

Intelligente Lösungen.



Das IT- und Medienunternehmen OnVista ist in zwei Geschäftsfeldern aktiv. OnVista Technologies ist einer der größten europäischen Systemanbieter im Bereich Finanzmarktinformationen. OnVista Media betreibt und vermarktet mit www.onvista.de das führende bankenunabhängige Finanzportal in Deutschland.

Finanzdienstleister benötigen im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit permanent eine Fülle von aktuellen und historischen Marktdaten – sowohl für ihre Kunden als auch für ihre Mitarbeiter. **OnVista Technologies** hat eine IT-Plattform geschaffen, den market data gateway, mit dessen Hilfe Finanzdienstleister europaweit alle elektronischen Anwendungen und Systeme, in denen Finanzmarktdaten benötigt werden, in einer einheitlichen „Sprache“ betreiben können. Das reduziert die Komplexität, erhöht die Flexibilität und spart Kosten bei der Beschaffung, Integration und Bereitstellung von Daten. Von unseren Kunden, vornehmlich Finanzdienstleistern und Medienunternehmen, erhalten wir auf Basis längerfristiger Verträge monatliche Lizenzgebühren, die sie für die Nutzung des OnVista market data gateway oder die Inanspruchnahme darauf basierender Anwendungen entrichten. Unser Leistungsspektrum reicht von der Bereitstellung von IT-Systemen, über deren Belieferung mit Finanzmarktdaten bis zum Betrieb von Frontend-Anwendungen. Dies sind nicht nur Internetseiten, durch die OnVista Technologies bekannt geworden ist, sondern beispielsweise auch Intranets, vielfältige bankinterne Anwendungen und mobile Applikationen.

Einer der Lizenznehmer von OnVista Technologies ist das Medienunternehmen **OnVista Media**. Es betreibt und vermarktet das Finanzportal www.onvista.de. Die Website ist die umfangreichste Finanzmarktinformationsseite im deutschen Internet. Nutzer schätzen sie als hochwertige und schnelle Informationsquelle, die Transparenz auf den Finanzmärkten schafft. Umsätze generiert OnVista Media über Werbung und Content-Kooperationen. Werbekunden und Partnern bieten wir mit unserer Website in einem seriösen Umfeld eine hohe Reichweite, eine attraktive Userstruktur sowie flexible Platzierungsmöglichkeiten. Dabei sehen wir uns nicht als bloßen Anbieter von Werbefläche, sondern beraten unsere Kunden umfassend bei der Planung und Platzierung ihrer Online-Kampagnen. Aufgrund unseres tiefen Verständnisses der Finanzmärkte und der von unseren Kunden beworbenen Produkte sowie unserer Erfahrung in effektivem Online-Marketing sichern wir unseren Kunden optimalen Kampagnen-Erfolg.

OnVista auf einen Blick

Umsatz und Ertragslage	1999¹	2000	2001	2002
Umsatz (Mio. €)	1,19	8,24	12,60	12,58
EBITDA (Mio. €)	-0,11	1,22	-2,56	1,44
Abschreibungen auf Anlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (Mio. €)	0,12	1,02	2,77	2,63
EBIT (Mio. €)	-0,23	0,16	-5,68	-1,19
Ergebnis vor Steuern/EBT (Mio. €)	-0,24	0,60	-9,81	0,15
Ergebnis nach Steuern (Mio. €)	-0,11	0,31	-9,25	2,45
Umsatzrendite (%)	-9,2	3,8	-73,4	19,48
Finanzlage				
Konzern-Cash Flow (Mio. €)	5,67	6,70 ²	-5,77	1,16
Operativer Cash Flow (Mio. €)	-0,15	3,18	-1,06	0,37
Investitionen (Mio. €)	0,79	13,51	4,58	2,05
<i>in Sachanlagen (Mio. €)</i>	<i>0,58</i>	<i>4,31</i>	<i>2,14</i>	<i>0,23</i>
<i>in Beteiligungen (Mio. €)</i>	<i>0,00</i>	<i>6,80</i>	<i>0,31</i>	<i>0,01</i>
Finanzmittelbestand ³ (Mio. €)	2,93	32,78	27,27	27,46
Vermögens- und Kapitalstruktur				
Bilanzsumme (Mio. €)	5,86	51,29	41,27	43,10
Eigenkapitalquote ⁴ (%)	90,4	91,7	90,0	93,75
Eigenkapitalrentabilität ⁵ (%)	-2,1	0,7	-24,9	6,06
Gesamtkapitalrentabilität ⁶ (%)	-1,9	0,6	-22,4	5,68
Aktie				
Konzern-Cash Flow je Aktie (€)	–	1,08 ²	-0,86	0,17
Operativer Cash Flow je Aktie (€)	-2,49	0,47	-0,16	0,06
Ergebnis je Aktie (€)	-1,99	0,05	-1,39	0,37
Dividende je Aktie (€)	0,00	0,00	0,00	0,00
Höchst-/Tiefstkurs (€)	–	55,00/13,00	17,20/3,11	6,85/3,35
Börsenkapitalisierung zum Jahresende (Mio. €)	–	93,8	29,5	32,2
Mitarbeiter				
Gesamt per 31.12. ⁷	21	126	161	133
Personalaufwand (Mio. €)	0,47	3,34	8,42	7,45
Umsatz je Mitarbeiter ⁷ (Mio. €)	0,06	0,09	0,07	0,09
Nachfrage				
Lizenznehmer per 31.12.	14	38	51	59
Seitenabrufe im Dez. (Mio.)	11,9	57,8	32,8	24,6

¹ AG-Abschluss

² Inkl. Erlös aus Börsengang

³ Liquide Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens

⁴ Eigenkapital/Bilanzsumme

⁵ Ergebnis/Eigenkapital

⁶ Ergebnis/Bilanzsumme

⁷ In Festanstellung, vollzeitäquivalent; 1999 und 2000 in Personen

Meilensteine

	Oktober	OnVista hat seine Technologie-Plattform entscheidend weiterentwickelt und präsentiert sie anlässlich der European Banking Technology Fair unter dem Namen market data gateway der Fachöffentlichkeit.
	September	OnVista gliedert seine beiden operativen Geschäftsfelder, Technologies (früher: Lizenzen) und Media (früher: Portal), in neu gegründete eigenständige GmbHs aus. Damit fungiert die OnVista AG jetzt als Holding für die hundertprozentigen Tochtergesellschaften OnVista Technologies GmbH und OnVista Media GmbH.
	September	Mit ClickOptions bietet www.onvista.de seinen Usern eine neuartige Generation von derivativen Anlageinstrumenten.
2002	April	OnVista startet mit dem market.pilot ein webbasiertes Marktinformationssystem zur bankinternen Anwendung.
	Februar	OnVista führt Push-Technologie ein. Mit ihr aktualisieren sich dynamische Informationen wie Kursdaten in webbasierten Anwendungen automatisch.
	Dezember	Im vierten Quartal 2001 verzeichnet OnVista zum ersten Mal seit Börsengang einen positiven Cash Flow.
	Mai	Der Launch des Finanzportals www.onvista.co.uk in England markiert den Startpunkt der europäischen Expansion.
2001	Februar	OnVista setzt eine neue richtungweisende Technologieplattform ein: Sie ermöglicht Finanzdienstleistern mehr Flexibilität und deutliche Kosteneinsparungen in ihrem Finanzmarktdaten-Management.
	Februar	Das neue 180 qm große und hochleistungsfähige Rechenzentrum wird eingeweiht.
2000	Juni	Drei Monate früher als erwartet erreicht OnVista den Break-even.
	Februar	Die OnVista AG geht an die Börse. Die Emission ist 80fach überzeichnet.
1999	November	Die Umwandlung in die OnVista AG ebnet den Weg an die Börse. Die Burda Beteiligungs-Holding GmbH beteiligt sich mit 10 Prozent.
	November	Die erste Lizenz wird vergeben.
1998	September	www.onvista.de geht online.
	Mai	Stephan Schubert, Michael W. Schwetje und Fritz Oidtmann gründen die OnVista.de Finanzanalyse GmbH & Co.KG.



Intelligente Lösungen

Es sind häufig die auf den ersten Blick einfach anmutenden Ideen und Lösungen, die sich mit großem und bleibendem Erfolg durchsetzen. Das gilt zum Beispiel für ganz alltägliche, aber wohl durchdachte Hilfsmittel wie einen Korkenzieher oder einen Dübel.

Dieses Prinzip der intelligenten und wirkungsvollen Lösung ist immer Vorbild für Entwicklungen und Angebote von OnVista. Ob für das IT-Umfeld einer Bank, für die Werbestrategie einer Fondsgesellschaft oder als Entscheidungshilfe bei der privaten Kapitalanlage.

2	Wer wir sind
3	OnVista auf einen Blick
4	Meilensteine
5	Inhalt
6	Vorwort des Vorstands
8	Gespräch mit dem Vorstand
12	Konzern-Lagebericht 2002
12	Wirtschaftliches Umfeld
14	Geschäftsverlauf
15	Ertragslage
16	Segmente
17	Vermögens- und Finanzlage
18	Mitarbeiter
19	Beteiligungen
20	Forschung und Entwicklung
21	Umweltbericht
21	Risikobericht
23	Nachtragsbericht
23	Ausblick
26	Segmente
26	Geschäftsfeld Technologies
30	Geschäftsfeld Media
32	Mitarbeiter
34	Aktie
36	Bericht des Aufsichtsrats
37	Konzern-Abschluss 2002
38	Konzern-Bilanz
39	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
40	Konzern-Kapitalflussrechnung
41	Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
42	Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens
44	Erläuterungen
64	Bestätigungsvermerk
65	Corporate Governance-Bericht
66	Unternehmenskalender / Impressum



Zielgerichtet.

Stärke in der Krise

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Geschäftspartner,

bei der Bewertung des Geschäftsjahres 2002 können wir Ihnen ungleich positiver gestimmt gegenüberreten, als dies ein Jahr zuvor der Fall war. Dabei haben sich Wirtschaftslage und Börsensituation noch weiter verschlechtert. Dennoch haben wir durch konsequentes, zielgerichtetes Arbeiten unser wichtigstes Vorhaben, wieder schwarze Zahlen zu schreiben, erreicht. In Übereinstimmung mit unserer Prognose präsentieren wir ein leicht positives Vorsteuer-Ergebnis. Angesichts des negativen Umfelds ist dies weniger marktgetrieben als ein Erfolg unseres Kostensenkungsprogramms.

Beide Geschäftsfelder, in denen wir tätig sind, haben die Gewinnschwelle überschritten.

Damit ist unser – im Geschäftsfeld Media angesiedeltes – Finanzportal www.onvista.de eine der wenigen deutschen Websites, die schwarze Zahlen schreiben. Im Geschäftsfeld Technologies werten wir es darüber hinaus als Erfolg, im aktuellen schwierigen Umfeld neue Kunden gewonnen und den Umsatz gesteigert zu haben.

Lassen Sie sich nicht dadurch beirren, dass unser Konzern-Ergebnis nach Steuern mit € 2,45 Mio. so deutlich über dem Vorsteuer-Ergebnis liegt. Das Plus in dieser Höhe ist nicht operativ begründet und hat einen rein bilanztechnischen Hintergrund. Es ist verursacht durch die Bildung aktiver latenter Steuern im Zusammenhang mit der gesellschaftsrechtlichen Ausgliederung unseres operativen Geschäfts in zwei selbstständige Tochtergesellschaften.



• Großes Ertragspotenzial in der Zukunft

Beim Umsatz sind wir allerdings hinter unserer Planung zurückgeblieben. Die gesamten Einkünfte aus operativer Tätigkeit¹ liegen mit € 13,45 Mio. nur wenig über dem Vorjahr und deutlich unter unserer Zielmarke von € 14,5 bis 15 Mio. Unsere potenziellen und vorhandenen Kunden aus der Finanzdienstleistungsbranche haben ihre Investitionen vielfach noch stärker gebremst, als wir es bereits erwartet hatten. Dass wir trotz des unter Plan liegenden Umsatzes ein positives Ergebnis erreicht haben, deutet an, über welches Ertragspotenzial wir unter ökonomisch besseren Rahmenbedingungen verfügen. Zusätzlich stärkt eine gut gefüllte Kasse unsere Position und sichert uns ab – auch für den wahrscheinlichen Fall, dass eine Konjunkturerholung noch länger ausbleiben sollte.

Für die Zukunft bauen wir im Lizenzgeschäft auf den OnVista market data gateway. Mit ihm haben wir eine einzigartige, auf modernster Technologie basierende Datenbank-Plattform, die uns einen Wettbewerbsvorsprung verschafft. Und die Marktführerschaft von www.onvista.de eröffnet uns zusammen mit unserer hohen Vermarktungskompetenz weiteres Erfolgspotenzial für unser Finanzportal. Mit den beiden Geschäftsfeldern Technologies und Media verfügen wir insgesamt über ein funktionierendes Geschäftsmodell, dessen Krisenfestigkeit wir unter Beweis gestellt haben.

Auch die Einschätzung unserer Aktienkursentwicklung fällt für 2002 positiver aus als ein Jahr zuvor. Mit einem Plus von neun Prozent haben

wir sämtliche Vergleichsindizes und die meisten Technologiewerte klar geschlagen. Dennoch liegt unsere Marktkapitalisierung nur wenig über unserem Finanzmittelbestand und spiegelt in keiner Weise den Wert der OnVista AG realistisch wider. Gerade darin liegt allerdings ein erhebliches Kurssteigerungspotenzial für die OnVista-Aktie.

• Mittelfristig gute Wachstumsperspektiven

Was konkrete Prognosen für 2003 angeht, sind wir zurückhaltend. Zu unkalkulierbar sind die Auswirkungen von Krieg und innenpolitischen Reformen auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie die Ausmaße der andauernden Bankenkrise. Einerseits sind wir sowohl auf der Kosten- und Finanzseite als auch auf der Produktseite gut aufgestellt und erkennen im Zwang der Finanzdienstleister zur Kostensenkung eine große Chance für OnVista. Andererseits gehen wir jedoch angesichts der aktuell sehr unsicheren Umfeldbedingungen davon aus, dass im laufenden Geschäftsjahr die Steigerungsmöglichkeiten von Umsatz und Ertrag eher begrenzt sein dürften. Auch Stagnation oder Einbußen können wir nicht vollkommen ausschließen. Dagegen sind wir fest überzeugt, mittelfristig – wann immer sich die Märkte wieder erholen werden – überdurchschnittlich von einem Aufschwung zu profitieren. Wir wollen auf unseren Märkten eine bedeutende Rolle in Deutschland und eine immer wichtigere in Europa spielen.

Für das Vertrauen, das Sie uns als Aktionäre und Geschäftspartner in schwierigen Zeiten entgegenbringen, bedanken wir uns herzlich!

¹ vgl. hierzu Lagebericht, S. 14

Ihre

Fritz Oidtmann

Stephan Schubert

Michael W. Schwetje

„Erfolgreiches Jahr trotz schwierigen Umfelds“

Ihr Hauptziel für das Geschäftsjahr 2002 bestand darin, in die Gewinnzone zurückzukehren und einen positiven Cash Flow zu erzielen. Wie ist das Jahr gelaufen?

Fritz Oidtmann: „Trotz widriger Marktbedingungen erfolgreich! Wir hatten ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von rund 50.000 Euro geplant und haben unser Ziel mit etwas über 150.000 Euro gut erreicht. Grund hierfür ist in erster Linie unsere wirkungsvolle Restrukturierung. Es ist uns gelungen, sowohl die variablen als auch die fixen Kosten zu senken. Außerdem verzeichnen wir trotz des schwierigen Umfelds erfreuliche Erfolge unseres verstärkten Vertriebs. Was den angestrebten positiven Cash Flow für das gesamte Jahr betrifft, so ist unser Ziel ebenfalls erreicht, er beträgt 1,15 Millionen Euro.“



Allerdings liegt das Nachsteuer-Ergebnis erheblich über dem Vorsteuer-Ergebnis. Woher kommt das?

Fritz Oidtmann: „Dass das Konzern-Ergebnis nach Steuern mit 2,45 Millionen Euro ein so deutliches Plus ergibt, ist ausschließlich bilanztechnischen Ursprungs und hat nichts mit unserem operativen Geschäft zu tun. Im Zuge der gesellschaftsrechtlichen Um-

strukturierung des Konzerns wurden aktive latente Steuern gebildet, wodurch sich das Nachsteuer-Ergebnis erhöht. Ich betone: Dieser Vorgang ist einmalig, nicht liquiditätswirksam, also nicht mit einer Steuerrückzahlung verbunden, und ohne jeden Einfluss auf die wirtschaftliche Situation von OnVista. Die einzige hiervon betroffene Kennzahl ist das US GAAP-Konzern-Ergebnis nach Steuern im Jahr 2002. Wer sich für Einzelheiten interessiert, findet diese ausführlich im Lagebericht dieses Geschäftsberichtes dargestellt.“

Welche Erklärung geben Sie dafür, dass Sie mit einem Umsatz von 12,58 Millionen Euro nicht nur deutlich unter Ihrer Prognose von 14,5 bis 15 Millionen Euro geblieben sind, sondern auch knapp unter dem Vorjahresumsatz von 12,60 Millionen?

Michael W. Schwetje: „Zunächst möchte ich auf einen Effekt hinweisen, der den Umsatz geringer aussehen lässt, als er eigentlich ist. Wir hatten 2002 zusätzliche Einkünfte aus Lizenzverträgen in Höhe von knapp einer Million Euro, die nicht in der Position „Umsatz“, sondern unter „sonstige betriebliche Erträge“ ausgewiesen werden. Diese Einkünfte stammen aus Lizenzgebühren, die Kunden für ihre inzwischen eingestellten Online-Auftritte vertragsgemäß an OnVista zahlen. Da zwar auf der einen Seite ein Zahlungsstrom fließt, auf der anderen Seite aber keine Leistung mehr erbracht wird, sind diese Einkünfte als „sonstige Erträge“ zu verbuchen, entsprechen dem Wesen nach aber eher einem Umsatz. Die gesamten Einkünfte aus operativer Tätigkeit summieren sich somit auf 13,45 Millionen Euro, liegen also leicht über dem Vorjahr. Das ändert aber nichts daran, dass unsere Planung zu optimistisch war. Unser Geschäft litt stärker unter der sehr schwierigen Marktlage, als wir es erwartet hatten.“

Was aus unserer Sicht aber wichtiger ist: Die OnVista-Geschäftspolitik ist nicht umsatz-, sondern ertragsgetrieben. Da wir trotz des verfehlten Umsatzziels das angestrebte

Ergebnis erreicht haben, können wir trotz des verfehlten Umsatzziels insgesamt zufrieden sein.“

Im Zuge der Umstrukturierung wurden die operativen Tätigkeiten aus der AG ausgegliedert, die jetzt nur noch Holdingfunktion besitzt. Worin liegen die Gründe für diese Umgestaltung?

Fritz Oidtmann: „Unsere beiden Geschäftsfelder Technologies und Media sprechen unterschiedliche Zielgruppen an und operieren am Markt völlig eigenständig. Deshalb haben wir die Unternehmensorganisation darauf abgestimmt und waren schon 2001 von einer funktionalen Organisation zu einer Profit-Center-Organisation nach Geschäftsfeldern übergegangen. Ziel dieser Neuorganisation war es, die Transparenz zu erhöhen und die Profitabilität beider Geschäftsfelder und damit des Gesamtunternehmens zu steigern. Die 2002 vollzogene rechtliche Verselbstständigung war also lediglich die konsequente Weiterführung dieses Konzepts. Damit ist weder ein Strategiewechsel verbunden noch der Aufbau von Verwaltung und Bürokratie. In der Folge ist die OnVista AG nun eine reine Holding, die die Konzernstrategie bestimmt und steuert sowie zentrale Dienstleistungen für die Gruppe wahrnimmt.“

Das Geschäftsfeld Technologies gewinnt zunehmend an Gewicht, was sich auch in einem stetig wachsenden Umsatzanteil ausdrückt. Soll sich dies in Zukunft so fortsetzen?

Stephan Schubert: „Schon 2000 war unsere Haupterlösquelle das Lizenzgeschäft, der Kern des heutigen Geschäftsfelds Technologies. Der Anteil am Umsatz hat sich allerdings seitdem von 53 Prozent auf 72 Prozent im Geschäftsjahr 2002 erhöht. Diese Entwicklung spiegelt die von uns erwarteten Marktchancen wider und wird sich – wenn auch verlangsamt – weiter fortsetzen. Dafür sprechen verschiedene Gründe: So bilden einmal gewonnene Kunden in der Regel über Jahre eine stabile Einkommensbasis auf der Grundlage von langfristigen Lizenzverträgen. Selbst in Zeiten eng begrenzter IT-Budgets bieten sich uns Wachstumschancen, da wir Finanzdienstleistern helfen, erhebliche Kosten zu sparen. Und wenn sich die Branche eines Tages wieder erholt, werden wir überdurchschnittlich stark davon profitieren. Außerdem haben wir die vielfältigen Einsatzmöglich-

Stephan Schubert ist Vorstand Technologies. Vor der Gründung von OnVista war der 34-Jährige als Unternehmensberater für McKinsey & Company tätig. Hier steuerte Schubert im Münchener und Kölner Büro unter anderem EDV-Projekte im Bereich Datenbanken und lineare Optimierung. Schubert studierte Betriebswirtschaftslehre an der WHU Koblenz, der Texas A&M University, USA, und der ESC Lyon, Frankreich.



keiten unserer Basistechnologie noch bei weitem nicht ausgeschöpft.“

Haben Sie letztes Jahr neue Lizenzkunden gewinnen können, auch in dem von Ihnen anvisierten Markt der Intranets?

Stephan Schubert: „Trotz der widrigen Umfeldbedingungen haben wir die Anzahl unserer Lizenzkunden gegenüber 2001 um acht auf 59 erhöht. Darunter sind wohl bekannte Namen wie die renommierte Privatbank Sal. Oppenheim, die britische Swisca Securities Ltd., die E*TRADE Bank AG, Deutschland, sowie die luxemburgische Moventum S.A., eine unabhängige Beratungsgesellschaft für professionelle Finanzdienstleister. Die Beispiele zeigen, dass OnVista zunehmend – und auch im Ausland – zu einem wettbewerbsfähigen Anbieter mit Marktbedeutung heranwächst.“

Zahlreiche Kunden haben sich auch für die interne Informationslösung in Form unseres OnVista market.pilot entschieden, den wir 2002 auf den Markt gebracht haben. Auch zur Zeit stehen wir in erfolversprechenden Verhandlungen mit mehreren Unternehmen. Dabei spüren wir deutlich, dass sich die Entscheidungszeiträume wesentlich verlängert haben. Wir leben aber glücklicherweise nicht nur von neuen Kunden, sondern wesentlich auch von Folgeaufträgen bereits zufriedener Geschäftspartner.“

Wie hat sich Ihr Auslandsgeschäft entwickelt?

Stephan Schubert: „Die Marktlage in Europa unterscheidet sich keineswegs von der in Deutschland. Angesichts dessen und unserer eigenen Geschäftsentwicklung hatten wir schon 2001 das Tempo unserer Internationalisierungsbestrebungen gedrosselt und uns auf das Lizenzgeschäft konzentriert. Mit wenig Aufwand und nur geringem Personal außerhalb Deutschlands verfolgen wir eine Politik der kleinen, gut finanzierbaren Schritte. Erfolgreich, wie man sieht: Neun ausländische Lizenzkunden vertrauen zur Zeit der OnVista-Technologie, darunter Namen von internationalem Ruf.“

Was ist der Grund dafür, dass Ihr Finanzportal, eine reine Online-Aktivität, profitabel arbeitet – eine Seltenheit in der Internetbranche?

Michael W. Schwetje: „Darauf sind wir auch stolz. – Wichtig ist, dass wir nicht einseitig nach PageImpressions schielen, sondern insbesondere unsere Website erfolgreich an die Werbewirtschaft vermarkten. Das fängt damit an, dass wir gezielt Inhalte entwickeln, die nicht nur für unsere User interessant sind, sondern sich auch als Werbeumfeld eignen und somit finanzierbar sind. Und es geht damit weiter, dass wir unsere Kunden umfassend bei der Planung und Platzierung ihrer Kampagnen beraten, um ihnen den optimalen Werbeerfolg zu sichern. Wir können das leisten, weil wir zum einen ein tiefes Verständnis der Finanzmärkte und der von unseren Kunden beworbenen Produkte mitbringen und zum anderen über Erfahrung in effektiver Online-Werbung verfügen.“

Viele Internet-Unternehmen haben kostenpflichtige Inhalte eingeführt. Welche Rolle spielt Paid Content für Sie?

Michael W. Schwetje: „Nach ersten Anfängen im Vorjahr bieten wir seit 2002 einige weitere Inhalte auf unserer Website an, die nur gegen Bezahlung zugänglich sind. Aber das Ergebnis

entsprach unseren sehr vorsichtigen Erwartungen. Anders als bei Paid Services, also kostenpflichtigen Dienstleistungen wie beispielsweise einem eMail-Account, lässt die Zahlungsbereitschaft für kostenpflichtige Informationen sehr zu wünschen übrig – es herrscht eine stark ausgeprägte ‚Kostenlos-Mentalität‘. Das ist auch nicht weiter verwunderlich, denn von Beginn an wurden geradezu selbstverständlich alle Inhalte im Internet kostenlos angeboten, es gab ja auch noch keine Bezahlssysteme. Diese ‚Alles-und-umsonst-Grundeinstellung‘ wird sich nur langsam wandeln. Deshalb erwarten wir in nächster Zukunft auch keine wirklich nennenswerten Erlöse durch Bezahlhalte.“

Sie haben 2002 die Zahl Ihrer Mitarbeiter um 28 auf 133 reduziert. Wie wird der Personalstand Ende 2003 aussehen?

Fritz Oidtman: „Der Abbau von Stellen bzw. der Verzicht auf die Schaffung von geplanten neuen hatte bereits 2001 begonnen, als wir uns ein Restrukturierungsprogramm verordnet hatten. Die Abnahme der Mitarbeiterzahl in 2002 geht auf die im Jahr zuvor gefassten Beschlüsse zurück. Solche Maßnahmen müssen zügig erfolgen und einmaligen Charakter haben. Wir haben unsere Mitarbeiter unmittelbar informiert. Sie sollen immer wissen, woran sie sind. Für das laufende Jahr sind keine wesentlichen Veränderungen vorgesehen, wir wollen den aktuellen Stand und die hohe Qualität halten.“

Welche Ziele streben Sie mittelfristig an, wo soll OnVista in drei bis fünf Jahren stehen?

Fritz Oidtman: „Bis vor kurzem hat der Finanzmarkt von börsennotierten Unternehmen wie selbstverständlich längerfristige Prognosen verlangt, die auf klaren Strategien basieren. Heute wird allgemein anerkannt, dass Vorhersagen extrem schwer sind. Mit konkreten Prognosen halten wir uns daher in diesem Jahr angesichts der völlig unbestimmten politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen zurück – wie zahlreiche andere Unternehmen auch. Ich möchte

aber so viel sagen: Aus heutiger Sicht sind wir so wohl auf Kosten- und Finanzseite als auch auf Produktseite gut aufgestellt. Ich nenne hier noch mal die Stichworte Restrukturierung, Cashbestand und OnVista market data gateway. Wann immer sich die Märkte erholen werden, werden wir überdurchschnittlich davon profitieren, und zwar mit beiden Geschäftsfeldern, Technologies und Media.

Unsere langfristige Vision: Wir wollen auf unseren Märkten eine bedeutende Rolle in Deutschland und eine immer wichtigere in Europa spielen. In einigen Jahren soll keine Bank und keine Börse mehr über Finanzinformationssysteme nachdenken, ohne mit uns das Gespräch zu suchen. Und für das Portal möchten wir erreichen, dass Werbekunden es dauerhaft als bevorzugte Plattform im Internet sehen und nutzen. Dass sich das Ganze in einer stabilen, zunehmenden Profitabilität der OnVista AG niederschlagen soll, ist wohl selbstverständlich.“

Sie verfügen immer noch über einen hohen Cashbestand aus Ihrem Börsengang. Wie werden Sie ihn nutzen? Auf Dauer kann eine Anlage in Pfandbriefen wohl kaum im Sinne der Aktionäre sein.

Michael W. Schwetje: „Auf den ersten Blick mag man das so sehen, aber dieses ‚Problem‘ ist ein vergleichsweise angenehmes. Wir haben bereits vor einem Jahr darauf hingewiesen, dass eine gefüllte Kasse in der heutigen Zeit durchaus etwas Beruhigendes hat und fühlen uns in dieser Haltung sehr bestätigt. Unsere Liquidität ist Garant dafür, dass wir uns auch dann behaupten können, wenn die Konjunkturerholung weiter auf sich warten lässt. Inzwischen erweist sich unsere solide Kassenlage sogar als enormer Wettbewerbsvorteil bei der Kundenakquisition. Bei OnVista muss sich nämlich niemand die Frage stellen, ob das Unternehmen in drei Jahren noch existiert. Und was Firmen-Akquisitionen angeht, bleibt es bei unserer Aussage, dass sie nur in Frage kommen, wenn sie zur Stärkung des Kerngeschäfts beitragen und bedeutende Chancen eröffnen.“

Fritz Oidtmann (43) ist Sprecher des Vorstandes und Mitgründer von OnVista. Zuvor leitete er als Partner im Kölner Büro von McKinsey & Company den Handelssektor Deutschland. Seine zwölfjährige Tätigkeit für die internationale Unternehmensberatung beinhaltete darüber hinaus Stationen in São Paulo und Paris. Oidtmann studierte Volkswirtschaftslehre an den Universitäten Bonn und Berkeley, USA.



Der Anblick des Kursverlaufes 2002 lässt keine Freude aufkommen. Den überwiegenden Teil des Jahres lag der Aktienpreis sogar noch unter dem niedrigen Schlusskurs des Vorjahres. Wann wird es endlich wieder aufwärts gehen?

Michael W. Schwetje: „Sie können mir glauben, dass uns Vorstände als Hauptaktionäre das derzeitige Kursniveau ganz besonders schmerzt. Dabei gehört OnVista innerhalb des traurigen Finanzmarkts sogar noch zu den seltenen Perlen, wie ein Blick auf die einschlägigen Indizes offenbart: Wir haben sie allesamt klar geschlagen. Nun wollen wir dies nicht zu positiv bewerten, schließlich hatten wir 2001 überdurchschnittlich verloren. Kurs und Marktkapitalisierung waren damals bereits auf die Höhe unseres Finanzmittelbestandes geschrumpft. Immerhin haben uns eine insgesamt recht stabile Geschäftsentwicklung und das Erreichen unseres Ertragsziels 2002 vor einem weiteren Abrutschen bewahrt – obwohl gerade Technologiewerte scharenweise den freien Fall nach unten durchlitten, auch unter den jeweiligen Cashbestand. Die Anleger scheinen uns in diesen schweren Zeiten weit überdurchschnittlich zu vertrauen – zu Recht, wie wir meinen. Auch hier sollte gelten: Wenn sich der Wind gedreht hat, werden wir von der Aufwärtsbewegung sicher besonders profitieren. Das vermuten auch externe Beobachter. ‚OnVista hat vieles richtig gemacht‘, schrieb das Handelsblatt und ergänzte: ‚eine Aktie für die Zeit nach der Krise‘. Dem ist nichts hinzuzufügen.“



Stabil.

In die Gewinnzone zurückgekehrt

Wirtschaftliches Umfeld • Klima der Stagnation

Die gesamtwirtschaftliche Lage hat sich im Jahr 2002 weiter verschlechtert: Nachdem das reale Bruttoinlandsprodukt in Deutschland bereits 2001 nur um 0,6 Prozent gestiegen war, nahm es im Berichtsjahr real nur noch um 0,2 Prozent zu. Damit trat die deutsche Wirtschaft auf der Stelle und verzeichnete – abgesehen vom Rezessionsjahr 1993 – die niedrigste Veränderungsrate seit der deutschen Wiedervereinigung. Auch wenn Deutschland im internationalen Vergleich zu den Ländern mit dem niedrigsten Wachstum zählte, war die Entwicklung in der restlichen Eurozone nur unwesentlich besser: Im Durchschnitt lag die Zunahme hier bei 0,8 Prozent.

Verschärft wurde die Lage durch den Zusammenbruch der Kapitalmärkte, den manche Volkswirte

sogar als eine der wesentlichen Konjunkturbremsen sehen. So wurden zwischen dem Höhepunkt des Börsenbooms im März 2000 und Ende 2002 allein in der Eurozone Börsenwerte von mehr als € 2.900 Mrd. vernichtet. Damit beträgt der Vermögensverlust fast die Hälfte der Wirtschaftsleistung des Jahres 2000. Zum einen wirkt die Talfahrt an den Börsen investitionshemmend auf die Unternehmen, da die Aktienmärkte als Quelle für günstiges Eigenkapital über IPOs oder Kapitalerhöhungen ausfallen. Zum anderen macht der Kursverfall die privaten Haushalte ärmer und schränkt ihre Konsumfreude empfindlich ein.

• Fortgesetzte Investitionszurückhaltung durch Bankenkrise

Die Hauptkunden unseres Geschäftsfelds Technologies (früher: Geschäftsfeld Lizenzen) sind Finanzdienstleister wie Banken, Börsen sowie Emittenten

von Fonds und Derivaten. Diese waren in Deutschland und auf den europäischen Auslandsmärkten in mehrfacher Weise von diesen Entwicklungen betroffen. Aufgrund der Konjunkturkrise und der damit verbundenen zunehmenden Insolvenzen mussten Banken und Sparkassen das Kreditgeschäft merklich zurückfahren. Im Zuge der Börsenbaisse kam das Geschäft mit IPOs nahezu zum Erliegen, das Tradingvolumen ging deutlich zurück – was insbesondere die Online-Broker empfindlich traf –, und der eigene Vermögensverlust war beachtlich. Auf den bestehenden Kostendruck und die anhaltende Ertragschwäche reagierten die Finanzdienstleister mit massiven Restrukturierungsprogrammen und einer extremen Investitionszurückhaltung, gerade auch im IT-Bereich. Durch die Nachfrageschwäche geriet der Lizenzmarkt für Finanzdaten und Marktinformationssysteme unter Preisdruck. Dort, wo im Bereich der Finanzmarktdatenversorgung noch in IT investiert wurde, zeigte sich eine Verlagerung: weg von marketing-getriebenen Ansätzen, bei denen möglichst vielseitige Funktionalitäten und der Unterhaltungswert für Website-User zählen, hin zu effizienten Lösungen, die auf Kostenersparnis und Umsatzsteigerung abzielen. Ein weiterer Trend, der für unsere Branche durchaus Chancen birgt, liegt in dem Bestreben der Banken, durch Outsourcing von Nicht-Kerngeschäftsfeldern die Kostenseite zu entlasten.

Die zweitwichtigste Kundengruppe im Geschäftsfeld Technologies sind Medienunternehmen, die zusätzlich zu ihren Printobjekten oder Fernsehsendern ein Internet-Portal betreiben. Die Medienbranche sah sich mit einem konjunkturell bedingt einbrechenden Werbemarkt konfrontiert, der für sie in der Regel die bedeutendste Einnahmequelle darstellt. Die Bruttowerbeinvestitionen in Deutschland gingen im Jahr 2002 um 4,4 Prozent auf € 16,37 Mrd. zurück. Erschwerend kam das gesunkene Interesse an Finanzinformationen von Seiten der Privatanleger hinzu, das sich bei den Wirtschaftsmedien in sinkenden Auflagen und Reichweiten sowie dadurch bedingt rückläufigen Werbepreisen manifestierte. In der Folge reduzierten etliche Medienhäuser ihre Online-Finanzangebote stark.

• Wenig Dynamik im Online-Werbemarkt

In unserem Geschäftsfeld Media (früher: Geschäftsfeld Portal) erzielen wir Erlöse über Werbeeinnahmen und Content-Kooperationen.

Bankenunabhängige Finanzportale waren in besonderer Weise vom Einbruch des Werbemarktes betroffen. Die Hauptkunden in diesem Bereich, die Finanzdienstleister, reduzierten ihre Brutto-Werbeausgaben aufgrund der schlechten Branchenlage weit überdurchschnittlich um 20 Prozent oder rund € 280 Mio. auf € 1,12 Mrd.

Die Zahlen für den Online-Werbemarkt weisen auf den ersten Blick einen gegenläufigen Trend aus. Nach den Erhebungen von Nielsen Media Research wurden 2002 rund € 256 Mio. in Online-Werbung investiert. Das sind € 40 Mio. oder 21 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit liegt der Anteil der Online-Werbung am gesamten Werbekuchen bei 1,5 Prozent. Die Werbetreibenden aus der Finanzdienstleistungsbranche haben laut Nielsen ihre Online-Werbeausgaben um 25 Prozent auf € 68 Mio. gesteigert. Die Aussagekraft dieser Werte ist bei Experten allerdings aus mehreren Gründen umstritten. Anders als die oben genannten Zahlen für die klassischen Medien beruhen die Werte für den Online-Bereich nämlich nicht auf neutralen Messungen, sondern auf Eigenangaben der Websites bzw. ihrer Vermarkter. Außerdem handelt es sich dabei um Bruttoangaben. Die Netto-Werbeeinnahmen der Web-Portale liegen aber merklich darunter. „Brutto“ bedeutet, dass weder Rabatte noch liquiditätsunwirksame Gegengeschäfte von Medienunternehmen untereinander herausgerechnet sind. Es gibt Anhaltspunkte dafür, dass die Bedeutung gerade dieser beiden Faktoren 2002 stark zugenommen hat¹. Trotz aller Einschränkungen ist unter dem Strich wohl von einem leichten Plus im Online-Segment auszugehen, somit hat sich dieses Medium deutlich besser als der Rest des Werbemarktes entwickelt.

Die häufig angeführte Beobachtung, dass die Reichweiten der Finanzportale aufgrund des gesunkenen Interesses an Börsen- und Finanzinformationen zurückgegangen sind, ist zwar zutreffend, aber nicht die Ursache für die erschwerte Absatzlage der Websites. Bei der aktuellen niedrigen Werbenachfrage generieren höhere absolute Reichweiten lediglich weitere Kapazitäten, aber keinen Zusatzumsatz, da der Auslastungsgrad der zur Verfügung stehenden Werbeflächen bei den meisten Anbietern eher gering ist.

¹ In Branchenkreisen ist bekannt, dass aufgrund des harten Konkurrenzkampfes 2002 teilweise sehr hohe Rabatte gewährt wurden, insbesondere von Anbietern, die auf weniger soliden Beinen stehen. Ebenso legt die überdurchschnittliche Zunahme der Werbeausgaben von Medienunternehmen – sie stellen die Nummer 2 der werbeintensivsten Branchen dar – den Schluss nahe, dass hier vermehrt Kompensationsgeschäfte stattgefunden haben, in deren Zuge Medienunternehmen mit Werberaum in ihren eigenen Publikationen bezahlt haben.

Geschäftsverlauf

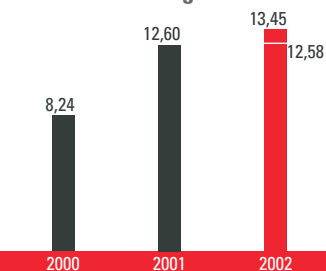
• Wieder schwarze Zahlen geschrieben

OnVista hat frühzeitig, bereits Mitte 2001, damit begonnen, sich dem gewandelten, schwierigen Marktumfeld anzupassen. Deshalb ist uns – nach dem Ergebniseinbruch im Jahr zuvor – im Berichtsjahr eine deutliche Trendwende gelungen. Wir haben unsere Kosten merklich reduziert, gleichzeitig unsere Produktpalette erweitert und die Vertriebsaktivitäten forciert. So ist es uns gelungen, unsere Ergebnisse von Quartal zu Quartal zu verbessern und im Gesamtjahr 2002 – trotz einer Seitwärtsbewegung beim Umsatz – wieder schwarze Zahlen zu schreiben. Hierzu haben beide Geschäftsfelder, Technologies und Media, mit einem positiven operativen Ergebnis beigetragen.

• Verhaltene Umsatzentwicklung

Auf der Erlösseite konnte auch OnVista sich den ungünstigen Umfeldbedingungen nicht entziehen. Im Geschäftsjahr 2002 erzielten wir einen **Konzern-Umsatz** von € 12,58 Mio. Damit lagen unsere Erlöse minimal (-0,2%) unter dem Vorjahreswert (€ 12,60 Mio.).

Konzern-Umsatz gehalten



Konzern-Umsatz in Mio. €
2002: 12,58 Konzern-Umsatz, 13,45 Gesamterträge aus operativer Tätigkeit (inkl. umsatz-äquivalenter Einkünfte von 0,87)

Das auf den ersten Blick stagnierende Umsatzvolumen relativiert sich jedoch, wenn man berücksichtigt, dass wir zusätzliche Einkünfte aus Lizenzverträgen in Höhe von € 0,87 Mio. erzielt haben, die nicht als Umsatz gebucht, sondern in der Position **sonstige betriebliche Erträge** ausgewiesen werden. Diese Einkünfte stammen aus

Lizenzgebühren, die Kunden für ihre inzwischen eingestellten Online-Auftritte vertragsgemäß an uns zahlten. Da zwar auf der einen Seite

ein Zahlungsstrom floss, auf der anderen Seite aber keine Leistung mehr erbracht wurde, sind diese Einkünfte als sonstige Erträge zu verbuchen. Die **gesamten Einkünfte aus operativer Tätigkeit**, inklusive der erwähnten € 0,87 Mio., lagen im Berichtsjahr bei € 13,45 Mio. – und damit noch immer deutlich unter unserer Prognose von € 14,5 bis 15 Mio.

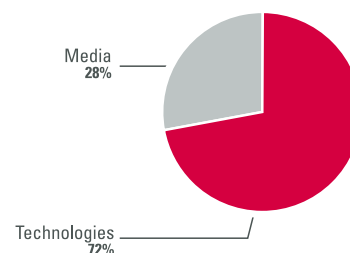
Der zum Vergleich herangezogene Vorjahresumsatz profitierte von einem zusätzlichen Sondereffekt: Er enthielt Erlöse aus nicht-monetären Geschäftsvorfällen in Höhe von € 0,73 Mio. Diese stammten aus einer Minderheitsbeteiligung, deren Kaufpreis wir 2001 über Media-volumen auf unserer Seite beglichen haben. Nach US GAAP werden solche Einkünfte in der Position Umsatz ausgewiesen, obwohl sie nicht mit einem Mittelzufluss korrespondieren. Ohne diesen Sondereffekt hätte der Vorjahresumsatz lediglich € 11,87 Mio. betragen.

Betrachtet man die Umsatzentwicklung bereinigt um die zwei beschriebenen Effekte, so ergibt sich von 2001 auf 2002 ein Zuwachs um 13 Prozent.

Der Konzern-Umsatz verteilte sich zu 72 Prozent auf das Geschäftsfeld Technologies und zu 28 Prozent auf das Geschäftsfeld Media. Ein Jahr zuvor war das Verhältnis noch 65:35.

Technologies umsatzstärkstes Geschäftsfeld

Umsatzaufteilung 2002 in Prozent



Ertragslage • Positives Ergebnis

Wie prognostiziert, ist OnVista 2002 in die Gewinnzone zurückgekehrt. So haben wir ein **Konzern-Ergebnis vor Steuern (EBT)** in Höhe von € 0,15 Mio. erwirtschaftet. Im stark durch Abschreibungen auf Finanzanlagen belasteten Jahr 2001 hatte der entsprechende Wert noch bei € -9,81 Mio. gelegen. Dass uns dies gelungen ist, obwohl sich unsere ursprünglichen Umsatzerwartungen nicht erfüllt haben, zeugt von der Effektivität unserer Restrukturierung. Das **EBIT** (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) war wie angekündigt negativ (€ -1,19 Mio.), hat sich aber im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum (€ -5,68 Mio.) stark verbessert. Noch deutlicher positiv als das Vorsteuer-Ergebnis war das **EBITDA** (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen). Nach € -2,56 Mio. im Vorjahr betrug es im Berichtszeitraum € 1,44 Mio.

Das **Konzern-Ergebnis nach Steuern** lag bei € 2,45 Mio. (Vorjahr: € -9,25 Mio.). Das hohe Plus ist rein bilanztechnischen Ursprungs und nicht das Resultat unserer Geschäftstätigkeit. Einziger Grund ist die Ausgliederung unserer beiden operativen Geschäftsfelder Technologies und Media in eigenständige GmbHs, die auf der einen Seite zur Auflösung aktiver latenter Steuern und auf der anderen zur Bildung aktiver latenter Steuern in der Konzern-Bilanz führte. Per Saldo wurden mehr latente Steuern gebildet als aufgelöst². Dies führte zu einem hoch positiven Nachsteuer-Ergebnis in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung. Dabei handelt es sich um einen einmaligen Effekt ohne materielle Auswirkung auf die wirtschaftliche Situation des Unternehmens. Weder erhalten wir eine tatsächliche Steuerrückzahlung, noch wird die Liquiditätssituation dadurch verändert.

• Kosten deutlich reduziert

Verantwortlich für die positive Entwicklung der Ergebnislage war ein konsequentes Kostenmanagement. So hatten wir bereits Mitte 2001 Restrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, deren Erfolg im Berichtsjahr zum Tragen kam. In erster Linie wurden Entwicklungsprojekte eingestellt, die kurzfristig keine Aussicht auf Profitabilität hatten. Darüber hinaus drosselten wir das Tempo der Internationalisierung und fokussierten uns im Ausland auf das Lizenzgeschäft. Verbunden mit

diesen Restrukturierungsmaßnahmen mussten wir 2001 erstmals in unserer jungen Unternehmensgeschichte bedauerlicherweise auch betriebsbedingte Entlassungen vornehmen. Diese wurden teilweise erst 2002 wirksam. Dabei haben wir darauf geachtet, unsere Kapazitäten der aktuellen Marktsituation anzupassen, ohne das langfristige Entwicklungspotenzial des Unternehmens zu gefährden.

Die **operativen Kosten**³ konnten im Geschäftsjahr 2002 auf € 15,06 Mio. gesenkt werden. Das sind € 1,92 Mio. oder 11 Prozent weniger als im Vorjahr (€ 16,98 Mio.). Der Blick auf die Kostenstruktur zeigt, dass es uns gelungen ist, sowohl bei den variablen als auch bei den Fixkosten zu sparen.

Besonders stark reduzieren konnten wir unsere **Herstellungskosten**, nämlich um € 0,71 Mio. (-10%). Sie stellen mit € 6,46 Mio. (Vorjahr: € 7,16 Mio.) nach wie vor unseren größten Kostenblock dar.

Obwohl wir unsere Vertriebsmannschaft im Laufe des Jahres ausgebaut haben, konnten wir auch bei den **Marketing- und Vertriebskosten** sichtbare Einsparungen vornehmen, nämlich um € 0,69 Mio. (-17%). Nur ein verschwindend geringer Anteil der insgesamt € 3,27 Mio. (Vorjahr: € 3,96 Mio.) entfiel auf externe Marketingausgaben. Auf teure Werbekampagnen haben wir wie in den Vorjahren vollständig verzichtet, mit geringen Budgets wurden Werbemittel wie Prospekte und Banner für die eigene Website intern erstellt sowie zwei erfolgreiche Messeauftritte durchgeführt.

Die **allgemeinen Verwaltungskosten** lagen im Berichtsjahr bei € 4,07 Mio. und damit exakt auf Vorjahresniveau.

Mit € 1,26 Mio. (Vorjahr: € 1,79 Mio.) fielen die **Forschungs- und Entwicklungskosten** gegenüber dem Vorjahr um € 0,52 Mio. (-29%). Diese GuV-Position besteht fast ausschließlich aus Personalaufwand bei der IT-Entwicklung sowie Abschreibungen auf selbst erstellte Software.

Ausschlaggebend für die Senkung der operativen Kosten war insbesondere der **Personalaufwand**, der sich im Berichtsjahr auf € 7,45 Mio. (Vorjahr: € 8,42 Mio.) verringerte. Das entspricht einem Rückgang von € 0,97 Mio. oder 11 Prozent.

² Siehe hierzu Erläuterungen zum Konzern-Jahresabschluss, Erläuterung 20

³ Summe aus Herstellungskosten, Marketing- und Vertriebskosten, Allgemeinen Verwaltungskosten sowie F&E-Kosten

Auch die **Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens** gingen um 6 Prozent auf € 2,63 Mio. (Vorjahr: € 2,77 Mio.) zurück. Personalaufwand und Abschreibungen verteilen sich nach dem in US GAAP üblichen Umsatzkostenverfahren in der Gewinn- und Verlustrechnung auf verschiedene Kostenpositionen.

Segmente

• Geschäftsfeld Technologies profitabel gewachsen

Das Geschäftsfeld Technologies umfasst das IT-Unternehmen OnVista Technologies GmbH und die dazugehörigen ausländischen Vertriebsgesellschaften. OnVista Technologies erhält von seinen Kunden auf Basis längerfristiger Verträge monatliche Lizenzgebühren, die sie für die Nutzung der IT-Plattform OnVista market data gateway oder die Inanspruchnahme darauf basierender Anwendungen entrichten.

Im Geschäftsfeld Technologies haben wir im Geschäftsjahr 2002 einen **Gesamtumsatz** von € 10,29 Mio. erzielt. Die **gesamten Einnahmen des Geschäftsfelds**, inklusive der bereits beschriebenen umsatzäquivalenten Einkünfte aus Lizenzverträgen, summierten sich im Berichtszeitraum auf € 11,16 Mio. Der **Außenumsatz**⁴ betrug € 9,07 Mio. und konnte gegenüber dem Vorjahr (€ 8,24 Mio.) um 10 Prozent gesteigert werden. Angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen werten wir es als Erfolg, dass es uns 2002 gelungen ist, im Geschäftsfeld Technologies schwarze Zahlen zu schreiben. Das **Vorsteuer-Ergebnis** lag bei € 0,63 Mio. Die Zahl der Lizenznehmer konnten wir von 51 (31. Dezember 2001) auf 59 zum Ende der Berichtsperiode steigern⁵.

• Geschäftsfeld Media ebenfalls mit schwarzen Zahlen

Das Geschäftsfeld Media umfasst die OnVista Media GmbH. Sie betreibt und vermarktet das Finanzportal www.onvista.de. Umsätze gene-

riert das Medienunternehmen über Werbung und Content-Kooperationen.

Im Berichtsjahr erzielte OnVista Media einen **Gesamtumsatz** von € 3,51 Mio. Der reine **Außenumsatz** lag bei € 3,43 Mio. Verglichen mit dem Vorjahreswert von € 4,37 Mio. ergibt sich ein Rückgang um 20 Prozent. Allerdings sind die Umsatzzahlen der beiden Jahre nicht direkt miteinander vergleichbar. Ohne den bereits beschriebenen Vorjahres-Sondereffekt hätte der Außenumsatz 2001 nur € 3,64 Mio. betragen. Auf dieser Grundlage verringert sich das Minus auf 5,8 Prozent. Entscheidend für uns ist jedoch, dass wir auch im Geschäftsfeld Media profitabel waren. Das **Vorsteuer-Ergebnis** betrug € 0,40 Mio. Damit ist www.onvista.de eines der wenigen Online-Angebote in Deutschland, das schwarze Zahlen schreibt. Insbesondere eine Umsatzrendite im zweistelligen Prozentbereich – im Berichtsjahr waren es 11 Prozent auf Vorsteuer-Basis – dürfte in der Branche nur selten erzielt werden.

Im Jahr 2002 behauptete unsere Website www.onvista.de erneut die Reichweiten-Marktführerschaft unter den bankenunabhängigen Finanzportalen im Internet. Eine führende Position im Wettbewerbsvergleich ist relevant, weil die Werbewirtschaft ihre Ausgaben auf die Top-Angebote eines Segments konzentriert. Im Dezember 2002 registrierte unser Portal 24,6 Mio. Seitenabrufe (PageImpressions gemäß IVW-Verfahren) und 3,7 Mio. Besuche (Visits). Auf dem zweiten Platz folgte mit großem Abstand Finanztreff.de (18,9 Mio. Seitenabrufe, 2,2 Mio. Besuche). Die drittplatzierte Finanzinformationsseite, Faz.net, erzielte 10,8 Mio. Seitenabrufe und 1,8 Mio. Besuche. Dabei verlor www.onvista.de, ebenso wie das gesamte Segment der Finanzportale, im Jahresverlauf an Reichweite. Im Dezember 2001 hatte die Website noch 32,8 Mio. Seitenabrufe und 5,8 Mio. Visits erreicht. Der Dezember ist aufgrund der geringen Anzahl der Börsenhandelstage saisonal bedingt der schwächste Monat. Im Jahresdurchschnitt 2002 erzielte www.onvista.de 33,6 Mio. Seitenabrufe

⁴ Die Summe aus Außenumsatz (außerhalb des Konzerns erzielte Erlöse) und Innenumsatz (mit Unternehmen des Konzerns erzielte Erlöse) ergibt den Gesamtumsatz eines Segments. Da wir für das Geschäftsjahr 2002 erstmals eine detaillierte Segmentberichterstattung vorlegen, gibt es lediglich für den Außenumsatz Vorjahresvergleichswerte.

⁵ Detaillierte Informationen zu neuen Kunden und Produkten sowie zur strategischen Ausrichtung der Geschäftsfelder Technologies und Media sind den gleichnamigen Kapiteln zu entnehmen (S. 26 bzw. S. 30).

und 4,3 Mio. Besuche. Die Reichweite ist allerdings nur eine indirekte Zielgröße für den kommerziellen Erfolg einer Website. In erster Linie kommt es darauf an, wie die vorhandene Reichweite an die Werbewirtschaft vermarktet und damit in Erlöse umgesetzt wird.

• Segment Corporate Services: Interne Dienstleistungen

Neben unseren beiden operativen Geschäftsfeldern gibt es das Segment Corporate Services, das im Wesentlichen aus der Holding OnVista AG besteht. Außerdem sind hier einige Beteiligungen angesiedelt, die entweder direkt oder indirekt über die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH gehalten werden. Das Segment erbringt in erster Linie zentrale Services für den Konzern, nämlich Accounting, Controlling, Investor Relations, Public Relations, Human Resources, Legal Affairs und IT-Support. Außerdem verwaltet Corporate Services den Finanzmittelbestand des Konzerns. Vor dem beschriebenen Hintergrund handelt es sich bei diesem Segment um ein Cost-Center.

• Vermögens- und Finanzlage • Gesunde Bilanzstruktur

Die **Bilanzsumme** lag am 31. Dezember 2002 bei € 43,10 Mio., nach € 41,27 Mio. zum Vorjahresstichtag. Die Bilanzstruktur hat sich gegenüber dem Vorjahr kaum verändert. Auf der Aktivseite manifestiert sich unsere nach wie vor komfortable Liquiditätslage. Der **Finanzmittelbestand**, der sich aus liquiden Mitteln und Wertpapieren des Umlaufvermögens zusammensetzt, betrug zum Stichtag € 27,46 Mio. Das sind 64 Prozent der Bilanzsumme (Vorjahr: 66%). 9 Prozent entfielen auf das **sonstige Umlaufvermögen** (Vorjahr: 12%), 27 Prozent auf das **Anlagevermögen** (Vorjahr: 22%). Die Passivseite ist geprägt durch die unverändert hohe **Eigenkapitalquote** von 94 Prozent (Vorjahr: 90%). Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** machten 6 Prozent (Vorjahr: 8%) der Bilanzsumme aus, **langfristige Verbindlichkeiten** waren nicht vorhanden (Vorjahr: 2%).

• Aktiva durch Bildung von latenten Steuern erhöht

Verantwortlich für den leichten Anstieg der Bilanzsumme um € 1,82 Mio. oder 4,4 Prozent war vor allem die Bildung von **langfristigen**

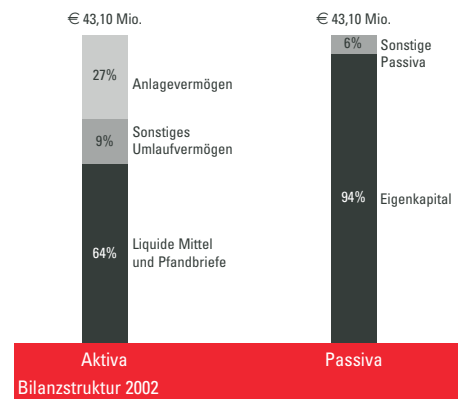
latenten Steuern in Höhe von € 4,06 Mio. (Vorjahr: € 0 Mio.) innerhalb des Anlagevermögens. Gleichzeitig wurden **kurzfristige latente Steuern** in Höhe von € 2,29 Mio. (-92%) innerhalb des Umlaufvermögens aufgelöst. Zum 31. Dezember 2002 betrug unsere kurzfristigen latenten Steuern noch

€ 0,19 Mio. Der wesentliche Auslöser für diese beiden gegenläufigen Effekte war die Ausgliederung der Teilbetriebe OnVista Technologies und OnVista Media in GmbHs und deren Auswirkung auf die Steuerbilanz der OnVista AG. Auf der einen Seite wurden die bisherigen Verlustvorträge durch Hebung von stillen Reserven (Aktivierung von Firmenwert) im Zuge der Ausgliederung genutzt. Der Wert des mit den Verlustvorträgen verbundenen zukünftigen steuerlichen Vorteils hatte sich in der Konzern-Bilanz 2001 in kurzfristigen aktiven latenten Steuern ausgedrückt, die nun aufgelöst wurden. Auf der anderen Seite fallen im Zusammenhang mit den aktivierten Firmenwerten in der Zukunft Goodwill-Abschreibungen an, die das Ergebnis in der Steuerbilanz mindern. Für den mit der Ergebnisminderung verbundenen künftigen Steuervorteil werden in der Konzern-Bilanz neue langfristige aktive latente Steuern in genannter Höhe angesetzt⁶.

Insgesamt verringerte sich das **Umlaufvermögen** um € 1,09 Mio. (-3,4%) auf € 31,29 Mio. (Vorjahr: € 32,37 Mio.). Die darin enthaltenen **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** betragen zum 31. Dezember 2002 € 2,29 Mio., nach € 1,07 Mio. zum Vorjahresstichtag.

Das gesamte **Anlagevermögen** wurde zum Ende des Berichtsjahres mit € 11,81 Mio. bewertet. Es erhöhte sich aufgrund der latenten Steuern im Vergleich zum 31. Dezember 2001 um € 2,91 Mio. (33%). Dabei ging der Wert der **Sachanlagen** um € 1,44 Mio. oder 33 Prozent zurück. Er betrug zum 31. Dezember 2002 € 2,92 Mio. (Vorjahr: € 4,37 Mio.). Auch der Buchwert der Finanzanlagen reduzierte sich nach dem Verkauf der Beteiligung an der financial.com AG um € 0,46 Mio.

Komfortable Liquiditätslage und hohe Eigenkapitalquote



⁶ Vgl. hierzu die Erläuterungen zum Konzern-Jahresabschluss, Erläuterung 20

auf € 0,78 Mio. (Vorjahr: € 1,24 Mio.). Da diese Beteiligung zum Restbuchwert veräußert wurde, wirkte sich der Verkauf ergebnisneutral aus.

• Passivseite weiterhin durch hohe Eigenkapitalquote gekennzeichnet

Auf der Passivseite erhöhte sich das **Eigenkapital** um 9 Prozent (€ 3,27 Mio.) auf € 40,40 Mio. (Vorjahr: € 37,14 Mio.). Hier wirkte sich das Nachsteuer-Ergebnis in Höhe von € 2,45 Mio. aus. Im Zuge der Verwendung des AG-Bilanzgewinns haben wir € 3,35 Mio. in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt. Insgesamt hat sich die Eigenkapitalquote auf 94 Prozent erhöht.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** sind um € 0,62 Mio. (-19%) auf € 2,69 Mio. (Vorjahr: € 3,31 Mio.) gefallen. Dabei konnten die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** trotz des gestiegenen Geschäftsvolumens abermals um 24 Prozent oder € 0,15 Mio. reduziert werden und betragen am 31. Dezember 2002 nur noch € 0,49 Mio.

Zum 31. Dezember 2002 wurden die **langfristigen Verbindlichkeiten** (Vorjahr: € 0,83 Mio.) vollständig abgebaut.

• Positiver Cash Flow

Im Geschäftsjahr 2002 haben wir – wie angekündigt – einen positiven Cash Flow erreicht. Der **Konzern-Cash Flow** lag bei € 1,16 Mio., nachdem er im Vorjahr mit € -5,77 Mio. deutlich negativ ausgefallen war. Die **liquiden Mittel** erhöhten sich im Laufe des Berichtsjahres auf € 5,01 Mio. (31. Dezember 2001: € 3,86 Mio.). In diesem Betrag nicht enthalten sind die jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe in Höhe von € 22,44 Mio. Diese stellen eine sehr sichere und gleichzeitig liquide Anlage dar, in die wir große Teile unseres Finanzmittelbestands investiert haben, werden aber in der Kapitalflussrechnung als Bestandsgröße definitionsgemäß nicht abgebildet. Der **Finanzmittelbestand** betrug zum 31. Dezember 2002 insgesamt

€ 27,46 Mio. und erhöhte sich leicht gegenüber dem Vorjahr (€ 27,27 Mio.).

Positiv war im Berichtsjahr auch der **Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit**. Er betrug € 0,37 Mio., nachdem wir im Vorjahr einen operativen Mittelabfluss (€ -1,06 Mio.) verzeichnet hatten.

Der **Cash Flow aus Investitionstätigkeit** betrug € 0,31 Mio. (Vorjahr: € -3,89 Mio.). Unsere ausgeprägte Innovationskraft, vor allem die Entwicklung eigener Software, schlug sich in **Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen** in Höhe von € 1,50 Mio. (Vorjahr: € 1,99 Mio.) nieder. Nach der Fertigstellung unseres Rechenzentrums im Jahr 2001 konnten wir die **Investitionen in das Sachanlagevermögen** im Berichtsjahr auf € 0,23 Mio. (Vorjahr: € 2,14 Mio.) merklich zurückfahren.

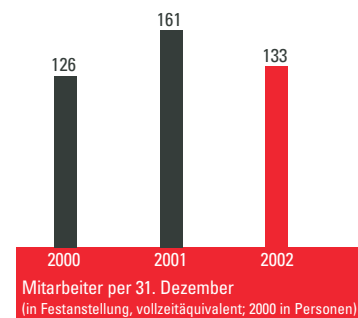
Der **Cash Flow der Finanzierungstätigkeit** betrug € 0,48 Mio., nach € -0,82 Mio. im Vorjahr.

• Mitarbeiter • Personalaufwand reduziert

Im Jahr 2002 beschäftigten wir im OnVista-Konzern durchschnittlich 138 Mitarbeiter⁷. Das entspricht einem Rückgang von 18 Mitarbeitern oder 11 Prozent gegenüber 2001 (156).

Am 31. Dezember 2002 waren 133 Mitarbeiter bei uns beschäftigt, nach 161 ein Jahr zuvor. Somit hat sich der Personalbestand in der Stichtagsbetrachtung um 28 Mitarbeiter bzw. 17 Prozent reduziert.

Mitarbeiterzahl an verhaltenes Umfeld angepasst



⁷ Die OnVista-Personalstatistik beruht seit 2002 auf einer vollzeitäquivalenten Zählung der fest angestellten Mitarbeiter, bis einschließlich 2001 berichteten wir über Personen unabhängig von den Arbeitszeiten. Die im Geschäftsbericht 2001 genannten Mitarbeiterzahlen (zum 31. Dezember und Jahresdurchschnitt) sowie die darauf beruhenden Kennzahlen (z.B. Pro-Kopf-Umsatz) wurden entsprechend angepasst.

Die rückläufige Mitarbeiterzahl ist eine Folge der Mitte 2001 ausgesprochenen Kündigungen, die teilweise erst im Berichtszeitraum wirksam wurden. Darüber hinaus haben wir gezielt die normale Fluktuation genutzt, um weitere Stellen abzubauen. Parallel dazu haben wir unseren Vertrieb vor allem im Geschäftsfeld Technologies weiter professionalisiert und durch einige neue Mitarbeiter ergänzt. Von den insgesamt 133 Mitarbeitern arbeiten rund 60 Prozent im Geschäftsfeld Technologies, jeweils rund 20 Prozent sind im Geschäftsfeld Media und im Segment Corporate Services tätig.

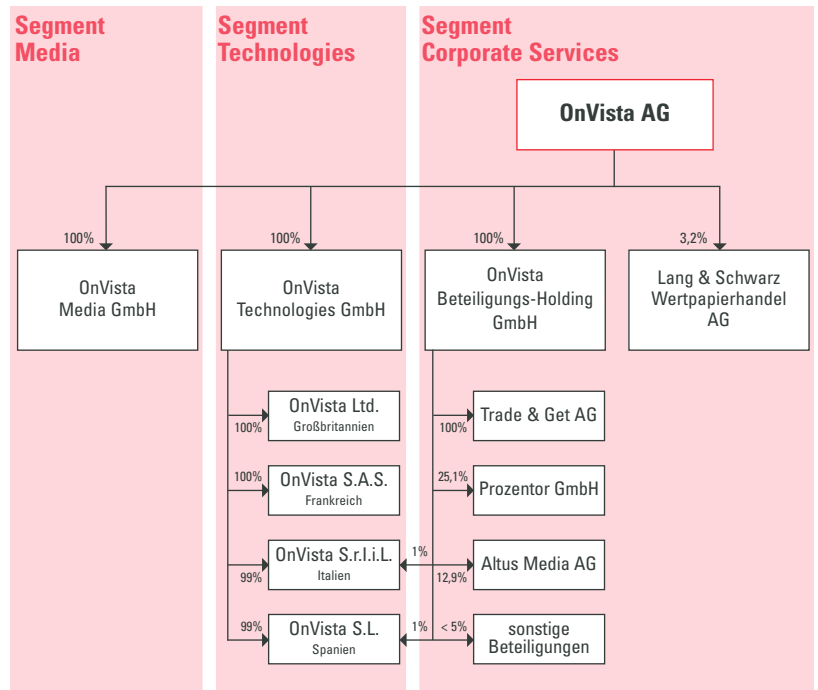
Damit konnten wir den **Personalaufwand** in geplanter Höhe vermindern. Er belief sich 2002 auf € 7,45 Mio., nach € 8,42 Mio. im Vorjahr. Das entspricht einem Minus von 11 Prozent. Die **Personalkostenquote** sank von 67 auf 59 Prozent des Umsatzes. Parallel zum Stellenabbau ist es uns gelungen, unsere Produktivität zu steigern: Jeder fest angestellte Mitarbeiter setzte T€ 91 um. Im Vorjahr hatte der **Pro-Kopf-Umsatz** bei T€ 81 gelegen.

Beteiligungen

• Ausgliederung des Kerngeschäfts in eigenständige Gesellschaften vollzogen

Die bedeutendste Änderung in der Konzernstruktur der OnVista-Gruppe hat sich im Berichtsjahr durch die juristische Verselbstständigung unserer beiden operativen Geschäftsfelder ergeben. Das Geschäftsfeld Technologies (früher: Geschäftsfeld Lizenzen) wurde in die dafür gegründete **OnVista Technologies GmbH** eingebracht, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der OnVista AG. Auf dem gleichen Wege ist aus dem bisherigen Geschäftsfeld Media (früher: Geschäftsfeld Portal) die **OnVista Media GmbH** hervorgegangen, ebenfalls ein neu gegründetes, hundertprozentiges Tochterunternehmen der OnVista AG. Letztere ist nun eine reine Holding, die die Konzernstrategie steuert sowie zentrale Dienstleistungen für die Gruppe wahrnimmt. Der Vorstand der OnVista AG nimmt in Personalunion die Geschäftsführung der beiden GmbHs wahr. Die operativen Zuständigkeiten im Vorstand haben sich dadurch nicht geändert.

Mit der Eintragung der Ausgliederung in die Handelsregister der beiden GmbHs im September 2002 wurde die bereits Anfang 2001 vorgenom-



Konzernstruktur OnVista AG
(Stand: 31.12.2002)

mene organisatorische Trennung unserer Geschäftsfelder juristisch nachvollzogen. Ziel der Umgestaltung ist es, die Transparenz zu erhöhen und die Profitabilität beider Geschäftsfelder und damit des Gesamtunternehmens zu steigern. Als Folge der Umstrukturierung ist es uns für das Berichtsjahr erstmals möglich, eine detaillierte Segmentberichterstattung vorzulegen.

• Auslandsgesellschaften noch enger an Deutschland angebunden

Zusätzlich gibt es im OnVista-Konzern eine Reihe von in- und ausländischen Tochterfirmen. Diese werden entweder unmittelbar durch die OnVista AG oder über Tochterunternehmen gehalten. Noch enger an die OnVista Technologies GmbH angebunden haben wir unsere **Vertriebsgesellschaften in Großbritannien und Frankreich**. An OnVista Ltd. und OnVista S.A.S. halten wir nun jeweils 100 Prozent der Anteile (31. Dezember 2001: jeweils 90%), nachdem wir die bislang jeweils von den Geschäftsführern gehaltenen Anteile übernommen haben.

Zu den vollkonsolidierten Beteiligungen zählt neben unseren Auslandstöchtern auch die **Trade & Get AG**. Im Geschäftsjahr 2002 haben wir unseren über die OnVista Beteiligungs-

Holding GmbH gehaltenen Anteil an diesem Unternehmen von 88 auf 100 Prozent aufgestockt. Gleichzeitig wurde die Trade & Get AG mit der OnVista Media GmbH enger organisatorisch und personell verbunden, insbesondere um vertriebliche Synergien zu nutzen. Trade & Get betreibt ein Prämienprogramm für den Wertpapierhandel. Das Unternehmen mit Sitz in Köln bietet Privatanlegern Prämiegutschriften für jede Transaktion, die über einen Trade & Get-Kooperationspartner abgewickelt wird. Damit spricht Trade & Get zu einem großen Teil die gleichen User sowie die gleichen Kunden und Partner an wie OnVista Media.

• Geringfügige Änderungen bei Minderheitsbeteiligungen

Geringfügige Änderungen gab es auch bei den at-cost bilanzierten Beteiligungen PROZENTOR GmbH und ALTUS Media AG. Anfang 2002 hat die **PROZENTOR GmbH** eine Kapitalerhöhung beschlossen, an der sich OnVista nicht beteiligt hat. In der Folge hat sich der Anteil der OnVista Beteiligungs-Holding GmbH auf 25,1 Prozent (31. Dezember 2001: 33,3%) reduziert. Das Berliner Unternehmen entwickelt komplexe Börsenprognosen für webbasierte Anwendungen.

Unser über die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH gehaltener Anteil an der **ALTUS Media AG** hat sich durch den Erwerb von 620 auf den Namen lautenden Stückaktien, die Teilnahme an einer beschlossenen, bislang noch nicht eingetragenen Kapitalerhöhung sowie die Abtretung von Anteilen an einen weiteren Gesellschafter der ALTUS Media AG im Berichtsjahr von 12,4 auf 12,9 Prozent erhöht. Darüber hinaus wurden Wandelschuldverschreibungen zum Gesamtausgabebetrag in Höhe von € 0,21 Mio. gezeichnet. Sowohl auf die neu erworbenen Anteile als auch auf die Wandelschuldverschreibungen wurde eine Wertberichtigung in Höhe von insgesamt € 0,22 Mio. vorgenommen. Der Restbuchwert der Anteile sowie der Wandelschuldverschreibung beträgt zum 31. Dezember 2002 € 0. ALTUS Media ist ein Streaming-Media-Unternehmen mit

Sitz in Berlin, das auf Ton- und Bild-Übertragungen im Internet spezialisiert ist.

Unsere zehnpromtente Beteiligung an der **financial.com AG**, München, hatten wir bereits Ende 2001 mit aufschiebender Bedingung der Zahlung der vereinbarten Kaufpreistraten veräußert. Nachdem die ausstehenden Zahlungen im Geschäftsjahr 2002 eingegangen sind, wurde der Verkauf wirksam.

Der Anteil an dem Finanzdienstleister **Lang & Schwarz Wertpapierhandel AG** beträgt unverändert 3,2 Prozent. Hinzu kommen sonstige Minderheitsbeteiligungen unter 5 Prozent, die für uns reine Finanzinvestitionen ohne strategischen Hintergrund darstellen. Im Geschäftsjahr 2002 wurden keine neuen Akquisitionen getätigt.

Der Buchwert unserer Beteiligungen lag am 31. Dezember 2002 bei € 0,78 Mio. Zum Vorjahresstichtag waren noch € 1,24 Mio. aktiviert. Grund für die Reduzierung ist der Verkauf der financial.com AG. Da die Beteiligung zum Restbuchwert veräußert wurde, wirkte sich der Verkauf ergebnisneutral aus.

Forschung und Entwicklung • Weitere Anwendungsmöglichkeiten des market data gateway geschaffen

Innovationskraft ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren eines IT-Unternehmens. Auch im Jahr 2002 haben wir insbesondere im Geschäftsfeld OnVista Technologies intensiv in die Entwicklung unserer Technologien und Produkte investiert. Der Schwerpunkt unserer Anstrengungen lag im Berichtsjahr darin, unsere IT-Plattform OnVista market data gateway weiterzuentwickeln und die Anwendungsmöglichkeiten dieser Basis-Technologie zu erweitern. Das Ziel: Wir wollen das Ertragspotenzial des OnVista market data gateway noch besser ausschöpfen.

Ein Meilenstein hierbei war die Entwicklung der OnVista Push-Technologie. Mit ihr aktualisieren sich dynamische Informationen wie Kursdaten

automatisch. Die darauf basierende OnVista LiveHTML-Technologie vereint die Vorteile der HTML-Programmierung mit den dynamischen Möglichkeiten moderner Java-Tools. Sie ermöglicht es, Push-Informationen in webbasierten Anwendungen einzusetzen – somit entfallen der manuelle Seiten-Neuaufbau und die damit verbundenen Ladezeiten. Darüber hinaus haben wir weitere Schnittstellen programmiert, über die unsere Kunden und Partner Zugang zum OnVista market data gateway erhalten. Nachdem wir 2001 mit einer standardisierten XML-Schnittstelle gestartet waren – XML ist ein universelles Datenaustauschformat –, haben wir 2002 unser Angebot an APIs, also spezifischen Schnittstellen für jeweils eine bestimmte Programmiersprache, erweitert. So gibt es seit 2002 zusätzlich zur PHP-API auch eine Java-API. Geplant ist, in Kürze APIs für alle gängigen Entwicklungsumgebungen anbieten zu können.

Eine weitere wichtige Entwicklung war unser webbasiertes Marktinformationssystem market.pilot. Mit diesem massenfähigen Standardprodukt bieten wir erstmals eine Lösung für das Segment der preisgünstigen bankinternen Anwendungen.

• Besseres Handling der Website durch Administrations- und Reporting-Tool

Im Geschäftsfeld Media haben wir 2002 zum einen unser Finanzportal für den User weiter optimiert und zum anderen verschiedene Tools geschaffen, die die technische Handhabung unserer Website für uns und unsere Werbekunden komfortabler und effizienter gestalten. Zu nennen ist in diesem Zusammenhang unser umfangreiches Administrations-Tool, das beispielsweise das Platzieren von Werbemitteln erleichtert und diverse Controlling- und Reporting-Funktionalitäten enthält. Letztere ermöglichen es uns, so genannte Performance-Marketing-Aktivitäten zu steuern und abzurechnen. Und: Sie sind die Voraussetzung für ein kompetentes Kampagnen-Management, wie wir es unseren Kunden anbieten. Auch haben wir eine Schnittstelle für Werbekunden eingerichtet, über die sie Microsites, also von ihnen gesponserte Internetseiten innerhalb unseres Finanzportals, selbstständig mit Informationen bestücken können. Ausgebaut haben wir zudem unser internes Content-Management-System.

Im Zuge der Weiterentwicklung unserer Website informieren wir – als exklusiver Partner in Deutschland – jetzt auch über ClickOptions, eine neue Generation von Derivate-Produkten, die die Société Générale 2002 gelauncht hat. Darüber hinaus haben wir bestehende Informationsrubriken weiterentwickelt und um neue Analyse-möglichkeiten erweitert, beispielsweise Fonds (u.a. Integration von XTFs, also börsengehandelten Fonds), News (übersichtlichere Rubrikierung, bessere Suchmöglichkeiten) und Derivate (Realtime-Push-Kurse ausgewählter Optionschein- und Zertifikate-Emittenten). Auch die Portfolio- und Watchlist-Funktionalitäten von www.onvista.de haben wir deutlich verbessert. Gewidmet haben wir uns zuletzt der Entwicklung eines Anleihen-Tools, das voraussichtlich im zweiten Quartal 2003 starten wird. Wir priorisieren unsere Entwicklungsarbeit stets nach Umsatz- und Ertragsaspekten. Voraussetzung für eine Innovation auf unserer Website ist, dass sie einerseits für unsere User interessant ist und andererseits Refinanzierungsmöglichkeiten bietet, sei es über Werbung, Content-Kooperationen oder vom User zu entrichtende Nutzungsgebühren.

Die gesamten F&E-Kosten des OnVista-Konzerns beliefen sich im vergangenen Jahr auf € 1,26 Mio. (Vorjahr: € 1,79 Mio.), was einem Umsatzanteil von 10 Prozent (Vorjahr: 14%) entspricht. Zum Jahresende 2002 gab es 26 Mitarbeiter im OnVista-Konzern, die einen Teil ihrer Kapazitäten auf F&E-Tätigkeiten verwendeten.

Umweltbericht

Eine gesonderte Berichterstattung zum Thema Umwelt erfolgt nicht, da aus der Geschäftstätigkeit von OnVista keine Umweltrisiken resultieren.

Risikobericht

• Funktionierendes Risikomanagementsystem

Das schlechte gesamtwirtschaftliche Umfeld und die schwierige Branchensituation im Jahr 2002 haben einmal mehr deutlich gemacht, wie wichtig ein funktionierendes Risikomanagementsystem gerade für ein junges Unternehmen wie OnVista ist. Wir haben bereits vor dem Börsengang ein System eingeführt, das es uns ermöglicht, frühzeitig den Eintritt von Risiken zu erkennen und notwendige Gegenmaßnahmen einzuleiten.

• Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen und Absatzrisiken abgedeckt

Im Geschäftsfeld Technologies bestehen die größten Risiken auch weiterhin im Absatzbereich. Zu nennen sind hier insbesondere der mögliche Verlust von Großkunden und eine stärkere Konzentration auf der Abnehmerseite. Grundsätzlich hat sich die Eintrittswahrscheinlichkeit der Absatzrisiken aufgrund der anhaltend schlechten wirtschaftlichen Situation insbesondere in der Branche der Finanzdienstleister im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Wir haben hierauf frühzeitig reagiert, indem wir zum einen verstärkt in unseren Vertrieb investiert und zum anderen unsere technologische Plattform weiter ausgebaut haben. Ein Ergebnis unserer technologischen Investitionen ist der OnVista market data gateway, ein weiteres ist das speziell für die Bedürfnisse von professionellen Wertpapierberatern entwickelte Börseninformationssystem market.pilot. Damit haben wir die Voraussetzungen dafür geschaffen, zum einen auch weiterhin für die großen Finanzdienstleister als Partner für Komplettlösungen interessant zu sein und zum anderen einen Zugang zu kleineren Unternehmen durch standardisierte Produkte zu bekommen. Das Risiko einer zu großen Abhängigkeit von einem oder wenigen Großkunden wird somit weiter verringert. Die Verbreiterung unserer Kundenbasis verbunden mit einer Steigerung unseres Lizenzumsatzes im Jahr 2002 sind ein deutlicher Indikator dafür, dass wir durch die rechtzeitige Einleitung von Gegenmaßnahmen dazu in der Lage sind, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten unsere Marktposition zu halten.

Im Geschäftsfeld Media führte die nachhaltige Börsenbaisse zu einem allgemein nachlassenden Interesse an Finanzdaten und damit zu einem weiteren Rückgang der Reichweite unseres Finanzportals www.onvista.de. Hinzu kam die ausbleibende Dynamik am Werbemarkt. Diese Absatzrisiken haben wir frühzeitig erkannt. Wir sind ihnen zum einen durch eine Erweiterung unseres Informationsangebotes und zum

anderen durch den Ausbau unserer Vermarktungskompetenz begegnet. Eine wesentliche Neuerung auf www.onvista.de ist das Anfang 2002 gestartete Zertifikate-Tool, das sowohl bei Usern als auch bei Werbekunden auf hervorragende Resonanz stößt. Mit dieser und weiteren umsatz- und ertragsorientierten Innovationen ist es uns gelungen, auch im Jahr 2002 Marktführer unter den bankenunabhängigen Portalen zu bleiben. Ausschlaggebend war aber insbesondere unser Vermarktungs-Ansatz: Wir beraten unsere Kunden umfassend bei der Planung und Platzierung ihrer Kampagnen, um deren Effektivität zu erhöhen. Durch beide Maßnahmen ist es uns gelungen, unsere Werbeumsätze zu konsolidieren und somit die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen und absatzbedingten Risiken für das Geschäftsfeld Media deutlich abzumildern.

• Keine wesentlichen technischen, Innovations- oder Beschaffungsrisiken

Neben den beschriebenen Risiken aus dem Absatzbereich und aus der allgemeinen konjunkturellen Lage sind wir darüber hinaus technischen Risiken, Innovationsrisiken, Beschaffungsrisiken und sonstigen Risiken, z.B. rechtlicher Art oder aus dem Bereich Mitarbeiter, ausgesetzt. Zu nennen sind hier beispielhaft die Funktionsfähigkeit und Sicherheit unserer IT-Infrastruktur (technisches Risiko), die Abhängigkeit von Lieferanten (Beschaffungsrisiko) oder eine Verlangsamung der Innovationsrate bzw. Verschlechterung der Innovationsqualität (Innovationsrisiko). In keinem dieser Bereiche existieren jedoch Risiken, die eine akute Existenzbedrohung für den OnVista-Konzern darstellen könnten.

Während sich die gesamtwirtschaftlichen und absatzbedingten Risiken gegenüber dem Vorjahr erhöht haben, stellt sich die Risikosituation in den übrigen Bereichen eher verbessert dar. Insgesamt ist jedoch für den OnVista-Konzern eine leichte Zunahme des Gesamtrisikos, das im Rahmen des Risikomanagementprozesses fortlaufend beobachtet und bewertet wird, festzustellen.

Nachtragsbericht

• Kleinere Änderungen im Beteiligungsbereich

Anfang 2003 hat die OnVista AG die **IFVB Institut für Vermögensbildung GmbH** mit Sitz in Köln übernommen. IFVB erstellt und vertreibt einen wöchentlichen Börsenbrief sowie Unternehmensanalysen auf Basis der Fundamentalanalyse. OnVista Media hatte bereits seit 2002 mit der Gesellschaft kooperiert und den kostenpflichtigen Börsenbrief unter der Marke OnVista Investorenbrief über die eigene Website vertrieben. Durch die Übernahme können wir die Produkte der IFVB stärker in die Marketing- und Vertriebsaktivitäten von OnVista Media integrieren und die Synergiepotenziale besser ausschöpfen. Ziel der Akquisition ist es, neben Online-Werbung und Content-Kooperationen eine weitere Einnahmequelle aufzubauen, die über das Abonnement-Modell einen kontinuierlichen und gut planbaren Erlösstrom sichert. Aufgrund des niedrigen Kaufpreises im lediglich fünfstelligen Bereich und des geringen Fixkostenblocks im laufenden Geschäft sind die mit der Akquisition verbundenen finanziellen Risiken äußerst gering, die strategischen Optionen für OnVista Media dagegen vielversprechend.

Anfang 2003 hat unsere Minderheitsbeteiligung **ALTUS Media AG** einen Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens gestellt. Da der Buchwert der Beteiligung bereits vollständig abgeschrieben worden ist, entsteht im laufenden Geschäftsjahr 2003 kein weiterer Abschreibungsbedarf.

Ausblick

• Positiver Langfrist-Trend bei Finanzen und Internet

Trotz der derzeit merklich erschwerten Lage auf den Absatzmärkten von OnVista gelten unverändert zwei Megatrends, die die Rahmenbedingungen unserer Geschäftstätigkeit wesentlich prägen. Das ist zum ersten das mittel- und langfristige steigende Interesse an Finanz- und Geldanlagethemen. Zurückzuführen ist es vor allem auf das wachsende Vermögen der sogenannten Erbgeneration und den zunehmenden Bedarf an privater Altersvorsorge in Deutschland. Das gilt für Investments wie Immobilien oder Lebensver-

sicherungen, aber auch für den Kapitalmarkt und mündete in der zweiten Hälfte der 90er Jahre in einer aufblühenden Aktienkultur. Auch wenn die Zahl der Aktionäre seit dem Höchststand im Jahr 2001 leicht zurückgegangen ist, ist sie im Fünf-Jahres-Vergleich stark gestiegen: Im zweiten Halbjahr 2002 waren 11,5 Mio. Deutsche, also knapp 18 Prozent aller über 14-Jährigen, direkt oder indirekt über Fonds in Aktien investiert. Damit hat sich die Zahl der Aktionäre in Deutschland seit 1997 (5,6 Mio. Anleger) mehr als verdoppelt. Diesen Langfrist-Trend kann auch die derzeit gedämpfte Börsenstimmung nicht umkehren.

Der zweite Megatrend, der zumindest für unser Geschäftsfeld Media und Teile unseres Geschäftsfelds Technologies bedeutsam ist, ist die steigende Popularität des Internets. Ende 2002 waren nach der vom Marktforschungsinstitut forsa durchgeführten Studie „@facts“⁸ 52 Prozent der Bundesbürger oder 33,2 Mio. ab 14 Jahren online. Das entspricht einer Zunahme von 5,2 Mio. oder 18 Prozent allein innerhalb eines Jahres. Ein Ende des Wachstums ist noch nicht absehbar. Mit diesem Verbreitungsgrad liegt Deutschland leicht über dem EU-Durchschnitt. Die anderen europäischen Länder weisen ähnliche Steigerungsraten auf.

• 2003 weiterhin negative Umfeldbedingungen

Kurz- und möglicherweise mittelfristig werden diese Trends jedoch von der weltweiten Konjunkturkrise überlagert. So erwarten wir 2003 noch keine Besserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die aktuelle Lage ist durch starke Unsicherheiten gekennzeichnet. Die Folgen des Irakkriegs auf die Weltwirtschaft und der Einfluss der innenpolitischen Reformen in Deutschland sind kaum absehbar. Für Deutschland prognostizieren die Wirtschaftsforschungsinstitute 2003 allenfalls ein Wachstum von unter einem Prozent, einige halten sogar eine Rezession für nicht ausgeschlossen. Auch auf unseren Absatzmärkten gibt es keine Anzeichen für eine dauerhafte Besserung: Der Kapitalmarkt befindet sich nach wie vor in der Baisse, die Bankenkrise hält an, und die Werte zu Jahresbeginn 2003 lassen nicht auf ein Anziehen der Werbekonjunktur schließen.

⁸ @facts ist die größte kontinuierliche Repräsentativ-Befragung zum Internet-Nutzungsverhalten in Deutschland. Sie wird seit Dezember 1998 durchgeführt.

• Geschäftsfeld Technologies: market data gateway als Schlüssel zur Gewinnung neuer Kunden

Unser Hauptziel im Geschäftsfeld Technologies im Geschäftsjahr 2003 ist, die Vorteile des OnVista market data gateway⁹ für unsere Kunden noch klarer zu kommunizieren, das Verständnis bei den potenziellen Abnehmern auszubauen und hierdurch Neugeschäft zu akquirieren. Bekannt sind wir vor allem für das Erstellen individueller Finanz-Websites, u.a. für Online-Broker. Mit dem market data gateway haben wir allerdings eine Datenbank-Plattform geschaffen, die zwar Internet-Technologie anwendet, deren Leistungsfähigkeit aber deutlich über die Nutzung für Websites hinausgeht und noch bei weitem nicht ausgeschöpft ist. Um unser Ziel zu realisieren, werden wir unsere Vertriebsaktivitäten weiter ausbauen.

Auf Basis des market data gateway sind wir nun auch Ansprechpartner für große Outsourcing-Projekte von Banken, Börsen, Fondsgesellschaften und anderen Finanzdienstleistern in ganz Europa. Anders als die meisten unserer Wettbewerber, die sich nach wie vor auf die Lieferung von Daten und den Bau von Frontend-Applikationen konzentrieren, versuchen wir gezielt, unsere selbst entwickelte Technologie zur Distribution von Finanzmarktdaten jeglicher Herkunft und jeglichen Formats zu vermarkten, insbesondere für den Backend-Bereich von Finanzdienstleistern. In diesem Zusammenhang bieten der Zwang der Finanzdienstleister zur Kostensenkung und der Trend zum Outsourcing von außerhalb des Kerngeschäfts liegenden Aktivitäten eine große Chance für OnVista, denn wir sind in der Lage, hierzu einen wesentlichen Beitrag zu leisten.

⁹ Siehe hierzu S. 28 f.

• Fokus auf unternehmensinterne Informationslösungen

Aber auch bei Produkten für den Frontend-Bereich, also fertigen Anwendungen, haben wir unsere ursprüngliche Ausrichtung modifiziert. War OnVista bis Anfang 2001 ausschließlich mit der Erstellung von Anwendungen für Privatanleger im Markt präsent, also die Endkunden unserer Kunden, schöpfen wir unser Potenzial nun weiter aus und entwickeln vielfältige Lösungen auch für interne Informationssysteme von Finanzdienstleistern. Wir sind bestrebt, in diesem für uns noch recht neuen Bereich größere Marktanteile zu gewinnen, zum einen über individuelle Projekte, zum anderen über die Vermarktung von preisgünstigen Standardprodukten. Beispielsweise soll unser 2002 eingeführtes Börseninformationssystem market.pilot, das sich in erster Linie an Wertpapierberater in Banken und Sparkassen richtet und mit dem wir bereits erfreuliche Verkaufserfolge erzielen, weiter verbreitet werden. Aufbauend auf der Basisversion werden wir Zusatzpakete und auf bestimmte Zielgruppen zugeschnittene Editionen entwickeln, um das Produkt weiter zu verbreiten. Beispielsweise planen wir, im April die market.pilot makler edition einzuführen, eine Version, die den besonderen Anforderungen von Börsenmaklern gerecht wird.

Trotz allem wird es angesichts der beschriebenen Rahmenbedingungen schwierig sein, 2003 nennenswerte Umsatzsteigerungen zu erzielen. Wir befinden uns derzeit in erfolgversprechenden Verhandlungen mit mehreren Kunden. Jedoch haben sich die Entscheidungszeiten für IT-Investitionen bei Finanzdienstleistern wesentlich verlängert. Wir werden alles daran setzen, den durch sinkende Marktpreise und eventuelle Kündigungen entgehenden Umsatz kurzfristig über Neugeschäft zu kompensieren bzw. zu überkompensieren. Im aktuellen Marktumfeld ist jedoch nicht sicher zu prognostizieren, inwieweit uns dies gelingen wird. In jedem Fall bleiben wir unserer in erster Linie ertrags- und nicht umsatzorientierten Geschäftspolitik treu.

• **Geschäftsfeld Media: Umsatz- und ertragsorientierte Innovationen**

Im Geschäftsfeld Media wollen wir unsere Strategie der umsatz- und ertragsorientierten Innovationen, die wir für einen entscheidenden Erfolgsfaktor halten, fortführen. Das heißt, wir streben für unser Finanzportal zwar weiterhin eine hohe Reichweite und vor allem eine führende Position unter den bankenunabhängigen Finanzportalen in Deutschland an. Jedoch ist die Zahl der Seitenabrufe nur eine indirekte Zielgröße für uns, unsere Bemühungen sind in erster Linie auf direkten wirtschaftlichen Erfolg ausgerichtet. Daher geben wir auch in Zukunft konsequent Neuerungen Priorität, die sowohl den Interessen unserer User als auch denen unserer Werbekunden gerecht werden oder aber unmittelbare Einnahmen mit sich bringen. Unter dieser Prämisse sind auch für 2003 etliche kleinere und einige größere Neuentwicklungen geplant.

• **Ausbau des Direktmarketing-Angebots**

Bei der Beratung unserer Werbekunden werden wir verstärkt auf Direktmarketing-Konzepte setzen, mit denen wir bereits 2002 auf große Resonanz gestoßen sind. Hierbei unterstützen wir Kunden dabei, mit Hilfe unserer Website Wünsche ihrer Zielgruppe zu ermitteln, Adressen zu generieren oder Neukunden für ihre Produkte zu gewinnen. Das Ziel ist stets der messbare Werbeerfolg. Damit nutzen wir die Vorteile des Mediums Internet – Interaktivität, Aktualität und Schnelligkeit – auf ideale Weise.

Mit diesem Ansatz sind wir auf gutem Wege, den profitablen Kurs unseres Portals fortzuführen, wobei auch hier im Geschäftsjahr 2003 keine starken Umsatzsteigerungen zu erwarten sind.

• **Europa: Fokus auf Lizenzgeschäft**

Die Marktlage in Europa unterscheidet sich nicht wesentlich von der in Deutschland. Daher verfolgen wir – mit geringem Aufwand und wenig Personal außerhalb Deutschlands – eine Politik der kleinen, gut finanzierbaren Schritte. Im Auslandsgeschäft konzentrieren wir uns 2003 weiterhin auf das Lizenzgeschäft, das auch auf internationaler Ebene dem Geschäftsfeld Technologies zugeordnet ist. Erste Vertriebsfolge zeugen von unserer internationa-

len Wettbewerbsfähigkeit. Sobald sich das Marktumfeld bessert, werden wir auch unsere internationalen Aktivitäten forcieren.

• **Mittelfristig Wachstumspotenzial**

Was konkrete Zahlenprognosen für 2003 angeht, so sind wir zu diesem Zeitpunkt bewusst zurückhaltend. Zu unkalkulierbar sind auf der einen Seite die Auswirkungen von Krieg und möglichen innenpolitischen Reformen auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung und auf der anderen Seite die Folgen der Bankenkrise auf unsere Nachfragesituation und damit den für OnVista zu erwartenden Umsatz.

Unabhängig von der konjunkturellen Lage sind wir sowohl auf der Produkt- als auch auf der Kostenseite gut aufgestellt. Mit Investitionen werden wir, bis sich die wirtschaftliche Situation ändert, sehr vorsichtig umgehen, um unsere Kostenstruktur – nach der erfolgreichen Restrukturierung – auf dem aktuellen, niedrigen Niveau zu halten. Die auf unseren Hauptkostenblock Personalaufwand wirkende Personalplanung sieht keine wesentlichen Veränderungen vor.

Insgesamt dürften die Umsatz- und Ergebnissteigerungsmöglichkeiten im Geschäftsjahr 2003 begrenzt sein. Auch Stagnation oder Einbußen können wir nicht vollkommen ausschließen. Wir sind aber überzeugt, dass wir mittelfristig überdurchschnittlich von einem Aufschwung profitieren.



Schlüsselfertig.

Marktposition ausgebaut

• Profitables Wachstum

Als ein führender europäischer Systemanbieter im Bereich Finanzmarktinformationen war die OnVista Technologies GmbH¹ im Geschäftsjahr 2002 mit einer schwierigen Marktlage konfrontiert: Unsere Zielkunden, die vor allem aus dem Bereich der Finanzdienstleister kommen, haben ihre Investitionen konjunkturbedingt vielfach eingefroren oder sogar zurückgefahren.

Dennoch ist es uns 2002 gelungen, im Geschäftsfeld Technologies schwarze Zahlen zu schreiben. Das **Vorsteuer-Ergebnis** lag bei € 0,63 Mio.

Im Berichtsjahr haben wir einen **Gesamtumsatz** von € 10,29 Mio. erzielt. Die gesamten **Einnahmen** des Geschäftsfelds, inklusive der im Lagebericht beschriebenen umsatzäquivalenten Einkünfte aus Lizenzverträgen, summierten sich auf € 11,16 Mio.

Die Umsatzentwicklung des Geschäftsfelds lässt sich lediglich am **Außenumsatz** darstellen². Er betrug € 9,07 Mio. Das waren 10 Prozent mehr als im Vorjahr (€ 8,24 Mio.), was wir angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen als Erfolg werten. Damit hat der Anteil des Technologies-Umsatzes am Konzern-Umsatz von € 12,58 Mio. erwartungsgemäß weiter zugenommen. Er beträgt jetzt 72 Prozent (2001: 65 %).

• Wettbewerbsvorsprung durch einzigartigen OnVista market data gateway

Das Herzstück von OnVista Technologies stellt der OnVista market data gateway dar, eine umfangreiche, auf modernster Technologie basierende Datenbank-Plattform. Der OnVista market data gateway bietet über flexible Schnittstellen Zugang zu einem breiten, aus den unterschiedlichsten Quellen konsolidierten Finanzmarktdatenstrom. Die Plattform ist lieferantenunabhängig, das

¹ Die OnVista Technologies GmbH ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der OnVista AG. Sie ist aus unserem bisherigen Geschäftsfeld Lizenzen (inzwischen: Geschäftsfeld Technologies) hervorgegangen, das im Berichtsjahr juristisch verselbstständigt wurde.

² Da wir für 2002 erstmals eine detaillierte Segmentberichterstattung aufstellen, liegt lediglich zum Außenumsatz ein Vorjahresvergleichswert vor.

Geschäftsfeld Technologies

heißt, es kann grundsätzlich jeder Anbieter digitaler Daten integriert werden. Derzeit sind bereits 40 renommierte Lieferanten angeschlossen. Via Internet gelangen die jeweils benötigten Informationen in jede beliebige technische Umgebung und können mit eigenen Inhalten eines Kunden sowie mit Content von Drittanbietern verknüpft werden. Der OnVista market data gateway speist Websites, Intranets und andere Anwendungen unserer Kunden, von denen wir auf Basis längerfristiger Verträge monatliche Lizenzgebühren erhalten. Beispielsweise ist auch die von OnVista Media betriebene Website www.onvista.de daran angebunden.

Der OnVista market data gateway ist der Schlüssel zu mehr Effizienz bei unseren Kunden: Zum einen lassen sich dadurch IT-, Daten- und Personalkosten in signifikanter Höhe einsparen, denn er erfüllt bereits im Rechenzentrum von OnVista Aufgaben (z.B. Harmonisierung und Qualitätssicherung verschiedenster Rohdaten), die bislang mit großem Aufwand von unseren Kunden selbst gelöst werden mussten. Zum anderen sinken die Kosten der Datenbeschaffung, weil Daten und Applikationen klar voneinander getrennt sind und Kunden nur noch die Daten bezahlen, die sie auch tatsächlich benötigen. Die Plattform ist aber nicht nur die Basis für die Bereitstellung von Daten und Applikationen. Auch einzelne Komponenten der Technologie können in die IT-Architektur unserer Kunden integriert werden. Mit dem OnVista market data gateway verfügen wir über einen klaren Wettbewerbsvorsprung.

Im Zwang der Finanzdienstleister zur Ausgaben-senkung erkennen wir eine große Chance für OnVista, denn wir sind in der Lage, hierzu einen wesentlichen Beitrag zu leisten. So nutzt beispielsweise die Consors Discountbroker AG – bereits seit 1999 unser Geschäftspartner – seit 2002 diese Plattform und rechnet damit, ihre Gesamtkosten für die Bereitstellung von Markt-datenapplikationen um rund die Hälfte reduzieren zu können.

• Neuer Fokus auf interne Informationssysteme

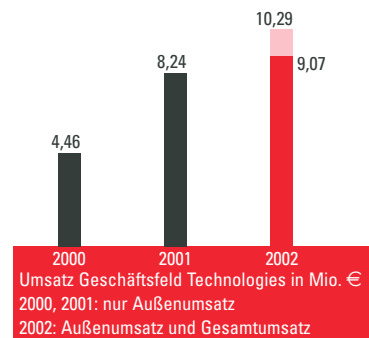
Mit diesen Vorteilen des OnVista market data gateway im Rücken haben wir im Berichtsjahr eine gezielte Modifizierung unserer strategischen Ausrichtung vorgenommen: Neben der

Versorgung von externen Webauftritten legen wir nunmehr einen weiteren Schwerpunkt auf die internen Informationssysteme von Finanzdienstleistern, vornehmlich Banken und Börsen.

Genau hierfür haben wir den market.pilot, ein leistungsfähiges und gleichzeitig kostensparendes Marktinformationssystem, entwickelt.

Es basiert auf Internet-Technologie und kann ohne Installationsaufwand von jedem Computerarbeitsplatz genutzt werden. Der market.pilot ist wesentlich preisgünstiger als herkömmliche Terminal-Lösungen und gleichzeitig extrem benutzerfreundlich. Zielgruppen sind Wertpapierberater in Bank- oder Sparkassenfilialen, aber auch Börsenmakler.

Umsatzsteigerung trotz Konjunkturlaute



• Wichtige neue Lizenznehmer

Im Neukundengeschäft haben wir eine Reihe sehr bedeutender Erfolge erzielt. Dazu zählt beispielsweise die E*TRADE Bank AG, Deutschland. Die E*TRADE Group ist eine der weltweit führenden Online-Banken. Weitere Beispiele sind die renommierte Privatbank Sal. Oppenheim, die britische Swiscca Securities Ltd. sowie die luxemburgische Moventum S.A., eine unabhängige Beratungsgesellschaft für professionelle Finanzdienstleister. Diese Aufträge zeigen, dass OnVista zunehmend auch im Ausland zu einem wettbewerbsfähigen Anbieter mit Marktbedeutung heranwächst. Jedoch mussten auch einige Lizenznehmer aufgrund von Sparmaßnahmen ihre Verträge kündigen. Per Saldo ist die Zahl der Lizenznehmer im In- und Ausland 2002 von 51 auf 59 gestiegen.

Neben neuen Kunden haben auch Bestandskunden wie zum Beispiel Sparkassen Broker, Fidelity Investments und Consors Folgeaufträge an uns vergeben. Denn sie schätzen OnVista aufgrund der Verlässlichkeit und Qualität der Produkte, unserer Serviceorientierung, der flexiblen Umsetzung von Kundenwünschen und der absoluten Kosten- und Termintreue.

Der OnVista market data gateway als optimaler Problemlöser

• Finanzmarktdaten wichtiger Erfolgs- und Kostenfaktor

Mit zunehmender Volatilität auf den Wertpapiermärkten und stark verbesserten Informationsmöglichkeiten der Kunden über das Internet stehen Banken, Börsen und andere Finanzdienstleister immer dringender vor der Notwendigkeit, Finanzmarktdaten in hoher Qualität schnell und zuverlässig zu beziehen. Sie benötigen die Daten u.a. für ihre Kundenberater, Mitarbeiter im Callcenter, zur Kursvalidierung, auf ihren Internetseiten zur Kundeninformation, zur aktuellen Berechnung der Depots und für viele weitere Anwendungen. Die Ausgaben für solche Marktinformationen stellen einen erheblichen Kostenfaktor für Finanzinstitutionen dar. Topbanken geben 100 Mio. US-\$ und mehr allein für ihren größten Datenlieferanten aus. Viele dieser Lieferanten verkaufen nur komplette Datenpakete und zwingen ihre Abnehmer oft dazu, umfangreiche Datensammlungen und IT-Anwendungen zu kaufen, obwohl nur kleine Teile davon benötigt werden.

Hinzu kommt, dass die IT-Kosten für die Datenintegration, die Einbindung in bankinterne Software-Anwendungen, schnell genauso hoch werden können wie die Kosten für die Informationen selbst. Denn die Rohdaten der verschiedenen Lieferanten besitzen in der Regel unterschiedliche Codierungen, Formate und Schnittstellen, die alle in die Datenbank der Bank so integriert werden müssen, dass die Bankmitarbeiter nach einem einheitlichen Schlüssel Daten überhaupt abrufen können. Je mehr Lieferanten integriert werden, umso größer ist der Aufwand, die Besonderheiten eines jeden genau zu verstehen und damit umzugehen.

• Unbefriedigend: Die Wahl des kleineren Übels

Vor diesem Hintergrund mussten sich die Banken bisher zwischen zwei unbefriedigenden Teillösungen entscheiden:

- *Möglichkeit eins: Sie kaufen alles von einem Datenlieferanten, um auf diese Weise die Komplexität und den Aufwand, alle unterschiedlichen*

Datenarten miteinander kompatibel machen zu müssen, zu vermeiden. Sie genießen den Vorteil einer einheitlichen Infrastruktur, bleiben aber abhängig von Umfang, Qualität und Kosten dieses einen Anbieters. Es ist allerdings unwahrscheinlich, dass ein Finanzdienstleister all seine Informationsbedürfnisse über einen einzigen Datenlieferanten befriedigen kann.

- *Möglichkeit zwei: Sie führen die Datenströme mehrerer Lieferanten zusammen und konsolidieren sie. Das erlaubt ihnen zwar, die besten Daten für jede Anwendung zu nutzen, aber sie müssen selbst die jeweils optimalen aus allen verfügbaren Quellen auswählen und den konsolidierten Datenstrom schließlich in alle Applikationen integrieren. Dies ist ein zeit- und kostenintensiver Prozess, da die Banken erhebliches internes Know-how aufbauen müssen, um die Datenstruktur jedes Lieferanten zu verstehen, sie miteinander kompatibel zu machen und eine entsprechende Infrastruktur mit allen Anwendungen aufzubauen. Außerdem wird möglicherweise für eine Information mehrfach bezahlt, weil sie in mehreren Datenpaketen von verschiedenen Lieferanten enthalten ist.*

Keine der beiden Lösungen stellt zufrieden. Die einfache, preiswerte Lösung nur eines Datenlieferanten erfüllt die unterschiedlichen Ansprüche der verschiedenen Nutzergruppen in einer Bank nicht. Dagegen ist die Konsolidierung der Daten verschiedener Anbieter zu zeit- und kostenintensiv.

• Optimale technische Problemlösung ...

Eine Lösung für dieses Problem hat OnVista mit seinem auf modernster Internet-Technologie basierenden OnVista market data gateway geschaffen, den der Kunde zwischen sich und die Datenlieferanten schaltet. Der market data gateway ermöglicht den Zugang zu Finanzmarktdaten von vielen Datenlieferanten über eine unabhängige, neutrale Schnittstelle. Dadurch wird das oben beschriebene Dilemma vollständig gelöst:

- *Daten und Anwendungen sind streng getrennt. Banken können so zuerst die beste Anwendung für die jeweilige Aufgabe auswählen und völlig*

separat über die geeignetsten Daten für diese Anwendung entscheiden.

- OnVista konsolidiert die verfügbaren Daten der vom Kunden ausgewählten Quellen. Heute sind bereits mehr als 40 renommierte Datenlieferanten an den OnVista market data gateway angebunden. Weitere werden hinzukommen, und bei Bedarf kann jeder vom Abnehmer gewünschte Lieferant angeschlossen werden. Ebenso lassen sich interne Daten unserer Kunden leicht in jede Applikation integrieren.
- OnVista bietet ein breites Spektrum an Schnittstellen, die in jede beliebige IT-Umgebung eingefügt werden können, ohne dass die Bank wie sonst üblich eine eigene Software zur Verarbeitung des Datenstroms (IT-Plattform) aufbauen muss. Das System ist so flexibel, dass moderne webbasierte Applikationen genauso wie klassische Client-Server-Architekturen bedient werden können.
- Die Flexibilität der Schnittstellen ermöglicht es, die Daten in fast jeder Anwendung (Web, Mobil, Java, Excel, Application Server, Host u.a.) und über alle Endgeräte (Laptop, Bildschirmarbeitsplatz, PDA, Handy etc.) zu nutzen. Es muss keine zusätzliche Hard- oder Software eingesetzt werden.
- Die Kommunikation läuft über Standard-Internetprotokoll und ist dadurch sehr einfach. Die Daten können überall eingesetzt werden, wo eine Internetverbindung besteht, in Rechenzentren, Windows-Programmen (MS-Clients), Laptops, Handys usw.

• ... bei gleichzeitiger Kostensenkung

Unsere Kunden haben eine Vielzahl von Vorteilen, wenn sie den market data gateway nutzen:

- Durch den Einsatz der Plattform kann ein Finanzdienstleister gegenüber einem von ihm selbst programmierten und betriebenen Datenmanagement bei der Entwicklung und im Betrieb 60 bis 80 Prozent der Kosten einsparen, da die Kontrolle aller Backend-Systeme und das Handling aller Abweichungen bei den verschiedenen Datenlieferanten (neue Codierungen, fehlerhafte Daten, neue Börse u.a.) bereits von OnVista geleistet sowie Änderungen der Lieferantenschnittstellen (z.B. neue Software-Version/Releases) berücksichtigt werden und für den Kunden entfallen. Die Schnittstelle für die Bank

ändert sich nicht, da OnVista im eigenen System, also bevor die Bank die Daten bekommt, die entsprechenden Anpassungen vornimmt.

- Der Anwender zahlt lediglich für die Daten, die er benötigt, und zwar nur einmal.
- Die verschiedenen Informationen lassen sich einfach verlinken, da in der OnVista-Datenbank der Input der verschiedenen Lieferanten auf einen gemeinsamen neutralen Code vereinheitlicht wird. Dadurch kann sich auch jeder Kunde auf den von ihm favorisierten Code (bei Wertpapierkennnummern z.B. WKN, RIC, Ticker, ISIN o.ä.) konzentrieren, ohne sich um die Originalcodes des jeweiligen Lieferanten kümmern zu müssen.
- Der OnVista market data gateway ermöglicht Höchstgeschwindigkeit: Bei vielen Datenlieferanten stellen zehn Kurse pro Sekunde die Grenze des Machbaren dar. Über die OnVista-Schnittstelle können indes mehr als 1.400 Kurse von unterschiedlichen Wertpapieren pro Sekunde und Anwender geliefert werden.
- Schnelle Umsetzung ist kein Zauberwort: In nur zwei Wochen lassen sich über die OnVista-Technologie Marktdaten integrieren, da keine zusätzliche Hard- oder Software benötigt wird.

• Neue Chancen für Datenlieferanten

Auch der Datenlieferant hat Vorteile:

- Er verliert durch das Zwischenschalten des market data gateway keine Kunden, denn diese zahlen für die gelieferten Daten weiterhin an ihn.
- Er kann sich auf seine Kernkompetenz konzentrieren – das Angebot und den Verkauf von Daten – und muss sich nicht zusätzlich um die Integration der Daten bei dem Abnehmer kümmern.
- Er kann solche Kunden hinzugewinnen, die lediglich kleinere Datenmengen benötigen und denen umfangreiche Pakete zu teuer sind.

Fazit: Bei der Beschaffung, Verarbeitung und Bereitstellung von Unternehmens- und Marktdaten im Finanzdienstleistungssektor bietet der OnVista market data gateway einzigartige Vorteile, die bislang nicht vorstellbar waren.



Zusammenführend.

OnVista Media profitabel

• Positive Ergebnisentwicklung trotz Umsatzrückgang

Mit www.onvista.de betreibt und vermarktet die OnVista Media GmbH¹ das führende bankenunabhängige Finanzportal Deutschlands. Gleichzeitig ist sie Lizenznehmer der OnVista Technologies GmbH. Im Geschäftsfeld Media erzielen wir Einnahmen aus Werbung auf der Website sowie aus Content-Kooperationen. Neben unserem Portal in Deutschland betreiben wir weitere Websites in Großbritannien und Italien.

Im Geschäftsjahr 2002 ist es uns erstmals gelungen, ein positives Segment-Ergebnis zu erwirtschaften. Das Vorsteuer-Ergebnis betrug € 0,40 Mio. Damit ist www.onvista.de eines der wenigen Online-Angebote in Deutschland, das schwarze Zahlen schreibt. Insbesondere eine Umsatzrendite von 11 Prozent ist im Branchenvergleich sicherlich überdurchschnittlich.

Dieses Ergebnis haben wir erreicht, obwohl der Umsatz des OnVista-Portals von den negativen Umfeldbedingungen beeinträchtigt wurde. Der **Gesamtumsatz** betrug im Berichtsjahr € 3,51 Mio. Der reine **Außenumsatz** lag bei € 3,43 Mio. Das entspricht einem Anteil an den Gesamterlösen (€ 12,58 Mio.) von 28 Prozent (2001: 35%). Verglichen mit dem Vorjahreswert von € 4,37 Mio. ergibt sich ein Rückgang um 22 Prozent². Allerdings sind die Umsatzzahlen der beiden Jahre nicht direkt miteinander vergleichbar. Ohne den im Lagebericht beschriebenen Vorjahres-Sondereffekt hätte der Außenumsatz 2001 nur € 3,64 Mio. betragen. Auf dieser Grundlage verringert sich das Minus auf 5,8 Prozent. Wir meinen, dies ist angesichts des rückläufigen Werbemarkts, der drastischen Einbrüche an den Börsen und der allgemeinen Verschlechterung der Wirtschaftslage eine vergleichsweise stabile Entwicklung.

¹ Die OnVista Media GmbH ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der OnVista AG. Sie ist aus unserem bisherigen Geschäftsfeld Portal (inzwischen: Geschäftsfeld Media) hervorgegangen, das im Berichtsjahr juristisch verselbstständigt wurde.

² Da wir für 2002 erstmals eine detaillierte Segmentberichterstattung aufstellen, liegt lediglich zum Außenumsatz ein Vorjahresvergleichswert vor.

• Erneute Reichweiten-Führerschaft

Im Berichtsjahr konnte www.onvista.de seine Marktführerschaft unter den bankenunabhängigen Finanzportalen erneut behaupten. Die Statistik der neutralen IVW³ wies für OnVista im Dezember 2002 24,6 Mio. Seitenabrufe (Pagelmpressions) und 3,7 Mio. Besuche (Visits) aus. Wie das gesamte Segment der Online-Finanzseiten erreichte auch unser Portal die Vorjahresreichweite (Dezember 2001: 32,8 Mio. Pagelmpressions, 5,8 Mio. Visits) nicht – eine Folge der schlechten Börsensituation und des generell zurückgegangenen Interesses an Finanzinformationen.

Die User unserer Website zeichnen sich durch überdurchschnittliche Werte bei Einkommen und Bildung aus. Dass sie darüber hinaus aktive Anleger und einflussreiche Multiplikatoren sind, macht www.onvista.de als Werbeträger hoch interessant.

• Kompetente Vermarktung

Reichweite und Userstruktur sind jedoch nur indirekte Zielgrößen. Von entscheidender Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg ist, wie wir diese Vorzüge an die Werbewirtschaft vermarkten. Dabei sehen wir uns nicht nur als reinen Anbieter vorhandener Werbepplätze, sondern beraten unsere Kunden umfassend bei der Planung und Platzierung ihrer Online-Kampagnen. Unser Ziel ist, einen messbaren Werbeerfolg für unseren Kunden zu erreichen. Ein Ansatz, der die Bedürfnisse unserer Kunden trifft, gerade in Zeiten enger Marketingbudgets.

Auf besonderes Interesse stoßen wir derzeit mit Werbekonzepten, die Direktmarketing⁴-Komponenten enthalten. So nutzen Unternehmen unsere Website, um die Wünsche ihrer Zielgruppe zu ermitteln, Adressen zu generieren oder Neukunden für ihre Produkte zu gewinnen. Zu den ersten Kunden gehören American Express, Credit Suisse und Toyota.

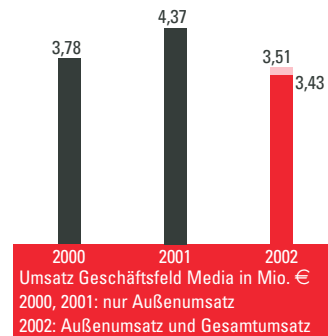
Neben individuellen Marketingkonzepten, die wir auf die Bedürfnisse einzelner Kunden zuschneiden, entwickeln wir auch immer wieder neuartige Sonderwerbformen. So haben wir 2002 mit großem Erfolg die „Homepage Exklusiv“ eingeführt. Dabei handelt es sich um eine besonders großflächige Auftrittsmöglichkeit, die sich nicht nur für Produktkampagnen, sondern auch gezielt für Imagewerbung eignet.

• Umsatz- und ertragsorientierte Innovationen

Auch bei der inhaltlichen Weiterentwicklung unserer Website ist Reichweitensteigerung kein Selbstzweck. In erster Linie zielen unsere Innovationen auf wirtschaftlichen Erfolg ab. Daher geben wir Neuerungen Priorität, die sowohl den Interessen unserer User als auch denen unserer

Werbekunden gerecht werden. Als erstes deutsches Finanzportal haben wir 2002 eine eigene Plattform zu Exchange Traded Funds und einen umfassenden Zertifikate-Vergleich eingeführt. Beide Bereiche sind nicht nur hoch interessant für User, sondern auch für die Emittenten dieser Produkte, die geeignete Werbefelder hierfür suchen. Seit August gibt es auf unserer Website die neue Rubrik „Professionals“ für unabhängige Vermögens- und Anlageberater – ein ideales Umfeld für die Business-to-Business-Werbung von Fondsgesellschaften. Der Optionsschein- und Zertifikatebereich wurde um das Feature „RealPush“ ergänzt, das Kurse verschiedener Emittenten automatisch aktualisiert. Für die Emittenten ist dies eine sinnvolle Marketingmaßnahme, für die wir ein Entgelt erhalten.

Profitabel trotz Umsatzrückgang



• Kooperationen mit Erlösbeteiligung

Zum wirtschaftlichen Erfolg von www.onvista.de tragen auch vielfältige Kooperationen bei, beispielsweise mit der Société Générale-Tochtergesellschaft ClickOptions. Das französische Unternehmen hat uns als strategischen Partner für seinen Eintritt in den deutschen Markt gewählt. ClickOptions vertreibt seit 2002 eine neue Generation von Derivaten, die ausschließlich online gehandelt werden. Gemeinsam mit der Dresdner Bank und dem „Zertifikate Journal“ präsentieren wir seit November das „OnVista DAX® Long/Short MACD“-Zertifikat⁵. Mit unserer Reichweite verhelfen wir beiden Produkten zu schneller Bekanntheit und erhalten im Gegenzug eine erfolgsabhängige Marketingvergütung.

³ Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

⁴ Unter Direktmarketing werden Werbemaßnahmen verstanden, die den Empfänger direkt ansprechen oder Medien gezielt nutzen, um eine messbare Reaktion oder eine Transaktion mit Kunden zu erzielen.

⁵ MACD („Moving Average Convergence Divergence“) ist einer der bekanntesten Indikatoren der technischen Analyse. Mit dem „OnVista DAX® Long/Short MACD“-Zertifikat können Anleger systematisch auf steigende wie fallende Kurse setzen.



Vielseitig.

Mit weniger Mitarbeitern mehr bewegt

• Personalaufwand reduziert

Im Jahr 2002 hat sich der Personalbestand im OnVista-Konzern um 28 Mitarbeiter bzw. 17 Prozent reduziert. Am 31. Dezember 2002 waren 133 Mitarbeiter bei uns beschäftigt gegenüber 161 ein Jahr zuvor; im Jahresdurchschnitt waren es 138 (2001: 156)¹.

Die rückläufige Mitarbeiterzahl ist eine Folge der Mitte 2001 ausgesprochenen Kündigungen, die teilweise erst im Berichtszeitraum wirksam wurden. Darüber hinaus haben wir gezielt die normale Fluktuation genutzt, um weitere Stellen abzubauen. Damit konnten wir den Personalaufwand, der 2001 € 8,42 Mio. betrug, in geplanter Höhe vermindern. Er belief sich 2002 auf € 7,45 Mio., ein Minus von 11 Prozent.

• Pro-Kopf-Umsatz gesteigert

Die Schwerpunkte des Personalabbaus lagen auf Aktivitäten, die wir mangels Aussicht auf baldige Profitabilität eingestellt haben, sowie bei Auslandsgesellschaften. Im Inland haben wir unseren Vertrieb vor allem im Geschäftsfeld Technologies weiter professionalisiert und durch einige neue Mitarbeiter ergänzt.

Parallel zum Stellenabbau ist es uns gelungen, unsere Produktivität zu steigern und den Pro-Kopf-Umsatz von T€ 81 um 12 Prozent auf T€ 91 zu erhöhen.

Von den insgesamt 133 Mitarbeitern arbeiten 64 Prozent im Geschäftsfeld Technologies (früher Lizenzen), 16 Prozent sind im Geschäftsfeld Media (früher Portal) und 20 Prozent in der

¹Die OnVista-Personalstatistik beruht seit 2002 auf einer vollzeitäquivalenten Zählung der fest angestellten Mitarbeiter. Die im Geschäftsbericht 2001 genannte Mitarbeiterzahl von 178 (Angabe in Köpfen, unabhängig von den Arbeitszeiten) wurde entsprechend angepasst.

Holding tätig. Das Durchschnittsalter unseres Teams, das zu zwei Dritteln aus Akademikern besteht, beträgt 33 Jahre.

• Nachwuchsförderung als Zukunftsinvestition

OnVista genießt am Arbeitsmarkt bei Berufseinsteigern und jungen Professionals unverändert einen sehr guten Ruf. Bei der Gewinnung der für uns geeigneten Mitarbeiter kommt uns auch die Nachwuchsförderung zugute, die wir für ein Unternehmen unserer Größenordnung ungewöhnlich intensiv und konsequent betreiben. Im vergangenen Jahr boten wir rund 60 Praktikanten, meist Wirtschafts- und IT-Studenten, die Gelegenheit zur Mitarbeit und Einblicke in unser Unternehmen. Auf diese Weise lassen sich Potenziale identifizieren, die bereits mehrmals zu einer Festanstellung nach erfolgtem Studienabschluss geführt haben. Im Rahmen der Nachwuchsförderung betreuen wir auch immer wieder Diplomarbeiten, 2002 waren es fünf.

Erstmals haben wir uns im Berichtsjahr auch der praktischen Berufsausbildung gewidmet. In der OnVista Media GmbH, die unser Finanzportal betreibt, bilden wir einen Mediengestalter für Digital- und Printmedien aus.

• Fokus auf Personalentwicklung

Die Schwerpunkte der Personalarbeit haben sich seit Gründung unseres Unternehmens deutlich verschoben. Während es in der ersten starken Wachstumsphase vor allem um die Rekrutierung neuer Mitarbeiter ging, standen in der Berichtsperiode eine systematische Personalentwicklung und Prozessoptimierung im Vordergrund. Es fanden zahlreiche interne und externe Fortbildungsveranstaltungen statt. Eine wichtige Rolle spielten Vertriebserschulungen, bei denen wir auch von Spezialanbietern unterstützt wurden. Zusätzlich haben wir in internen IT- und Produkt-Workshops einen strukturierten Wissenstransfer eingeleitet und damit das spezifische OnVista-Know-how auf einen breiteren Personenkreis ausgedehnt.

• Führungsinstrumente ausgebaut

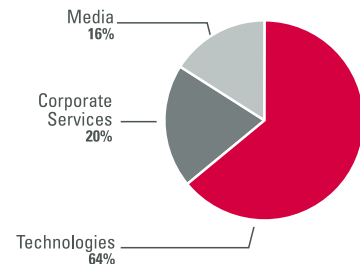
Daneben haben wir uns insbesondere der Optimierung diverser Prozesse im Personalwesen

gewidmet. So haben wir mit dem Ausbau unseres Mitarbeiterbeurteilungssystems ein wichtiges Personalführungsinstrument weiter verbessert. Die damit verbundenen strukturierten Feedbackgespräche helfen bei der Standortbestimmung jedes Einzelnen und dienen gleichzeitig als Basis für Bonuszahlungen. Zu unserem Entgeltsystem, das sich ausdrücklich am Leistungsprinzip orientiert und individuelle Erfolge honoriert, gehört auch ein Aktien-Optionsprogramm. Einzelheiten dazu finden Sie auf Seite 54 ff.

Außerdem haben wir diverse Personalverwaltungstools optimiert und erweitert: Beispielsweise werden Bewerbungen, die wir ausschließlich in elektronischer Form annehmen, nun während des gesamten Recruiting-Prozesses mit Hilfe einer selbst entwickelten Software vollständig elektronisch weitergeleitet und verarbeitet.

Zwei Drittel des Teams im Geschäftsfeld Technologies

133 fest angestellte Mitarbeiter zum 31.12.2002



• Intensive interne Kommunikation

OnVista fördert ein offenes, kommunikatives Arbeitsumfeld. Wir pflegen eine effiziente Meeting-Kultur mit regelmäßigen Informations- und Entscheidungs-Sitzungen innerhalb der Bereiche und übergreifend. Im Berichtsjahr haben wir einen monatlich per eMail erscheinenden Mitarbeiter-Newsletter ins Leben gerufen – ebenso wie den so genannten „Newsflash“ mit brandeiligen Nachrichten.

• Dank für überdurchschnittliches Engagement

Das Jahr 2002 hat mit seinen dauerhaft schwierigen Marktbedingungen erneut große Anforderungen an alle Mitarbeiter gestellt. Wir sind stolz darauf, dass wir unser Hauptziel, die operative Trendwende, erreicht haben. Voraussetzung waren das herausragende Engagement unserer Mitarbeiter, ihre fachliche Qualifikation gepaart mit Kreativität und dem Mut zur Übernahme von Verantwortung. Dafür bedankt sich der Vorstand sehr herzlich!

Überdurchschnittliche Kursperformance

• Positive Entwicklung trotz Börsenbaisse

Die Aktienmärkte zeigten auch 2002 keinerlei Anzeichen von Erholung: Die Indizes der wichtigsten Weltbörsen nahmen einen sehr volatilen Verlauf und wiesen auf Jahressicht erneut markante Verluste auf:

- Dow Jones minus 17 Prozent
- Nasdaq minus 31 Prozent
- DAX minus 44 Prozent
- Nemax-All-Share minus 63 Prozent
- Nemax-Internet-Index minus 52 Prozent.

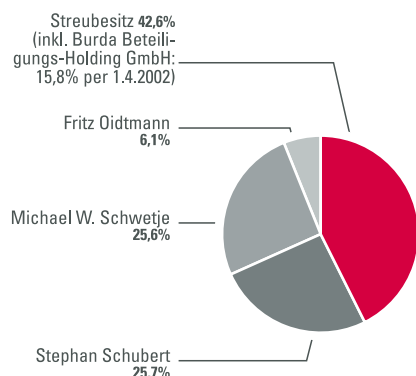
OnVista-Aktie jedoch deutlich besser als der Index. Auffallend ist ein steiler Anstieg im Juli, der bei € 6,85 seinen Gipfelpunkt fand. Die Ursache lag in Käufen institutioneller Anleger. Anschließend sank der Kurs auf das vorherige Niveau zurück. Aber selbst damit blieb er weit über den Vergleichsindizes des Neuen Marktes.

• Burda erhöht Beteiligung

Die Anzahl der ausgegebenen nennwertlosen Stückaktien beläuft sich auf 6,7 Millionen bei einem Grundkapital der Gesellschaft von € 6,7 Mio. Der Streubesitz summiert sich insgesamt unverändert auf 42,6 Prozent.

Mehr als 40 Prozent Streubesitz

Aktionärsstruktur



In diesem Umfeld hat sich die OnVista-Aktie mit einer Wertentwicklung von plus 9 Prozent gut geschlagen: Der Jahresschlusskurs 2002 lag im Frankfurter Parketthandel bei € 4,80 nach € 4,40 im Vorjahr. Eine Marktkapitalisierung von € 32,16 Mio. per 31. Dezember 2002 (31.12.2001: € 29,48 Mio.), die unseren Finanzmittelbestand zum Ende des Berichtsjahres von € 27,46 Mio. nur geringfügig übersteigt, kann uns jedoch bei weitem nicht zufrieden stellen.

Im ersten Quartal verlief die Kursentwicklung parallel zum Benchmark-Index Nemax-All-Share. Nach dem Jahrestief im März von € 3,35 entwickelte sich die

Die wesentlichste uns bekannte Veränderung im Aktionärskreis betrifft unseren Großaktionär. Die Burda Beteiligungs-Holding GmbH hat ihren Anteil von 10 Prozent zum Börsengang auf inzwischen über 15 Prozent aufgestockt. Damit bekräftigt sie ihr Vertrauen in die Zukunft unseres Unternehmens.

Die drei Vorstände halten zusammen weiterhin 57,4 Prozent. Die Gesamtzahl der von Aufsichtsratsmitgliedern gehaltenen OnVista-Aktien hat sich zum Stichtag von 22.585 um 1.500 auf 24.085 erhöht. (Details zu den Anteilen der Organmitglieder siehe Seite 60 f.) OnVista-Mitarbeitern bieten wir ein Aktien-Optionsprogramm an. Ausführliche Informationen darüber finden Sie unter Punkt 14 der Erläuterungen zum Konzern-Jahresabschluss auf den Seiten 54 ff.

Marktumfeld hinterlässt deutlich negative Spuren

Kennzahlen zur OnVista-Aktie	2000	2001	2002
Ergebnis je Aktie vor Steuern ¹ (€)	0,10	-1,42	0,02
Ergebnis je Aktie nach Steuern ¹ (€)	0,05	-1,39	0,37
Aktienanzahl (Mio.)	6,70	6,70	6,70
Kurs-Gewinn-Verhältnis	301	-	9,9
Höchstkurs ² (€)	55,00	17,20	6,85
Tiefstkurs ² (€)	13,00	3,11	3,35
Jahresschlusskurs ² (€)	14,00	4,40	4,80
Börsenkapitalisierung zum 31.12. (Mio. €)	93,80	29,48	32,16
Niedrigster Stückumsatz pro Tag	842	0	240
Höchster Stückumsatz pro Tag	839.339	118.242	191.110
Durchschnittlicher Stückumsatz pro Tag	25.107	4.742	13.667

¹ nach US GAAP

² Schlusskurs Frankfurter Parketthandel

Im Zuge der Neustrukturierung der Frankfurter Wertpapierbörse wird OnVista seit dem 1. Januar 2003 im Prime Standard geführt und im Geregelteten Markt gehandelt.

• Hauptversammlung beschließt Ausgliederung

Am 11. Juni 2002 fand unsere zweite Hauptversammlung nach dem Börsengang statt. Die Präsenz betrug 74 Prozent des Grundkapitals. In allen Tagesordnungspunkten folgten die

Aktionäre nahezu einstimmig den Vorschlägen der Verwaltung. Erwähnenswert ist der Beschluss zur Ausgliederung unserer beiden Geschäftsfelder Technologies (früher Lizenzen) und Media (früher Portal) aus der OnVista AG. Wie im Lagebericht beschrieben, wurden die beiden organisatorisch bereits zuvor getrennten und als Profit Center geführten Geschäftsfelder in eigenständige GmbHs überführt, deren Anteile zu je 100 Prozent von der OnVista AG gehalten werden.

• **Stärkung der Rücklagen**

Durch Hebung stiller Reserven (Aktivierung der Firmenwerte) im Zuge der Ausgliederung errechnet sich im Einzelabschluss der OnVista AG nach HGB im Berichtsjahr erstmals ein Jahresüberschuss in Höhe von € 20,97 Mio. Hierbei handelt es sich um reine Buchgewinne, die nicht operativ erwirtschaftet sind. Aus diesem Grund schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, keine Dividende auszuschütten. Im Rahmen der Aufstellung des Jahresabschlusses wurden € 3,35 Mio. in die Gewinnrücklagen eingestellt.

Wie im Lagebericht erläutert, weist der Konzern nach US GAAP ein positives Ergebnis je Aktie von € 0,37 nach minus € 1,39 im Jahr 2001 aus.

• **Corporate Governance**

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich mit den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ intensiv befasst und im Dezember 2002 eine Entsprechenserklärung abgegeben. Ein gesonderter Abschnitt zu diesem Thema befindet sich auf Seite 65 dieses Geschäftsberichtes.

• **„Eine Aktie für die Zeit nach der Krise“**

Durch aktive Investor Relations und Pressearbeit ist es uns gelungen, eine erfreuliche Beachtung durch Analysten und Medien zu erreichen, obwohl das Interesse an Werten des Neuen Marktes stark zurückgegangen ist. Dabei wurde OnVista durchgehend als solides, berechenbares IT- und Medienunternehmen im eFinance-Bereich bewertet. So schrieb z.B. das Handelsblatt: „... sind die Gesamtaussichten für die breite Masse der Aktien (am Neuen Markt) düster. Nur wer seine Nische gefunden

hat, wie ... der Finanzdienstleister OnVista, ist bei den Analysten gelitten.“ (18.10.2002) oder „OnVista hat vieles richtig gemacht – eine Aktie für die Zeit nach der Krise“ (5.11.2002). Das Anlegermagazin Going Public urteilte in seiner September-Ausgabe 2002: „Es gibt nach wie vor unter den 270 Werten des Neuen Marktes Unternehmen ..., deren Management in der Vergangenheit überzeugt hat. Eines dieser Unternehmen ist unserer Meinung nach die OnVista AG aus Köln.“ Wir werden weiterhin den Fokus der PR- und IR-Aktivitäten auf die inhaltliche Qualität legen. Interessenten laden wir gerne zum Dialog mit uns ein. Ihre Ansprechpartner finden Sie auf Seite 66, ebenso wie unseren Finanzkalender.

Börsendaten	
WKN	546 160
Reuterskürzel	ONVG.DE
Bloombergkürzel	ONV
ISIN	DE0005461602
Handelssegment	Geregelter Markt (Prime Standard) seit 1.1.2003
Klassifizierung lt. Deutsche Börse	Prime-Sektor: Software/Branche: Software
Designated Sponsors	HSBC Trinkaus und Burkhardt KGaA, Lang & Schwarz Wertpapierhandel AG

OnVista-Aktie hält sich besser als Vergleichsindex



Kursentwicklung OnVista-Aktie und Nemax-All-Share indiziert

Der Aufsichtsrat und der Vorstand haben während der Berichtszeit in insgesamt acht ordentlichen Sitzungen gemeinsam über die Lage und die Entwicklung des Konzerns sowie über wesentliche Fragen der Unternehmenspolitik beraten. Ausschüsse des Aufsichtsrats wurden nicht gebildet. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat in allen Sitzungen jeweils anhand eines ausführlichen Lageberichts eingehend über die Geschäfts- und Finanzlage der AG und der Beteiligungen sowie grundsätzliche Fragen der Geschäftspolitik informiert. Der Aufsichtsrat wurde auch außerhalb der Aufsichtsratsitzungen regelmäßig schriftlich und mündlich über den aktuellen Geschäftsverlauf informiert. Neben der allgemeinen strategischen Entwicklung des Unternehmens wurden eingehend Maßnahmen zum Erreichen der Hauptziele diskutiert. Oberste Priorität hatten dabei die Rückkehr in die Gewinnzone, das Erwirtschaften eines positiven Cash Flows, die Stärkung der Marktposition der Gesellschaft und die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells. Nach intensiven Überlegungen wurde im vergangenen Geschäftsjahr durch die Gründung der OnVista Media GmbH und der OnVista Technologies GmbH sowie die Ausgliederung der Teilbetriebe eine stärkere Verselbstständigung der beiden Geschäftsfelder umgesetzt. Daneben war die wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung der Beteiligungen stets Gegenstand der Tätigkeit des Aufsichtsrats.

Der Jahresabschluss der OnVista AG und der Lagebericht sind von dem durch die Hauptversammlung gewählten Abschlussprüfer, der Ernst & Young Deutsche Allgemeine Treuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Ebenso wurde der Konzern-Abschluss nach US GAAP vom Abschlussprüfer mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Dieser ist um einen Konzern-Lagebericht und weitere Erläuterungen gemäß § 292a HGB ergänzt worden.

Der vorliegende Konzern-Abschluss befreit gemäß § 292a HGB von der Pflicht zur Aufstellung eines Konzern-Abschlusses nach deutschem Recht.

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 4. April 2003 den Jahresabschluss 2002 der OnVista AG sowie den Konzern-Abschluss 2002 mit dem Vorstand und den Wirtschaftsprüfern erörtert und von den Prüfungsberichten des Abschlussprüfers zustimmend Kenntnis genommen. Auch hat der Aufsichtsrat nach dem abschließenden Ergebnis der eigenen Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts der AG, des Konzern-Abschlusses sowie des Konzern-Lageberichts keine Einwendungen zu erheben. Der Aufsichtsrat billigt daher den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der Gesellschaft zum 31. Dezember 2002 und den vom Vorstand aufgestellten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2002. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns der OnVista AG schließt sich der Aufsichtsrat an.

Ferner hat sich der Aufsichtsrat regelmäßig über das aktive Risikomanagement der OnVista AG informieren lassen.

Wir danken den Vorstandsmitgliedern sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von OnVista für ihren außerordentlichen Einsatz sowie den Aktionären für ihr Vertrauen in das Unternehmen. Wir werden weiterhin gemeinsam darauf hinwirken, dass OnVista auch in Zukunft mit tiefgreifenden technologischen Innovationen und neuen Produktangeboten profitabel arbeiten kann.

Köln, den 4. April 2003



Dr. Paul-Bernhard Kallen
Vorsitzender des Aufsichtsrats

37	Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP
38	Konzern-Bilanz
39	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
40	Konzern-Kapitalflussrechnung
41	Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
42	Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens
44	Erläuterungen
64	Bestätigungsvermerk

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2002

AKTIVA	31.12.2002	€	31.12.2001	€
Umlaufvermögen				
Liquide Mittel [5]	5.014.601		3.858.363	
Sonstige Wertpapiere [9]	22.442.444		23.412.890	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen [6]	2.289.957		1.073.246	
Forderungen gegen verbundene Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	9.816		14.562	
Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten [7]	1.337.548		1.533.284	
Latente Steuern, kurzfristig [20]	192.050		2.480.494	
Summe Umlaufvermögen	31.286.416		32.372.839	
Latente Steuern, langfristig [20]	4.055.732		0	
Anlagevermögen				
Finanzanlagen [9]	779.671		1.239.833	
Sachanlagen [8]	2.922.942		4.367.273	
Immaterielle Vermögensgegenstände [8]	4.050.583		3.292.151	
Summe Anlagevermögen	7.753.196		8.899.257	
Summe Aktiva	43.095.344		41.272.096	
PASSIVA	31.12.2002	€	31.12.2001	€
Kurzfristige Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	486.619		637.734	
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten [12]	714.978		886.690	
Sonstige Rückstellungen [11]	1.490.056		1.784.786	
Summe Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.691.653		3.309.210	
Latente Steuerrückstellung, langfristig [20]	0		757.331	
Minderheitenanteile	0		69.972	
Eigenkapital [13]				
Gezeichnetes Kapital	6.700.000		6.700.000	
Kapitalrücklage	39.749.875		40.077.317	
Gewinnrücklage	3.350.000		0	
Eigene Anteile	0		-823.087	
Kumuliertes übriges Comprehensive Income	552.330		228.075	
Bilanzverlust	-9.948.514		-9.046.722	
Summe Eigenkapital	40.403.691		37.135.583	
Summe Passiva	43.095.344		41.272.096	

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2002

	1.1.-31.12.2002 €	1.1.-31.12.2001 €
Umsatzerlöse [15]	12.577.492	12.604.437
Herstellungskosten	-6.455.120	-7.162.712
Bruttoergebnis vom Umsatz	6.122.372	5.441.725
Marketing- und Vertriebskosten	-3.270.197	-3.955.637
Allgemeine Verwaltungskosten	-4.068.674	-4.070.013
Forschungs- und Entwicklungskosten [18]	-1.262.728	-1.787.626
Sonstiger Betriebsaufwand (-) abzüglich sonstige betriebliche Erträge	1.291.257	-960.391
Abschreibungen auf den Geschäfts- oder Firmenwert	0	-349.933
Betriebsergebnis	-1.187.970	-5.681.875
Zinserträge, netto	1.293.873	1.227.386
Aufwendungen (-) aus nach Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	-132.093
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-11.543	-5.418.934
Währungsverluste (-)	-5.283	-502
Ergebnis vor Ertragsteuern und Minderheitenanteilen	89.075	-10.006.018
Steuern vom Einkommen und Ertrag [20]	2.294.837	564.680
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	2.383.912	-9.441.338
Minderheitenanteile	64.296	195.998
Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag (-)	2.448.208	-9.245.340
Verlustvortrag (-) / Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	-9.046.722	198.618
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	-3.350.000	0
Bilanzverlust	-9.948.514	-9.046.722
Ergebnis je Aktie („basic/diluted earnings per share“)	0,37	-1,39
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien („basic/diluted“)	6.642.944	6.648.029

Die Klammern [] verweisen auf die entsprechenden Erläuterungen auf den Seiten 44 - 63.

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2002

	1.1. - 31.12.2002 €	1.1. - 31.12.2001 €
Jahresüberschuss/ Jahresfehlbetrag (-)	2.448.208	-9.245.340
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	2.637.952	8.673.297
Latenter Steuerertrag (-)/-aufwand	-2.294.837	-564.680
Verlust aus Anlagenabgängen	20.449	51.432
Gewinn aus dem Verkauf von sonstigen Wertpapieren	-239.500	0
Sonstige zahlungswirksame Veränderungen	217.031	0
Minderheitenanteile	-64.296	-36.166
Abnahme/ Zunahme (-) der Aktiva und Zunahme/Abnahme (-) der Passiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1.216.711	548.302
Forderungen gegen verbundene Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	4.746	331.422
Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	-327.231	-250.263
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-151.115	-982.478
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	-171.712	-327.554
Sonstige Rückstellungen	-496.730	740.306
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	366.254	-1.061.722
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	75.593	102.798
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-225.946	-2.136.682
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-1.499.373	-1.989.790
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	460.000	100.000
Auszahlungen für den Erwerb von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	-11.543	0
Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Tochterunternehmen	0	-307.380
Einzahlungen aus dem Erwerb konsolidierter Tochterunternehmen	0	439.234
Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen in sonstige Wertpapiere	16.004.046	3.311.765
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen in sonstige Wertpapiere	-14.493.650	-3.410.750
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	309.127	-3.890.805
Auszahlungen für den Erwerb eigener Anteile	0	-823.087
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	481.935	0
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	481.935	-823.087
Wechselkursbedingte Änderung der liquiden Mittel	-1.078	807
Veränderung der liquiden Mittel	1.156.238	-5.774.807
Liquide Mittel zu Beginn des Geschäftsjahres	3.858.363	9.633.170
Liquide Mittel am Ende des Geschäftsjahres¹	5.014.601	3.858.363

¹ Die liquiden Mittel am Ende des Geschäftsjahres enthalten nicht die jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe in Höhe von T€ 22.442, da diese nicht zu den Zahlungsmitteläquivalenten gerechnet werden.

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Comprehensive Income	Bilanzgewinn/ Bilanzverlust nach Minder- heitenanteilen	Eigenkapital Gesamt
	€	€	€	€	€	€	€
Stand 1. Jan. 2001	6.700.000	40.077.317	0	0	77.714	198.618	47.053.649
Übriges Comprehen- sive Income	0	0	0	0	150.361	0	150.361
Jahresfehlbetrag nach Minderheiten- anteilen	0	0	0	0	0	-9.245.340	-9.245.340
Summe Comprehen- sive Income							-9.094.979
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-823.087	0	0	-823.087
Stand 31. Dez. 2001	6.700.000	40.077.317	0	-823.087	228.075	-9.046.722	37.135.583
Übriges Comprehen- sive Income	0	0	0	0	324.255	0	324.255
Jahresüberschuss nach Minderheiten- anteilen	0	0	0	0	0	2.448.208	2.448.208
Summe Comprehen- sive Income							2.772.463
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	823.087	0	0	823.087
Verkauf eigener Anteile (nach latenten Steuern)	0	-206.025	0	0	0	0	-206.025
Nachträgliche Kosten des Börsengangs (nach latenten Steuern)	0	-121.417	0	0	0	0	-121.417
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	0	0	3.350.000	0	0	-3.350.000	0
Stand 31. Dez. 2002	6.700.000	39.749.875	3.350.000	0	552.330	-9.948.514	40.403.691

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2002

€	1.1.2002	Anschaffungs- und Herstellungskosten			31.12.2002
		Zugänge	Umgliederungen	Abgänge	
I. Finanzanlagen					
Beteiligungen	7.853.717	11.543	0	-2.319.016	5.546.244
Summe Finanzanlagen	7.853.717	11.543	0	-2.319.016	5.546.244
II. Sachanlagen					
1. Mietereinbauten	1.190.275	28.694	0	0	1.218.969
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.252.300	197.252	0	90.265	5.359.287
Summe Sachanlagen	6.442.575	225.946	0	90.265	6.578.256
III. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Software und Lizenzen	4.458.865	1.499.373	404.274	32.771	6.329.741
2. Geschäfts- oder Firmenwert	23.385	311.233	0	0	334.618
3. Geleistete Anzahlungen	404.274	0	-404.274	0	0
Summe Immaterielle Vermögensgegenstände	4.886.524	1.810.606	0	32.771	6.664.359
Summe Anlagevermögen	19.182.816	2.048.095	0	2.442.052	18.788.859

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

1.1.2002	Kumulierte Abschreibungen		31.12.2002	Buchwerte 31.12.2002	Buchwerte 31.12.2001
	Zugänge	Abgänge			
6.613.884	11.543	1.858.852	4.766.573	779.671	1.239.833
6.613.884	11.543	1.858.852	4.766.573	779.671	1.239.833
213.539	244.128	0	457.667	761.302	976.736
1.861.763	1.359.813	23.929	3.197.647	2.161.640	3.390.537
2.075.302	1.603.941	23.929	3.655.314	2.922.942	4.367.273
1.570.988	1.022.468	3.065	2.590.391	3.739.350	2.887.877
23.385	0	0	23.385	311.233	0
0	0	0	0	0	404.274
1.594.373	1.022.468	3.065	2.613.776	4.050.583	3.292.151
10.283.559	2.637.952	1.904.953	11.035.663	7.753.196	8.899.257

1. Gesellschaftsrechtliche Grundlagen und Erstellung des Konzernabschlusses

Firma

Die OnVista Aktiengesellschaft mit Sitz in Köln („die Gesellschaft“) wurde 1998 als GmbH & Co. KG (OnVista.de Finanzanalyse GmbH & Co. KG) gegründet. Am 16. November 1999 wurde die Gesellschaft im Wege eines Formwechsels gemäß §§ 214 ff. UmwG in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Die Gesellschaft firmiert seither als OnVista AG.

Die Gesellschaft ist im Handelsregister der Stadt Köln unter HRB Nr. 32470 eingetragen.

Es gilt die Satzung in der Fassung vom 30. Mai 2001.

Gesellschaftsrechtliche Änderungen

Mit Gründungsprotokoll vom 19. März 2002 (Urkundenrolle Nr. 459/2002 –CN– des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) wurde die OnVista Technologies GmbH mit Sitz in Köln (kurz: „OnVista Technologies“) gegründet. Alleinige Gesellschafterin der OnVista Technologies GmbH ist die OnVista AG.

Mit Gründungsprotokoll vom 19. März 2002 (Urkundenrolle Nr. 461/2002 –CN– des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) wurde die OnVista Media GmbH mit Sitz in Köln gegründet. Alleinige Gesellschafterin der OnVista Media GmbH ist die OnVista AG.

Die OnVista AG hat nach Maßgabe des Ausgliederungs- und Übernahmevertrages vom 8. August 2002 (UR-Nr. 1116/2002 –CN– des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) einen Teil ihres Vermögens als Gesamtheit im Wege der Ausgliederung zur Aufnahme gemäß § 123 Abs. 3 Nr. 1 UmwG unter Fortbestand der OnVista AG auf die OnVista Media GmbH, Köln, sowie die OnVista Technologies GmbH, Köln, als übernehmende Rechtsträger im Verhältnis zwischen den Parteien mit Wirkung zum 1. Januar 2002, 0.00 Uhr, übertragen.

Die Hauptversammlung der OnVista AG hat dem Ausgliederungs- und Übernahmevertrag am 11. Juni 2002 zugestimmt. Die Gesellschafterversammlungen der OnVista Technologies GmbH, Köln, sowie der OnVista Media GmbH, Köln, haben ihre Zustimmung jeweils am 8. August 2002 erteilt. Die Ausgliederung wurde mit Eintragung in das Handelsregister der OnVista AG am 23. September 2002 rechtswirksam. Zwischen den Gesellschaften bestehen Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge zu Gunsten der OnVista AG.

Mit Anteilskaufvertrag vom 10. Juni 2002 hat die OnVista AG die von Herrn Christian Helsingreen gehaltenen 10 % der Anteile an der OnVista Limited, London/Großbritannien, erworben. Die Übertragung der Anteile erfolgte durch Aufrechnung einer Darlehensforderung der OnVista AG gegen Herrn Helsingreen. Damit hält die OnVista AG 100 % der Anteile an der OnVista Limited.

Mit Anteilskaufvertrag vom 5./6. Juni 2002 hat die OnVista AG die von Herrn Alexandre Beauvois gehaltenen 10 % der Anteile an der OnVista S.A.S., Paris/Frankreich, erworben. Die Übertragung der Anteile erfolgte durch Aufrechnung einer Darlehensforderung der OnVista AG gegen Herrn Beauvois. Damit hält die OnVista AG 100 % der Anteile an der OnVista S.A.S..

Mit Vertrag vom 31. Oktober 2002 hat die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH einen Anteil in Höhe von 12 % des Grundkapitals der Trade & Get AG Köln, erworben. Damit hält die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH 100 % der Anteile an der Trade & Get AG.

Gegenstand des Unternehmens

Gegenstand des Unternehmens ist die Entwicklung, Umsetzung und Vermarktung von Internet-Dienstleistungen im Finanzsektor, insbesondere die Entwicklung, Umsetzung und Vermarktung von Analyseinstrumenten und Datenbanken zur Erhöhung der Transparenz in Märkten mit hoher Informationsasymmetrie. Gegenstand des Unternehmens ist auch der Erwerb von EDV-Anlagen und Zubehör, Computerprogrammen, Daten und sonstigen Vermögensgegenständen sowie der entgeltliche Bezug von Dienstleistungen, soweit dies für den Betrieb des im ersten Satz beschriebenen Unternehmensgegenstandes erforderlich oder zweckmäßig ist. Gegenstand des Unternehmens ist auch der Erwerb von Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen, die Internet-Dienstleistungen im Finanzsektor entwickeln, umsetzen, vermarkten oder anbieten.

Die Gesellschaft kann alle Geschäfte betreiben und Maßnahmen treffen, die dem Gesellschaftszweck unmittelbar zu dienen geeignet sind.

Die Gesellschaft ist auch befugt, Unternehmen mit einem ähnlichen oder anderen Geschäftsgegenstand zu erwerben, sich daran zu beteiligen oder deren Geschäftsführung zu übernehmen, sie kann auch Zweigniederlassungen errichten.

Die Gesellschaft kann Unternehmensverträge jeder Art abschließen und ihren Betrieb und/oder Geschäftsbereich ganz oder teilweise in verbundene Unternehmen ausgliedern oder verbundenen Unternehmen überlassen. Sie kann Unternehmen, an denen sie beteiligt ist, unter ihrer einheitlichen Leitung zusammenfassen und sich auf die Wahrnehmung der Funktion einer Konzernholding beschränken.

Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

Erstellung des Konzernabschlusses

Der vorliegende Konzernabschluss der OnVista AG und ihrer Tochtergesellschaften wurde in Übereinstimmung mit den US-amerikanischen Rechnungslegungsgrundsätzen (US GAAP) erstellt.

Die Gesellschaft führt ihre Bücher in Übereinstimmung mit den laut Handelsgesetzbuch (HGB) vorgeschriebenen, allgemein anerkannten deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung. Die deutschen Grundsätze der Rechnungslegung unterscheiden sich in einigen Aspekten von den US GAAP. Alle Anpassungen und Angaben, die zur vollständigen Darstellung des Konzernabschlusses der OnVista AG nach US GAAP erforderlich waren, wurden durchgeführt.

OnVista nimmt die Befreiungsmöglichkeit des § 292a HGB in Anspruch, nach der ein Konzernabschluss und ein Konzernlagebericht nach den handelsrechtlichen Vorschriften nicht aufgestellt zu werden braucht, wenn ein Konzernabschluss und ein Konzernlagebericht nach international anerkannten Rechnungslegungsgrundsätzen aufgestellt und offengelegt wird. Die zur Inanspruchnahme dieser Befreiung erforderlichen Erläuterungen der vom deutschen Recht abweichenden Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden sind unter den Erläuterungen „Zusammenfassung der wesentlichen Unterschiede zwischen den deutschen Rechnungslegungsvorschriften und US GAAP“ dargestellt.

2. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Konsolidierung

Alle wesentlichen Tochterunternehmen, die unter der rechtlichen und faktischen Kontrolle der OnVista AG stehen, sind in den Konzernabschluss einbezogen. Wesentliche Beteiligungen werden nach der Equity-Methode gemäß der Accounting Principles Board Opinion No. 18 „*The Equity Method of Accounting for Investments in Common Stock*“ bilanziert, wenn OnVista über zwischen 20 % und 50 % der Stimmrechte verfügt oder einen maßgeblichen Einfluss auf deren Geschäfts- und Finanzpolitik ausübt. 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 und entsprechend seiner Nutzungsdauer abgeschrieben.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß Accounting Principles Board Opinion No. 16 „*Business Combinations*“ nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden anteiligen Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt („*purchase accounting*“). Die Differenz zwischen den Anschaffungskosten und dem anteiligen Eigenkapital wird ganz oder teilweise den Vermögensgegenständen des Tochterunternehmens zugeordnet. Ein verbleibender aktiver Unterschiedsbetrag wird als Geschäftswert aktiviert und über die voraussichtliche Nutzungsdauer ergebniswirksam abgeschrieben. Für Erwerbszeitpunkte nach dem 30. Juni 2001 wird die Kapitalkonsolidierung gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 141 „*Business Combinations*“ durchgeführt. Ein eventuell entstehender Geschäfts- oder Firmenwert ist danach zu aktivieren und gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 142 „*Goodwill and Other Intangible Assets*“ jährlich hinsichtlich seiner Werthaltigkeit zu überprüfen.

Die Auswirkungen konzerninterner Geschäftsvorfälle werden gemäß Accounting Research Bulletin No. 51 „*Consolidated Financial Statements*“ im Rahmen der Konsolidierung eliminiert.

Währungsumrechnung

Der Abschluss ausländischer Tochterunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 52 „*Foreign Currency Translation*“ nach dem Konzept der

funktionalen Währung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Umrechnung der Bilanz erfolgt grundsätzlich mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag bzw. mit dem historischen Kurs für das Eigenkapital, die Gewinn- und Verlustrechnung wird mit dem Jahresdurchschnittskurs in Euro umgerechnet. Umrechnungsdifferenzen aus der Währungsumrechnung werden ergebnisneutral unter dem übrigen Comprehensive Income im Eigenkapital ausgewiesen.

Der für die Währungsumrechnung zu Grunde gelegte Wechselkurs der OnVista Ltd., London/Großbritannien, betrug zum 31. Dezember 2002 0,6532 GBP/€.

Verwendung von Schätzungen

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

Kreditrisiken

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

Umsatzrealisierung

Umsätze werden im Segment „Media“ erfasst, wenn die Leistung infolge der Bannerschaltung erbracht wurde. Im Segment „Technologies“ erfolgt die Umsatzrealisierung von sogenannten Set-up-Fees nach erfolgreichem Set-up. Die aufgrund abgeschlossener Verträge erbrachten monatlichen Lizenzumsätze werden mit der Leistungserbringung realisiert. Da die Lizenzgebühren in der Regel zu Beginn der vertraglich vereinbarten Nutzungsdauer in Rechnung gestellt werden, werden die gezahlten Beträge abgegrenzt und entsprechend der Leistungserbringung erfolgswirksam vereinnahmt. Die Umsatzerlöse sind abzgl. Skonti, Preisnachlässe oder Kundenrabatte ausgewiesen.

Werbekosten

Gemäß Statement of Position No. 93-7 „Reporting on Advertising Costs“ werden Werbekosten im Zeitpunkt ihres Anfalls aufwandswirksam erfasst.

Ergebnis je Aktie

Bei Vorliegen von Verwässerungseffekten sind zwei Kenngrößen für das Ergebnis je Aktie anzugeben. Bei der Kenngröße „Ergebnis je Aktie“ („basic earnings per share“) wird der Verwässerungseffekt nicht berücksichtigt; der Konzern-Jahresüberschuss wird durch den gewogenen Durchschnitt der Zahl der Aktien dividiert. Die Kenngröße „Ergebnis je Aktie (voll verwässert)“ („diluted earnings per share“) berücksichtigt nicht nur die tatsächlich ausgegebenen, sondern auch die aufgrund von Optionsrechten erhältlichen Aktien. Die Berechnung ist in Erläuterung 26 dargestellt. Der Konzern-Jahresüberschuss stellt das im Konzern insgesamt erwirtschaftete Ergebnis des Jahres dar, von dem die auf Minderheitsgesellschafter entfallenden Anteile abgesetzt oder hinzugerechnet sind.

Liquide Mittel

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

Wertpapiere und Beteiligungen

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

Umlaufvermögen

Das Umlaufvermögen umfasst Forderungen, Wertpapiere und Zahlungsmittel einschließlich Beträge, die nach einem Jahr fällig werden. In den Erläuterungen sind jeweils die Beträge mit einer Fälligkeit von über einem Jahr angegeben.

Immaterielle Anlagewerte

Erworbene immaterielle Anlagewerte werden zu Anschaffungskosten bewertet und, sofern deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, linear pro rata temporis über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer von 3-5 Jahren abgeschrieben. Sofern sich aufgrund einer dauerhaften Wertminderung ein niedrigerer beizulegender Wert ergibt, wird eine außerplanmäßige Abschreibung auf diesen Wert vorgenommen. Stellt sich zu einem späteren Zeitpunkt heraus, dass die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung nicht mehr bestehen, wird eine Zuschreibung vorgenommen.

Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen von Unternehmenserwerben nach dem 30. Juni 2001 erworben worden sind, werden gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 142 „*Goodwill and Other Intangible Assets*“ aktiviert und jährlich hinsichtlich ihrer Werthaltigkeit überprüft.

Website-Entwicklungskosten

Die Bilanzierung von Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Website und der OnVista-Datenbank erfolgt gemäß Emerging Issues Task Force (EITF) Issue 00-2 „*Accounting for Web Site Development Costs*“ und Statement of Financial Accounting Standards No. 86, „*Accounting for the Cost of Computer Software to be Sold, Leased or Otherwise Marketed*“. Danach sind Forschungs- und Entwicklungskosten bis zum Erreichen der technischen Durchführbarkeit zum Zeitpunkt ihres Anfalls aufwandswirksam zu erfassen. Die technische Durchführbarkeit ist erreicht, wenn alle Planungs-, Design-, Programmierungs- und Testaktivitäten abgeschlossen sind, die notwendig sind, um zu belegen, dass das Produkt in Übereinstimmung mit den Design-Spezifikationen hergestellt werden kann. Ab dem Zeitpunkt der technischen Durchführbarkeit sind alle weiteren Entwicklungskosten bis zu dem Zeitpunkt, an dem das Produkt zur allgemeinen Freigabe an Kunden oder zur eigenen Nutzung zur Verfügung steht, zu aktivieren. Aktivierte Softwareentwicklungskosten werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer der Software (in der Regel fünf Jahre) abgeschrieben.

Sachanlagevermögen

Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. Die Abschreibungen erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (4-10 Jahre). Sofern sich aufgrund einer dauerhaften Wertminderung ein niedrigerer beizulegender Wert ergibt, wird eine außerplanmäßige Abschreibung auf diesen Wert vorgenommen. Stellt sich zu einem späteren Zeitpunkt heraus, dass die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung nicht mehr bestehen, wird eine Zuschreibung vorgenommen.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag werden gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 109 „*Accounting for Income Taxes*“ erfasst. Nach dieser Methode basieren aktive bzw. passive latente Steuern auf zeitlichen Unterschieden zwischen den steuerrechtlichen und den US GAAP-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 gebildet.

Aktienorientierte Vergütung

OnVista verfügt zum 31. Dezember 2002 über den in Erläuterung 14 ausführlich dargestellten Aktienoptionsplan. Die Bilanzierung von aktienorientierten Vergütungen hat grundsätzlich gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 123 „*Accounting for Stock-Based Compensation*“ nach der sogenannten Fair-Value-Methode zu erfolgen. OnVista nimmt jedoch die in Statement of Financial Accounting Standards No. 123 kodifizierte Vereinfachung in Anspruch, aktienorientierte Vergütungen nach Accounting Principle Board Opinion No. 25 „*Accounting for Stock Issued to Employees*“ entsprechend der Intrinsic-Value-Methode zu bilanzieren und die nach Statement of Financial Accounting Standards No. 123 erforderlichen zusätzlichen Angaben in den Erläuterungen zum Konzernabschluss zu machen.

Übriges Comprehensive Income

Die Veränderungen im Eigenkapital innerhalb eines Berichtszeitraums mit Ausnahme der Einlagen der Anteilseigner sowie der Ausschüttungen an Anteilseigner werden gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 130, „Reporting Comprehensive Income“, erfasst. Nach dieser Methode werden im so genannten Comprehensive Income alle Eigenkapitalbestandteile ausgewiesen. In einer Unterposition, dem übrigen Comprehensive Income, werden sämtliche ergebnisneutralen Veränderungen des Eigenkapitals abgebildet, so dass in dieser Unterposition die Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung sowie unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Stichtagsbewertung bestimmter Wertpapiere enthalten sind. Die Veränderung des Comprehensive Income wird in der Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals dargestellt.

Rückstellungen

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

Forschung und Entwicklung

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung werden grundsätzlich bei Anfall ergebniswirksam behandelt, sofern sie nicht gemäß EITF 00-2 in Verbindung mit Statement of Financial Accounting Standards No. 86 aktiviert werden (vgl. Erläuterung zu Website-Entwicklungskosten).

Neue Rechnungslegungsvorschriften

Im Juli 2002 wurde Statement of Financial Accounting Standards No. 146 „Accounting for Costs Associated with Exit or Disposal Activities“ veröffentlicht. Gemäß dieses Statements sind Verpflichtungen für Kosten in Zusammenhang mit Beendigungs- oder Veräußerungsvorgängen in der Periode anzusetzen, in der die Kosten entstanden sind, sofern eine vernünftige Schätzung des Zeitwertes möglich ist. Bislang konnten derartige Verpflichtungen bereits angesetzt werden, wenn sich das Management zu einem Restrukturierungsplan verpflichtet hatte. Statement of Financial Accounting Standards No. 146 ist für Beendigungs- oder Veräußerungsvorgänge anzuwenden, die nach dem 31. Dezember 2002 initiiert werden; eine rückwirkende Anpassung von Abschlüssen früherer Perioden ist nicht zulässig.

Statement of Financial Accounting Standards No. 148 „Accounting for Stock-Based Compensation – Transition and Disclosure – an amendment of FASB Statement No. 123“ wurde im Dezember 2002 verabschiedet. Dieser Standard ergänzt Statement of Financial Accounting Standards No. 123 „Accounting for Stock-Based Compensation“ um alternative Übergangsvorschriften für den Fall einer freiwilligen Erstanwendung der auf Marktwerten basierenden Bilanzierung aktienorientierter Vergütungen. Darüber hinaus sieht Statement of Financial Accounting Standards No. 148 bei der Bilanzierung aktienorientierter Vergütungen für alle Abschlüsse (auch unterjährige Abschlüsse) zusätzliche Angaben zu den angewandten Bilanzierungsmethoden und den daraus resultierenden Ergebniseffekten an hervorgehobener Stelle in den Erläuterungen zum Konzernabschluss vor. Statement of Financial Accounting Standards No. 148 ist für nach dem 15. Dezember 2002 endende Geschäftsjahre sowie für Zwischenabschlüsse, die sich auf nach dem 15. Dezember 2002 beginnende Perioden beziehen, anzuwenden. OnVista bilanziert aktienorientierte Vergütungen weiterhin auf Basis der Intrinsic-Value-Methode nach Accounting Principle Board Opinion No. 25 „Accounting for Stock Issued to Employees“ (siehe Erläuterung 14).

3. Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasst neben der OnVista AG die inländischen Tochtergesellschaften OnVista Beteiligungs-Holding GmbH, Köln, OnVista Technologies GmbH, Köln, OnVista Media GmbH, Köln, und Trade & Get AG, Köln, sowie die ausländischen Tochtergesellschaften OnVista S.r.l., Mailand / Italien, OnVista S.A.S., Paris / Frankreich, OnVista S.L., Barcelona / Spanien, und OnVista Limited, London / Großbritannien.

Darüber hinaus wird eine Beteiligung der OnVista Beteiligungs-Holding GmbH, die PROZENTOR GmbH, Berlin, nach der Equity-Methode einbezogen, da OnVista einen maßgeblichen Einfluss auf die Geschäfts- und Firmenpolitik ausübt.

4. Wesentliche at-equity einbezogene Unternehmen

Zum Kreis der at-equity einbezogenen Unternehmen gehörte im Geschäftsjahr 2002 unverändert die PROZENTOR GmbH. Da die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH an der Kapitalerhöhung der PROZENTOR GmbH vom 15. Februar 2002 nicht teilnahm, hat sich der Anteil am Stammkapital der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2002 von 33,3 % auf 25,1 % reduziert.

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

Im Zeitpunkt des Erwerbs der Beteiligung an der PROZENTOR GmbH, Berlin, ergab sich ein Unterschied zwischen dem Buchwert der Beteiligung und dem anteiligen Eigenkapital in Höhe von T€ 370, der planmäßig über eine voraussichtliche Nutzungsdauer von 5 Jahren abgeschrieben wurde. Die Differenz zwischen Anschaffungskosten und anteiligem Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt wurde in voller Höhe als Goodwill berücksichtigt und floss in die Fortschreibung der Beteiligungsbuchwerte ein.

Nach der Equity-Methode werden darüber hinaus die Anschaffungskosten der Beteiligungen um anteilige Gewinne bzw. Verluste, um anteilige Eigenkapitalveränderungen sowie um erhaltene Dividenden fortgeschrieben. Geschäftswerte wurden bis zum 31. Dezember 2001 über eine voraussichtliche Nutzungsdauer von fünf Jahren abgeschrieben.

Im Geschäftsjahr 2001 wurde der aus dem Erwerb der Beteiligung an der PROZENTOR GmbH, Berlin, verbleibende Goodwill in Höhe von T€ 327 aufgrund einer nachhaltigen Wertminderung der Beteiligung abgeschrieben.

Im Geschäftsjahr 2002 wurden in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Ergebnisse aus der at-equity bilanzierten PROZENTOR GmbH in Höhe von T€ 0 (Vorjahr: T€ -15) übernommen.

Erläuterungen zur Konzernbilanz

5. Liquide Mittel

Die liquiden Mittel betreffen Termingelder und Geldmarktanlagen mit einer Ursprungslaufzeit von weniger als drei Monaten in Höhe von T€ 4.242 (Vorjahr: T€ 360) sowie Guthaben bei Kreditinstituten in Höhe von T€ 773 (Vorjahr: T€ 3.498).

6. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zum Nennwert bilanziert und haben sämtlich eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Für ausfallgefährdete Forderungen bestehen zum 31. Dezember 2002 Wertberichtigungen in Höhe von T€ 68 (Vorjahr: T€ 316).

7. Sonstige Vermögensgegenstände und aktive Rechnungsabgrenzungsposten

Die Posten sind grundsätzlich mit dem Nennwert bilanziert und setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2002 T€	31.12.2001 T€
Zinsabgrenzung	462	401
Steuererstattungsansprüche	337	389
Im Voraus bezahlte Leistungen	188	221
Darlehen	150	371
Geldtransit	95	0
Debitorische Kreditoren	10	17
Sonstige	96	134
	1.338	1.533

Von den sonstigen Vermögensgegenständen und aktiven Rechnungsabgrenzungsposten weisen T€ 125 (Vorjahr: T€ 111) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr auf.

Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten Beträge in Höhe von T€ 462 (Vorjahr: T€ 401), die erst nach dem Abschlussstichtag rechtlich entstehen. Es handelt sich dabei um abgegrenzte Zinsen.

Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlungen vom 4. Juni 2002 sowie vom 13. Juni 2002 hat die ALTUS Media AG, Berlin, 900.000 Wandelschuldverschreibungen mit einer Laufzeit von zehn Jahren im Gesamtnennbetrag in Höhe von € 450.000 ausgegeben. Die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH hat hiervon 410.976 Wandel-

schuldverschreibungen zum Gesamtausgabebetrag in Höhe von € 205.488 gezeichnet, die zum Bezug von 11.416 Aktien berechtigen.

Zum 31. Dezember 2002 wurde eine Wertberichtigung in Höhe von € 205.488 auf die von der OnVista Beteiligungs-Holding GmbH gehaltenen Wandelschuldverschreibungen vorgenommen.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen wurden zum 31. Dezember 2001 Darlehensforderungen gegen die Minderheitsgesellschafter der OnVista Limited, London/Großbritannien, der OnVista S.A.S., Paris/Frankreich, und der Trade & Get AG, Köln, ausgewiesen. Diese Darlehen wurden im Rahmen des Erwerbs der Minderheitenanteile jeweils durch Aufrechnung gegen die Kaufpreisforderung der Minderheitsgesellschafter abgelöst.

8. Immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen

Zur Veränderung der immateriellen Anlagewerte und Sachanlagen verweisen wir auf die Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens.

Die immateriellen Anlagewerte beinhalten Lizenzen, Website-Entwicklungskosten, Software und Geschäfts- oder Firmenwerte.

Aufgrund eines vorzeitigen Nutzungsendes waren im Geschäftsjahr 2001 außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von T€ 406 auf zwei erworbene Lizenzen vorgenommen worden. Diese Abschreibungen waren zu 85 % in den Herstellungskosten und zu jeweils 5 % in den Marketing- und Vertriebskosten, den Forschungs- und Entwicklungskosten sowie in den Kosten der allgemeinen Verwaltung enthalten. Darüber hinaus war eine Abwertung in Höhe von T€ 194 auf selbst erstellte Software vorgenommen worden, um einem Release-Wechsel Rechnung zu tragen. Im Geschäftsjahr 2002 sind keine außerplanmäßigen Abschreibungen vorgenommen worden.

Im Geschäftsjahr 2002 hat OnVista die Gewinn- und Verlustrechnung durch die Aktivierung im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Website und der OnVista-Datenbank angefallener Entwicklungskosten in Höhe von T€ 1.399 (Vorjahr: T€ 1.154) entlastet. Die Abschreibungen auf Website-Entwicklungskosten erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (5 Jahre) und betragen im Geschäftsjahr 2002 T€ 559 (Vorjahr: T€ 416).

Infolge des Erwerbs der Anteile an der OnVista Limited, London/Großbritannien, und der OnVista S.A.S., Paris/Frankreich, in Höhe von jeweils 10 % des Stammkapitals der Gesellschaft sowie des Erwerbs der Anteile an der Trade & Get AG in Höhe von 12 % des Grundkapitals der Gesellschaft sind im Geschäftsjahr 2002 Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von T€ 311 aktiviert worden. Gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 142 „Goodwill and Other Intangible Assets“ sind diese Geschäfts- oder Firmenwerte jährlich auf ihre Werthaltigkeit zu überprüfen.

Die Sachanlagen bestehen im Wesentlichen aus Hardware, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Einbauten.

9. Wertpapiere und Finanzanlagen

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

Die gemäß der Equity-Methode einbezogene Beteiligung betrifft das folgende Unternehmen:

	Beteiligungs- quote %	Anteil am Eigenkapital €	Anschaffungs- kosten €	Gezahlte Firmenwerte €	Kumulierte Abwertung €	Beteiligungs- buchwert €
PROZENTOR GmbH	25,1%	140.324	510.000	369.676	510.000	0

In den im Geschäftsjahr 2001 ausgewiesenen Abwertungen auf Beteiligungen sind Abschreibungen auf den Firmenwert der PROZENTOR GmbH in Höhe von T€ 327, der anteilig übernommene Verlust an der PROZENTOR GmbH in Höhe von T€ 15 sowie eine Abschreibung in Höhe von T€ 82 aufgrund dauernder Wertminderung der Beteiligung an der PROZENTOR GmbH enthalten.

Die zu Anschaffungskosten („at cost“) einbezogenen Beteiligungen in Höhe von T€ 780 (Vorjahr: T€ 1.240) betreffen die folgenden Unternehmen:

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

	Beteiligungsquote %	Anteil am Nominalkapital €
ALTUS Media AG	12,88%	9.457
Lang & Schwarz Wertpapierhandel AG	3,20%	302.400
PriceContrast GmbH	2,50%	650
NetpoolOne GmbH	2,50%	1.300

Mit Aktienkauf- und Abtretungsvertrag vom 17. Mai 2002 hat die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH weitere 620 auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von jeweils € 5,11 an der ALTUS Media AG, Berlin, zum Kaufpreis von € 1,00 je Aktie von Herrn Thomas Look erworben. Mit Beschluss der Hauptversammlung der ALTUS Media AG wurde das Grundkapital der Gesellschaft um € 61.355,02 durch Ausgabe von 60.000 neuen auf den Namen der Aktionäre lautende Stückaktien zum Ausgabebetrag von € 1,03 je Aktie erhöht. Von den neu ausgegebenen Stückaktien hat die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH 10.065 Stückaktien zum Gesamtausgabebetrag von € 10.923,15 übernommen. Die im Geschäftsjahr 2002 erworbenen Anteile an der ALTUS Media AG wurden zum 31. Dezember 2002 wertberichtigt.

Mit Gesellschaftervereinbarung vom 20. August 2002 sowie mit Gesellschaftervereinbarung vom 30. September 2002 hat die OnVista Beteiligungs-Holding GmbH 1.571 der von ihr an der ALTUS Media AG gehaltenen Aktien sowie 1.153 der von ihr an der ALTUS Media AG gehaltenen Aktien an die FORTKNOX-VENTURE AG, Köln, abgetreten. Der von der OnVista Beteiligungs-Holding GmbH gehaltene Anteil an der ALTUS Media AG hat sich somit auf 15,07 % vermindert.

Die im Vorjahr ausgewiesene Beteiligung an der financial.com AG wurde aufgrund einer dauerhaften Wertminderung im Geschäftsjahr 2001 um T€ 307 abgewertet. Mit Anteilskaufvertrag vom 20. September 2001 und Ergänzungsvertrag vom 28. Dezember 2001 wurde die Beteiligung an der financial.com AG zum Verkaufspreis von T€ 460 unter der aufschiebenden Bedingung der Zahlung der Kaufpreistraten im Januar bzw. Mai 2002 an die IQ Capital AG, Frankfurt, veräußert. Die Zahlung der Kaufpreistraten erfolgte am 8. Januar 2002, am 22. Januar 2002 sowie am 29. Mai 2002.

Im Geschäftsjahr 2001 sind auf die Beteiligungen an der PriceContrast GmbH und der NetpoolOne GmbH aufgrund dauernder Wertminderungen Abwertungen in Höhe von T€ 1.172 und T€ 534 vorgenommen worden, um diese mit den niedrigeren beizulegenden Werten in Höhe von T€ 0 anzusetzen.

Darüber hinaus sind aufgrund dauernder Wertminderungen im Geschäftsjahr 2001 Abwertungen auf die Beteiligungen an der ALTUS Media AG in Höhe von T€ 2.558 und an der Lang & Schwarz Wertpapierhandel AG in Höhe von T€ 767 vorgenommen worden.

Mangels bestimmbarer Marktpreise in Form von Börsenkursen oder Zeitwerten („readily determinable fair values“) wird für die zu Anschaffungskosten einbezogenen Beteiligungen die Vorschrift des Statement of Financial Accounting Standards No. 115 nicht angewendet.

Die Anschaffungskosten, Marktwerte und unrealisierten Gewinne und Verluste der unter den Wertpapieren des Umlaufvermögens ausgewiesenen Pfandbriefe („available-for-sale securities“) setzen sich im Wesentlichen wie folgt zusammen:

	Datum Anschaffung	Anschaffungs- kosten €	Wert zum 31.12.2002 €	Wert zum 31.12.2001 €	Unrealisierter Gewinn €	Unrealisierter Verlust €
Hypothekbank in Essen AG	10.03.2000	4.967.500	0	5.000.500		
Eurohypo AG (vormals: Rheinhyp Rheinische Hypothekbank AG)	17.03.2000	4.001.000	3.986.000	3.951.200		15.000
Eurohypo AG (vormals: Rheinhyp Rheinische Hypothekbank AG)	17.03.2000	996.500	0	987.800		
Süddeutsche Bodencreditbank AG	10.03.2000	4.930.500	0	5.035.000		
Württembergische Hypothekbank AG	10.03.2000	4.863.500	0	5.003.500		
Allgemeine Hypothekbank AG	30.08.2001	3.410.750	3.542.000	3.428.950	131.250	
Deutsche Hypothekbank AG	18.01.2002	4.988.000	5.095.000	0	107.000	
DEPFA Deutsche Pfandbriefbank AG	20.06.2002	4.993.500	5.232.500	0	239.000	
Eurohypo AG	26.09.2002	4.512.150	4.586.850	0	74.700	
		37.663.400	22.442.350	23.406.950	551.950	15.000

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

Zum 31. Dezember 2002 hält OnVista wie im Vorjahr keine Wertpapiere, die als „trading securities“ zu klassifizieren sind.

Die Wertpapiere sind mit ihren Marktwerten am Bilanzstichtag bewertet. Der Saldo aus unrealisierten Gewinnen und Verlusten des Geschäftsjahres wurde in Höhe von T€ 539 (Vorjahr: T€ 159) unter Berücksichtigung latenter Steuern im übrigen Comprehensive Income ausgewiesen. Durch den Verkauf von drei Wertpapieren sowie des Teils eines weiteren Wertpapiers (Vorjahr: 1 Wertpapier) wurde im Geschäftsjahr 2002 ein Gewinn in Höhe von T€ 239 (Vorjahr: T€ 0) erzielt. Infolge dieser Veräußerung veränderte sich das übrige Comprehensive Income um netto T€ -239 (Vorjahr: T€ -5).

10. Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

11. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2002 T€	31.12.2001 T€
Sondervergütungen	576	401
Steuerrisiken	202	0
Kosten der Hauptversammlung und des Geschäftsberichts	125	220
Ausstehende Lieferantenrechnungen	118	150
Restrukturierung	112	592
Kosten der Jahresabschlussprüfung und Steuerberatung	102	78
Prozesskosten	0	150
Sonstige	255	194
Gesamt	1.490	1.785

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

Die Rückstellung für Restrukturierung wurde für Abfindungen und Gehaltszahlungen an drei (Vorjahr: fünfzehn) Mitarbeiter der OnVista AG sowie ausländischer Tochtergesellschaften, die im Rahmen der Restrukturierung des Konzerns gekündigt wurden, gebildet.

12. Sonstige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzung enthält Umsatzabgrenzungen für noch nicht erbrachte Leistungen.

13. Eigenkapital

Die Gesellschaft ist als Aktiengesellschaft organisiert. Die Anteilseigner haften daher grundsätzlich nur in Höhe ihrer Kapitaleinlage.

Zur Veränderung des Eigenkapitals verweisen wir auf die Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals.

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Anzahl der am 31. Dezember 2002 von der OnVista AG ausgegebenen nennwertlosen Aktien betrug 6.700.000. Jede Aktie repräsentiert einen Anteil am gezeichneten Kapital in Höhe eines Nennbetrags von € 1,00.

Eigene Anteile (Treasury Stock)

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Mai 2001 (UR-Nr. 668/2001 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) wurde der Vorstand gemäß § 71 Absatz 1 Nr. 8 Aktiengesetz ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 29. November 2002, außer zum Zwecke des Handels mit eigenen Aktien, Aktien der Gesellschaft in einem Umfang von bis zu zehn vom Hundert des Grundkapitals der Gesellschaft über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre der Gesellschaft gerichteten öffentlichen Kaufangebots zu erwerben.

In den Monaten Juli und August 2001 hat die Gesellschaft aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung insgesamt 117.545 nennwertlose Stückaktien zu Anschaffungskosten von € 823.087 erworben. Damit hielt die OnVista AG zum 31. Dezember 2001 einen Anteil von 1,8 % des Grundkapitals der Gesellschaft. Der Kurswert dieser Aktien zum 31. Dezember 2001 betrug € 517.198.

Zum 31. Dezember 2001 wurden die eigenen Anteile mit ihren Anschaffungskosten in Höhe von € 823.087 als Korrekturposten vom Eigenkapital abgesetzt.

Im Juni 2002 wurden die eigenen Anteile veräußert. Der beim Verkauf insgesamt realisierte Verlust in Höhe von € 341.152 wurde unter Berücksichtigung latenter Steuern erfolgsneutral im Eigenkapital von der Kapitalrücklage abgesetzt.

Zum 31. Dezember 2002 hält die OnVista AG keine eigenen Anteile.

Genehmigtes Kapital

Gemäß Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 16. Februar 2000 (UR-Nr. 217/2000 der Notarin Dr. Ingrid Doyé, Köln) wurde der Vorstand der OnVista ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 15. Februar 2005 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer Aktien gegen Geld- oder Sacheinlage einmalig oder mehrmals, insgesamt jedoch höchstens um € 3.350.000, zu erhöhen und dabei das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen.

Die Eintragung des genehmigten Kapitals in Höhe von € 3.350.000 in das Handelsregister der Gesellschaft erfolgte am 18. Februar 2000.

Bedingtes Kapital

Mit Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 16. Februar 2000 (UR-Nr. 217/2000 der Notarin Dr. Ingrid Doyé, Köln) wurde das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu € 472.080 durch Ausgabe von bis zu 472.080 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Optionsrechten an Mitarbeiter der Gesellschaft sowie an Mitarbeiter und Mitglieder der Geschäftsführung von mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmen (einschließlich leitender Angestellter) („Mitarbeiter“) und Mitglieder des Vorstandes der Gesellschaft („Vorstand“). Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie die Inhaber der ausgegebenen Optionsrechte von ihrem Optionsrecht Gebrauch machen. Die neuen Aktien nehmen jeweils vom Beginn des Geschäftsjahres, in dessen Verlauf sie durch Ausübung von Optionsrechten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand bzw. im Falle der Ausgabe von Optionsrechten an Mitglieder des Vorstandes der Aufsichtsrat der Gesellschaft werden ermächtigt, Optionsrechte auf Bezug neuer Aktien der Gesellschaft nach Maßgabe der unter Erläuterung 14 dargestellten Bestimmungen an Optionsberechtigte zur Zeichnung anzubieten.

Die Eintragung des bedingten Kapitals in Höhe von € 472.080 in das Handelsregister der Gesellschaft erfolgte am 18. Februar 2000.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Mai 2001 (UR-Nr. 668/2001 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) wurde das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu € 197.920 durch Ausgabe von bis zu 197.920 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital II). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Optionsrechten an Mitarbeiter der Gesellschaft sowie an Mitarbeiter und Mitglieder der Geschäftsführung von mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmen (einschließlich leitender Angestellter) („Mitarbeiter“) und Mitglieder des Vorstandes der Gesellschaft („Vorstand“). Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie die Inhaber der ausgegebenen Optionsrechte, die im Rahmen des „OnVista Aktienoptionsplans 2001“ gewährt werden, von ihrem Optionsrecht Gebrauch machen. Die neuen Aktien nehmen jeweils vom Beginn des Geschäftsjahres, in dessen Verlauf sie durch Ausübung von Optionsrechten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand, bzw. im Falle der Ausgabe von Optionsrechten an Mitglieder des Vorstandes der Aufsichtsrat der Gesellschaft, wird ermächtigt, Optionsrechte auf Bezug neuer Aktien der Gesellschaft nach Maßgabe der unter Erläuterung 14 dargestellten Bestimmungen an Optionsberechtigte zur Zeichnung anzubieten.

Die Eintragung des bedingten Kapitals II in Höhe von € 197.920 in das Handelsregister der Gesellschaft erfolgte am 6. Juli 2001.

Die am 16. Februar 2000 beschlossene bedingte Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft um bis zu € 472.080 durch Ausgabe von 472.080 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit Gewinnberechtigung ab

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

Beginn des Geschäftsjahres der Ausgabe und nur zur Einlösung von Bezugsrechten, die im Rahmen des „Stock Option Plan 2000“ gewährt werden, wird insofern erweitert, dass das dazu geschaffene bedingte Kapital auch zur Einlösung von Bezugsrechten genutzt werden kann, die im Rahmen des „OnVista Aktienoptionsplans 2001“ gewährt werden. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie im Rahmen des „Stock Option Plan 2000“ oder des „OnVista Aktienoptionsplan 2001“ aus dem bedingten Kapital Bezugsrechte ausgegeben werden und Inhaber dieser Bezugsrechte hiervon Gebrauch machen.

Gewinnrücklagen

Der Vorstand der OnVista AG hat aus dem Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2002 gemäß § 58 Abs. 2 AktG einen Betrag in Höhe von € 3.350.000 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

Kumuliertes übriges Comprehensive Income

Die Bestandteile des kumulierten übrigen Comprehensive Income entwickelten sich wie folgt:

	31.12.2002 vor Steuern T€	31.12.2002 Steuer-Effekt T€	31.12.2002 Netto T€
Unrealisierte Gewinne (Verluste) aus der Marktbewertung von Wertpapieren:			
1. Januar 2001	69	7	76
Veränderung der unrealisierten Gewinne (Verluste)	159	-15	144
abzgl. realisierte Gewinne (Verluste)	-9	4	-5
Unrealisierte Gewinne (Verluste), gesamt	237	-12	225
Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung			
1. Januar 2001	2	0	2
Eigenkapitalumrechnung	19	0	19
Ergebnisumrechnung	-18	0	-18
	3	0	3
Kumuliertes übriges Comprehensive Income zum 31. Dezember 2001	240	-12	228
Unrealisierte Gewinne (Verluste) aus der Marktbewertung von Wertpapieren:			
1. Januar 2002	237	-12	225
Veränderung der unrealisierten Gewinne (Verluste)	539	14	553
abzgl. realisierte Gewinne (Verluste)	239	0	239
Unrealisierte Gewinne (Verluste), gesamt	537	2	539
Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung			
1. Januar 2002	3	0	3
Eigenkapitalumrechnung	1	0	1
Ergebnisumrechnung	9	0	9
	13	0	13
Kumuliertes übriges Comprehensive Income zum 31. Dezember 2002	550	2	552

14. Aktienoptionsprogramm

Der Konzern verfügt zum Bilanzstichtag über einen fixen „Stock Option Plan“ im Sinne von Accounting Principle Board Opinion No. 25, „Accounting for Stock Issued to Employees“.

Mit Zustimmung der außerordentlichen Hauptversammlung vom 16. Februar 2000 hat OnVista den „Stock Option Plan 2000“ eingeführt. Dieser Plan sieht vor, Optionsrechte zum Bezug von OnVista-Aktien an Mitarbeiter und

Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft sowie an Mitarbeiter und Mitglieder der Geschäftsführung von mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmen (einschließlich leitender Angestellter) zu gewähren.

Die Optionsrechte werden den Mitarbeitern, den Mitarbeitern und Mitgliedern der Geschäftsführung verbundener Unternehmen und den Vorstandsmitgliedern in bis zu zwanzig Tranchen im Zeitraum vom 24. Februar 2000 bis zum 31. Dezember 2004 angeboten. Das Angebot kann jeweils nur innerhalb der letzten Woche eines jeden Kalenderquartals unterbreitet werden und dieses Angebot kann nur innerhalb von vier Wochen nach Angebotsunterbreitung angenommen werden. Für alle Tranchen besteht jeweils eine Sperrfrist von drei Jahren, vor deren Ablauf die Optionen nicht ausgeübt werden können. Nach Ablauf der Sperrfrist können die Optionen zunächst nur zur Hälfte und erst nach Ablauf von fünf Jahren seit dem Zeitpunkt der Begebung in voller Höhe ausgeübt werden. Die Optionsrechte der ersten Tranche konnten daher frühestens am 24. Februar 2003 zur Hälfte und können erst ab dem 24. Februar 2005 in voller Höhe ausgeübt werden.

Der Optionspreis wird in Abhängigkeit von einer Bezugsgröße bestimmt, die im Fall der ersten Tranche dem Emissionspreis und bei allen weiteren Tranchen dem Durchschnitt der an der Frankfurter Wertpapierbörse festgestellten Schlusskurse der letzten fünf Handelstage vor dem Beschluss der Gewährung der Optionsrechte entspricht. Der Optionspreis beträgt nach Ablauf der Sperrfrist 130 % der Bezugsgröße und steigt nach Ablauf von fünf Jahren vom Zeitpunkt der Begebung auf 150 % der Bezugsgröße.

Nicht ausgeübte Optionsrechte verfallen am Ende des ersten Ausübungszeitraums, der nach Ablauf von fünf Jahren vom Zeitpunkt der Begebung eintritt.

Mit Zustimmung der Hauptversammlung vom 30. Mai 2001 (UR-Nr. 668/2001 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) hat OnVista den „OnVista Aktienoptionsplan 2001“ eingeführt. Dieser Plan sieht vor, Optionsrechte zum Bezug von OnVista-Aktien an Mitarbeiter und Mitglieder des Vorstandes der Gesellschaft sowie an Mitarbeiter und Mitglieder der Geschäftsführung von mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmen (einschließlich leitender Angestellter) zu gewähren.

Bis zum Ende des Jahres 2007 kann der Vorstand den Mitarbeitern bzw. kann der Aufsichtsrat dem Vorstand in jährlich bis zu vier Tranchen insgesamt Stück 492.250 Optionsrechte zur Zeichnung anbieten, wobei insgesamt Stück 369.188 Optionsrechte auf die Mitarbeiter sowie insgesamt 123.062 Optionsrechte auf den Vorstand entfallen können. Soweit im Rahmen der Tranchen das Kontingent für den Vorstand von insgesamt Stück 123.062 Optionsrechten nicht ausgeschöpft wird, können die verbleibenden Optionsrechte auch den Mitarbeitern zur Zeichnung angeboten werden. Das Angebot zur Zeichnung von Optionsrechten im Rahmen der Tranchen kann jeweils nur innerhalb der letzten Woche eines jeden Kalenderquartals unterbreitet werden und dieses Angebot kann nur innerhalb von vier Wochen nach Angebotsunterbreitung angenommen werden.

Die Optionsrechte können frühestens 2 Jahre nach Begebung („Sperrfrist“) ausgeübt werden. Nach Ablauf der zweijährigen Sperrfrist ist die Ausübung der Optionsrechte zu einem Viertel, zu einem weiteren Viertel nach Ablauf von drei Jahren nach Begebung zuzüglich der im Vorjahr nicht ausgeübten Optionsrechte, zu einem weiteren Viertel nach Ablauf von vier Jahren nach Begebung zuzüglich der in den Vorjahren nicht ausgeübten Optionsrechte und zu einem weiteren Viertel nach Ablauf von fünf Jahren nach Begebung zuzüglich der in den Vorjahren nicht ausgeübten Optionsrechte möglich.

Der Optionspreis wird in Abhängigkeit von einer Bezugsgröße bestimmt, die dem Durchschnitt der an der Frankfurter Wertpapierbörse für eine Aktie der Gesellschaft festgestellten Schlusskurse der letzten fünf Handelstage vor dem jeweiligen Beschluss des Vorstandes, bzw. im Falle der Gewährung von Optionsrechten an Vorstandsmitglieder des Aufsichtsrats, entspricht. Der anfängliche Optionspreis beträgt 120 % („Multiplikator“) der Bezugsgröße. Der Multiplikator erhöht sich pro Jahr um 10 Prozentpunkte. Der Optionspreis ist nach näherer Bestimmung der Optionsbedingungen zu reduzieren, wenn die Gesellschaft während der Laufzeit der Optionsrechte Kapitalmaßnahmen durchführt oder Wandlungs- oder Optionsrechte begründet. Nicht ausgeübte Optionsrechte verfallen nach dem Ende des letzten Ausübungszeitraums, der nach Ablauf von sechs Jahren vom Zeitpunkt der Begebung eintritt.

OnVista bilanziert aktienorientierte Vergütungspläne gemäß Accounting Principle Board Opinion No. 25, „Accounting for Stock Issued to Employees“. Hiernach führt das fixe Beteiligungsmodell von OnVista zu keinem Personalaufwand, da der innere Wert (Intrinsic Value) des Optionsrechtes (= Optionspreis minus Aktienkurs zum Zeitpunkt der Zusage) gleich null ist.

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

Die Entwicklung der an berechnigte Arbeitnehmer ausgegebenen Stock Options stellt sich im Geschäftsjahr 2002 wie folgt dar:

	Anzahl Optionen auf OnVista-Aktien in Stück	Durchschnittlicher Bezugspreis je Stück €
Bestand am Jahresanfang	162.500	17,41
Gewährt	116.750	6,42
Ausgeübt	0	0,00
Verfallen	33.500	19,78
Noch bestehend am Jahresende	245.750	16,47
Ausübbar am Jahresende	0	0,00

Wären die Aufwendungen des aktienorientierten Vergütungsmodells nach Maßgabe des Statement of Financial Accounting Standards Board No. 123 „Accounting for Stock-Based Compensation“ auf Basis des Zeitwerts zum Gewährungszeitpunkt bestimmt worden, hätte sich das Konzern-Ergebnis um T€ 409 (Vorjahr: T€ 397) vermindert und T€ 2.039 (Vorjahr: T€ -9.642) betragen. Das Ergebnis je Aktie hätte sich in diesem Fall um € 0,06 (Vorjahr: € 0,06) auf € 0,31 (Vorjahr: € -1,45) reduziert.

Der Zeitwert der Stock Options wurde zum Gewährungszeitpunkt auf Basis eines Black-Scholes-Optionspreismodells bestimmt. Diesem lagen die folgenden Prämissen zugrunde:

	2002
Durchschnittlich erwartete Dividendenrendite	0,0%
Erwartete Volatilität	72,22%
Risikofreier Anlagezinssatz	6,0%
Erwartete Dauer bis zur Ausübung beim „Stock Option Plan 2000“	3 bzw. 5 Jahre
Erwartete Dauer bis zur Ausübung beim „OnVista Aktienoptionsplan 2001“	2, 3, 4 bzw. 5 Jahre

Für die jeweiligen Zusagen ergaben sich beim „Stock Option Plan 2000“ die folgenden Zeitwerte je Option:

Erwartete Dauer bis zur Ausübung	3 Jahre	€	5 Jahre	€
Zusage vom 24.02.2000	10,66		13,23	
Zusage vom 30.06.2000	9,69		12,45	
Zusage vom 02.01.2001	7,01		8,70	

Für die jeweiligen Zusagen ergaben sich beim „OnVista Aktienoptionsplan 2001“ die folgenden Zeitwerte je Option:

Erwartete Dauer bis zur Ausübung	2 Jahre	€	3 Jahre	€	4 Jahre	€	5 Jahre	€
Zusage vom 28.01.2002	1,76		2,12		2,41		2,65	

Im Januar 2003 wurden weitere Zusagen aus dem „OnVista Aktienoptionsplan 2001“ für den Bezug von 130.000 Aktien an bezugsberechnigte Mitarbeiter gewährt.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

15. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse resultieren im Wesentlichen aus Lizenz- und Werbeeinnahmen. Auslandsumsätze wurden in nicht nennenswertem Umfang erzielt.

Die Umsatzerlöse setzen sich aufgeteilt nach Geschäftsfeldern wie folgt zusammen:

	2002	T€	2001	T€
Technologies (vormals: Lizenzen)	9.068		8.239	
Media (vormals: Portal)	3.509		4.365	
	12.577		12.604	

Eine detaillierte Abgrenzung und Beschreibung der einzelnen Umsatzarten erfolgt im Rahmen der Segmentberichterstattung (Erläuterung 21).

16. Umsatzerlöse aus nicht-monetären Geschäftsvorfällen

Aus dem Erwerb der Beteiligungen an der PriceContrast GmbH und der NetpoolOne GmbH im Jahr 2000 gegen Bareinlagen und sonstige Nebenleistungen gemäß § 3 Abs. 2 GmbHG in Form von Bannerwerbung wurden im Geschäftsjahr 2002 Umsatzerlöse in Höhe von T€ 0 (Vorjahr: T€ 728) realisiert.

17. Personalaufwand

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnungen für die Geschäftsjahre 2002 und 2001 enthalten folgenden Personalaufwand:

	2002	T€	2001	T€
Löhne und Gehälter		6.283		7.299
Soziale Abgaben		1.168		1.117
Gesamt		7.451		8.416

18. Forschung und Entwicklung

Im Berichtszeitraum hat der Konzern Forschungs- und Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Website und der OnVista-Datenbank in Höhe von T€ 1.263 (Vorjahr: T€ 1.787) aufwandswirksam gebucht.

19. Werbekosten

Im Berichtszeitraum hat der Konzern Werbekosten in Höhe von T€ 152 (Vorjahr: T€ 369) aufwandswirksam gebucht.

20. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag setzen sich in Deutschland aus Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und dem Solidaritätszuschlag (seit 1. Januar 1995) zusammen. Im Jahr 2000 wurde das für den Konzern maßgebliche deutsche Steuerrecht durch das Gesetz zur Senkung der Steuersätze und zur Reform der Unternehmensbesteuerung (Steuersenkungsgesetz – StSenkG) in einigen Punkten erheblich geändert. Dabei wurde unter anderem der Körperschaftsteuersatz von 40 % auf 25 % gesenkt und die unterschiedliche Besteuerung ausgeschütteter und einbehaltener Gewinne aufgehoben. Die neuen Regelungen gelten für alle Geschäftsjahre, die nach dem 31. Dezember 2000 beginnen. Übereinstimmend damit werden latente Steuern, die auf zeitlichen Buchungsunterschieden beruhen, seit dem Stichtag 31. Dezember 2000 auf Grundlage des erwarteten zukünftigen Satzes gebildet. Die Berechnung dieses Satzes basiert auf einem effektiven Körperschaftsteuersatz von 21,5 % zuzüglich eines effektiven Gewerbesteuersatzes von 18,4 %.

Mit dem so genannten Flutopfersolidaritätsgesetz vom 19. September 2002 wurde zur Unterstützung der durch das Hochwasser im Sommer 2002 geschädigten Mitbürger der Körperschaftsteuersatz für den Veranlagungszeitraum 2003 auf 26,5 % angehoben. Da die Erhöhung des Körperschaftsteuersatzes aufgrund des Flutopfersolidaritätsgesetzes auf ein Jahr befristet ist und der sich daraus ergebende Effekt von untergeordneter Bedeutung ist, wurde auf eine Anpassung des effektiven Steuersatzes zur Berechnung der latenten Steuern verzichtet.

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

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

	31.12.2002	T€	31.12.2001	T€
Aktive latente Steuern:				
Ausgliederungsgewinn abzgl. steuerliche Goodwill-Abschreibung	4.829		0	
Steuerlicher Verlustvortrag	181		2.675	
	5.010		2.675	
Passive latente Steuern:				
Website-Entwicklungskosten	-602		-731	
Rückstellung für Restrukturierung	-160		0	
Anlagevermögen	0		-216	
Steuerlicher Verlustvortrag	0		-5	
	-762		-952	
Aktive/passive (-) latente Steuern, netto	4.248		1.723	
<i>Davon</i>				
mit einer Restlaufzeit < 1 Jahr	192		2.480	
mit einer Restlaufzeit > 1 Jahr	4.056		-757	

Auf den im Rahmen der Ausgliederung der Geschäftsfelder „Technologies“ und „Media“ in die OnVista Technologies GmbH sowie die OnVista Media GmbH entstehenden steuerlichen Ausgliederungsgewinn wurden zum 31. Dezember 2002 aktive latente Steuern gebildet. Der Ansatz der aktiven latenten Steuern erfolgt unter Berücksichtigung der passiven latenten Steuern, die auf die steuerliche Abschreibung der Geschäfts- oder Firmenwerte in der OnVista Technologies GmbH sowie der OnVista Media GmbH gebildet wurden. Der überwiegende Teil (14/15) der daraus resultierenden saldierten aktiven latenten Steuern hat eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

Zum 31. Dezember 2002 bestehen im Konzern körperschaftsteuerliche Verlustvorräte in Höhe von T€ 477 sowie gewerbesteuerliche Verlustvorräte in Höhe von T€ 427 (Vorjahr: insgesamt T€ 12.924), die voraussichtlich in naher Zukunft realisiert werden können.

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

Im Geschäftsjahr 2001 ist auf die aktiven latenten Steuern auf den steuerlichen Verlustvortrag der OnVista AG per 31. Dezember 2001 eine Wertberichtigung von 50 % gebildet worden. Auf die steuerlichen Verlustvorräte der ausländischen Tochtergesellschaften sowie der Trade & Get AG wurde eine 100 %ige Wertberichtigung gebildet.

Die folgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung vom im jeweiligen Geschäftsjahr erwarteten zum jeweils tatsächlich ausgewiesenen Steueraufwand bzw. -ertrag. Zur Ermittlung des erwarteten Steueraufwands bzw. -ertrags wird der im Geschäftsjahr 2002 gültige Gesamtsteuersatz von 39,9 % (Vorjahr: 39,9 %) mit dem Ergebnis vor Steuern multipliziert.

	2002	T€	2001	T€
Erwarteter Steueraufwand/-ertrag	35		-3.992	
Auflösung aktiver latenter Steuern auf Verlustvorräte	2.675		0	
Aktivierung selbst erstellter Software	473		0	
Abschreibung auf den steuerlichen Geschäfts- oder Firmenwert	293		0	
Rückstellung für Restrukturierung	160		0	
Eigene Anteile	136		122	
Nachträgliche IPO-Kosten aus nicht abzugsfähiger Vorsteuer	80		0	
Wertberichtigungen auf aktive latente Steuern	32		3.038	
Ausgliederungsgewinn	-5.122		0	
Auflösung der aktivierten selbst erstellten Software	-490		0	
Latente Steuern auf den Verlustvortrag	-231		0	
Auflösung von Bewertungsunterschieden im Anlagevermögen	-216		0	
Abschreibungen auf den Geschäfts- oder Firmenwert	0		140	
Aufwendungen aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0		53	
Abschreibungen auf nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0		-171	
Sonstiges	-120		245	
Ausgewiesener Steueraufwand/-ertrag	-2.295		-565	

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

Der latente Steueraufwand / Steuerertrag für die Geschäftsjahre 2002 und 2001 stellt sich wie folgt dar:

	2002	T€	2001	T€
Veränderung der aktiven und passiven latenten Steuern		-2.525		-450
Erfolgsneutrale Steuereffekte				
Verkauf eigener Anteile, direkt mit der Kapitalrücklage verrechnet		136		0
Nachträgliche IPO-Kosten aus nicht abzugsfähiger Vorsteuer		80		0
Unrealisierte Verluste auf Wertpapiere des Umlaufvermögens („available-for-sale securities“)		14		15
Erfolgswirksame Veränderung der aktiven und passiven latenten Steuern		-2.295		-435
Veränderung der aktiven und passiven latenten Steuern infolge des Erwerbs konsolidierter Tochterunternehmen		0		-130
Latenter Steueraufwand/-ertrag		-2.295		-565

Sonstige Erläuterungen

21. Segmentberichterstattung

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

Umsätze im Segment Media werden durch Werbung, eCommerce und Content-Integration im Umfeld des OnVista-Finanzportals generiert. Im Segment Technologies werden auf Basis längerfristiger Verträge monatliche Lizenzgebühren für die Nutzung der OnVista-Datenbank von Geschäftskunden bezogen, die die Datenbankinhalte für Websites, Intranets und andere Anwendungen nutzen. Darüber hinaus fallen in diesem Segment Umsätze für die Projektabwicklung und die Nutzung von Rechenzentrumskapazitäten an. Das Segment Dienstleistungen bzw. Corporate Services beinhaltet interne Konzerndienstleistungen.

Die Umsatz-, Ergebnis- und Vermögenssituation in den einzelnen Segmenten stellt sich im Geschäftsjahr 2002 wie folgt dar:

	Media	Technologies	Corporate Services	Konsolidierung	Gesamt
	T€	T€	T€	T€	T€
Außenumsatz	3.427	9.068	82		12.577
Innenumsatz	81	1.222		-1.303	0
Gesamtumsatz	3.508	10.290	82	-1.303	12.577
Sonstige betriebliche Erträge	203	1.063	3.108	-2.714	1.660
Operative Kosten	-3.175	-8.687	-4.954	4.017	-12.799
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-136	-2.032	-458		-2.626
Operatives Ergebnis	400	634	-2.222		-1.188
Finanzergebnis	2		1.275		1.277
Ergebnis vor Steuern und vor Minderheitenanteilen	402	634	-947		89
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag			2.295		2.295
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	402	634	1.348		2.384
Anlage- und Umlaufvermögen	1.087	7.828	44.230	-10.050	43.095
Latente Steuern			4.248		4.248
Investitionen in das Anlagevermögen	785	9.736	4.940	-13.724	1.737

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

Im Segment Media wurden 17 % des Umsatzes mit Kunden außerhalb Deutschlands erzielt. Im Segment Technologies beträgt der Anteil des Auslandsumsatzes 16 %.

Die Umsätze im Segment Technologies beinhalten einen Kunden, mit dem mehr als 10 % der Gesamtumsätze des Segments erzielt wurden (T€ 1.100). Im Segment Media gab es keinen Kunden, der mehr als 10 % der Segmentumsätze ausmachte.

22. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Haftungsverhältnisse

Zu vermerkende Haftungsverhältnisse bestanden am Bilanzstichtag nicht.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Gesellschaft hat alle ihre Geschäftsräume von Dritten gemietet. Die Mietaufwendungen betragen im Geschäftsjahr 2002 T€ 517 (Vorjahr: T€ 457). Aus Verträgen für das Leasing von technischen Geräten fielen im Geschäftsjahr 2002 Leasingaufwendungen in Höhe von T€ 95 (Vorjahr: T€ 39) an.

Die in Folgejahren zu leistenden Mindestmiet- und -leasingzahlungen sowie Zahlungen für Informationsdienstleistungen aus unkündbaren Verträgen mit einer ursprünglichen oder verbleibenden Laufzeit von mehr als einem Jahr summieren sich zum 31. Dezember 2002 wie folgt:

	T€
2003	538
2004	477
2005	333
2006	30
Folgejahre	30
	1.408

23. Beziehungen zu nahe stehenden Personen

Zum 31. Dezember 2002 lagen keine zu vermerkenden Beziehungen zu nahe stehenden Personen vor.

24. Bezüge von Aufsichtsrat und Vorstand

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr wie folgt zusammen:

Friedrich Oidtmann
Stephan Schubert
Michael W. Schwetje

Michael W. Schwetje ist Vorsitzender des Aufsichtsrates der Trade & Get AG (bis zum 31. Dezember 2002) sowie Mitglied des Aufsichtsrates der ALTUS Media AG.

Friedrich Oidtmann und Stephan Schubert haben keine Aufsichtsratsmandate inne.

Die Bezüge des Vorstands betragen im Geschäftsjahr 2002 T€ 373 (Vorjahr: T€ 318). Zudem erhielt der Vorstand für das Geschäftsjahr 2002 eine erfolgsorientierte Vergütung in Höhe von T€ 120 (Vorjahr: T€ 0).

Dem Vorstand wurden im Jahr 2002 keine Rechte auf Bezug von Aktien der Gesellschaft gewährt.

Konzern-Abschluss 2002 nach US GAAP

Erläuterungen

Die Zahl der von den Mitgliedern des Vorstandes gehaltenen Aktien der OnVista AG hat sich im Geschäftsjahr 2002 wie folgt entwickelt:

	Friedrich Oidtmann	Stephan Schubert	Michael W. Schwetje
Aktien der Gesellschaft			
Bestand 1. Januar 2002	411.600	1.721.280	1.714.580
Aktienkauf aus März 2002	0	2.000	0
Aktienverkauf aus Juli 2002	0	0	2.000
Bestand 31. Dezember 2002	411.600	1.723.280	1.712.580
Bezugsrechte			
Bestand 31. Dezember 2002	15.000	5.000	5.000

Der Aufsichtsrat setzt sich wie folgt zusammen:

Dr. Paul-Bernhard Kallen, Geschäftsführer, Vorsitzender,
Dr. Johannes Meier, Vorstand, stellvertretender Vorsitzender,
Prof. Dr. Bernhard Schwetzler, Universitätsprofessor.

Dr. Paul-Bernhard Kallen ist ferner Mitglied im Aufsichtsrat der Tomorrow Focus AG. Die Herren Dr. Johannes Meier und Prof. Dr. Bernhard Schwetzler haben keine weiteren Aufsichtsratsmandate inne.

Im Berichtsjahr betragen die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats T€ 20 (Vorjahr: T€ 20).

Die Zahl der von den Mitgliedern des Aufsichtsrats gehaltenen Aktien der OnVista AG hat sich im Geschäftsjahr 2002 wie folgt entwickelt:

	Dr. Paul-Bernhard Kallen	Dr. Johannes Meier	Prof. Dr. Bernhard Schwetzler
Aktien der Gesellschaft			
Bestand 1. Januar 2002	20.000	1.500	1.085
Aktienkauf aus Februar 2002	0	1.500	0
Bestand 31. Dezember 2002	20.000	3.000	1.085

Den Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden keine Rechte auf Bezug von Aktien der OnVista AG eingeräumt.

25. Mitarbeiter

Die durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Mitarbeiter (inkl. Vorstände) betrug:

	2002	2001
Festangestellte (Vollzeitäquivalente)	138	156

26. Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie („basic earnings per share“) und das Ergebnis je Aktie (voll verwässert) („diluted earnings per share“) berechnet sich für das Geschäftsjahr 2002 wie folgt:

	2002
Jahresüberschuss (T€)	2.448
Gewogener Durchschnitt der ausgegebenen Aktien (in '000)	6.643
Ergebnis je Aktie („basic/diluted earnings per share“) (€)	0,37

Für das Geschäftsjahr 2002 wurden die im Rahmen des „Stock Option Plan 2000“ sowie des „OnVista Aktienoptionsplans 2001“ gewährten Optionen nicht in die Berechnung des Ergebnisses je Aktie (voll verwässert) einbezogen, da der Ausübungspreis der Optionen über dem Börsenkurs der Aktie zum Bilanzstichtag lag.

27. Großkunden

Im Geschäftsjahr 2002 hatte die Gesellschaft keinen Kunden (Vorjahr: keinen Kunden), mit dem mehr als 10 % der Nettoumsätze getätigt wurden.

28. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Mit Geschäftsanteilsübertragungsvertrag vom 31. Januar 2003 (UR-Nr. 78/2003 –CN– des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) hat OnVista den von Herrn Prof. Dr. Matthias Otte, Köln, an der IVFB Institut für Vermögensbildung GmbH, Köln, gehaltenen Geschäftsanteil im Nennbetrag von € 25.000 mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2003 erworben. Der Kaufpreis für den Geschäftsanteil betrug € 50.000.

29. Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate Governance Kodex

Die OnVista AG hat für 2002 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und den Aktionären zugänglich gemacht.

Zusammenfassung der wesentlichen Unterschiede zwischen den deutschen Rechnungslegungsgrundsätzen (HGB, AktG) und US GAAP

Der Konzernabschluss der OnVista AG wurde entsprechend § 292a HGB nach den US-amerikanischen Rechnungslegungsgrundsätzen US GAAP als befreiender Konzernabschluss aufgestellt. Die Vorschriften des HGB und des AktG unterscheiden sich in einigen wesentlichen Aspekten von denen nach US GAAP. Die wesentlichen Unterschiede, die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft relevant sein können, werden nachfolgend dargestellt:

Gliederung

Gemäß HGB müssen alle Positionen der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung entsprechend der in §§ 266, 275 HGB dargestellten Form und Reihenfolge dargestellt werden. Nach US GAAP ist eine andere Zusammenfassung erforderlich und die Reihenfolge der Bilanzpositionen beginnt mit den kurzfristigen Positionen.

Darüber hinaus werden nach US GAAP die kurzfristigen Teile langfristiger Forderungen und Verbindlichkeiten in einer separaten Bilanzposition ausgewiesen. Der Anteil, der innerhalb eines Jahres fällig ist, wird als kurzfristig behandelt.

Aktivierung von Website-Entwicklungskosten

Die Herstellungskosten selbst entwickelter Software bzw. Websites können nach US GAAP unter bestimmten Voraussetzungen aktiviert werden und über die wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben werden. Nach HGB dürfen selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens bzw. Websites nicht aktiviert werden.

Abschreibungen auf das Anlagevermögen

Gegenstände des Anlagevermögens werden nach HGB nach Maßgabe der voraussichtlichen Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen vermindert. Soweit steuerlich zulässig, wurde bis einschließlich des Geschäftsjahres 2000 für bewegliche Anlagegüter die degressive Abschreibungsmethode angewandt. Der Übergang zur linearen Methode erfolgt in dem Jahr, für welches die lineare Methode erstmals zu einer höheren Jahresabschreibung führt. Seit dem 1. Januar 2001 wird für Zugänge des Sachanlagevermögens die lineare Abschreibungsmethode angewandt. Nach US GAAP werden die Gegenstände des Sachanlagevermögens linear pro rata temporis abgeschrieben.

Stock Options

Nach Statement of Financial Accounting Standards No. 123 „Accounting for Stock-Based Compensation“ können Vergütungen an Mitarbeiter in Form von Eigenkapitalbeteiligungen (stock based compensation) nach zwei Arten bilanziell behandelt werden: Die „fair value method“, die sich an den Vorschriften des Statement of Financial Accounting Standards No. 123 orientiert, bewertet das Entgelt für die empfangene Arbeitsleistung mit dem fair value des gewährten equity instruments, dessen Höhe von dem Kurswert der Aktie abhängt. Statement of Financial Accounting Standards No. 123 erlaubt, dass Unternehmen bei der Ermittlung ihrer Jahresergebnisse weiterhin die Vorschriften der Accounting Principle Board Opinion No. 25 „Accounting for Stock Issued to Employees“ und damit die „intrinsic method“ anwenden. Für eine Option ergibt sich der „intrinsic value“ aus dem Unterschied zwischen Basispreis und dem Kurswert der Aktie im Zeitpunkt der Zusage. Ist bei fixen Optionsmodellen der

„intrinsic value“ größer / gleich Null, führt die Anwendung von Accounting Principle Board Opinion No. 25 zu keinem Personalaufwand.

OnVista bilanziert nach Accounting Principle Board Opinion No. 25. In diesem Fall sind im Anhang die Berichtspflichten des Statement of Financial Accounting Standards No. 123 zu erfüllen, d.h. Angabe des Pro-Forma-Jahresergebnisses und Angabe des Ergebnisses pro Aktie („earnings per share“).

Im Gegensatz zu US GAAP entsteht nach den derzeit geltenden deutschen Rechnungslegungsvorschriften kein Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung, da das deutsche Aktienrecht die Gesellschafts- von der Gesellschaftersphäre strikt trennt und die Ausgabe von Stock Options der Gesellschaftersphäre zuordnet.

Latente Steuern (Deferred Taxes)

Nach den deutschen Rechnungslegungsvorschriften (HGB) besteht für aktive latente Steuern ein Aktivierungswahlrecht. Für passive latente Steuern besteht eine Ansatzpflicht. Latente Steuern sind auf sog. „Timing-Differences“ (Unterschiede zwischen den handelsrechtlichen und steuerrechtlichen Gewinnen, die sich in späteren Perioden umkehren) begrenzt. Quasi-permanente Differenzen werden wie permanente Unterschiede behandelt.

Nach HGB dürfen latente Steuererstattungsansprüche, die sich aus steuerlichen Verlustvorträgen ergeben, in der Bilanz nicht ausgewiesen werden, da die erwarteten zukünftigen Steuerersparnisse als noch nicht realisiert gelten. Nach Statement of Financial Accounting Standards No. 109 „Accounting for Income Taxes“ sind solche zukünftigen Steuerminderungsansprüche zu aktivieren. Ihre Bewertung richtet sich danach, ob die Inanspruchnahme innerhalb der Nutzbarkeit der Verlustvorträge eher wahrscheinlich als unwahrscheinlich ist. Es sind die latenten Steuern auf temporäre Unterschiede (Unterschiede zwischen handelsrechtlichem und steuerrechtlichem Bilanzansatz von Vermögenswerten und Schulden, die sich später umkehren) abzugrenzen. Quasi-permanente Unterschiede werden wie temporäre Unterschiede behandelt.

Eigene Anteile (Treasury Stock)

Nach den deutschen Rechnungslegungsvorschriften werden eigene Anteile unter den Wertpapieren des Umlaufvermögens ausgewiesen. Ihr Ansatz erfolgt zu Anschaffungskosten unter Beachtung des strengen Niederstwertprinzips. Gewinne oder Verluste aus der Veräußerung eigener Anteile werden ergebniswirksam verbucht.

Nach US GAAP werden eigene Anteile nicht als Wertpapiere des Umlaufvermögens aktiviert, sondern führen zu einer Kürzung des Eigenkapitals. Die eigenen Anteile werden mit ihren Anschaffungskosten als Korrekturposten vom Grundkapital bzw. von der Kapitalrücklage abgesetzt. Realisierte Gewinne oder Verluste haben keinen Ergebniseffekt, sondern werden netto nach Steuern mit der Kapitalrücklage verrechnet.

Köln, 24. März 2003
Der Vorstand

Corporate Governance-Empfehlungen weitestgehend eingehalten

Die Finanzmärkte sind aktuell von einem großen Vertrauensverlust geprägt. Hiervon ist die Anlageform „Aktie“ besonders betroffen. Durch die Einführung des Deutschen Corporate Governance Kodex im Jahr 2002 wurde ein richtiger Schritt unternommen, Verhaltensregeln vorzuschlagen, zu denen börsennotierte Gesellschaften in Form einer Entsprechenserklärung Stellung nehmen müssen.

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich mit den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ intensiv befasst und im Dezember 2002 eine Entsprechenserklärung abgegeben. Sie ist vollständig einzusehen auf unserer Website www.onvista-ag.de, Rubrik „Investor Relations“.

OnVista folgt allen im Kodex niedergelegten Empfehlungen bis auf die folgenden drei Punkte:

- Da unser Aufsichtsrat nur aus drei Personen besteht, erübrigt sich die Bildung von Ausschüssen, z. B. eines Prüfungsausschusses für Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements etc. (Punkt 5.3.2. des Kodex).
- Eine differenzierte Vergütung des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gegenüber den weiteren Mitgliedern (Punkt 5.4.5.) sieht die aktuelle Satzung nicht vor. Bezüglich der Empfehlung, die Mitglieder des Aufsichtsrates nicht nur fix, sondern zusätzlich erfolgsorientiert zu vergüten, sind Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG der Meinung, dass durch eine erfolgsorientierte Vergütung die Überwachungsfunktion des Aufsichtsrates nicht verbessert wird.
- Bedingt durch die in 2002 durchgeführte Ausgliederung wird sich die Vorlage der Abschlüsse 2002 um einige Tage verzögern. Damit bleibt OnVista innerhalb des vom Gesetz und von der Börsenordnung vorgegebenen Zeitraums (Punkt 7.1.2).

Unternehmenskalender 2003

Jahres-Pressekonferenz und DVFA-Analystenkonferenz

Quartalsbericht 1/2003

Hauptversammlung 2003

Quartalsbericht 2/2003

Quartalsbericht 3/2003

16. April 2003

12. Mai 2003

3. Juni 2003

11. August 2003

10. November 2003

AG-Jahresabschluss nach HGB

Den Einzelabschluss nach HGB senden wir Ihnen gerne zu.
Bitte richten Sie Ihre Anfrage an die unten genannten
Ansprechpartner.

Informationen zum Unternehmen

Web:

www.onvista-ag.de

Ansprechpartner:

Stefan Bohlmann,
Manager Investor Relations
Tel.: +49 (0) 22 03/91 46-220
Fax: +49 (0) 22 03/180 640
eMail: ir@onvista.de

Anja Seipp, Pressesprecherin
Tel.: +49 (0) 22 03/91 46-306
Fax: +49 (0) 22 03/180 640
eMail: presse@onvista.de

Impressum

Herausgeber:

OnVista AG
Stollwerckstraße 3-5
51149 Köln
Tel.: +49 (0) 22 03/91 46-0
Fax: +49 (0) 22 03/180 640
eMail: info@onvista.de
Web: www.onvista-ag.de

**Konzeption
und Inhalt:** OnVista AG, Köln
Redaktion: Finanz:Dialog GmbH, Düsseldorf
Gestaltung: Esser, Franke & Partner GmbH, Düsseldorf
Druck: Schotte GmbH & Co KG, Krefeld

Redaktionsschluss: 4. April 2003
OnVista ist eine Marke der OnVista Media GmbH.

OnVista AG
Stollwerckstraße 3-5
51149 Köln

Tel.: +49 (0) 22 03/91 46-0

Fax: +49 (0) 22 03/180 640

eMail: ir@onvista.de

Web: www.onvista-ag.de

Vorstand

Fritz Oidtman

Stephan Schubert

Michael W. Schwetje

Aufsichtsrat

Dr. Paul-Bernhard Kallen (Vorsitzender)

Dr. Johannes Meier

Prof. Dr. Bernhard Schwetzler