

**Rede des Vorstands der OnVista AG  
anlässlich der Hauptversammlung 2003  
am 3. Juni 2003 in Köln**

Es gilt das gesprochene Wort

## **Fritz Oidtmann, Sprecher des Vorstandes**

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

Auch in diesem Jahr möchte ich Sie – zusammen mit meinen beiden Vorstandskollegen Michael Schwetje und Stephan Schubert – ganz herzlich zu unserer Hauptversammlung willkommen heißen. Es ist die dritte seit unserem Börsengang im Februar 2000.

Bevor meine Kollegen Ihnen das Zahlenwerk von OnVista und die Lage in den beiden Geschäftsfeldern Media und Technologies im Einzelnen erläutern, werde ich Ihnen zunächst einen generellen Überblick geben.

### **Gesamtfazit 2002: Stärke in der Krise**

Das vergangene Jahr war erneut ein äußerst schwieriges Jahr. Wirtschaftslage und Börsensituation haben sich noch weiter verschlechtert. Und dennoch werden Sie uns heute deutlich positiver gestimmt erleben, als dies noch vor zwölf Monaten der Fall war.

Warum ist das so? Durch konsequentes und zielgerichtetes Arbeiten haben wir unser Hauptziel erreicht: Wir schreiben wieder schwarze Zahlen. Dies ist weniger durch einen positiven Markttrend bedingt; es ist vielmehr der Erfolg unseres Kostensenkungsprogramms, dessen Umsetzung wir bereits vor zwei Jahren begonnen hatten und dessen konsequente Fortsetzung sich 2002 voll im Ergebnis niedergeschlagen hat.

Beide Geschäftsfelder, in denen wir tätig sind, haben die Gewinnschwelle überschritten. Im Geschäftsfeld Technologies ist es uns gelungen, neue Kunden zu gewinnen und den Umsatz zu steigern. Unser Finanzportal [www.onvista.de](http://www.onvista.de), das im Geschäftsfeld Media angesiedelt ist, ist eine der wenigen deutschen Websites, die profitabel arbeiten.

Damit haben wir in der Krise Stärke bewiesen. Nicht nur wir selbst – auch Finanzmärkte und Medien – werten das als respektablen Erfolg.

### **Wer wir sind**

Meine Damen und Herren, nicht immer ist es für Außenstehende leicht, die Geschäftstätigkeit und die Produkte von OnVista zu verstehen. Deshalb möchte ich sie kurz erläutern:

Wir verstehen uns als IT- und Medienunternehmen und sind in zwei Geschäftsfeldern aktiv. Da ist zum einen das Geschäftsfeld Technologies – früher haben wir es „Lizenzen“ genannt -, das im Wesentlichen aus der hundertprozentigen Tochter OnVista Technologies GmbH besteht. Dieses IT-Unternehmen ist einer der größten europäischen Systemanbieter im Bereich Finanzmarktinformationen.

Was heißt das genau? Schauen Sie: Finanzdienstleister benötigen permanent eine Fülle von Marktdaten – sowohl für ihre Kunden als auch für ihre Mitarbeiter. Das können beispielsweise aktuelle und historische Börsenkurse und Kennzahlen, Stammdaten von Emittenten oder Analystenschätzungen sein. OnVista Technologies hat eine hochspezialisierte IT-Plattform geschaffen, die wir market data gateway nennen. Mit dessen Hilfe können beispielsweise Banken und Börsen europaweit alle elektronischen Anwendungen und Systeme, in denen Finanzmarktdaten benötigt werden, in einer für sie einheitlichen technischen ‚Sprache‘ betreiben.

Was sind die Vorteile für Finanzdienstleister? Die Nutzung des OnVista market data gateway reduziert die technische Komplexität dieser Materie ganz wesentlich, erhöht zugleich die Flexibilität und spart erhebliche Kosten bei der Beschaffung, Zusammenführung und Bereitstellung der Daten. Mein Vorstandskollege Stephan Schubert wird in seiner Rede noch detailliert darauf eingehen.

Mit unseren Kunden im Geschäftsfeld Technologies schließen wir längerfristige Lizenzverträge ab. Wir erhalten monatlich Gebühren für die Nutzung des OnVista market data gateway bzw. der darauf basierenden Anwendungen.

Einer der Kunden von OnVista Technologies ist die OnVista Media GmbH, unsere zweite hundertprozentige Tochter. Wie der Name schon sagt, versteht sich das Unternehmen als Medienunternehmen. Es betreibt und vermarktet mit der Website [www.onvista.de](http://www.onvista.de) das führende bankenunabhängige Finanzportal im deutschsprachigen Internet. Und genau wie ein Verlagshaus tritt OnVista Media an Werbekunden heran, die ihre Botschaften über diese Website verbreiten und dafür entsprechend zahlen.

### **Kerngeschäft in eigenständige Gesellschaften ausgegliedert**

So weit zur Kurzvorstellung der beiden Geschäftsfelder. Wie Sie wissen, haben wir im letzten Jahr auf Basis eines entsprechenden Hauptversammlungs-Beschlusses diese in Form der OnVista Technologies GmbH und der OnVista Media GmbH juristisch verselbstständigt.

Warum war uns das wichtig? Nun, unsere beiden Geschäftsfelder Technologies und Media sprechen unterschiedliche Zielgruppen an und operieren am Markt völlig eigenständig. Deshalb sind wir schon im Jahr 2001 von einer funktionalen Organisation zu einer Profit-Center-Organisation nach Geschäftsfeldern übergegangen. Mit der Ausgliederung haben wir die bereits Anfang 2001 vorgenommene organisatorische Trennung der Bereiche im vergangenen Sommer nun auch juristisch nachvollzogen. Damit ist also weder ein Strategiewechsel verbunden

noch der Aufbau von Verwaltung und Bürokratie. Ziel ist es zum einen, die Profitabilität beider Geschäftsfelder und damit des Gesamtunternehmens zu steigern. Das ist uns auf Anhieb recht gut gelungen. Zum anderen wollen wir die Transparenz erhöhen. So ist es uns zum Beispiel für das Berichtsjahr erstmals möglich, eine detaillierte Segmentberichterstattung vorzulegen.

Die OnVista AG selbst ist jetzt eine reine Holding. Von hier aus steuern wir die Konzernstrategie und erbringen zentrale Dienstleistungen für die Gruppe. Meine beiden Vorstandskollegen und ich nehmen in Personalunion die Geschäftsführung der beiden GmbHs wahr. Die operativen Zuständigkeiten im Vorstand der OnVista AG haben sich dadurch nicht geändert.

### **Gegen den Trend erfolgreiches Jahr für OnVista**

Lassen Sie mich zurückkommen auf die wirtschaftliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2002. Trotz des schwierigen Umfelds können wir für OnVista von einem erfolgreichen Jahr sprechen, mit dem wir alles in allem zufrieden sind. Ich will Ihnen die drei Hauptgründe nennen:

Erstens: Wir hatten ein positives 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, die Kosten deutlich 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 über 1 Million Euro.

Lassen Sie sich nicht dadurch beirren, dass unser Konzern-Ergebnis nach Steuern mit fast 2,5 Millionen Euro so deutlich über dem Vorsteuer-Ergebnis liegt. Das Plus in dieser Höhe ist nicht operativ begründet und hat einen rein bilanztechnischen Hintergrund im Zusammenhang mit der beschriebenen gesellschaftsrechtlichen Ausgliederung unseres operativen Geschäfts. Mein Kollege Michael Schwetje wird Ihnen dies im Zusammenhang mit den anderen Finanzdaten näher erläutern.

Zum zweiten Grund: Unser Umsatz ist mit rund 12,6 Millionen Euro stabil geblieben. Diese Zahl lässt die Erlöse allerdings geringer aussehen, als sie eigentlich sind. Wir hatten 2002 nämlich zusätzliche Einkünfte aus Lizenzverträgen in Höhe von knapp 900.000 Euro, die nicht in der Position „Umsatz“, sondern unter „sonstigen betrieblichen Erträgen“ ausgewiesen werden. Diese Einkünfte stammen aus Lizenzgebühren, die Kunden für ihre zwischenzeitlich eingestellten Online-Auftritte vertragsgemäß an OnVista zahlten. Da zwar auf der einen Seite ein Zahlungsstrom floss, auf der anderen Seite aber keine Leistung mehr erbracht wurde, sind diese Einkünfte bilanztechnisch als „sonstige Erträge“ zu verbuchen, entsprechen ihrem Wesen nach aber eher einem Umsatz.

Die gesamten Einkünfte aus operativer Tätigkeit summieren sich somit auf knapp 13,5 Millionen Euro und liegen damit immerhin 7% über dem Vorjahr. Das ändert freilich nichts daran, dass unsere Planung in Höhe von 14,5 bis 15 Millionen Euro zu optimistisch war. Unsere potenziellen und vorhandenen Kunden aus der Finanzdienstleistungsbranche haben ihre Investitionen vielfach noch stärker gebremst, als wir es bereits 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 dennoch insgesamt zufrieden sein. Das Resultat deutet an, über welches Ertragspotenzial wir unter ökonomisch besseren Rahmenbedingungen verfügen.

Dritter Grund: Auch die Einschätzung unserer Aktienkursentwicklung fällt für 2002 positiver aus als noch vor einem Jahr. Mit einem Plus von 9% haben wir sämtliche Vergleichsindizes und die meisten Technologiewerte klar geschlagen.

Nun wollen wir dies nicht zu positiv bewerten, denn zum einen hatten wir 2001 überdurchschnittlich verloren, und zum anderen ist das absolute Kursniveau von 4,80 Euro zum Jahresende noch kein Grund zur Freude, weil unsere Marktkapitalisierung nur wenig über unserem Finanzmittelbestand lag und in keiner Weise den Wert der OnVista AG realistisch widerspiegelt.

Und dennoch: Die Anleger scheinen uns in diesen schweren Zeiten weit überdurchschnittlich zu vertrauen – zu Recht, wie wir meinen. Wenn sich in Zukunft – wann auch immer – der Wind an den Börsen dreht, werden wir von der Aufwärtsbewegung sicher besonders profitieren.

In diesem Zusammenhang möchte ich erwähnen, dass wir im Zuge der Neustrukturierung der Frankfurter Wertpapierbörse den Neuen Markt verlassen haben. Seit dem 1. Januar 2003 werden wir im Prime Standard des Geregelteten Marktes gehandelt.

### **Erstes Quartal 2003 verhalten positiv**

Lassen Sie uns nun einen kurzen Blick auf das erste Quartal des neuen Geschäftsjahres werfen. Auch 2003 steht nicht unter besseren Vorzeichen als das Vorjahr. Und trotzdem: Der Umsatz ist im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal um gut 2% auf 2,84 Millionen Euro gestiegen.

Das EBITDA – Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen – liegt mit 60.000 Euro deutlich über Vorjahr. EBIT – Ergebnis vor Steuern und Zinsen – und EBT – Konzern-Ergebnis vor Steuern – sind leicht verbessert, aber erwartungsgemäß noch negativ. Das Konzern-Ergebnis nach Steuern war durch die Bildung aktiver latenter Steuern mit 6.000 Euro leicht positiv.

Für die insgesamt etwas verbesserte Ertragslage waren erneut Erfolge beim Kostenmanagement ausschlaggebend: So gingen die operativen Kosten um knapp 8% gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres zurück. Und auch der Cash Flow ist erneut positiv.

Wer sich tiefer mit den Zahlen des ersten Quartals befassen möchte, den verweise ich auf den vollständigen Quartalsbericht, der hier zur Einsicht ausliegt und auch auf unserer Homepage im Bereich ‚Investor Relations‘ abrufbar ist.

### **Mittelfristig Wachstumspotenzial**

Meine Damen und Herren, nachdem wir in den letzten Jahren mutig recht konkrete Prognosen abgegeben haben, reihen wir uns diesmal in die Vielzahl von börsennotierten Gesellschaften ein, die mit einer Vorhersage für das laufende Jahr sehr vorsichtig sind. Zu unkalkulierbar sind für uns die weitere Dauer und die Folgen der Bankenkrise sowie der Börsenbaisse. Insgesamt erwarten wir 2003 noch keine Besserung des gesamtwirtschaftlichen Rahmens.

Unabhängig von der konjunkturellen Lage 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 unverändert sehr unsicheren Umfeldbedingungen davon aus, dass im laufenden Geschäftsjahr die Steigerungsmöglichkeiten von Umsatz und Ertrag eher begrenzt sein dürften. Auch Stagnation oder sogar Einbußen können wir nicht vollkommen ausschließen. Konkrete Zahlenprognosen möchten wir jedoch nicht abgeben.

Mittelfristig sind wir fest überzeugt, überdurchschnittlich von einem Aufschwung zu profitieren. Unsere langfristige Vision ist es, auf unseren Märkten eine bedeutende Rolle in Deutschland und eine immer wichtigere in Europa zu spielen. In einigen Jahren soll keine Bank und keine Börse mehr über Finanzinformationssysteme nachdenken, ohne mit OnVista Technologies das Gespräch zu suchen. Und für OnVista Media möchten wir erreichen, dass Werbekunden unser Portal dauerhaft als bevorzugte Plattform im Internet sehen und nutzen. Dass sich das Ganze in einer zunehmenden Profitabilität der OnVista AG niederschlagen soll, ist wohl selbstverständlich.

### **Corporate Governance-Empfehlungen weitestgehend eingehalten**

Erlauben Sie mir einige Worte zum Thema Corporate Governance. Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG haben sich mit den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ intensiv befasst. Der Kodex fasst die Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung

in über 70 Punkten zusammen. Diese wiederum enthalten jeweils mehrere Einzelempfehlungen. OnVista folgt den Soll-Vorschriften des Kodex' bis auf ganz wenige begründete Ausnahmen – es handelt sich um genau drei Empfehlungen. Für Details verweise ich auf den Ihnen vorliegenden Geschäftsbericht.

### **Dank an ein hervorragendes Team**

Meine Damen und Herren, das Jahr 2002 hat mit seinen dauerhaft schwierigen Marktbedingungen erneut große Anforderungen an alle Mitarbeiter gestellt. Ohne die fachliche Qualifikation und das herausragende Engagement unserer Mitarbeiter hätten wir unser Hauptziel, die operative Trendwende, nicht erreicht. Dafür bedanken meine Vorstandskollegen und ich uns sehr herzlich!

Diese Leistung ist umso beeindruckender, wenn Sie sich folgendes vor Augen führen: Zum Jahresende waren 133 Mitarbeiter bei uns tätig, ein Jahr zuvor waren es noch 161. Somit hat sich der Personalbestand in der Stichtagsbetrachtung um 28 Mitarbeiter beziehungsweise 17% reduziert. Der Rückgang ist überwiegend eine Folge der Kündigungen, die wir Mitte 2001 aussprechen mussten. Diese wurden teilweise erst im Berichtszeitraum wirksam. Von den insgesamt 133 Mitarbeitern arbeiten 64% im Geschäftsfeld Technologies, 16% im Geschäftsfeld Media und 20% in der Holding.

### **Fokus auf Personalentwicklung**

Glücklicherweise bedeutet über unser Personalwesen zu berichten weit mehr, als nur Zahlen zu nennen. Gute Personalarbeit findet im Qualitativen statt: Ihre Schwerpunkte haben sich seit Gründung unseres Unternehmens deutlich verschoben. Während es in der ersten starken Wachstumsphase vor allem um die Rekrutierung neuer Mitarbeiter ging, stand in der Berichtsperiode das Thema Personalentwicklung im Vordergrund. Unsere Mitarbeiter nahmen an zahlreichen internen und externen Fortbildungsveranstaltungen teil. Eine wichtige Rolle spielten dabei Vertriebsschulungen.

Besonderen Stellenwert hat bei uns die Förderung von Berufseinsteigern und jungen Professionals. Im vergangenen Jahr boten wir rund 60 Praktikanten, meist Wirtschafts- und IT-Studenten, die Gelegenheit zur Mitarbeit in unserem Unternehmen. Auf diese Weise lassen sich Potenziale identifizieren, die bereits mehrmals zu einer Festanstellung nach erfolgreichem Studienabschluss geführt haben.

Meine Damen und Herren: Wir alle, der gesamte Vorstand, sind stolz auf unser Team und auf das, was wir mit den Mitarbeitern erreicht haben.

### **Dank an den Aufsichtsrat**

Außergewöhnlich ist auch der Einsatz unseres Aufsichtsrates. Dies zeigt sich nicht nur an der Anzahl der Sitzungen: Sie übertrifft mit 8 die vorgeschriebene Mindestanzahl von 4 bei weitem. Das Engagement erweist sich vor allem in der Intensität der inhaltlichen Auseinandersetzung und dem hohen Qualitätsniveau, das unsere Besprechungen kennzeichnet. Deshalb möchten wir uns hier ganz herzlich für die konstruktive Kritik und die wertvolle Hilfe bedanken, mit der Sie, meine Herren, die Entwicklung von OnVista begleiten!

So weit meine Einführung. Michael Schwetje wird Ihnen nun zunächst die Zahlen des Berichtsjahres im Einzelnen präsentieren sowie anschließend über das von ihm verantwortete Geschäftsfeld Media berichten. Danach informiert Sie Stephan Schubert über das Geschäftsfeld Technologies.

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

## **Michael W. Schwetje, Vorstand Media und Finanzen**

Guten Tag, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

Nachdem mein Kollege Fritz Oidtmann Ihnen einen Überblick über die allgemeinen Rahmenbedingungen sowie die wesentlichen Resultate unseres Geschäftsjahres 2002 gegeben hat, möchte ich Ihnen jetzt Einzelheiten aus der OnVista-Zahlenwelt darstellen.

### **Verhaltene Umsatzentwicklung**

Sie haben bereits gehört, dass der buchhalterisch zutreffende Umsatz von 12,6 Millionen Euro nicht sehr aussagekräftig ist und statt dessen für einen Vergleich die Einkünfte aus operativer Tätigkeit heranzuziehen sind. Sie belaufen sich auf knapp 13,5 Millionen Euro. Das entspricht einem Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr von 7%.

Der offizielle Konzern-Umsatz von 12,58 Millionen verteilte sich zu etwas über 70% auf das Geschäftsfeld Technologies und zu knapp 30% auf das Geschäftsfeld Media.

### **Positive Entwicklung aller Ergebniskategorien**

Wie prognostiziert, sind wir 2002 in die Gewinnzone zurückgekehrt, haben unser wichtigstes Ziel erreicht und ein Konzern-Ergebnis vor Steuern – EBT – in Höhe von 150.000 Euro erwirtschaftet. Im Vorjahr hatte das EBT noch bei minus 9,8 Millionen Euro gelegen. Dass uns diese markante Verbesserung gelungen ist, liegt einerseits daran, dass wir 2002 – anders als im Vorjahr – kaum Finanzanlagen abschreiben mussten, zum anderen zeugt es von der Effektivität unserer Restrukturierung.

Das EBIT – Ergebnis vor Zinsen und Steuern – war mit rund minus 1,2 Millionen Euro wie angekündigt negativ. Es hat sich aber stark verbessert, im Vorjahr hatte es noch fast minus 5,7 Millionen Euro betragen.

Das EBITDA – Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen – ist mit gut 1,4 Millionen Euro jetzt deutlich positiv – nach minus 2,5 Millionen im Vorjahr.

Die größte Veränderung weist das Konzern-Ergebnis nach Steuern auf: Es beläuft sich auf plus 2,45 Millionen Euro nachdem wir – Sie werden sich erinnern – 2001 noch einen Fehlbetrag von 9,25 Millionen ausweisen mussten.

Aber, wie Sie schon gehört haben, ist das hohe Plus beim Nachsteuer-Ergebnis rein bilanztechnischen Ursprungs und nicht das Resultat unserer Geschäftstätigkeit. Einziger Grund ist die Ausgliederung unserer beiden operativen Geschäftsfelder Technologies und Media in eigenständige GmbHs. Dieser Vorgang hat auf der einen Seite zur Auflösung aktiver latenter Steuern und auf der anderen zur Bildung aktiver latenter Steuern in der Konzern-Bilanz geführt. Per Saldo wurden mehr latente Steuern gebildet als aufgelöst. Dies resultierte in einem hoch positiven Nachsteuer-Ergebnis in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – ein einmaliger Effekt ohne materielle Auswirkung auf die wirtschaftliche Situation des Unternehmens. Weder erhalten wir eine tatsächliche Steuer-rückzahlung, noch wird die Liquiditätssituation dadurch verändert. Je Aktie errechnet sich ein positives Ergebnis von 37 Cents, nach minus 1,39 Euro im Jahr 2001.

Durch Hebung stiller Reserven im Zuge der Ausgliederung errechnet sich im Einzelabschluss der OnVista AG auch nach HGB erstmals ein Jahresüberschuss. Da es sich jedoch um reine Buchgewinne handelt, die nicht operativ erwirtschaftet sind, schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, keine Dividende auszuschütten.

### **Kosten deutlich reduziert**

Verantwortlich für die positive Entwicklung der operativen Ergebnislage war unser konsequentes Kostenmanagement. Die operativen Kosten konnten wir auf gut 15 Millionen Euro senken. Das sind 11% weniger als im Vorjahr.

Der Blick auf die Gewinn- und Verlustrechnung zeigt, dass wir fast alle Kostenpositionen senken konnten. Einen Teil der operativen Kosten möchte ich exemplarisch herausgreifen: Obwohl wir unsere Vertriebsmannschaft im Laufe des Jahres ausgebaut haben, konnten wir auch bei den Marketing- und Vertriebskosten erhebliche Einsparungen vornehmen, nämlich um 17% oder 700.000 Euro. Nur ein verschwindend geringer Anteil der insgesamt rund 3,3 Millionen Euro entfiel auf externe Marketingausgaben. Auf teure Werbekampagnen haben wir wie in den Vorjahren vollständig verzichtet.

Ausschlaggebend für die Senkung der operativen Kosten war insbesondere der Personalaufwand, der sich nach dem in US GAAP üblichen Umsatzkostenverfahren in der Gewinn- und Verlustrechnung auf verschiedene Kostenpositionen verteilt.

Er verringerte sich im Berichtsjahr auf weniger als 7,5 Millionen Euro. 2001 waren es noch 8,4 Millionen. Das entspricht einem Rückgang von 11%. Es ist uns also gelungen, nicht nur bei den variablen, sondern auch bei den fixen Kosten zu sparen.

Die Personalkostenquote sank dadurch von 67 auf 59% des Umsatzes. Parallel zum Stellenabbau ist es uns gelungen, unsere Produktivität zu steigern. Auf jeden fest angestellten Mitarbeiter entfallen 91.000 Euro Umsatz. Im Vorjahr waren es lediglich 81.000 Euro.

Die bereits Mitte 2001 eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen kamen also im Berichtsjahr voll zum Tragen. Dabei haben wir darauf geachtet, unsere Kapazitäten der aktuellen Marktsituation anzupassen, ohne das langfristige Entwicklungspotenzial des Unternehmens zu gefährden.

### **Positiver Cash Flow**

Gestatten Sie mir nun einige Worte zur Kapitalflussrechnung. Bei unseren Prognosen waren wir – wie sich der eine oder andere erinnern mag – von einem positiven Cash Flow für das Gesamtjahr ausgegangen. Auch dies haben wir erreicht: Der Konzern-Cash Flow lag bei fast 1,2 Millionen Euro, nachdem er sich im Vorjahr mit 5,8 Millionen noch deutlich im Minus bewegte.

Wie Sie sehen, sind sämtliche Teilpositionen des Cash Flow ebenfalls positiv. Ein Wort zum Cash Flow aus Investitionstätigkeit, bei dem die Abweichung zum Vorjahr besonders auffällig ist: Hier fiel insbesondere ins Gewicht, dass wir – nach der Fertigstellung unseres Rechenzentrums im Jahr 2001 – die Investitionen in das Sachanlagevermögen um 90% zurückschrauben konnten. Sie betragen nur noch gut 200.000 Euro.

Der gesamte Finanzmittelbestand, inklusive der jederzeit veräußerbaren Pfandbriefe, betrug zum 31. Dezember 2002 insgesamt 27,5 Millionen Euro.

### **Gesunde Bilanzstruktur**

Ich komme zur Bilanz, wobei ich mich kurz fassen werde, weil sich die Struktur gegenüber dem Vorjahr kaum verändert hat. Das wichtigste: Unsere Bilanzstruktur ist nach wie vor gesund. Die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2002 lag mit 43,1 Millionen Euro nahezu auf Vorjahresniveau.

Auf der Aktivseite der Bilanz manifestiert sich unsere unverändert gute Liquiditätssituation, die ich gerade schon erwähnte. Sie macht 64% der Bilanzsumme aus. 27% entfallen auf das Anlagevermögen, das mit 11,8 Millionen bewertet wird. Es erhöhte sich aufgrund der latenten Steuern im Vergleich zum 31. Dezember 2001 um ein Drittel. Der Wert der Sachanlagen ging um denselben Anteil zurück.

Auf der Passivseite erhöhte sich das Eigenkapital um 9% auf 40,4 Millionen Euro. Hier wirkte sich das hohe positive Nachsteuer-Ergebnis aus. Das entspricht einer Eigenkapitalquote von 94%. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten machten 6% der Bilanzsumme aus, langfristige Verbindlichkeiten waren nicht vorhanden.

## **Wenig Dynamik im Online-Werbemarkt**

Nun zum Geschäftsfeld Media, für das ich im Vorstand neben dem Finanzbereich die Verantwortung trage. In diesem Geschäftsfeld betreiben wir das Portal [www.onvista.de](http://www.onvista.de), für das unser Unternehmen vor allem bekannt ist. Unsere Website ist das führende bankenunabhängige Finanzportal Deutschlands. Einnahmen erzielt OnVista Media aus Werbung sowie aus Content-Kooperationen.

Finanzportale wie OnVista 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%.

## **Profitabel trotz Umsatzrückgang**

Vor dem Hintergrund des sehr schwierigen Umfelds sind wir besonders stolz, dass es uns im Geschäftsjahr 2002 erstmals gelungen ist, ein positives Segment-Ergebnis zu erwirtschaften. Das Vorsteuer-Ergebnis des Geschäftsfelds Media betrug 400.000 Euro. Damit gehört [www.onvista.de](http://www.onvista.de) zu den wenigen Online-Angeboten in Deutschland, die schwarze Zahlen schreiben. Insbesondere eine Umsatzrendite von 11% ist im Branchenvergleich sicherlich überdurchschnittlich.

Dieses Ergebnis haben wir erreicht, obwohl der Umsatz des OnVista-Portals zurückging. Der Gesamtumsatz betrug im Berichtsjahr 3,5 Millionen Euro. Der reine Außenumsatz lag bei 3,4 Millionen. Verglichen mit dem Vorjahreswert von 4,4 Millionen ergibt sich ein Rückgang um 22%.

Allerdings sind die Umsatzzahlen der beiden Jahre nicht direkt miteinander vergleichbar. Der zum Vergleich herangezogene Vorjahres-Umsatz profitierte von einem Sondereffekt. Betrachtet man die Umsatzentwicklung bereinigt um diesen Sondereffekt, so verringert sich das Minus auf knapp 6%.

## **Deutliche Reichweiten-Führerschaft**

Stolz sind wir auch darauf, dass wir die Marktführerschaft unter den bankenunabhängigen Finanzportalen erneut behaupten konnten! Das Chart zeigt, mit welchem imposanten Abstand OnVista das gefragteste Finanzportal ist: Wir erzielten im Monatsdurchschnitt 50% mehr Seitenaufrufe als die Nr. 2 im Markt.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass die User unserer Website sich durch überdurchschnittliche Werte bei Einkommen und Bildung auszeichnen. Dass sie darüber hinaus aktive Anleger und einflussreiche Multiplikatoren sind, macht unsere Website als Werbeträger hoch interessant.

Reichweite und Userstruktur sind jedoch nur indirekte Zielgrößen. Von entscheidender Bedeutung für das wirtschaftliche Ergebnis ist, wie es uns gelingt, diese Vorzüge an die Werbewirtschaft zu vermarkten. Und damit sind wir bei der Frage: Worauf beruht der kommerzielle Erfolg unseres Portals?

### **Inhalte-Strategie der ertragsorientierten Innovationen**

Ein Schlüssel zum Erfolg liegt darin, dass wir unsere Priorität auf Neuerungen legen, die sowohl den Interessen unserer User als auch denen unserer Werbekunden gerecht werden. Mit anderen Worten: Wir bedenken bereits bei der Planung von Inhalten, wie sich dieselben refinanzieren lassen.

Ich nenne ein Beispiel aus 2002: Wir haben als erstes deutsches Finanzportal eine eigene Rubrik für so genannte Exchange Traded Funds oder auch XTFs eingeführt – das sind börsengehandelte Fonds. Bei XTFs handelt es sich um ein relativ junges Finanzprodukt, das erst 2000 in Deutschland eingeführt wurde. Das Segment erfreut sich großer Beliebtheit, gerade auch bei Privatanlegern, und hat sich innerhalb dieser kurzen Zeit zu einer festen Größe im europäischen Finanzmarkt entwickelt. Von daher ist unsere XTF-Rubrik hoch spannend für unsere User. Gleichzeitig gibt es eine wachsende Anzahl von Emittenten in diesem Segment, die ihre Produkte bewerben wollen. OnVista bietet dafür das geeignete Umfeld.

Ein anderes Beispiel: Im Optionsschein- und Zertifikatebereich setzen wir seit 2002 die von uns selbst entwickelte RealPush-Technologie neu ein. Dadurch werden die Kurse verschiedener Emittenten in Echtzeit automatisch aktualisiert, während eine Seite aufgerufen ist. Für Derivate-Anleger ist Kursaktualität ein entscheidender Vorteil bei der Kaufentscheidung. Daher schätzen sie dieses Feature. Und die Emittenten sind sich bewusst, dass diejenigen Produkte, deren Kurse im RealPush-Verfahren angezeigt werden, sich möglicherweise besser verkaufen. Daher sehen sie darin eine sinnvolle Marketingmaßnahme, für die sie bereit sind, ein Entgelt an OnVista zu entrichten.

Und schließlich tragen auch vielfältige Kooperationen zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Exemplarisch nenne ich die Zusammenarbeit mit der Société Générale-Tochtergesellschaft ClickOptions. Das französische Unternehmen vertreibt seit 2002 eine neue Generation von Derivaten, die ausschließlich online gehandelt werden. ClickOptions hat uns als strategischen Partner für seinen Eintritt in den deutschen Markt gewählt.

### **Kompetente Vermarktung**

Neben der beschriebenen Inhalte-Strategie trägt unsere Vermarktungskompetenz ganz entscheidend zum kommerziellen Erfolg bei. Wir haben ein Team aufgebaut, das auf der einen Seite ein tiefes Verständnis der Finanzprodukte und -märkte und auf der anderen Seite Erfahrung mit effektivem Online-Marketing hat. Wir verstehen uns daher nicht als bloßer Anbieter von Online-Werbeplätzen, sondern beraten unsere Kunden umfassend bei der Planung und Platzierung ihrer Kampagnen.

Unser Ziel ist es, einen messbaren Werbeerfolg für unseren Kunden zu erreichen. Ein Ansatz, der seine Bedürfnisse gerade in Zeiten enger Marketingbudgets exakt trifft.

### **Profitables Wachstum im 1. Quartal 2003**

Meine Damen und Herren, offensichtlich haben unsere Inhalte-Strategie und unsere Vermarktungskompetenz auch in den ersten Monaten des laufenden Jahres Früchte getragen: Wir haben im ersten Quartal nämlich abermals Umsatz und Ergebnis des Geschäftsfelds Media verbessern können. Während die Erlöse um 12% zulegten, hat sich das Vorsteuer-Ergebnis sogar mehr als verdoppelt. Es betrug 210.000 Euro.

### **Ziele für 2003**

Für 2003 haben wir wieder etliche kleinere und einige größere Neuentwicklungen auf unserer Website geplant. Natürlich immer unter der Prämisse, dass sie sowohl unseren Usern als auch unseren Werbekunden gerecht werden. Dazu gehört beispielsweise eine Anleihen-Rubrik, die wir im Sommer starten wollen. Damit schließen wir die letzte große Lücke in unserem Finanzinformationsangebot und decken die komplette Bandbreite der Wertpapiergattungen ab. Anleihen erfreuen sich gerade im aktuellen Umfeld großer Beliebtheit.

Bei der Beratung unserer Werbekunden werden wir verstärkt auf Direktmarketing-Konzepte setzen, mit denen wir derzeit auf großes Interesse stoßen. Online-Direktmarketing verfolgt das Ziel, den User zu einer direkten Reaktion per Mausclick zu bewegen. Unsere Kunden wollen so Adressen sammeln oder neue Kunden gewinnen und letztlich ihren Vertriebs Erfolg steigern. Damit nutzen wir die Vorteile des Mediums Internet – seine Interaktivität, Aktualität und Schnelligkeit – auf ideale Weise. OnVista erhält für die Schaltung von Direktmarketing-Kampagnen eine überwiegend erfolgsabhängige Vergütung.

Aber keine Sorge: Die User unserer Website werden dadurch nicht automatisch zum gläsernen Kunden; erfasst wird nur derjenige, der an einem Angebot interessiert ist und hierfür seine Daten angibt. Selbstverständlich halten wir uns hier streng an die Datenschutzbestimmungen.

Insgesamt sind wir mit unserem Ansatz auf gutem Wege, den profitablen Kurs unseres Portals fortzuführen.

Damit beende ich meinen Vortrag und übergebe an Stephan Schubert, der Sie über das Geschäftsfeld Technologies ins Bild setzen wird.

## **Stephan Schubert, Vorstand Technologies**

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

auch im Geschäftsfeld Technologies, für das ich im Vorstand verantwortlich zeichne, blicken wir auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Wir haben unseren Umsatz gesteigert und Gewinne erwirtschaftet.

Wenn wir die Entwicklung unseres Lizenzgeschäftes richtig einordnen wollen, müssen wir uns zunächst ein wenig mit dem Marktumfeld befassen.

### **Fortgesetzte Investitionszurückhaltung durch Bankenkrise**

Unsere Hauptkunden in diesem Geschäftsfeld sind Finanzdienstleister – vor allem Banken, Broker, Börsen sowie Emittenten von Fonds und Derivaten. Diese Zielgruppe war in Deutschland und auf den europäischen Auslandsmärkten in mehrfacher Weise von den negativen Entwicklungen betroffen. Aufgrund der Konjunkturkrise und der damit verbundenen zunehmenden Unternehmensinsolvenzen mussten Banken und Sparkassen das Kreditgeschäft merklich zurückfahren. Im Zuge der Börsenbaisse kam das Geschäft mit IPOs nahezu zum Erliegen, das Wertpapier-Handelsvolumen ging deutlich zurück, und auch die bankeigenen Vermögensverluste waren beachtlich.

Auf den bestehenden Kostendruck und die anhaltende Ertragsschwäche 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. Sofern überhaupt noch in die Versorgung mit Finanzmarktdaten investiert wurde, lag der Schwerpunkt auf effizienten Lösungen, die auf Kostenersparnis und Umsatzsteigerung abzielen. Ein Bedürfnis, dem wir mit unserem Produktangebot entgegenkommen.

Die zweitwichtigste Kundengruppe im Geschäftsfeld Technologies sind Medienunternehmen, die zusätzlich zu ihren Printobjekten oder Fernsehsendern ein Internet-Portal betreiben. Die Medienbranche sah sich mit einbrechenden Werbeeinnahmen konfrontiert, die für sie in der Regel die bedeutendste Erlösquelle darstellen. Erschwerend kam das gesunkene Interesse der Privatanleger an Finanzinformationen hinzu. Das führte bei den Wirtschaftsmedien zu sinkenden Reichweiten sowie rückläufigen Werbepreisen – und dadurch zu Einnahmeneinbußen. Als Konsequenz schränkten etliche Medienhäuser ihre Online-Finanzangebote stark ein.

Es gibt aktuell auch Trends, die Chancen für uns bieten. Zum Beispiel das Bestreben der Banken, durch Outsourcing von Nicht-Kerngeschäftsfeldern ihre Kosten- seite zu entlasten. Eine weitere Entwicklung, von der OnVista Technologies mit

seiner spezifischen Ausrichtung profitieren kann, ergibt sich aus der zunehmend international angelegten Strategie großer Finanzdienstleister. Diese gehen nämlich dazu über, ihre Websites in mehreren Ländern zu konsolidieren und auf eine Basis zu stellen. Auch hier sind wir aufgrund unserer führenden Technologie der richtige Partner.

### **Profitables Wachstum**

Der insgesamt negativen Rahmenentwicklung haben wir uns mit voller Kraft und ganzem Einsatz unseres Teams entgegengestellt - und zwar erfolgreich! So ist es uns gelungen, unseren Außenumsatz im Geschäftsfeld Technologies um 10% auf 9,1 Millionen Euro zu steigern. Die gesamten Einkünfte, inklusive des Innenumsatzes und der bereits beschriebenen umsatzäquivalenten Erträge, lagen bei rund 11,2 Millionen Euro.

Noch wichtiger als der Umsatzanstieg ist für uns, dass wir profitabel gearbeitet haben. Das Vorsteuer-Ergebnis Geschäftsfeld Technologies lag bei 630.000 Euro.

### **Wichtige neue Lizenznehmer**

Der Umsatzzuwachs speist sich sowohl aus Neugeschäft mit bereits vorhandenen als auch mit neu hinzugewonnenen Kunden.

Bei der Gewinnung neuer Geschäftspartner haben wir eine Reihe sehr bedeutender Erfolge erzielt. Dazu zählt beispielsweise die deutsche E\*TRADE Bank AG. Die E\*TRADE Group ist eine der weltweit führenden Online-Banken. Kürzlich ist übrigens auch noch deren britische Tochtergesellschaft hinzugekommen. Weitere große Namen sind die renommierte Privatbank Sal. Oppenheim und die Investmentbank HSBC Trinkaus & Burkhardt.

Internationale Aufträge wie von der HypoVereinsbank Luxemburg, von Consors Spanien oder Egg Frankreich – die Muttergesellschaft ist eine der erfolgreichsten britischen Online-Banken – zeigen, dass OnVista zunehmend auch im Ausland zu einem wettbewerbsfähigen Anbieter mit Marktbedeutung heranwächst.

Einige Folgeaufträge gab es von zufriedenen Bestandskunden, darunter Sparkassen Broker und Consors. Sie schätzen OnVista aufgrund der Verlässlichkeit und Qualität der Produkte, unserer Serviceorientierung, der flexiblen Umsetzung von Kundenwünschen und der absoluten Kosten- und Termintreue.

Aber auch von Kündigungen sind wir leider nicht verschont geblieben. Einige Lizenznehmer mussten ihre Verträge aufgrund von Sparmaßnahmen kündigen.

Per Saldo ist die Zahl der Lizenznehmer im In- und Ausland zum Jahresende 2002 von 51 auf 59 gestiegen – derzeit sind es 60.

## **Rekordauftrag von Euronext**

Einen internationalen Großauftrag möchte ich herausheben. Mit Euronext haben wir eine der größten Börsen Europas als Lizenzkunden gewonnen. Euronext hat uns mit dem Bau einer umfassenden Datenbank-Plattform zur Speicherung, Verarbeitung und Darstellung von eigenen Börsenkursen und externen Finanzmarktdaten betraut. Das Projekt stellt den größten Auftrag dar, den wir bislang erhalten haben. Über die mehrjährige Vertragslaufzeit werden wir einen Gesamtumsatz im mittleren einstelligen Millionenbereich erzielen.

Euronext N.V. ist aus einem Zusammenschluss der Börsen Paris, Brüssel, Amsterdam, Lissabon und der Londoner Derivate-Börse LIFFE entstanden. Es handelt sich um die erste vollintegrierte paneuropäische Börse. Auf Basis der von OnVista Technologies im Pariser Euronext-Rechenzentrum angelegten Plattform wird unser Kunde in einem ersten Schritt die Website [www.euronext.com](http://www.euronext.com) programmieren. Diese mehrsprachige Informationsseite soll im Laufe dieses Jahres einem umfassenden Relaunch unterzogen werden. Neben der einmaligen Zahlung für die Installation der Plattform erhalten wir während der mehrjährigen Vertragslaufzeit monatliche Lizenzgebühren für deren Wartung und Weiterentwicklung. Darüber hinaus beinhaltet der Vertrag die Möglichkeit für Euronext, Daten und Applikationen an Dritte weiterzulizenzieren. Das ist für uns interessant, weil wir einen Teil der Lizenzeinnahmen als Erlösbeteiligung erhalten.

Besonders stolz sind wir darauf, dass wir uns im Wettbewerb um den Euronext-Auftrag gegen mehr als zehn Wettbewerber aus mehreren europäischen Ländern und den USA durchgesetzt haben. Und das Vertrauen von Euronext empfiehlt uns jetzt natürlich für weitere internationale Projekte dieser Größenordnung.

## **Finanzmarktdaten wichtiger Erfolgs- und Kostenfaktor**

Meine Damen und Herren, das ist die passende Stelle für einen kleinen Exkurs. Was macht OnVista eigentlich so enorm wettbewerbsfähig im internationalen Lizenzgeschäft für Finanzmarktdaten und -technologien? Es ist unsere Technologie-Plattform, der OnVista market data gateway.

Um Ihnen zu erklären, was sich dahinter verbirgt, ein paar Worte zu den Anforderungen unserer Kunden: Finanzmarktdaten sind ein wichtiger Erfolgs- und Kostenfaktor für Finanzdienstleister aller Art. Diese benötigen die Daten für ihre Kundenberater, Mitarbeiter im Callcenter, zur Kursvalidierung, auf ihren Internetseiten zur Kundeninformation, zur aktuellen Berechnung der Depots und für viele weitere Anwendungen.

Viele Datenlieferanten verkaufen nur komplette Produktpakete und zwingen ihre Abnehmer oft dazu, umfangreiche Datensammlungen und IT-Anwendungen zu kaufen, obwohl nur kleine Teile davon benötigt werden.

Die IT-Kosten für die Datenintegration, also die Einbindung in bankinterne Software-Anwendungen, können schnell genauso hoch werden wie die Kosten für die Informationen selbst. Denn die Rohdaten der verschiedenen Lieferanten besitzen in der Regel unterschiedliche Codierungen, Formate und Schnittstellen. Sie alle müssen in die Datenbank der Kunden so integriert werden, dass deren Mitarbeiter 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:

Entweder sie kaufen alles von einem Datenlieferanten, um auf diese Weise die Komplexität zu mindern und Aufwand zu vermeiden. Sie genießen dann zwar den Vorteil einer einheitlichen Infrastruktur, bleiben aber abhängig von Umfang, Qualität und Kosten dieses einen Anbieters – mal abgesehen davon, dass ein einziger Datenlieferant in der Regel nicht allen Bedürfnissen eines Kunden gerecht werden kann.

Oder sie führen die Datenströme mehrerer Lieferanten zusammen. Das erlaubt ihnen zwar, die best geeigneten Daten für jede Anwendung zu nutzen, aber sie müssen selbst die jeweils optimalen aus allen verfügbaren Quellen auswählen, alle Datenströme miteinander harmonisieren und den konsolidierten Datenstrom schließlich in alle Applikationen integrieren. Dies ist ein äußerst zeit- und kostenintensiver Prozess. Außerdem wird möglicherweise für eine Information mehrfach bezahlt, weil sie in mehreren Datenpaketen von verschiedenen Lieferanten enthalten ist.

### **Der OnVista market data gateway als optimaler Problemlöser**

Es liegt also auf der Hand: Keine der beiden Lösungen stellt zufrieden. Jetzt kommt der OnVista market data gateway ins Spiel. Der market data gateway wird zwischen Kunde und Datenlieferanten geschaltet. Er ermöglicht den Zugang zu Finanzmarktdaten von vielen Datenlieferanten über eine unabhängige, neutrale Schnittstelle. Das heißt, alle Daten werden in einer einheitlichen technischen ‚Sprache‘ geliefert.

Der market data gateway weist einen echten Ausweg aus diesem Dilemma, denn er bietet eine hohe Datenqualität bei niedrigen IT-Kosten. Was sind die konkreten Kundenvorteile bei Nutzung der OnVista-Technologie?

Erstens: Zugriff auf unsere umfangreiche Datenbank. Wir konsolidieren die 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. Unsere Plattform ist also vendoren-unabhängig. Ebenso lassen sich interne Daten unserer Kunden leicht in jede Applikation integrieren. Wir liefern heute schon Informationen zu allen Wertpapieren von über 100 internationalen Börsen. Und sämtliche Inhalte sind in mehreren Sprachen lieferbar.

Zweiter Vorteil: hohe Flexibilität. Daten und Anwendungen sind streng voneinander getrennt. Unsere Kunden können so zuerst die beste Anwendung für die jeweilige Aufgabe auswählen und völlig separat über die geeignetsten Daten für diese Anwendung entscheiden. OnVista bietet zudem 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 aufbauen muss. Die Flexibilität der Schnittstellen ermöglicht es, die Daten in fast jeder Anwendung – ich nenne nur die Stichworte Internet, Mobilfunk, Java, Excel – und über alle Endgeräte wie Laptop, Bildschirmarbeitsplatz, PDA, Handy etc. zu nutzen. Es muss keine zusätzliche Hard- oder Software eingesetzt werden.

Und drittens: beträchtliche Kostenvorteile. Gegenüber einem von ihm selbst programmierten oder betriebenen Datenmanagement kann der Kunde bei der Entwicklung und im Betrieb 60 bis 80% der Kosten einsparen.

Das ist sicher eine stark vereinfachte Darstellung. Der Fachmann, der sich mit dem market data gateway beschäftigt, wird schnell eine Vielzahl weiterer erheblicher Vorteile erkennen, so zum Beispiel die Höchstgeschwindigkeit bei der Übertragung riesiger Datenmengen.

### **Leistungsspektrum erheblich ausgedehnt**

Unsere einmalige IT-Plattform hat uns in die Lage versetzt, unser Leistungsspektrum wesentlich zu erweitern. Während wir vor einigen Jahren ausschließlich Webseiten bauten, sind wir heute wesentlich breiter aufgestellt.

So bieten wir jetzt auch Lösungen für die unterschiedlichsten internen Informationsanforderungen. Das können individuelle, nach Kundenwunsch maßgeschneiderte Lösungen sein, aber auch preiswerte Standardprodukte wie beispielweise unser Marktinformationssystem market.pilot. Der market.pilot ist ein auf Wertpapierberater in Banken und Sparkassen zugeschnittenes Produkt, das auf Internet-Technologie basiert und ohne Installationsaufwand von jedem Computerarbeitsplatz genutzt werden kann. Der market.pilot ist wesentlich preisgünstiger als herkömmliche Terminal-Lösungen und gleichzeitig extrem benutzerfreundlich.

Aber wie das Euronext-Projekt zeigt, gehen wir jetzt auch ins so genannte Backend des Kunden. Denn wir stellen den Trend fest, dass Kunden ihre Frontends, also zum Beispiel ihren Webauftritt, zunehmend selbst kontrollieren und Anpassungen eigenständig vornehmen wollen. Dafür müssen Sie sich auf eine gute Backend-Qualität, also auf eine zuverlässige, flexible Datenbank-Technologie, verlassen können.

### **1. Quartal 2003: Unverändertes Marktumfeld**

Noch kurz einige Informationen zum ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres. Der Gesamtumsatz des Geschäftsfelds Technologies ging um 4%, der Außenumsatz um 2% gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal zurück.

Ausschlaggebend für die Umsatzentwicklung war, dass einige Kunden aufgrund von Sparmaßnahmen ihre Webauftritte oder internen Marktinformationssysteme einschränken bzw. vollkommen aufgeben mussten. In der Folge reduzierten sie den von uns bezogenen Leistungsumfang oder kündigten ihre Verträge sogar vollständig. Auch wenn die Zahl der Lizenzkunden per Saldo auf 60 stieg – zum Vorjahresstichtag waren es noch 47 –, konnten wir den durch Kündigungen entgangenen Umsatz nur zum Teil über Neugeschäft kompensieren. Als Folge verzeichneten wir beim Vorsteuer-Ergebnis ein Minus von 410.000 Euro.

### **Ziele für 2003**

Unser Hauptziel im Geschäftsfeld Technologies für 2003 ist, die Vorteile des OnVista market data gateway für unsere Kunden noch klarer zu kommunizieren. Es gilt, das Verständnis für seine Möglichkeiten bei den potenziellen Abnehmern auszubauen und hierdurch Neugeschäft zu akquirieren. Damit wir das erfolgreich umsetzen können, werden wir unsere Vertriebsaktivitäten weiter intensivieren.

Den für uns strategisch bedeutsamen Euronext-Auftrag wollen wir für die Akquisition weiterer anspruchsvoller Großprojekte nutzen – innerhalb wie außerhalb Deutschlands.

Meine Damen und Herren, gegenwärtig befinden wir uns in erfolgversprechenden Verhandlungen mit mehreren potenziellen Kunden. Dabei müssen wir immer wieder feststellen, dass sich die Entscheidungszeiträume für IT-Investitionen wesentlich verlängert haben und nicht verlässlich kalkulierbar sind. Das heißt, es ist nur schwer vorhersehbar, wann Verträge gegebenenfalls unterzeichnet werden und wann wir den Zufluss erster Erlöse erwarten können.

Wir setzen alles daran, den bislang entgangenen Umsatz über Neugeschäft zu kompensieren oder besser noch zu übertreffen. Im aktuellen Marktumfeld ist jedoch nicht sicher zu prognostizieren, inwieweit uns dies gelingen wird.

## **Gesamtfazit**

Verehrte Zuhörer, ich komme zum Ende unseres diesjährigen Rechenschaftsberichtes und fasse noch einmal zusammen:

- Unsere Hauptziele für 2002 haben wir erreicht: Wir haben ein schwarzes Ergebnis erwirtschaftet und einen ebenfalls positiven Cash Flow.
- Wir verfügen über eine sehr komfortable Liquiditätslage.
- OnVista ist weiterhin in seinen beiden Geschäftsfeldern bestens positioniert. Ich denke, wir konnten Ihnen überzeugend darlegen, dass wir für die Zukunft technologisch und betriebswirtschaftlich sehr gut gerüstet sind.

Wegen der unverändert schlechten und sehr unsicheren Wirtschaftslage, gekennzeichnet auch durch sich lange hinziehende Verhandlungsphasen bei Lizenzverträgen, können wir diesmal keine konkreten Prognosen abgeben. Große Sprünge sind aber nicht zu erwarten.

Unser eher verhaltener Ausblick entspringt einer konservativen, vorsichtigen Geschäftsführung, der wir uns im Interesse unserer Aktionäre und Mitarbeiter verpflichtet fühlen. Sie darf aber keinesfalls zu dem Eindruck führen, wir sähen pessimistisch in die Zukunft. Im Gegenteil, wir sind voller Zuversicht und Selbstbewusstsein, dass wir auf Basis unserer krisenfesten Verfassung beste Entwicklungschancen in einer insgesamt besser gestimmten Ökonomie haben werden.

Bestätigt und ermutigt werden wir darin übrigens auch durch fachkundige Medien. So ordnete uns beispielsweise das Anlegermagazin ‚Going Public‘ in seiner April-Ausgabe ein unter „3 Aktien, die Sie brauchen“. Und das ‚Handelsblatt‘ urteilte: „OnVista hat vieles richtig gemacht – eine Aktie für die Zeit nach der Krise“. Dem ist nichts hinzuzufügen.

Ich danke Ihnen.