006
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-472	-7	0	-479
Operatives Ergebnis	1.180	-661	0	519
Finanzergebnis	58	855	0	913
Segmentergebnis	1.239	194	0	1.432

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

Im Segment Internet Businesses wurden 14% (Vj.: 13%) des Umsatzes an Kunden außerhalb Deutschlands fakturiert. Die Leistungserbringung erfolgte jedoch ausschließlich in Deutschland. Eine Sekundärsegmentberichterstattung nach geografischen Gesichtspunkten erfolgt daher nicht.

Im Segment Internet Businesses gab es keinen Kunden (Vj.: keinen Kunden), der mehr als 10% der Segmentumsätze ausmachte.

18. Haftungsverhältnisse

Zu vermerkende Haftungsverhältnisse bestanden am Bilanzstichtag nicht.

19. Beziehungen zu nahestehenden Personen

In den ersten 9 Monaten 2007 gab es keine berichtspflichtigen Geschäfte im Zusammenhang mit natürlichen oder juristischen Personen, die dem Konzern nahestehen.

20. Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Der Vorstand der OnVista AG

OnVista AG

Sophienstraße 3
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

Ralf Freiherr von Ziegesar
Ramón Blanco
Anne-Sophie Perrachon

Finanzkalender

Jahresabschluss 2006
Quartalsbericht 1/2007
Hauptversammlung 2007
Quartalsbericht 2/2007
Quartalsbericht 3/2007

30. März 2007
10. Mai 2007
13. Juni 2007
14. August 2007
14. November 2007