

Rede des Vorstands der OnVista AG  
anlässlich der Hauptversammlung 2002  
am 11. Juni 2002 in Köln

# ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

## Fritz Oidtmann, Sprecher des Vorstandes

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

5

Ich möchte Sie ganz herzlich – auch im Namen meiner beiden Vorstandskollegen Michael Schwetje und Stephan Schubert – zu unserer diesjährigen Hauptversammlung willkommen heißen. Bevor meine Kollegen Ihnen unsere Finanzen und die Lage in den beiden Geschäftsfeldern „Portal“ und „Lizenzen“ näher erläutern, möchte ich Ihnen zunächst einen generellen Überblick geben.

10

### **Erwartungen 2001 nicht erfüllt**

Als wir Ihnen vor einem Jahr an dieser Stelle Rechenschaft ablegten, konnten wir selbstbewusst mitteilen, dass wir uns „auf Kurs“ befinden.

15

So lautete denn auch die Überschrift unseres Geschäftsberichtes 2000. Unsere Zahlenprognosen und auch die qualitativen Etappenziele hatten wir allesamt erreicht.

20

Auch heute können wir über gelungene Optimierungen und Weiterentwicklungen unserer Produkte und über eine ansehnliche Anzahl zufriedener Kunden berichten. Ebenso über erhebliches Umsatzwachstum. Aber wir müssen auch eingestehen, dass wir die quantitativen Erwartungen an das Geschäftsjahr 2001 – auch bedingt durch die Börsenflaute und die allgemeine Rezession – nicht erfüllt haben. Wir informieren Sie heute ungeschminkt über diese schwierige Periode und werden Probleme nicht aussparen. Denn zu den Prinzipien, denen wir uns beim Dialog mit Ihnen, unseren Aktionären, und mit der Öffentlichkeit verpflichtet haben, zählen Offenheit, Wahrhaftigkeit und Vollständigkeit. Dies gilt nicht nur für Schönwetterperioden, sondern ebenso in ungünstigen Zeiten.

25

30

### **Krisenfestes Geschäftsmodell mit sehr guten Perspektiven**

Trotz der Unzufriedenheit mit den Ergebnissen des vergangenen Jahres haben wir eine Erkenntnis gewonnen: Unser Geschäftsmodell ist sturmerprobt und hat sich auch unter ungünstigen Umfeldbedingungen grundsätzlich als marktfähig erwiesen.

35

40

Die Hauptbotschaft des heutigen Tages lautet daher: Ihr Unternehmen – die OnVista AG – verfügt über sehr gute Perspektiven, wieder profitabel zu wachsen, und ist bestens gerüstet, aus dem bereits laufenden Ausleseprozess unter den Marktteilnehmern gestärkt hervorzugehen. Deshalb haben wir auch unserem Geschäftsbericht 2001 den Titel „Perspektiven“ gegeben.

45

Bevor ich auf das zurückliegende Jahr und unsere Zukunftserwartungen zu sprechen komme, möchte ich an dieser Stelle unser Geschäftsmodell erläutern. In der Öffentlichkeit sind wir in erster Linie durch unser Finanzportal bekannt und

werden häufig als Internetunternehmen bezeichnet. Wir selbst verstehen uns aber stattdessen als Technologie- und Medienunternehmen im eFinance-Bereich.

## 50 **Umfassende Finanzdatenbank als Unternehmensmittelpunkt**

Das Herzstück von OnVista ist eine umfangreiche, auf modernster Technologie basierende Finanzdatenbank. Sie verknüpft die Marktdaten von mehr als 40 renommierten Content-Lieferanten mit von uns selbst erstellten Inhalten und zählt in punkto Informationsbreite und -tiefe zu den umfassendsten in ganz  
55 Europa. Die Datenbank speist zum einen unser Portal, d.h. die Ihnen vertraute Website [www.onvista.de](http://www.onvista.de), die wir vor allem über Werbeeinnahmen finanzieren. Sie ist nach wie vor das meistbesuchte bankenunabhängige Finanzportal in Deutschland.

60 Zum anderen speist unsere Datenbank Internetseiten und zunehmend auch Intranets unserer Lizenzkunden. Dazu zählen vor allem Finanzdienstleister wie z.B. die Advance Bank, Consors oder der Sparkassen Broker, und Medienunternehmen wie n-tv oder N24, die ihre Kunden und Mitarbeiter mit hochwertigen Finanzinformationen versorgen. Von unseren Lizenzkunden erhalten  
65 wir auf Basis längerfristiger Verträge monatliche Lizenzgebühren. Als Lizenzgeber sind wir einer der größten Anbieter von Finanzmarktdaten und -applikationen für elektronische Medien in Europa.

## **Richtungweisende Technologie-Plattform**

70 Warum greifen die Kunden so gern auf unsere Daten zu? Sie können sich auf die Qualität des Angebots absolut verlassen. Das ist aber nur ein Aspekt.

Aufbauend auf modernster Technologie und eigenen Erfahrungen mit dem Bau von Datenbanken haben wir eine technologische Plattform zur Speicherung,  
75 Verarbeitung und Darstellung von Finanzdaten geschaffen, die Maßstäbe setzt. Diese Plattform kann auf der einen Seite – da, wo die Daten herkommen – beliebig viele Anbieter integrieren und deren Daten harmonisieren. Auf der anderen Seite – bei der Ausgabe der Inhalte – sorgt sie dafür, dass die Daten bei unseren Lizenzkunden in einer jeweils einheitlichen ‚Sprache‘ ankommen. Der  
80 große Vorteil dabei ist, dass unsere Lizenznehmer sich nicht mit den inhaltlichen und technischen Eigenarten der verschiedenen Datenanbieter beschäftigen müssen. Das sorgt nicht nur für erhebliche Kosteneinsparungen, sondern bietet unseren Kunden zugleich ein Höchstmaß an Schnelligkeit und Flexibilität.

85 Auch für Sie, verehrte Aktionäre, hat unser Geschäftsmodell entscheidende Vorteile: Es profitiert von hohen Skaleneffekten. Das heißt, da unsere Kostenstruktur einen relativ hohen Fixkostenanteil enthält, entstehen bei jeder weiteren Anwendung unserer Technologie durch Kunden in der Regel nur unterproportionale Kostenzuwächse. Deshalb sind wir bestrebt, möglichst viele zusätzliche  
90 Kunden im In- und Ausland mit unserer Technologie zu versorgen.

## **Geschäftsfelder als Profit Center geführt**

Meine Damen und Herren, Sie konnten meinen Ausführungen zum Geschäftsmodell entnehmen, dass wir in zwei unterschiedlichen Geschäftsfeldern tätig  
95 sind, dem Lizenzgeschäft und dem Portalgeschäft. Die beiden Bereiche sprechen

unterschiedliche Zielgruppen an und operieren am Markt völlig eigenständig. Deshalb haben wir auch die Unternehmensorganisation darauf abgestimmt: Wir sind im vergangenen Jahr von einer funktionalen Organisation zu einer Organisation nach Geschäftsfeldern übergegangen. Beide Geschäftsfelder werden  
100 inzwischen als eigenverantwortliche Profit-Center geführt. Das Portal ist einer der Kunden des Lizenzgeschäfts.

Ziel dieser Neuorganisation war es, die Abläufe effizienter zu gestalten und Verantwortlichkeiten klarer herauszukristallisieren, um damit am Ende die Profitabilität beider Geschäftsfelder und des Gesamtunternehmens zu erhöhen.  
105

### **Schaffung selbstständiger juristischer Einheiten**

Dieses Jahr möchten wir noch einen konsequenten Schritt weiter gehen. So sollen diese beiden Geschäftsfelder, die innerhalb der OnVista AG organisatorisch bereits getrennt sind, auch rechtlich als GmbHs verselbstständigt werden.  
110

Im Zuge dessen wird die OnVista AG zu einer Holding, die die künftige Konzernstrategie bestimmt und steuert sowie innerhalb des Konzerns die zentralen Aufgaben wahrnimmt.  
115

Unter den Tagesordnungspunkten 5 bis 7 werden wir noch ausführlich auf dieses Thema zu sprechen kommen. Bereits an dieser Stelle möchte ich Sie im Namen von Vorstand und Aufsichtsrat um Ihre Zustimmung zu diesen Punkten bitten. Ich betone noch einmal: Es handelt sich lediglich um die rechtlich-formale Ausgestaltung dessen, was bereits gelebte Wirklichkeit ist. Folglich ist weder ein Strategiewechsel damit verbunden noch der Aufbau von Verwaltung und Bürokratie.  
120

### **2001 – Ein Jahr voller Herausforderungen**

125 Bevor wir mit der Detail-Berichterstattung über das zurückliegende Geschäftsjahr beginnen, lassen Sie mich die Rahmenbedingungen beleuchten.

2001 war ein ausgesprochen schwieriges Jahr, das uns vor eine Vielzahl von Herausforderungen gestellt hat. Die Konjunktur hat sich im Laufe des Jahres dramatisch verschlechtert. Das war in diesem Maße nicht vorhersehbar, und unsere Planung basierte auf deutlich positiveren Marktbedingungen. Selbst die Wirtschaftsforschungsinstitute mussten ihre Prognosen mehrfach nach unten korrigieren. Verzeichnete die deutsche Wirtschaft im Jahr 2000 noch ein Wachstum von drei Prozent, nahm das Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2001 nur  
130 noch um 0,6 Prozent zu. Das war – abgesehen vom Rezessionsjahr 1993 – das niedrigste Wirtschaftswachstum seit der deutschen Wiedervereinigung und das geringste in der ganzen Euro-Zone.  
135

Der Bankensektor, aus dem ein Großteil unserer Kunden stammt, war aufgrund des starken Rückgangs der Wertpapiertransaktionen besonders betroffen. Dies führte zu einer extremen Investitionszurückhaltung bis hin zu einem vollständigen Investitionsstopp bei einzelnen Instituten.  
140

Nach mehr als 20 Jahren kontinuierlichen Wachstums gingen darüber hinaus  
145 auch die Bruttowerbeinvestitionen in Deutschland um über sechs Prozent

zurück. Und der Sektor der Internet-Werbung konnte die hoch gesteckten Erwartungen nicht erfüllen. Nach Expertenmeinung stagnierte er bestenfalls. Dies hat uns in beiden Bereichen, im Portal- und im Lizenzbereich, getroffen. Mehreren Medien- und Internetunternehmen fehlten plötzlich die geplanten Ein-

150 nahmen, sodass sie nicht mehr in der Lage waren, ursprünglich geplante IT-Projekte durchzuführen bzw. laufende aufrechtzuerhalten und dafür notwendige Lizenzprodukte von OnVista zu beziehen.

### **Trotz Zielverfehlung relativ gut behauptet**

155 Was wurde unter diesen Rahmenbedingungen aus unseren Zielen?

Wir haben im Jahr 2001 einen Umsatz von 12,6 Mio. Euro erwirtschaftet. Damit haben wir zwar unsere Erlöse im Vergleich zum Vorjahr um mehr als die Hälfte gesteigert, sind aber hinter den ursprünglichen Erwartungen von 20 Mio. Euro

160 zurückgeblieben. Nachdem sich das Ausmaß der oben beschriebenen Umfeldbedingungen abzeichnete, haben wir im August unsere Umsatzprognose auf 13 Mio. Euro reduziert.

Nicht nur der Umsatz, auch das Ergebnis war enttäuschend: Der Jahresfehlbetrag lag bei 9,25 Mio. Euro. Damit haben wir unser selbst gestecktes Ziel, erneut profitabel zu arbeiten, nicht erreicht. Für den hohen Fehlbetrag waren überwiegend einmalige Sondereffekte in Höhe von 7,3 Mio. Euro verantwortlich. Wir mussten bei einer Reihe von Minderheitsbeteiligungen den ursprünglichen Wertansatz reduzieren. Dabei handelt es sich überwiegend um Internetfirmen, die wir Ende

165 1999 / Anfang 2000, in der Hochphase der New Economy, erworben hatten, um unsere Wertschöpfungskette zu erweitern.

170

Aber auch das operative Ergebnis war negativ. Und ich will hier nichts beschönigen: Wir sind damit alles andere als zufrieden.

175

### **Umfangreiche Kostensenkungsmaßnahmen**

Was haben wir nun getan?

Unmittelbar nachdem wir erkannt haben, dass der Umsatz hinter dem Plan zurück bleiben würde, haben wir umfangreiche Maßnahmen ergriffen. Da wir ohnehin ein sehr kostenbewusstes Unternehmen sind, war es mit Einsparungen bei variablen Kosten nicht getan. Wir mussten schmerzhaft Einschnitte auch bei den Fixkosten vornehmen. Wir haben uns auf unser Kerngeschäft fokussiert und uns von bisherigen Randaktivitäten getrennt. Erstmals waren wir gezwungen,

180 185 Mitarbeitern betriebsbedingt zu kündigen.

Entsprechend haben wir auch unsere Internationalisierung erheblich langsamer vorangetrieben als ursprünglich geplant. Dabei haben wir uns im europäischen Ausland auf das Lizenzgeschäft konzentriert, wo wir inzwischen fünf Kunden gewinnen konnten. Im internationalen Portal-Bereich wollen wir in Zukunft mit geringen Anlaufinvestitionen attraktive Nischen besetzen. Das heißt, statt breiter Finanzportale bringen wir spezialisierte Websites ins Netz. So haben wir im Mai dieses Jahres eine italienische Website gestartet, die ausschließlich über

190

195 Optionsscheine informiert.

Zu den Maßnahmen gehören auch umfassende Wertberichtigungen auf unsere Beteiligungen, die der Hauptgrund für den hohen Jahresfehlbetrag waren. Gleichzeitig haben wir vorwärtsgerichtet eine Reihe neuer Umsatzpotenziale erschlossen. Davon werden Ihnen meine Kollegen gleich berichten.

200

### **OnVista – kein typischer „New-Economy-Fall“**

Meine Damen und Herren, Sie mögen sich vielleicht fragen: Ist OnVista nun auch so ein „typischer New-Economy-Fall“?

205

Dazu sage ich ganz entschieden: Nein! Wir sind kein „typischer New-Economy-Fall“! Während andernorts Geschäftsmodelle vor die Existenzfrage gestellt wurden, des öfteren mit ultimativ negativem Ausgang, können wir feststellen: Unser Geschäftsmodell funktioniert und hat sich auch unter stark veränderten Rahmenbedingungen grundsätzlich als marktfähig erwiesen. Wir haben unsere Infrastruktur auf eine neue richtungweisende Plattform gehoben. Dies und die Inbetriebnahme eines neuen hochleistungsfähigen Rechenzentrums haben unsere Wettbewerbsfähigkeit weiter gestärkt. Wir sind in unseren beiden Geschäftsfeldern gut positioniert.

210

Das Verlassen der Gewinnzone war auf besondere Umstände zurückzuführen. Wir sind zuversichtlich, dass sich dies nicht wiederholen wird. Denn nachdem wir unsere interne Kostenstruktur konsequent der schlechten Konjunktur angepasst haben, sind wir jetzt auch in der Lage, bei angespannter Wirtschaftssituation profitabel zu arbeiten. Nennenswerte Kosteneinsparungen haben sich bereits im vierten Quartal ausgewirkt. Im laufenden Geschäftsjahr werden sie voll zum Tragen kommen. Die Resultate des ersten Quartals zeigen dies bereits. Die Weichen für ein profitables Wachstum sind gestellt.

215

Zusätzlich sichert eine hohe Liquidität den Handlungsspielraum für Investitions- und Wachstumsfinanzierung zu gegebener Zeit. Unsere Liquiditätslage ist äußerst komfortabel und wird noch besser werden, denn wir erwarten für das laufende Jahr einen positiven Cash Flow.

220

### **Hauptziel: Rückkehr in die Gewinnzone**

Meine Damen und Herren, wie Sie sicherlich verfolgt haben, hat sich der Kurs der OnVista-Aktie im vergangenen Jahr mehr als halbiert.

225

Wir wissen, dass Sie, verehrte Aktionäre, unter dieser Entwicklung gelitten haben. Dies bedauern wir sehr. Und: Wir sind realistisch genug, die drastischen Kurseinbußen nicht nur der allgemeinen Börsenlage und speziell der Situation für Technologie- und Internetwerte zuzuschreiben, sondern auch unserer eigenen Geschäfts- und Ergebnisentwicklung. Glauben Sie mir: Uns Firmengründer und Vorstände, die wir insgesamt fast 60 Prozent der Anteile besitzen, hat dieser Wertverlust auch hart getroffen, und wir werden alles daran setzen, diese Entwicklung wieder umzukehren.

230

Derzeit spiegelt unsere Marktkapitalisierung nicht einmal den Wert des Cash-Bestandes wider – geschweige denn die positiven Perspektiven des Unterneh-

245 mens. Uns ist bewusst, dass wir verlorenes Anlegervertrauen nur zurück-  
gewinnen können, wenn wir durch profitables operatives Geschäft überzeugen.

Daher ist unser Hauptziel für 2002 die Rückkehr zu schwarzen Zahlen.

250 Wir werden uns also weiterhin mit voller Kraft dafür einsetzen, unser und Ihr  
Unternehmen gewinnbringend weiterzuentwickeln.

Ich möchte nicht schließen, ohne zwei Personengruppen meinen besonderen  
Dank auszusprechen.

### 255 **Dank an außerordentlich engagierte und fähige Mitarbeiter**

Im vergangenen Geschäftsjahr wurden unter teilweise stürmischen Markt-  
bedingungen besondere Anforderungen an unsere Mitarbeiterinnen und Mitar-  
beiter gestellt. Ihrem herausragenden Engagement, ihren ausgezeichneten fach-  
lichen Qualifikationen, vor allem aber auch ihrem Durchhaltevermögen, ihrer

260 Kreativität und ihrem Mut zur Übernahme von Verantwortung ist es zuzu-  
schreiben, dass wir unsere Position gefestigt haben. Dafür bedanken wir, der  
Vorstand der OnVista AG, uns sehr herzlich. Gemeinsam mit diesem Team, auf  
das wir sehr stolz sind, werden wir die Verwirklichung unserer Vision der euro-  
päischen Marktführerschaft auch zukünftig vorantreiben.

265

### **Ungewöhnlich großer Einsatz des Aufsichtsrats**

Außergewöhnlich ist auch der Einsatz unseres Aufsichtsrates. Dies zeigt sich  
nicht nur an der Anzahl der Sitzungen: Sie übertrifft mit 7 die vorgeschriebene  
Mindestanzahl von 4 bei weitem. Es erweist sich vor allem in der Intensität der  
270 inhaltlichen Auseinandersetzung und dem hohen Qualitätsniveau, das unsere Be-  
sprechungen kennzeichnet. Deshalb möchten wir uns hier ganz herzlich für die  
konstruktive Kritik und die wertvolle Hilfe bedanken, mit der Sie, meine Herren,  
die Entwicklung von OnVista begleiten!

275

Soweit meine eher generelle Einführung. Mein Kollege Michael Schwetje wird  
Ihnen nun zunächst die Zahlen des Berichtsjahres im Einzelnen präsentieren und  
erläutern sowie anschließend über das Geschäftsfeld Portal berichten. Danach  
wird Sie Stephan Schubert über das Geschäftsfeld Lizenzen informieren.

280

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich schon jetzt auf eine  
rege Diskussion.

285 **Michael W. Schwetje, Vorstand Portal und Finanzen**

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

290 Nachdem Ihnen mein Kollege Fritz Oidtmann bereits das wirtschaftliche Umfeld im Berichtsjahr geschildert hat, möchte ich Ihnen jetzt den Geschäftsverlauf unserer Gesellschaft anhand der wichtigsten Konzern-Kennzahlen vorstellen.

**Umsatz trotz Steigerung um die Hälfte deutlich unter Plan**

295 Wir haben 2001 einen Umsatz von 12,60 Mio. Euro erwirtschaftet. Damit konnten wir unsere Erlöse im Vergleich zum Vorjahr zwar um mehr als die Hälfte steigern, wir sind aber hinter den ursprünglichen Erwartungen von 20 Mio. Euro deutlich zurückgeblieben. Hintergrund der verlangsamten Umsatzsteigerung waren die bereits beschriebenen Krisen, deren Härte wir nicht vorhersehen  
300 konnten. Nachdem sich das Ausmaß abzeichnete, haben wir unsere Umsatzprognose im August auf 13 Mio. Euro reduziert.

Wachstum gab es in beiden Geschäftsfeldern, Lizenzen und Portal. Haupteinnahmequelle blieb das Geschäftsfeld Lizenzen, in dem wir den Umsatz um  
305 85 Prozent auf 8,24 Mio. Euro ausgebaut haben. Der Bereich Lizenzen steuerte damit 65 Prozent zum Konzernumsatz bei. Die Portalerlöse stiegen um 15 Prozent auf 4,37 Mio. Euro. Das entspricht einem Umsatzanteil des Geschäftsfeldes Portal von 35 Prozent.

310 **Ergebnis durch hohe Beteiligungs-Abschreibungen belastet**

Die Ergebniszahlen sind leider wenig erfreulich: Der Jahresfehlbetrag lag bei 9,25 Mio. Euro. Im Vorjahr hatten wir mit 0,31 Mio. Euro noch ein leicht positives Ergebnis nach Steuern erzielt. Damit haben wir unser selbst gestecktes Ziel, 2001 erneut profitabel zu arbeiten, nicht erreicht. Dieses Ergebnis ist allerdings  
315 erklärungsbedürftig. Für den hohen Fehlbetrag waren überwiegend einmalige Sondereffekte in Höhe von insgesamt 7,34 Mio. Euro verantwortlich. Dabei handelt es sich hauptsächlich um die bereits erwähnten nicht-liquiditätswirksamen Abschreibungen auf Finanzanlagen. Das Gesamtvolumen dieser Abschreibungen beläuft sich auf 5,77 Mio. Euro. Damit haben wir alle aus heutiger Sicht erkennbaren Risiken berücksichtigt. Der in der Konzern-Bilanz aktivierte Restwert aller Finanzanlagen lag Ende Dezember 2001 nur noch bei 1,24  
320 Mio. Euro, nach 7,34 Mio. Euro im Vorjahr.

Auch Betriebsergebnis und EBITDA fielen negativ aus: Das Betriebsergebnis lag bei minus 5,68 Mio. Euro, nach einem leichten Plus im Vorjahr. Das EBITDA, das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, betrug minus 2,56 Mio. Euro. Im Vorjahr konnten wir hier noch ein Plus von 1,22 Mio. Euro ausweisen.

330 Seien Sie gewiss, liebe Aktionäre: Mit dem Verlassen der Gewinnzone und insbesondere mit dem negativen operativen Ergebnis sind wir alles andere als zufrieden.

### 335 **Planmäßiger Kostenanstieg in der ersten Jahreshälfte**

Im Zusammenhang mit den Ergebniszahlen möchte ich noch näher auf die Kostenentwicklung eingehen:

340 In der ersten Hälfte des Berichtsjahres verzeichneten wir einen planmäßigen deutlichen Kostenanstieg gegenüber dem Vorjahr. Nachdem sich mit Gewissheit abzeichnete, dass der tatsächliche Umsatz unter Plan wuchs, haben wir – wie bereits geschildert – sofort reagiert und teilweise schmerzhaft Kostensenkungsmaßnahmen eingeleitet.

345 In der Jahresgesamtschau erhöhten sich die Herstellungskosten um knapp 120 Prozent auf 7,16 Mio. Euro. Dies ist vor allem auf die Erweiterung unserer Datenbank zurückzuführen.

350 Die allgemeinen Verwaltungskosten stiegen um annähernd 150 Prozent auf etwas über 4 Mio. Euro. Hier machte sich insbesondere der Aufbau der internationalen Tochtergesellschaften bemerkbar.

355 Die Marketing- und Vertriebskosten erhöhten sich um etwa 110 Prozent auf nahezu 4 Mio. Euro. Ursächlich hierfür sind nicht etwa Werbekampagnen, sondern der Ausbau unserer Vertriebsmannschaft im In- und Ausland.

360 Mit 1,79 Mio. Euro stiegen die Forschungs- und Entwicklungskosten gegenüber dem Vorjahr um 42 Prozent an. Diese GuV-Position besteht fast ausschließlich aus Personalaufwand der IT-Entwicklung sowie Abschreibungen auf selbst erstellte Software.

365 Als mit der deutschen Rechnungslegung vertraute Zuhörer werden Ihnen aber Größen wie „Personalaufwand“ oder „Abschreibungen“ sehr viel mehr sagen. Da diese in dem – in US GAAP üblichen – Umsatzkostenverfahren auf die eben genannten Positionen verteilt werden, möchte ich Sie kurz gesondert darstellen:

Unser Personalaufwand belief sich im vergangenen Jahr auf 8,42 Mio. Euro, nach 3,34 Mio. Euro im Vorjahr.

370 Die Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, lagen bei 2,77 Mio. Euro, nach 1,02 Mio. Euro im Jahr 2000.

375 Ich möchte die von meinem Vorredner genannten Restrukturierungsmaßnahmen weder wiederholen, noch vertiefen, das würde den Zeitrahmen sprengen. Es wird Sie aber interessieren, wie sich die ergriffenen Maßnahmen ausgewirkt haben, und zwar bereits im 4. Quartal 2001.

### **Trendwende im zweiten Halbjahr**

380 In dieser Darstellung haben wir die relevanten Ergebnisgrößen um die einmaligen Sondereffekte bereinigt. Sie sehen, dass wir in allen drei Ergebniskategorien die Tiefpunkte klar hinter uns gelassen und eine deutliche Trendwende eingeleitet haben. Darüber hinaus verzeichneten wir im vierten Quartal 2001

erstmal seit dem Börsengang wieder einen positiven Cash Flow. Im laufenden  
Geschäftsjahr werden die Einsparungen voll zum Tragen kommen, wie die  
385 Resultate des ersten Quartals bereits erkennen lassen.

### **Cash Flow überwiegend investitionsbestimmt**

Kommen wir zur Kapitalflussrechnung: Der gesamte Cash Flow lag im  
Geschäftsjahr 2001 bei minus 5,77 Mio. Euro.

390 Zwei Drittel des Kapitalabflusses des letzten Jahres, nämlich knapp 4 Mio. Euro,  
stammen aus Investitionstätigkeit. Wir haben erneut intensiv in Sachanlagen in-  
vestiert, über 2 Mio. Euro. Dabei ging es in erster Linie wieder um IT-Hardware,  
wenn auch nicht in der Höhe des Vorjahres, als wir hierfür über 4 Mio. Euro  
395 ausgegeben hatten.

Unsere ausgeprägte Innovationskraft, vor allem die Entwicklung eigener Soft-  
ware, schlug sich in den Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle  
Anlagevermögen nieder. Sie blieben mit rund 2 Mio. Euro nur leicht unter dem  
400 Vorjahresbetrag von 2,40 Mio. Euro.

Das Minus des operativen Cash Flows war mit gut einer Mio. Euro im Vergleich  
zum Jahresfehlbetrag von 9,25 Mio. Euro relativ gering – eine Folge der hohen  
nicht-liquiditätswirksamen Abschreibungen.

### **Solide Bilanzstruktur**

Werfen wir einen Blick auf die Bilanz: Deren Summe lag am 31.12.2001 bei  
41,27 Mio. Euro, nach 51,29 Mio. Euro zum Vorjahresstichtag. Auf der Aktiv-  
seite sehen Sie unsere nach wie vor komfortable Liquiditätslage. Der Finanz-  
410 mittelbestand, der sich aus liquiden Mitteln und Wertpapieren des Umlauf-  
vermögens zusammensetzt, betrug zum Stichtag 27,27 Mio. Euro. Das sind 66  
Prozent der Bilanzsumme. Unsere liquiden Mittel haben wir nach wie vor in  
Pfandbriefe investiert. Sie stellen eine sehr sichere und gleichzeitig liquide An-  
lage dar. 12 Prozent entfielen auf das sonstige Umlaufvermögen, 22 Prozent auf  
415 das Anlagevermögen.

Die Passivseite ist geprägt durch die hohe Eigenkapitalquote von 90 Prozent.  
Insgesamt belief sich das Eigenkapital zum Jahresende auf 37,14 Mio. Euro,  
nach 47,05 Mio. Euro im Vorjahr. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten machten  
420 8 Prozent der Bilanzsumme aus, die langfristigen Verbindlichkeiten lediglich 2  
Prozent.

### **Über 50 neue Arbeitsplätze geschaffen**

Einige Fakten zum Thema Personal: Trotz der schwierigen Situation haben wir  
425 im vergangenen Jahr 52 neue Arbeitsplätze geschaffen. Die Anzahl der festen  
Mitarbeiter erhöhte sich auf 178 zum Ende des Berichtszeitraums. Unsere erst-  
mal vollkonsolidierte Beteiligung Trade & Get AG ist mit 11 Beschäftigten  
enthalten.

430 Dabei fand das Wachstum überwiegend in der ersten Jahreshälfte statt. Auf  
Basis der ursprünglich für 2001 erwarteten Geschäftsentwicklung hatten wir

zunächst einige Bereiche personell ausgebaut. Nach dem sehr schlechten zweiten Quartal haben wir die Personalplanung aber den veränderten Rahmenbedingungen angepasst und 25 Stellen gestrichen. Unsere Restrukturierungsmaßnahmen  
435 zwingen uns bedauerlicherweise auch, erstmals betriebsbedingte Kündigungen auszusprechen.

Soweit der Bericht zum Geschäftsjahr 2001. Bevor ich auf unsere Erwartungen an das laufende Geschäftsjahr 2002 im Ganzen eingehe, möchte ich Sie noch  
440 kurz über den Verlauf des ersten Quartals 2002 ins Bild setzen.

### **Erstes Quartal 2002 im Aufwärtstrend: Ziele erreicht**

Und hier lautet das Gesamtfazit: Unter nach wie vor schwierigen Marktbedingungen haben wir unsere Ziele erfüllt. Bei allen relevanten Ergebniskennzahlen gibt es einen deutlichen Aufwärtstrend gegenüber den drei vorangegangenen Quartalen. Das Konzernergebnis nach Steuern liegt mit nur noch  
445 minus 0,3 Mio. Euro im Plan. Erstmals seit 2000 haben wir auch ein leicht positives EBITDA erzielt. Entscheidend für die Bestätigung des bereits im vierten Quartal 2001 erkennbaren positiven Trends ist die erreichte Kostenreduzierung.  
450 Auch der erfreuliche Trend beim Cash Flow hat sich fortgesetzt. Sowohl der gesamte Konzern Cash Flow wie auch der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit waren positiv.

Die Ergebniszahlen werten wir insbesondere deshalb als zufriedenstellend, weil  
455 sie vor dem Hintergrund einer verhaltenen Umsatzentwicklung zu sehen sind. Der Umsatz lag im ersten Quartal 2002 bei 2,77 Mio. Euro. Damit fiel er im Vergleich zu dem – noch nicht von der Konjunkturkrise belasteten – ersten Quartal des Vorjahres um 9,5 Prozent.

460 Neben der Vergangenheit interessieren Sie natürlich besonders die Zukunftsaussichten Ihres Unternehmens. Deshalb räumen wir diesem Thema an mehreren Stellen unseres Vortrags den gebührenden Stellenwert ein.

### **Rückkehr in die Gewinnzone geplant**

465 Ungeachtet der derzeit erschwerten Lage auf den Absatzmärkten von OnVista gelten für unsere Geschäftstätigkeit unverändert zwei Megatrends: zum einen die unaufhaltbar steigende Popularität des Internets und zum anderen das langfristig wachsende Interesse an Finanz- und Geldanlagethemen. Von beidem werden wir mittel- und langfristig profitieren.

470 Kurzfristig ist unser primäres Ziel für 2002, wieder profitabel zu arbeiten. Für das Gesamtjahr rechnen wir – gestützt durch die Ergebnisse des ersten Quartals – mit einem leicht positiven Ergebnis nach Steuern. Erstmals gehen wir auch für das Gesamtjahr von einem positiven Cash Flow aus. Das schließt nicht aus, dass  
475 er in dem einen oder anderen Quartal wieder im Minus sein könnte.

### **Wachstum in beiden Geschäftsfeldern**

Wir wollen erneut in beiden Geschäftsfeldern, Lizenzen und Portal, wachsen, wobei wir den Hauptschub aus dem Lizenzgeschäft erwarten. Der Planung liegt  
480 allerdings aufgrund der konjunkturellen Situation und des Marktumfelds weiter-

hin ein nur verhaltenes Umsatzwachstum zugrunde. Wir gehen davon aus, im Jahr 2002 unsere Einkünfte aus operativer Tätigkeit auf 14,5 bis 15 Mio. Euro steigern zu können.

485 In dieser Summe werden bis zu 1 Mio. Euro enthalten sein, die in der Position  
„sonstige betriebliche Erträge“ ausgewiesen sind. Sie stammen aus Lizenz-  
gebühren, die Kunden für ihre inzwischen eingestellten Online-Auftritte  
vertragsgemäß an uns zahlen. Da zwar auf der einen Seite ein Zahlungsstrom  
fließt, auf der anderen Seite aber keine Leistung mehr erbracht wird, sind diese  
490 Einkünfte als „sonstige Erträge“ zu verbuchen, obwohl sie dem Wesen nach  
Umsatz sind.

14,5 bis 15 Mio. Euro – das entspräche einem Zuwachs von 15 Prozent oder  
mehr. Ich betone aber nochmals: Entscheidend für uns ist, was unter dem Strich  
495 herauskommt, also das Ergebnis.

Soweit die Betrachtung der wichtigsten Geschäftsdaten der OnVista AG. Im  
zweiten Teil meines Vortrags möchte ich mich nun einigen speziellen Aspekten  
des von mir verantworteten Geschäftsfeldes Portal widmen.

500

### **Schwieriges Umfeld für Finanzportale**

Der Gesamtwerbemarkt ist nach zwei Jahrzehnten des unaufhörlichen Wach-  
tums erstmals geschrumpft. Weit überproportional und geradezu dramatisch  
gestaltete sich der Einbruch der Bruttowerbeausgaben im Finanzdienstleistungs-  
505 sektor – ein Absturz um beinahe die Hälfte. Und der bis dato stark wachsende  
Online-Werbemarkt trat bestenfalls auf der Stelle. Es ist nicht verwunderlich,  
dass mit Rezession und Börsenbaisse das Interesse der Bevölkerung an Finanz-  
informationen kurzfristig abgenommen hat.

510 In Summe stellte dieses Szenario einen geballten Sturm dar, der den Finanz-  
portalen entgegenblies. Kein Wunder, dass dadurch der seit geraumer Zeit vor-  
hergesagte Konzentrationsprozess im Markt seinen Anfang nahm. Was OnVista  
angeht, so fürchten wir die bevorstehende Bereinigung keineswegs. Im Gegen-  
teil: Angesichts unserer Marktposition und der hohen Finanzreserven werden wir  
515 gestärkt aus der Branchenkonsolidierung hervorgehen.

### **OnVista-Website erfolgreicher als der Markt**

Vor dem Hintergrund der schwierigen Marktbedingungen hat sich unser  
Geschäftsfeld Portal im Wettbewerbsvergleich überdurchschnittlich gut ent-  
520 wickelt. In das Geschäftsfeld fließen Einnahmen aus Werbung, Content-  
Partnerschaften und eCommerce.

Wie vorhin schon erwähnt, haben wir einen Umsatz in Höhe von 4,37 Mio. Euro  
erzielt. Das ist eine erfreuliche Steigerung um 15 Prozent gegenüber dem Vor-  
525 jahr. Zwar waren wir in unserer Planung von einem größeren Wachstum ausge-  
gangen, vor dem Hintergrund der im Jahresverlauf eingetretenen gravierenden  
Umfeldveränderungen können wir aber mit dieser Entwicklung zufrieden sein.

Angesichts des einbrechenden Online-Werbemarktes werden wir zuweilen ge-  
530 fragt, ob es sich für uns überhaupt noch lohne, ein eigenes Portal zu betreiben.

Die Frage kann ich mit einem klaren ‚Ja‘ beantworten. www.onvista.de ist für uns wesentlich mehr als ein Showcase unserer Lizenzprodukte und mehr als die Möglichkeit, direktes User-Feedback in die Produktentwicklung einzubeziehen. Schon letztes Jahr haben wir mit dem Portal einen positiven Deckungsbeitrag für den Konzern geleistet. Es trägt sich also bereits heute selbst. Und wir sind zuversichtlich, das Portal dieses Jahr wirklich profitabel machen zu können – und zwar unter Anrechnung interner Verrechnungspreise, die den Marktpreisen entsprechen, die wir unseren externen Kunden in Rechnung stellen.

540 Was sind die Gründe dafür, dass unser Finanzportal – anders als manches Wettbewerbsangebot – wirtschaftlich erfolgreich ist?

### **Das meistbesuchte bankenunabhängige Finanzportal**

545 Zum einen erreichen wir eine Usergruppe aktiver Anleger mit relativ hohem Einkommen, die die OnVista-Website als Werbeträger hochinteressant macht. Untersuchungen zeigen, dass überdurchschnittlich viele Entscheider und Meinungsbildner die OnVista-Seiten nutzen. Zum anderen ist die Reichweite sehr hoch. OnVista ist das meistbesuchte bankenunabhängige Finanzportal in Deutschland. Die große Beliebtheit bei Internet-Usern ist eine Bestätigung unserer Positionierung, auf die wir von Anfang an gesetzt haben. Sie zeichnet sich durch Qualität, Innovation, Seriosität, Neutralität und Nutzerfreundlichkeit aus.

550 Die Reichweite unserer Website, die sich durch die Zahl der User, ihre Nutzungshäufigkeit und -intensität bestimmt, ist zwar, wie eben ausgeführt, wichtig, sie ist aber nicht alles. OnVista ist erfolgreich, weil wir auf Innovationen setzen, die sich nicht nur am Interesse der Nutzer orientieren. Wir richten uns vielmehr ebenso ganz gezielt an den Wünschen von Werbekunden aus. Damit sind unsere Innovationen umsatz- und vor allem ertragsorientiert.

### **560 Ertragsorientierte Innovationen**

Lassen sie mich kurz einige Beispiele nennen:

565 Da ist zunächst einmal der OnVista Investor Relations-Service: Seit Ende letzten Jahres bieten wir börsennotierten Unternehmen die Möglichkeit, Aktionäre und potenzielle Anleger gezielt über ihre Aktie zu informieren, beispielsweise mit einem Unternehmensportrait, Pressemitteilungen, Downloads von Finanzpublikationen und Kontaktmöglichkeiten. Diese Inhalte ergänzen die aktuellen Daten und Hintergrundinformationen, die wir bereits heute für jede börsennotierte Gesellschaft zusammenstellen. Sie sind als IR-Informationen des Emittenten gekennzeichnet.

575 Der OnVista Investor Relations-Service bedeutet einen echten Mehrwert für unsere User. Er wird genutzt und beschert unserer Website Seitenzugriffe. Der Service hat zugleich eine Reihe von Vorteilen für die Unternehmen: So verbessert er gerade für mittlere und kleinere Firmen die Chance, die Aufmerksamkeit des Kapitalmarktes auf ihre Aktie zu lenken. Daher sind die Unternehmen bereit, für die Präsenz in unserem Investor Relations-Service zu zahlen.

580 Zweites Beispiel sind unsere Informationen über börsengehandelte Fonds: Seit Anfang dieses Jahres bieten wir umfassende Informationen zu diesen

sogenannten Exchange Traded Funds an. OnVista hat als erstes deutsches Finanzportal eine eigene Plattform für dieses junge Finanzprodukt geschaffen, das erst seit dem Jahr 2000 zugelassen ist.

585 Für die bei Geldanlagethemen überdurchschnittlich versierten User der OnVista-Website ist dieses neue Informationsangebot interessant, weil es sich hier um ein innovatives Finanzprodukt handelt, das rasch an Bedeutung gewinnt. Und für die Emittenten von Exchange Traded Funds bietet sich in diesem Umfeld eine sehr zielgruppengenaue Werbemöglichkeit.

590 Ein drittes Beispiel, das unsere permanente Suche nach zusätzlichen Umsatzquellen unterstreicht, ist unser neuer Premium-Bereich: Hier bieten wir seit dem letzten Jahr sogenannten ‚Paid Content‘ an. Das sind Inhalte und Tools, die nur gegen Bezahlung genutzt werden können. Dazu gehören beispielsweise ein professionelles Kursprognosetool und das Abonnement eines Börsenbriefs.

595 Wichtig ist, meine Damen und Herren: Das gesamte Angebot, das bislang frei zur Verfügung stand, bleibt auch in Zukunft kostenlos. Gebührenpflichtig werden ausschließlich zusätzliche Premium-Produkte.

600 Die über Paid Content erzielbaren Erlöse werden allerdings zunächst relativ gering sein und in diesem Jahr weniger als fünf Prozent zu unserem Portalumsatz beisteuern. Dennoch halten wir es für wichtig, auf diesem Gebiet erste Erfahrungen zu sammeln, und die Präferenzen unserer User zu erkunden. Denn langfristig sollte Paid Content eine spürbare Ertragsbedeutung gewinnen.

605 Die Auflistung der bereits online geschalteten Produktneuheiten ließe sich noch um einiges fortführen. Im weiteren Jahresverlauf werden zusätzliche Neuerungen folgen. Marktorientierte und damit ertragsorientierte Innovation ist eine unverzichtbare Voraussetzung und ein Garant für unseren Erfolg.

### **Anerkennung durch User und Presse**

615 Ein Gespür für die Bedürfnisse des Marktes bekommen wir durch intensive Gespräche mit unseren Werbekunden einerseits und durch die rege Resonanz unserer Nutzer andererseits.

620 Wir erhalten jeden Tag um die 100 eMails, in denen unsere User uns hilfreiche Anregungen geben und – darauf sind wir ein wenig stolz – häufig Anerkennung aussprechen. Auf der Leinwand sehen Sie ein paar repräsentative Zitate.

625 Auch in namhaften Wirtschafts- und Anlegermedien sowie Internet-Zeitschriften wird unsere Website regelmäßig positiv kommentiert und gewinnt Vergleichstests. Auf dem Chart sind nur einige wenige Beispiele aus einer langen Liste anerkennender Presseberichterstattung zitiert. Verschaffen Sie sich selbst einen Eindruck.

Dies ist uns Bestätigung und Ansporn zugleich: Wir wollen unser Portal noch besser und vor allem wirtschaftlich noch erfolgreicher machen.

630 Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und leite über zu meinem Kollegen  
Stephan Schubert, der Ihnen nun die Entwicklung sowie unsere Strategien und  
Ziele im Geschäftsfeld Lizenzen erläutern wird.

635

### **Stephan Schubert, Vorstand Lizenzen und IT**

640

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wenn wir die Entwicklung des Geschäftsfeldes Lizenzen, für das ich die Ver-  
antwortung trage, richtig einordnen wollen, müssen wir uns nochmals kurz mit  
645 dem Marktumfeld befassen. Lassen Sie mich deshalb an die Bemerkungen mei-  
ner Vorredner hierzu anknüpfen.

#### **Sehr schwieriges Marktumfeld im Lizenzgeschäft**

Hervorzuheben ist, dass die Banken, unsere wichtigste Kundengruppe, nicht nur  
650 aus konjunkturellen, sondern auch aus branchenstrukturellen Gründen besonders  
unter Druck standen und heute immer noch stehen. Das wirkt sich in einem hef-  
tigen Zwang zu Kostensenkung und Restrukturierung aus – in einem in der  
Finanzwelt bislang nicht gekannten Ausmaß.

655 Die zweitgrößte Kundengruppe für uns, die Medien- und Internetunternehmen,  
sahen – und sehen sich immer noch – mit einem einbrechenden Werbemarkt  
konfrontiert. Da Werbung für sie in der Regel die wichtigste Einnahmequelle  
darstellt, waren diverse Medienunternehmen nicht in der Lage, ursprünglich ge-  
plante IT-Projekte durchzuführen bzw. laufende aufrechtzuerhalten.

660

Was heißt das ganz konkret für uns?

Erstens: Entscheidungen verzögern sich. Während die Zeitspanne zwischen dem  
ersten Kundenkontakt und der Auftragserteilung früher in der Regel zwei bis  
665 drei Monate betrug, dauert es jetzt eher sechs bis neun Monate, bis ein Vertrag  
unterzeichnet ist.

Und zweitens: Geplante Projekte werden auf Eis gelegt, in einem geringeren  
Umfang durchgeführt oder – im ungünstigsten Fall – vollständig gestrichen.  
670 Diese Investitionszurückhaltung beeinträchtigt natürlich unser Lizenzgeschäft.

#### **Dennoch 85 Prozent Umsatzwachstum**

Trotz dieses denkbar ungünstigen Szenarios konnten wir unseren Lizenzumsatz  
im vergangenen Jahr um 85 Prozent steigern. Wir kamen 2001 auf 8,24 Mio.  
675 Euro, ein Jahr zuvor waren es lediglich 4,46 Mio. Euro. Damit hat das Lizenz-  
geschäft seinen Anteil an den Gesamterlösen von OnVista von 54 auf 65 Prozent  
ausgebaut, eine Tendenz, die keinesfalls ungewollt ist. Auch hier gilt, dass die  
Ziele zwar noch höher angesetzt waren, aber angesichts der unvorhersehbaren  
Wirtschaftsentwicklung haben wir uns relativ gut geschlagen.

680

### **Kundenanzahl erhöht**

Auch die Anzahl unserer Lizenzkunden im In- und Ausland konnten wir von 38 zum Ende des Vorjahres auf insgesamt 51 per Ende Dezember 2001 erhöhen, also um etwa ein Drittel – und dies, obwohl einige ihre Verträge wegen  
685 Kostensenkungsmaßnahmen kündigen mussten. Daraus lässt sich eine weitere positive Nachricht ableiten: Wir haben – vor allem durch Erweiterungsaufträge zufriedener Kunden – den Umsatz pro Kunde gesteigert.

Damit haben wir uns endgültig als einer der größten Anbieter auf dem Markt für  
690 hochwertige Finanzinformationen und Analysetools auf Basis von Web-Technologie etabliert.

### **Erfolgreiche Schlüsselprojekte**

Im folgenden will ich einige der Aufträge herausstellen, die in besonderer Weise  
695 zu der positiven Entwicklung beigetragen haben:

Ein wichtiger neuer Kunde ist beispielsweise die Sparkassen-Finanzgruppe mit ihrer Website Sparkassen Broker. Wichtig nicht nur, weil es sich hierbei um die größte Finanzgruppe Deutschlands handelt, sondern auch, weil wir an diesem  
700 Beispiel beweisen konnten, wie breit unser Leistungsspektrum ist: Wir sind eher bekannt für ausgeklügelte Profi-Anwendungen. Beim Sparkassen Broker haben wir aber einen Web-Auftritt gebaut, der – entsprechend der Zielgruppe – auch für Internet-Einsteiger und weniger erfahrene Anleger geeignet ist.

Als zweites Beispiel für besonders interessante Aufträge möchte ich das personalisierbare Angebot „myMarketView“ im Online-Auftritt der Advance Bank anführen. Durch die Einbindung des „OnVista Personalizers“ in die Website der Advance Bank können Kunden der Bank ihre persönliche Finanzseite mit Börsen- und Finanzinformationen sehr einfach nach ihren individuellen Bedürf-  
710 nissen zusammenstellen.

Diese Anwendung ist nicht nur ein inhaltliches Highlight. Sie ist auch ein Beispiel dafür, dass uns zufriedene Kunden immer wieder mit neuen Aufträgen bedenken.  
715

Zu den im Berichtsjahr hinzugewonnenen Kunden zählen des weiteren so bedeutende Adressen wie die Berliner Börse, Credit Suisse, die Deutsche Bank mit ihrem Online Investment Center maxblue, Fidelity (die größte unabhängige Fondsgesellschaft der Welt) und der Nachrichtensender N24. Erstmals gelang  
720 uns auch die Akquisition und Realisierung von Kundenaufträgen im Ausland. Fünf Projekte wurden bereits umgesetzt und online geschaltet – u.a. für Consors Frankreich, für die Fondsgesellschaft Swissca und für Cantor Index, einen britischen Anbieter von sogenanntem Spread Betting, einem derivaten Finanzprodukt.

725

### **Zahlreiche Statements zufriedener Kunden**

Übrigens äußern sich nicht nur Presse und User – wie Sie vorhin gehört haben – anhaltend positiv über OnVista.

730 Auch unsere Lizenzkunden – ich deutete es bereits an – bringen immer wieder  
ihre große Zufriedenheit mit unseren Leistungen zum Ausdruck. Einige State-  
ments möchte ich Ihnen nicht vorenthalten. Sie erkennen in ihnen Eigenschaften,  
die von unseren Kunden besonders geschätzt werden: die Einmaligkeit unseres  
735 Produktangebots, unsere technologische Vorreiterrolle, Kompetenz und Zuver-  
lässigkeit, Professionalität und Servicementalität.

### **Erfolgsfaktor 1: Unsere zukunftssträchtige IT-Infrastruktur**

Aus unserer Sicht basiert unser Erfolg im Lizenzgeschäft auf vier Kernfaktoren.  
740 Erfolgsfaktor 1 ist unsere hochmoderne, extrem leistungsfähige IT-Infrastruktur,  
die uns einen echten Wettbewerbsvorsprung verschafft.

Wir haben erhebliche Anstrengungen unternommen, um in technologischer Hin-  
745 sicht eine Vorreiterrolle zu übernehmen

Zum einen konnten wir letztes Jahr – nach einer einjährigen Planungs- und  
Bauphase – ein neues Rechenzentrum in Betrieb nehmen, das zu den fortschritt-  
lichsten und sichersten Internet-Rechenzentren in Deutschland gehört. Zum  
750 anderen haben wir eine tiefgreifende Weiterentwicklung unserer Hardware- und  
Software-Architektur vorgenommen. In den Jahren 2000 und 2001 investierten  
wir hierfür insgesamt 10,6 Mio. Euro, das sind 51 Prozent des Umsatzes beider  
Jahre. Ich meine, das ist ein überzeugender Beweis für unser permanentes  
Streben nach Technologieführerschaft und unser nachhaltiges Engagement.

755 Ich möchte noch einmal auf unsere eigenentwickelte IT-Architektur zur Speiche-  
rung, Verarbeitung und Darstellung von Daten in elektronischen Medien zu-  
rückkommen. Sie hat zwei entscheidende Vorteile für unsere Lizenznehmer,  
durch die wir uns auch von unseren Wettbewerbern abheben:

760 Unsere Kunden erhalten alle Daten und Applikationen in hoher Qualität und vor  
allem in einer einheitlichen ‚Sprache‘, unabhängig davon, wie viele Rohdaten-  
lieferanten dahinterstecken. Die Lizenznehmer müssen sich nicht mit den inhalt-  
lichen und technischen Eigenarten der verschiedenen Anbieter beschäftigen, so  
765 dass die ansonsten sehr zeit- und kostenintensive Integration der Daten in ihre  
Anwendungen für sie mit geringstem Aufwand zu bewältigen ist. Dabei ist es  
ganz unerheblich, welche Anwendungen OnVista-Kunden bestücken möchten:  
seien es Internet-Auftritte, mobile Anwendungen oder auch Host-Applikationen,  
wie sie häufig im bankinternen Bereich vorkommen.

770 Zugleich profitieren unsere Kunden von höchster Flexibilität. Sie haben sozu-  
sagen einen standardisierten Zugang zu einem individuell konfigurierbaren Uni-  
versum an Finanzdaten und Analysetools. Sie können sich genau aussuchen,  
welche Daten sie von welchem Primärlieferanten in welcher Form beziehen  
775 möchten. Damit können sich unsere Kunden auf der einen Seite die jeweils bes-  
ten Daten für ein bestimmtes Feld aussuchen. Auf der anderen Seite beziehen –  
und bezahlen – sie lediglich den Umfang an Daten, den sie auch tatsächlich  
benötigen.

## 780 **Erfolgsfaktor 2: Unsere Innovationskraft**

Erfolgsfaktor 2 ist unsere Innovationskraft, die sich unter anderem darin widerspiegelt, dass wir unser Produktspektrum kontinuierlich erweitern. Ich möchte hier zwei Beispiele erfolgsversprechender Produkte ansprechen, die wir im letzten Jahr neu entwickelt haben.

785

Ein technisch sehr anspruchsvolles Produkt ist die OnVista Push Technology. Hiermit werden Realtimekurse, ganze Wertpapierlisten und Charts automatisch aktualisiert, ohne dass die Anwendung vom Nutzer neu geladen werden muss. Sie können sich das so vorstellen, dass bei jeder Änderung der neue Kurs rot oder grün aufblinkt. Vielleicht erinnern Sie sich an die Anwendung, die vor

790

Beginn unserer Rede auf der Leinwand zu sehen war. Das war Push Technologie. Dieses Produkt wird insbesondere von professionellen Anwendern stark nachgefragt.

795

Ein zweites neues Produkt ist der Personalizer.

Er bietet den Kunden unserer Lizenznehmer die Möglichkeit, beliebige dynamische Finanzinhalte auf ihrer persönlichen Seite zusammenzustellen und nach individuellem Wunsch anzuordnen. Erstmals zur Anwendung kam diese Applikation bei der Advance Bank. Über das Projekt habe ich eben berichtet.

800

## **Erfolgsfaktor 3 – unsere internationale Ausrichtung**

Dritter Erfolgsfaktor ist, dass wir bereits beim Bau der IT-Infrastruktur unserer Internationalisierungsstrategie Rechnung getragen haben.

805

So sind in unserer Datenbank beispielweise nicht nur sämtliche in Deutschland handelbaren börsennotierten Gesellschaften enthalten, sondern nahezu alle Aktien weltweit.

810

Darüber hinaus möchten britische Anleger etwa Wertpapierkurse in Pfund statt in Euro sehen, und statt der Wertpapierkennnummer sind sie eine SEDOL gewohnt; Kommata werden in englischen Zahlen zu Punkten, und die Kennzahl „Gewinn je Aktie“ heißt auf Englisch „Earnings per share“. All diese unterschiedlichen Formate haben wir so angelegt, dass sie sozusagen auf Knopfdruck transformiert werden. Das versetzt uns in die Lage, mit geringst möglichem Aufwand Websites für Kunden aus vielen Ländern zu erstellen bzw. mit Daten zu beliefern. Als Beispiel empfehle ich Ihnen, einmal unsere eigene deutsche, britische und italienische Website miteinander zu vergleichen.

815

820

## **Erfolgsfaktor 4 – Konsequente Erschließung neuer Umsatzpotenziale**

Unseren vierten Erfolgsfaktor im Lizenzgeschäft sehen wir darin, dass wir ständig neue Umsatzpotenziale aufspüren und erschließen.

825

Um den wesentlichen Fortschritt zu verdeutlichen, den wir im vergangenen Jahr hierbei gemacht haben, will ich kurz skizzieren, wie bis zum Jahr 2000 das typische Lizenzkundengeschäft von OnVista aussah:

830 Unser Leistungsumfang kannte ausschließlich Fullservice-Projekte, bestehend aus Beratung, Programmierung, Datenlieferung sowie Hosting auf unseren Servern.

835 Zielgruppe des fertigen Produkts waren die Kunden unserer Lizenzkunden, also in der Regel Privatanleger. Typisches Beispiel: Ein Online-Broker integriert OnVista-Informationen in seine Website; diese Informationen werden von den Kunden des Online-Brokers genutzt.

Der Vertrieb erfolgte ausschließlich durch uns selbst.

840 Im letzten Jahr haben wir – nicht zuletzt dank unserer wesentlich weiterentwickelten Datenbank – unsere Möglichkeiten in drei verschiedene Richtungen ausdehnen können. Wir gehen jetzt unterschiedliche Absatzmärkte über mehrere Vertriebskanäle mit einem differenzierteren Produktangebot gezielt an und erschließen uns so neue Umsatzpotenziale.

845 Erstens: Wir bieten mehr Flexibilität beim Leistungsspektrum.

850 Erstmals können unsere Lizenznehmer nun auch einzelne Bausteine aus dem Leistungsspektrum auswählen, etwa die bloße Datenlieferung. Dies wurde erst möglich durch die mit hohem Aufwand eingeführte neue Technik-Plattform. Über unsere XML-Schnittstellen können Kunden bzw. ihre Multimedia-agenturen nun direkt auf unsere Datenpakete zugreifen und sie in ihre Anwendungen einbinden – ohne detaillierte Kenntnisse der OnVista-Technik oder des Finanzmarktes zu haben. In Klammern möchte ich hinzufügen, dass wir aber natürlich auf Wunsch auch weiterhin Full-Service-Projekte durchführen.

855 Zweitens: Wir sprechen neue Zielgruppen für unsere Produkte an.

860 Wir haben unsere Datenbank inhaltlich erweitert und unsere Technik so aufgerüstet, dass wir jetzt für die professionellen Ansprüche von Finanzdienstleistern bestens gerüstet sind. Das unterscheidet uns beispielsweise von einer Reihe bloßer Finanzportale, die neuerdings – mangels Erfolg am Werbemarkt – versuchen, Content weiterzuverkaufen.

865 2001 ist es uns erstmals gelungen, einen umfangreichen Intranet-Auftrag einer Großbank zu gewinnen – das war bei der Commerzbank – und uns so im bank-internen Bereich zu profilieren. Inzwischen haben wir ein erstes massenfähiges Standardprodukt entwickelt, das wir unter dem Namen „market.pilot 301“ in diesem Jahr auf den Markt gebracht haben. Es handelt sich um ein auf Internet-Technologie basierendes Kursinformationssystem, das von jedem Computer-870 Arbeitsplatz aus genutzt werden kann. Das Produkt richtet sich in erster Linie an Kundenbetreuer und Wertpapierberater in Bankfilialen sowie unabhängige Vermögens- und Anlageberater.

875 Drittens: Wir haben begonnen, einen neuen Vertriebskanal zu erschließen.

Dazu haben wir unser so genanntes Partner-Programm gestartet, dessen Ziel es ist, mit ausgewählten IT-Dienstleistern Kooperationen zur Durchführung von Lizenzprojekten einzugehen. Wir suchen hier die Nähe zu Systemintegratoren, Softwareentwicklern und Multimediaagenturen, die ein komplementäres

880 Produkt- und Dienstleistungsangebot zu OnVista haben. Wir ermöglichen unseren Partnern, mit hochwertigen OnVista-Technologien und -Daten zu arbeiten. Diese können in Software-Projekte eingebunden oder zur Entwicklung eigener Produkte und Services genutzt werden. Für uns entsteht durch die Vertriebstätigkeit der Partner zusätzlicher Umsatz.

885

Soweit zum Geschäftsfeld Lizenzen.

### **Bestens gerüstet für die Zukunft**

890 Meine Damen und Herren, Sie sehen, OnVista bewegt sich weiterhin dynamisch voran. Daher möchte ich unseren heutigen Vortrag folgendermaßen zusammenfassen:

895 OnVista ist in seinen beiden Geschäftsfeldern sehr gut positioniert. Unser Geschäftsmodell hat sich auch in der Rezession grundsätzlich bewährt. Für die Herausforderungen der Zukunft sind wir sowohl technologisch als auch betriebswirtschaftlich gerüstet.

900 Nach konsequenten Restrukturierungen sind wir auch im derzeitigen Konjunkturtief in der Lage, profitabel zu arbeiten. Wir sind davon überzeugt – und die Zahlen des ersten Quartals stützen uns dabei – in diesem Jahr wieder in die Gewinnzone zurückzukehren. Dort wollen wir auch dauerhaft bleiben.

905 Und schließlich werden wir – auf der Basis einer komfortablen Liquidität – 2002 zum ersten Mal auf Jahresbasis einen positiven Cash Flow erwirtschaften.

Wenn wir diese Ziele erreichen, sollte auch unser Aktienkurs wieder angereichertere Regionen erreichen.

910 Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.