

Ungebrochenes Wachstum



Umsatz- und Ertragslage	2003	2004	2005	2006	2007
Umsatz (Mio. €)	10,84	6,95	9,74	14,06	26,67
EBITDA (Mio. €)	-1,31	0,54	1,36	2,24	6,47
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (Mio. €)	3,76	0,52	0,53	0,71	1,21
EBIT (Mio. €)	-5,07	0,02	0,83	1,53	5,27
Ergebnis vor Steuern (EBT) (Mio. €)	7,50	0,92	1,61	2,72	5,74
Ergebnis nach Steuern (Mio. €)	5,73	0,42	-0,49	1,58	2,86
Umsatzrendite (%)	52,9	6,1	-5,0	11,3	10,7

Finanzlage					
Konzern-Cashflow (Mio. €)	-1,87	-2,08	17,00	10,65	-18,61
Operativer Cashflow (Mio. €)	1,22	2,05	2,15	2,92	2,77
Investitionen (Mio. €)	3,18 ¹	4,88	1,07	1,42	3,36
in Sachanlagen (Mio. €)	0,20	0,19	0,24	0,20	0,44
in Finanzanlagen (Mio. €)	1,81 ¹	1,67	0,00	0,00	0,00
Finanzmittelbestand ² (Mio. €)	24,99	22,61	40,09	41,15	10,09

Vermögens- und Kapitalstruktur					
Bilanzsumme (Mio. €)	47,62	47,98	50,01	51,99	29,31
Eigenkapitalquote ³ (%)	96,3	95,4	91,4	41,4	79,3
Eigenkapitalrentabilität ⁴ (%)	12,5	0,9	-1,1	7,4	12,3
Gesamtkapitalrentabilität ⁵ (%)	12,0	0,9	-1,0	3,0	9,8

Aktie					
Konzern-Cashflow je Aktie (€)	-0,28	-0,31	2,54	1,59	-2,79
Operativer Cashflow je Aktie (€)	0,18	0,31	0,32	0,44	0,42
Ergebnis je Aktie (€)	0,86	0,06	-0,07	0,24	0,43
Dividende je Aktie (€)	0,00	0,00	0,10	0,10	0,10
Höchst-/Tiefstkurs ⁶ (€)	6,51/3,55	7,11/4,90	8,60/5,40	17,04/7,67	23,51/9,06
Börsenkapitalisierung per 31.12. ⁶ (Mio. €)	35,2	42,5	53,9	111,6	154,1

Mitarbeiter					
Gesamt per 31.12. ⁷	41	52	61	86	138
Personalaufwand (Mio. €)	7,29	2,69	3,30	5,00	7,26
Umsatz je Mitarbeiter ⁷ (Mio. €)	0,09	0,15	0,18	0,19	0,23

Konzernabschluss nach IFRS (ab 2003)

¹ Ohne den nicht-monetären Erwerb der At-Equity-Beteiligung an der IS.Teledata AG in Höhe von € 15,51 Mo.

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

³ Eigenkapital/Bilanzsumme

⁴ Ergebnis/Eigenkapital

⁵ Ergebnis/Bilanzsumme

⁶ Xetra

⁷ In Festanstellung; vollzeitäquivalent

2	OnVista Group auf einen Blick
3	Inhalt
4	Meilensteine
5	Vorwort des Vorstands
7	Konzern-Lagebericht 2007
7	Unternehmensverkauf
7	Konzernstruktur
8	Wirtschaftliches Umfeld
11	Geschäftsverlauf
11	Ertragslage
13	Segmente
19	Vermögens- und Finanzlage
20	Mitarbeiter
21	Forschung und Entwicklung
22	Umweltbericht
22	Risikobericht
25	Potenzielle Übernahmehindernisse
25	Sonstige gesetzlich geforderte Angaben
26	Ausblick
28	Nachtragsbericht
29	Aktie
31	Bericht des Aufsichtsrats
32	Konzern-Jahresabschluss 2007
33	Bilanz
34	Gewinn- und Verlustrechnung
35	Kapitalflussrechnung
36	Entwicklung des Eigenkapitals
37	Erläuterungen
60	Bestätigungsvermerk
61	Corporate-Governance-Bericht
63	Finanzkalender/Börsendaten/Impressum

2007	September	Die vier Großaktionäre der OnVista AG, die Burda Digital Ventures GmbH, Fritz Oidtmann, Stephan Schubert und Michael W. Schwetje, die zusammen 77,4% der Aktien an der Gesellschaft halten, kündigen an, dass sie ihre gesamten Anteile an die französische Boursorama SA veräußern. Damit wird Boursorama, ein großer europäischer Anbieter von Online-Brokerage, Investmentprodukten und Finanz-Websites, Mehrheitsanteilseigner der OnVista Group. Das Unternehmen kündigt ein öffentliches Übernahmeangebot (€ 20,60 je Aktie) an. Boursorama gehört zur Société-Générale-Gruppe.
	Juni	Launch des Adress-Brokerage-Portals Namendo. Mit dieser neuen, nicht werbefinanzierten Internet-Geschäftsidee - einem virtuellen Marktplatz für Business-Kontakte - verfolgt die OnVista Group konsequent ihre Wachstums- und Diversifikationsstrategie weiter.
	März	Die OnVista AG erwirbt rückwirkend zum 1. Januar 2007 den Kölner Online-Werbevermarkter Ad2Net. Für die OnVista Group stellt die Akquisition von Ad2Net einen weiteren Schritt in ihrer Entwicklung zu einem breiter aufgestellten Internet-Unternehmen dar.
2006	Juni	Fritz Oidtmann scheidet aus dem Vorstand der OnVista AG aus. Alleinvorstand ist ab sofort Michael W. Schwetje, bislang Vorstand Media und Finanzen der OnVista AG.
	Juni	Die Hauptversammlung beschließt eine Sonderausschüttung in Höhe von € 3,75 je Aktie. Erstmals wird auch eine reguläre Dividende gezahlt.
2005	Dezember	Die OnVista Group veräußert ihre Beteiligung an der IS.Teledata AG und kann sich nun auf ihre stark wachsenden, profitablen Internet-Aktivitäten fokussieren.
	September	Launch und Ausgliederung der Marke Ligatus, dem stark wachsenden und bereits profitablen Performance-Marketing-Geschäft der OnVista Group, in eine eigenständige Tochtergesellschaft, die Ligatus GmbH.
	Juni	Aus Medicine-Worldwide wird Onmeda, das Gesundheitsportal mit der größten Informationsbreite und -tiefe im deutschen Internet.
2004	März	Mit der Übernahme des Gesundheitsportals Medicine-Worldwide erschließt die OnVista Group eine weitere Umsatzquelle und wird über den Finanzbereich hinaus zum Anbieter werbefinanzierter Special-Interest-Portale.
2003	November	Fusion der OnVista Technologies GmbH mit der IS Innovative Software AG zur IS.Teledata AG. Es entsteht Europas größter Anbieter internetbasierter Finanzmarkt-Informationen-Systeme.
2002	Dezember	Die Restrukturierung ist erfolgreich: Rückkehr in die Gewinnzone.
	September	OnVista gliedert seine beiden operativen Geschäftsfelder in neu gegründete eigenständige GmbHs aus. Damit fungiert die OnVista AG als Holding für die 100-prozentigen Tochtergesellschaften OnVista Technologies GmbH und OnVista Media GmbH.
2001	August	Der kapitalmarktbedingte Ergebniseinbruch macht eine Restrukturierung nötig.
2000	Februar	Die OnVista AG geht an die Börse. Die Emission ist 80fach überzeichnet.
	November	Die Umwandlung in die OnVista AG ebnet den Weg an die Börse. Die Burda Beteiligungs-Holding GmbH beteiligt sich mit 10%.
1999	November	Der erste Kunde lizenziert Finanzinformationen. Damit wird der Grundstein für das Geschäftsfeld Technologies gelegt.
	September	Das Finanzportal www.onvista.de geht online.
	Mai	Stephan Schubert, Michael W. Schwetje und Fritz Oidtmann gründen die OnVista.de Finanzanalyse GmbH & Co. KG.

Unternehmensverkauf nach höchst erfolgreichem Jahr

Sehr geehrte Aktionäre und Geschäftspartner,

2007 wird nach sehr intensivem und dynamischem operativem Geschäft mit einem Firmenerwerb, erfolgreichen Innovationen und neuen Rekordwerten in die OnVista-Geschichte eingehen.

Und dennoch haben sich die Vorzeichen grundlegend geändert: Die aufstrebende OnVista Group hat mit zunehmendem Erfolg immer mehr Branchenaufmerksamkeit und Interessenten auf sich gezogen. Schließlich hat die französische Boursorama SA, ein großer europäischer Anbieter von Online-Brokerage, Investmentprodukten und Finanz-Websites, zunächst den vier Großaktionären der OnVista AG, zu denen auch ich gehöre, ein rundum stimmiges Kaufangebot unterbreitet, das diese im September des Berichtsjahres angenommen haben. Nach Abwägung der unternehmerischen, strategischen und finanziellen Aspekte haben Vorstand und Aufsichtsrat den weiteren Anteilseignern empfohlen, das an sie gerichtete freiwillige öffentliche Übernahmeangebot zum identischen Preis von € 20,60 ebenfalls anzunehmen. Zum Jahresende 2007 verfügte Boursorama, die zur Société-Générale-Gruppe gehört, über 82,49% aller OnVista-Aktien. Mitte Februar 2008 haben die Vorstände von OnVista und Boursorama nun angekündigt, dass sie grundsätzlich darin übereingekommen sind, einen Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen beiden Gesellschaften mit Boursorama als herrschendem Unternehmen abzuschließen.

Was den Angebotspreis anbelangt, so haben ihm Vorstand und Aufsichtsrat ungeachtet der mit ihm erfüllten gesetzlichen Mindestpreiserfordernisse deshalb zugestimmt, weil er mehr als ein Drittel über dem Durchschnittskurs der drei Monate vor der Angebotsankündigung sowie deutlich über den Bewertungen der Finanzanalysten liegt und von daher einen substanziellen Wertzuwachs für alle Aktionäre darstellt. Der Wert unseres und Ihres Unternehmens hat sich seit Ende 2001 um 500% erhöht – sicher eine weit überdurchschnittliche Performance.

- **2007 mit Innovationen und Rekorden**

Lassen Sie uns über dem Unternehmensverkauf nicht die mehr als nur erwähnenswerten Highlights des herausragenden Geschäftsjahres 2007 vergessen. Getragen

von einem sehr positiven Marktumfeld haben wir unser Wachstumstempo mit einer Umsatzsteigerung von 90% abermals erhöht und trotz intensiver Entwicklungsarbeit sowie über 50 neuer Mitarbeiter das operative Ergebnis mehr als verdreifacht und mit 20% eine sehr attraktive EBIT-Rendite erwirtschaftet. Im März 2007 haben wir den unabhängigen Online-Werbevermarkter Ad2Net übernommen. Im Juni ging das von uns selbst entwickelte Adress-Brokerage-Portal Namendo an den Start, und im Herbst haben wir nach einer intensiven Entwicklungszeit im eigenen Haus die erste intelligente Börsen-Community Deutschlands angekündigt. Sie heißt Tradingbird und wird im Frühjahr 2008 online gehen.

- **Geänderte Strategie**

Wie es nach dem Eigentümerwechsel mit der OnVista Group weitergeht, lässt sich nicht so konkret vorhersagen, wie Sie es von unseren Ausblicken in der Vergangenheit gewohnt sind. Unsere publizierte Mittelfristprognose ist insofern überholt, als sich unsere Geschäftsstrategie ändert: Wir werden uns in Zukunft auf Betrieb und Vermarktung unseres Finanzportals OnVista, inklusive der Börsen-Community Tradingbird, konzentrieren. Daher sondieren wir seit Dezember, welches Marktinteresse an den konzerneigenen Internet-Aktivitäten außerhalb des Finanzbereichs besteht. Dies betrifft das Gesundheitsportal Onmeda, den Online-Werbevermarkter Ad2Net, das Performance-Marketing-Geschäft von Ligatus und das Adress-Brokerage-Portal Namendo.

- **Aufsichtsrat neu besetzt**

Im Zuge des Unternehmensverkaufs hat sich auch die Besetzung des Aufsichtsrats verändert. Die bisherigen Mitglieder Fritz Oidtmann, Dr. Christoph Braun und Stephan Schubert haben ihre Ämter im Oktober 2007 niedergelegt. Meinen Gründungspartnern Fritz Oidtmann und Stephan Schubert danke ich ganz herzlich für die langjährige Begleitung in Vorstand und Aufsichtsrat und Dr. Christoph Braun für die konstruktive Zusammenarbeit in seiner erst kurzen Mitgliedschaft im Aufsichtsrat seit der letzten Hauptversammlung im Juni 2007. Besonderer Dank gebührt ebenfalls Dr. Paul-Bernhard Kallen, unserem im Juni 2007 ausgeschiedenen langjährigen Aufsichtsratsvorsitzenden. Während seiner siebenjährigen Amtszeit war er der OnVista AG ein außerordentlich guter

Berater, der die Geschicke unseres Unternehmens wesentlich mitbestimmt hat.

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

- **Dank des scheidenden Vorstands**

Liebe Aktionäre, nach dem Verkauf meiner Beteiligung an der OnVista AG habe ich als Vorstand die Firmengeschäfte bis heute mit unveränderter Intensität vorangetrieben. Für die Zukunft des Unternehmens und seiner Mitarbeiter bin ich uneingeschränkt zuversichtlich gestimmt. Nun möchte ich konsequenterweise Platz machen für einen Nachfolger. Meinen bis Ende September 2008 laufenden Vertrag werde ich erfüllen, aber nicht verlängern. Unseren Geschäftspartnern und Aktionären spreche ich meinen Dank aus für ihr Vertrauen. Ganz besonders bedanke ich mich bei unseren Mitarbeitern, die nicht nur im außerordentlich herausfordernden Berichtsjahr, sondern teilweise seit Jahren mit exzellentem Know-how, großem Ideenreichtum und außergewöhnlichem Engagement wichtige Beiträge zum Unternehmenserfolg geleistet haben!

Ihr



Michael W. Schwetje

Unternehmensverkauf

- **OnVista-Großaktionäre veräußern ihre Anteile an die französische Boursorama SA**

Das herausragende Ereignis für die OnVista Group fand im dritten Quartal 2007 außerhalb des operativen Geschäfts statt: Die vier Großaktionäre der OnVista AG, die Burda Digital Ventures GmbH, Fritz Oidtmann, Stephan Schubert und Michael W. Schwetje, haben ihre Anteile (77,4%) an die französische Boursorama SA veräußert. Vertragsunterzeichnung war am 24. September 2007, das Kartellamt hat die Übernahme Ende Oktober ohne Beanstandung genehmigt. Wie am Tag der Bekanntgabe angekündigt, hat Boursorama allen weiteren Aktionären der OnVista AG ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot gemäß den Bestimmungen des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG) gegen Barzahlung von € 20,60 je Stückaktie unterbreitet.¹ Dieser Preis lag mehr als ein Drittel über dem Aktienkurs vom 21. September 2007 (€ 14,90, Xetra-Schlusskurs des letzten Handelstages vor Vertragsunterzeichnung) und entsprach exakt dem mit den Großaktionären vereinbarten Kaufpreis. Bei 6,7 Mio. Aktien ergab sich hieraus eine Bewertung des Gesamtunternehmens von € 138,02 Mio. Bis zum Ablauf der Annahmefrist am 17. Dezember 2007 wurden 105.740 Aktien (1,58%) im Rahmen des Übernahmeangebots veräußert und weitere 235.337 Aktien (3,51%) zwischen dem 24. September 2007 und dem Ablauf der Annahmefrist über die Börse erworben. Damit hielt Boursorama 82,49% der Anteile an der OnVista AG zum 31. Dezember 2007.

Boursorama SA ist ein großer europäischer Anbieter von Online-Brokerage, Investmentprodukten und Finanz-Websites. Das 1995 gegründete Unternehmen betreibt in Frankreich das marktführende Finanzportal www.boursorama.com und die Online-Bank Boursorama Banque (www.boursorambanque.com). Umsätze generiert die börsennotierte Gesellschaft mit Hauptsitz in Frankreich über ihre Bankaktivitäten sowie die Vermarktung von Online-Werbung (sogenanntes „Media-Brokerage-Modell“). In Deutschland ist Boursorama seit 1997 mit dem Online-Broker Fimatex am Markt.

¹ Die Annahmefrist begann am 31. Oktober 2007 und endete am 28. November 2007, die weitere Annahmefrist begann am 4. Dezember 2007 und endete am 17. Dezember 2007.

Darüber hinaus ist das Unternehmen in England und Spanien präsent. Mehrheitsaktionär der Boursorama SA ist die Groupe Société Générale, die über 56% der Anteile hält (Stand: 31.12.2007).

- **Aufsichtsrat neu gebildet**

Nach Zustimmung durch das Kartellamt und Zahlung des Kaufpreises hat der Aufsichtsrat der OnVista AG vor dem Hintergrund der neuen Mehrheitsverhältnisse sein Mandat mit sofortiger Wirkung niedergelegt – der Aufsichtsratsvorsitzende, Fritz Oidtmann, sowie sein Stellvertreter, Dr. Christoph Braun, am 19. Oktober 2007, Stephan Schubert bereits eine Woche zuvor.

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

Konzernstruktur

- **OnVista Group – ein reines Internetunternehmen**

Die **OnVista Group** ist ein modernes, wachstumsstarkes Internet-Unternehmen. Seit Ende 2007 ist sie eine Tochter der französischen Online-Bank Boursorama SA, die mehr als 80% der Anteile an der OnVista AG hält.

Die OnVista Group steht auf vier Säulen, in denen die derzeit sechs Marken angesiedelt sind. Im Geschäftsbereich **Portal Business** betreiben wir über die OnVista Media GmbH, eine 100%-Tochter der börsennotierten OnVista AG, unsere eigenen werbefinanzierten Special-Interest-Portale – derzeit das Finanzportal OnVista (www.onvista.de) und das Gesundheitsportal Onmeda (www.onmeda.de). Im Frühjahr 2008 folgt der Launch der Börsen-Community Tradingbird (www.tradingbird.de), in die wir im vergangenen Jahr stark investiert und die wir bereits

2007

Ende November 2007 offiziell angekündigt haben.

Neu hinzugekommen ist im vergangenen Jahr zudem der Geschäftsbereich **Ad Sales**, repräsentiert durch den Ende März 2007 akquirierten unabhängigen Online-Werbevermarkter Ad2Net. Ursprünglich eine AG, wurde Ad2Net inzwischen in eine GmbH umgewandelt und ist nun eine 100%-Tochter der OnVista AG. Die Ad2Net GmbH übernimmt die klassische Online-Werbevermarktung (Display Ads auf TKP-Basis²) für Websites, die sie selbst nicht betreibt. Seit dem zweiten Quartal 2007 wird sie im OnVista-Konzern voll konsolidiert.

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

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

Portalgeschäft, Ad Sales, Performance Marketing und New Business bilden zusammen das **Segment Internet Businesses**, das damit das gesamte operative Geschäft bündelt. Im November 2007 hat die OnVista Group angekündigt, sich in Zukunft auf Betrieb und Vermarktung ihres Finanzportals OnVista und der Börsen-Community Tradingbird zu konzentrieren.

Daher will sie sondieren, welches Marktinteresse an den konzerneigenen Internet-Aktivitäten außerhalb des Finanzbereichs besteht.

Das **Segment Corporate Services** umfasst die Konzernholding OnVista AG sowie mehrere kleinere Tochtergesellschaften und Beteiligungen. Die OnVista AG nimmt mit der Börsennotierung verbundene Aufgaben wahr und verwaltet den Finanzmittelbestand des Konzerns. Sie ist nicht operativ tätig und erwirtschaftet daher keinen Umsatz. Auch die in diesem Segment zusammengefassten Beteiligungen leisten keinen Beitrag zum Konzernumsatz.

Wirtschaftliches Umfeld

• **Starkes Wachstum hält an**

Nachdem die Wirtschaft in der Bundesrepublik 2006 mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Höhe von 2,9% eine nicht für möglich gehaltene Dynamik entfaltet hatte, fielen die Vorhersagen für 2007 insbesondere wegen der Mehrwertsteuererhöhung etwas vorsichtiger aus. Zum Beginn des Berichtsjahres hatten die einschlägigen Prognosegeber Steigerungsraten von etwa 1,8% bis 2,3% auf ihrer Rechnung, und OnVista hatte seinen Planungen ein Plus von rund 2% zugrunde gelegt.

Erneut wurden die Annahmen jedoch übertroffen. Deutschlands Wirtschaft erwies sich gegenüber der weltweit um sich greifenden Finanzmarktkrise sowie Euro- und Ölpreishöchstständen erstaunlich robust. Nach seiner ersten Berechnung bezifferte Destatis, das Statistische Bundesamt, am 15. Januar 2008 das preis- und kalenderbereinigte BIP-Wachstum auf 2,6%.

Auch im europäischen Vergleich steht Deutschland erneut gut da. Für die Eurozone gibt die EU-Kommission die Entwicklung des BIP für 2007 vorläufig mit 2,6% an (Vorjahr 2,8%). In den USA hat sich das Wachstum abgeschwächt und wird zum Beispiel von der OECD mit 2,2% vorausgesagt nach 2,9% im Jahr 2006. Für die gesamte Welt rechnet die UNO 2007 mit 3,7% nach 3,9% im Jahr zuvor.

² TKP = Tausendkontaktpreis.

• **Internet immer selbstverständlicher**

Zusätzlich und in einem gewissen Grad unabhängig von den makroökonomischen Rahmendaten sind für OnVista als modernem Internetunternehmen andere Einflussfaktoren für die eigene Unternehmensentwicklung von Bedeutung.

Zuvorderst ist die generelle Internetnutzung zu nennen. Sie wird in Deutschland durch periodisch wiederkehrende Untersuchungen verschiedener Auftraggeber³ ermittelt. Die Ergebnisse weichen zwar infolge unterschiedlicher methodischer Vorgehensweisen und Erhebungszeiträume leicht voneinander ab, jedoch dokumentieren sie übereinstimmend eine weiterhin moderate Zunahme um etwa zwei Prozentpunkte jährlich: „Onliner“ machten demnach 2007 zwischen gut 60% und knapp 63% der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren aus. Deutschland liegt damit in Europa über dem Durchschnitt: Für 2007 hat die European Interactive Advertising Association (EIAA), der europäische Verband der Online-Vermarkter, europaweit einen Anteil von 57% ermittelt.

Besonders wichtig ist auch die Verweildauer der User im Web. Deutsche Internetnutzer gehen an durchschnittlich 5,2 Tagen pro Woche online und verbringen wöchentlich knapp elf Stunden im Internet (Europa: 5,5 Tage und 11,9 Stunden).

• **Werbung im Web weiter auf dem Vormarsch**

Eine zweite wichtige Einflussgröße für OnVista ist die generelle Entwicklung des Werbemarkts im Allgemeinen und der Internetwerbung im Speziellen.

Das Werbeklima in Deutschland war in Übereinstimmung mit der generellen Wirtschaftsentwicklung 2007 insgesamt weiterhin positiv, wenn auch die Steigerungsrate der Bruttowerbeinvestitionen in den klassischen Medien⁴ nach Nielsen Media Research mit 3,7% auf € 20,9 Mrd. nicht ganz das Vorjahres-Plus von 5,1% (auf € 20,1 Mrd.) erreicht hat.

Innerhalb des positiven Werbeklimas macht Werbung im Internet nach wie vor eine strukturelle Sonderentwicklung durch. Der

weit überproportionale Wachstumstrend setzte sich eindrucksvoll fort. Nielsen Media Research hat Bruttoaufwendungen für klassische Online-Werbung⁵ von gut € 1,1 Mrd. ermittelt. Infolge einer Änderung der Erfassungsmethodik ist diese Zahl allerdings nicht direkt mit der des Vorjahres (€ 692 Mio.) vergleichbar.

Da in der Nielsen-Statistik systematisch nur ein Teil der Werbeträger erfasst wird, rechnet der BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) diese Zahlen auf den Gesamtmarkt hoch. Für die klassische Online-Werbung wurden in einer überarbeiteten Prognose von Ende September 2007 für das Gesamtjahr rund € 1,3 Mrd. genannt (2006: € 904 Mio., +45%).

Dazu kommen gemäß der Voraussage € 1,4 Mrd. für Suchwortvermarktung und Affiliate Marketing⁶ (Vj.: € 1,01 Mrd.), sodass sich für Online-Werbung insgesamt € 2,71 Mrd. ergeben sollten, mehr als 40% über den € 1,91 Mrd. des Jahres 2006.

Damit wuchsen die Werbeausgaben für die Mediengattung Internet in Deutschland voraussichtlich etwa elfmal so schnell wie die für klassische Medien. Der Anteil am gesamten Werbekuchen erhöhte sich entsprechend von nahezu 9% auf 11,5%. Trotz dieses erneuten Anstiegs bleibt noch immer eine nennenswerte Lücke zwischen dieser Quote an den Gesamtwerbeinvestitionen und dem Anteil an dem Zeitbudget, das die Deutschen für Mediennutzung insgesamt aufwenden. Dieser beträgt nämlich laut einer 2005 veröffentlichten Studie⁷ bereits fast 15% (und ist inzwischen aller Wahrscheinlichkeit nach gestiegen) – mittelfristig eine Mindest-Zielgröße für den Online-Werbeanteil.

• **Günstige Entwicklungen in Zielbranchen von OnVista**

Das weitaus wichtigste Standbein für die OnVista Group sind Einnahmen aus Werbung, die wir für Kunden auf unseren Websites OnVista und Onmeda sowie im Partner-Netzwerk von Ligatus und im

³ Vgl. zum Beispiel die periodisch erscheinenden Studien AGOF internet facts (Arbeitsgemeinschaft Online Forschung), ARD/ZDF-Online Studie und (N)onliner Atlas (TNS Infratest/Initiative D21).

⁴ Print, Fernsehen, Hörfunk, Plakat.

⁵ Der Begriff „klassische Online-Werbung“ bezeichnet sogenannte Display Ads. Performance Marketing, also vertriebsorientierte Direktmarketing-Maßnahmen, ist nicht berücksichtigt.

⁶ Der BVDW berücksichtigt mit Suchwortvermarktung und Affiliate Marketing lediglich die gängigsten Spielarten von Performance-Marketing. Andere Formen von Performance-Marketing, etwa das Ligatus-Angebot, werden darin nicht berücksichtigt.

⁷ Studie Time Budget 12 von SevenOne Media.

2007

Website-Vermarktungsportfolio von Ad2Net platzieren. Mit dem Finanzportal OnVista und mit Ligatus zielen wir im Schwerpunkt auf Finanzdienstleister als Werbungtreibende, wengleich auch immer mehr Unternehmen der Branchen Unterhaltungselektronik, Automobil, Touristik und Luxusgüter hinzukommen. Das Gesundheitsportal Onmeda bietet hauptsächlich Anbietern aus den Sektoren Pharma und Medizin eine höchst zielgruppengenaue Werbeplattform, zum Beispiel der forschenden Industrie, Generikaherstellern, Krankenversicherungen, Online-Apotheken und Kliniken, aber auch angrenzenden Branchen wie Kosmetik, Ernährung oder Babyartikel.

Ein Blick auf die Finanzbranche zeigt, dass in einem turbulenten Börsenjahr mit erhöhtem Anlageberatungsbedarf und angesichts der immer stärker ins Blickfeld der Öffentlichkeit rückenden Altersvorsorgeproblematik (Riester, Rürup & Co.) die Werbeausgaben der Finanzdienstleister inklusive Versicherungen für klassische Medien auf € 1,35 Mrd. (Nielsen Media Research) zugenommen haben – ein Plus von knapp 9% gegenüber 2006. Damit übersteigt die Zunahme der finanzbezogenen Werbeausgaben die des Werbegesamtmarkts um 140%.

- **Ausgezeichnetes Börsenumfeld**

Bedeutend für OnVista sind regelmäßig auch die Börsenhandelsumsätze, weil die Seitenabrufe spezialisierter Finanzportale stark mit ihnen korrelieren. Seitenabrufe und Anzahl der Nutzer sind wiederum wichtig für unser Anzeigengeschäft. So gesehen konnte das Börsenumfeld 2007 kaum besser sein: Die Börsenumsätze summierten sich nach der Orderbuchstatistik der Deutschen Börse auf € 2,85 Billionen, ein starkes Plus von 48% gegenüber dem Vorjahr (€ 1,92 Billionen). Und die internationale Terminbörse Eurex hat mit 1,9 Mrd. Kontrakten einen Rekordumsatz erzielt, der etwa ein Viertel über 2006 liegt.

Zwar ist die Zahl der direkten Aktienanleger (außerhalb von Aktienfonds) in Deutschland nach Angaben des deutschen Aktieninstituts im zweiten Halbjahr 2007 gegenüber der ersten Jahreshälfte „dramatisch“ zurückgegangen – um über eine halbe Mio. auf nur noch 3,8 Mio., den niedrigsten Stand seit 1996 –, doch hat das auf die Reichweite unseres Finanzportals keinen Einfluss, da

dies überwiegend von erfahreneren und aktiveren Anlegern genutzt wird.

Wiederum waren Zertifikate die großen Gewinner des Jahres. Das Gesamtmarktvolumen, das private Anleger Ende November des Berichtsjahres in Zertifikaten angelegt hatten, beläuft sich nach Angaben der Branchenvereinigung Derivate-Forum auf ungefähr € 143 Mrd., 30% mehr als zum Jahresende 2006 (€ 110 Mrd.). Diese Produktgattung wird unverändert stark beworben, sowohl im Printbereich als auch online, wovon OnVista ganz besonders profitiert.

- **Zunehmender Informationsbedarf im Gesundheitssektor**

Für den Gesundheitssektor, der für die OnVista Group wegen ihres Gesundheitsportals Onmeda von Interesse ist, galten auch im Berichtsjahr aus unserer Sicht günstige Vorzeichen. Immer mehr Menschen stellen sich darauf ein, wie bei der Altersvorsorge so auch beim Thema Gesundheit selbst mehr Eigenverantwortung übernehmen zu müssen. Schon die gesetzgeberischen Systemeingriffe der letzten Jahre haben das Verhalten deutlich verändert: Bereits fast zwei Drittel der Bundesbürger versuchen, sich zu Beginn von Erkrankungen zunächst mit rezeptfreien Medikamenten selbst zu helfen.⁸ Parallel dazu geht man weniger schnell zum Arzt und versucht zunächst, sich bei kleineren „Wehwehchen“ selbst zu kurieren. Das hat zur Folge, dass der Patient einen zunehmenden Informationsbedarf hat. Neben der Beratung durch den Apotheker gewinnen damit andere Informationsquellen, nämlich Bücher, Zeitschriften und zunehmend einschlägige Angebote im Internet, wie zum Beispiel unser Gesundheitsportal Onmeda, an Bedeutung. Aber auch unabhängig von Krankheiten prägt sich seit Jahren mehr und mehr ein positives Gesundheitsbewusstsein aus. Dieser Trend ist ebenfalls mit einem wachsenden Informationsbedürfnis verbunden, das gerade im Internet bequem gestillt werden kann. Fast 80% der deutschen Internetnutzer haben bereits medizinische Informationen im Web recherchiert, und die Hälfte davon will das Internet künftig noch häufiger in Gesundheitsfragen konsultieren.⁹ Wir sind davon

⁸ Studie „Health Care Monitoring 2006“ des Marktforschungsinstituts psychonomics AG.

⁹ Umfrage des Marktforschungsunternehmens Dialogo für das Handelsblatt vom Herbst 2006.

2007

überzeugt, dass dies erst der Anfang einer nachhaltigen Entwicklung ist.

Das geschilderte Umfeld stellt an die Gesundheitsbranche und speziell die Pharmaindustrie große Herausforderungen und Chancen: Die kommunikative Adressierung des Endverbrauchers muss – ähnlich wie im Finanzsektor – qualitativ und quantitativ stark ausgebaut werden. Das gilt sowohl für seriöse redaktionelle Angebote als auch für (Produkt-)Werbung. Für das Medium Internet besteht hier ein enormes Wachstumspotential.

Geschäftsverlauf

• Ungebremstes Wachstum

Die OnVista Group ist im Jahr 2007 organisch und anorganisch stark gewachsen, es wurden eine Geschäftseinheit hinzugekauft und zwei weitere auf den Weg gebracht. Getragen durch ein sehr positives Marktumfeld haben wir den Umsatz erneut erhöht und unsere Profitabilität trotz der intensiven Entwicklungsarbeit und der Vielzahl an neuen Mitarbeitern weiter verbessert. Damit haben wir uns noch deutlich besser als der boomende Online-Werbemarkt geschlagen. Ein Teil dieses Umsatzes stammt aus dem Zukauf der seit dem zweiten Quartal 2007 konsolidierten Ad2Net GmbH. Jedoch ist auch das boomende bestehende Geschäft der OnVista Group um mehr als 50% angestiegen. Somit hat die OnVista Group auch akquisitionsbereinigt deutlich stärker als der Gesamtmarkt zugelegt.

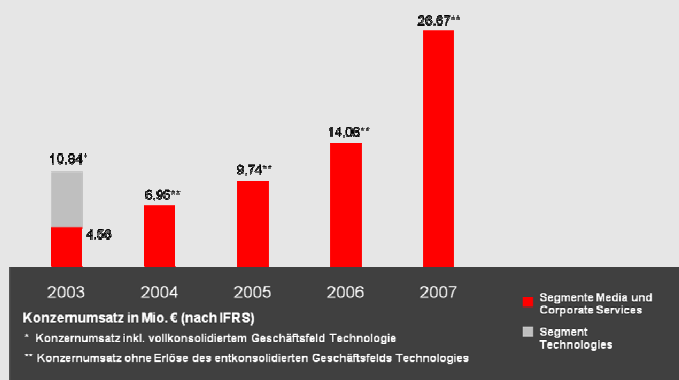
Unter dem Strich haben wir den Konzernumsatz um 90% und das operative Ergebnis (EBIT) um 245% gesteigert. Unsere anlässlich der Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2006 abgegebene Jahresprognose haben wir im Laufe des Berichtsjahres angehoben und dennoch leicht übertroffen.

• Konzernumsatz fast verdoppelt

Im Geschäftsjahr 2007 lag unser **Konzernumsatz** bei € 26,67 Mio. Gegenüber dem Vorjahr (€ 14,06 Mio.) ist er um 90% gewachsen. Dabei konnten wir die Erlöse über die vier Quartale hinweg auf einem deutlich höheren Niveau im Vergleich zum Vorjahr halten. Nachdem wir zunächst mit einem Umsatz von mehr als € 17,5 Mio. gerechnet hatten, haben wir die Prognose im

Zuge der abgeschlossenen Übernahme des Online-Werbevermarkters Ad2Net auf rund € 24 Mio. nach oben angepasst und im Laufe des Jahres aufgrund der guten Entwicklung erneut angehoben auf mehr als € 26 Mio. Zurückzuführen ist der Umsatzsprung zum einen auf die Akquisition und zum anderen auf interne Steigerungsraten im Portalgeschäft. Hauptumsatzträger war das Finanzportal. www.onvista.de steuerte etwas mehr als die Hälfte (€ 14,14 Mio.; +55%) zum Konzernumsatz bei.

Umsatz innerhalb eines Jahres fast verdoppelt



Ertragslage

• Kostenanstieg unterproportional

Unsere Kosten sind in Summe geringer gestiegen als unsere Erlöse. Die **operativen Kosten**¹⁰ lagen im Geschäftsjahr 2007 bei € 21,46 Mio. und damit 79% über dem Vorjahreswert (€ 11,99 Mio.).

Bei der Aufteilung der operativen Kosten nach den Kostenpositionen des Umsatzkostenverfahrens, das beim Rechnungslegungsstandard IFRS üblicherweise angewandt wird, entfällt der größte Anteil auf die **Herstellungskosten**. Sie betragen im Berichtsjahr € 9,90 Mio., ein Zuwachs von 137% gegenüber dem Vorjahr (€ 4,18 Mio.). Der überproportionale Anstieg liegt im Geschäftsmodell des neu hinzugekommenen Werbevermarkters Ad2Net begründet.¹¹

¹⁰ Summe aus Herstellungskosten, Marketing- und Vertriebskosten, allgemeinen Verwaltungs- sowie F&E-Kosten.

¹¹ Da Ad2Net ausschließlich Dritten vermarktet, fließt über die Hälfte der erwirtschafteten Erlöse an die entsprechenden Partner-Portale. Die Differenz zwischen dem in der GuV-Position „Umsatz“ enthaltenen Bruttoumsatz und dem tatsächlich bei Ad2Net

2007

Alle weiteren Kostenpositionen sind deutlich unterproportional zum Umsatz gestiegen. Die **Marketing- und Vertriebskosten** haben um 53% auf € 4,98 Mio. im Vergleich zum Vorjahr (€ 3,26 Mio.) zugenommen. Den größten Anteil daran machen die mit der Übernahme von Ad2Net hinzugewonnenen Vertriebsmitarbeiter aus sowie einige Neueinstellungen in den verschiedenen Sales-Abteilungen. Die **Allgemeinen Verwaltungskosten** sind mit einer Rate von 51% moderat angestiegen und liegen bei € 3,50 Mio. (2006: € 2,33 Mio.). Geringste Kostenposition sind die **Forschungs- und Entwicklungskosten** mit € 3,09 Mio., das entspricht einem Zuwachs von 39,1% im Vorjahresvergleich (€ 2,22 Mio.). Die sonstigen betrieblichen Erträge haben sich verdoppelt (€ 0,61 Mio. nach € 0,29 Mio.), hauptsächlich eine Folge des Verkaufs unserer restlichen Anteile an der Lang & Schwarz Wertpapierhandelsbank AG.

Hauptkostenblock nach dem Gesamtkostenverfahren war nach wie vor der **Personalaufwand**. Er stieg im Berichtszeitraum deutlich unterproportional auf € 7,26 Mio. (Vj.: € 5,00 Mio., +45%).¹² Der Anstieg ist zum einen auf die Integration der Ad2Net-Mitarbeiter, zum anderen auf die Schaffung neuer Stellen zurückzuführen.

Die **Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** nahmen um 70% zu – von € 0,71 Mio. im Vorjahr auf € 1,20 Mio. im Jahr 2007.

Personalaufwand und Abschreibungen verteilen sich nach dem in IFRS üblichen Umsatzkostenverfahren in der Gewinn- und Verlustrechnung auf verschiedene Kostenpositionen.

- Erneuter Ergebnissprung**

Auch im Jahr 2007 ist es uns gelungen, aus dem Umsatzzuwachs überproportional steigende Erträge zu realisieren. Insbesondere im operativen Bereich lagen wir deutlich über den Vorjahres-Vergleichswerten. Seit langem betonen wir die in unserem Geschäftsmodell angelegten Skaleneffekte, nach denen sich ab einer bestimmten Schwelle Zuwächse beim Umsatz in überproportionalen Ergebnissteigerungen niederschlagen.

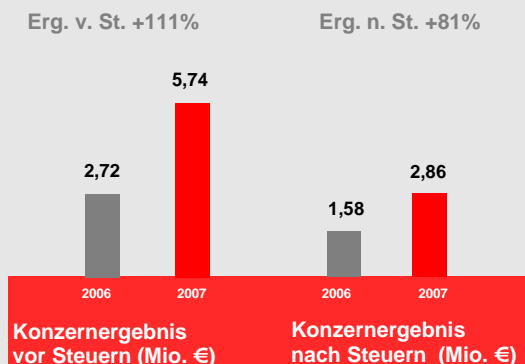
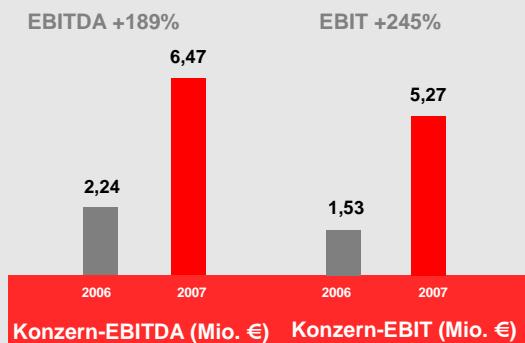
verbleibenden Nettoumsatz schlägt sich in der Kostenposition „Herstellungskosten“ nieder.

¹² Siehe hierzu auch Lagebericht, Abschnitt „Mitarbeiter“, S. 20 f.

Das **EBITDA** (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) der OnVista Group stieg im Geschäftsjahr 2007 um 189% auf € 6,47 Mio. (Vj.: € 2,24 Mio.).

Noch stärker zugelegt, nämlich um 245%, haben wir beim **EBIT** (Ergebnis vor Zinsen und Steuern). Es betrug im Berichtsjahr € 5,27 Mio. (Vj.: € 1,53 Mio.). Daraus ergibt sich eine EBIT-Marge von 20%, nahezu das Doppelte im Vergleich zu 2006 (11%).

Aufgrund des durch die Sonderausschüttung stark verringerten Finanzmittelbestands hat sich unser Finanzergebnis im Berichtsjahr plangemäß stark verringert: Es beträgt € 0,48 Mio. (Vj.: € 1,20 Mio.; -60%). Das starke operative Ergebnis konnte den Rückgang der Zinseinnahmen jedoch weit überkompensieren. Das **Konzernergebnis vor Steuern (EBT)** ist mit +111% deutlich stärker gewachsen als der Umsatz. Es beläuft sich auf € 5,74 Mio. (Vj.: € 2,72 Mio.). Damit haben wir nicht nur unsere bei der Vorlage des Geschäftsberichts 2006 abgegebene Jahresprognose („über € 2,9 Mio.“), sondern auch die im August 2007 zum dritten Mal erhöhte Einschätzung („mehr als € 5,4 Mio.“) leicht übertroffen. Die **Umsatzrendite vor Steuern** stieg von etwa 19% auf knapp 22%.



2007

Deutlich verbessert hat sich 2007 auch das **Konzernergebnis nach Steuern**. Es kletterte auf € 2,86 Mio. (Vj.: € 1,58; +81%). Dass diese Ergebniskategorie unterproportional zum Umsatz zugenommen hat, liegt an einer erhöhten Steuerquote (50%, Vj.: 42%) aufgrund von einmaligen Steuerwirkungen. Zum einen hatten wir Steuerzahlungen für vergangene Perioden in Höhe von etwa T€ 360 an das Finanzamt zu leisten, die nicht durch Rückstellungen gedeckt waren. Zum anderen mussten wir auf die latenten Steuern den neuen, seit dem Jahr 2008 im Zuge der Unternehmenssteuerreform geltenden Steuersatz anwenden. Da dieser niedriger ist und ein aktiver, latenter Steuerüberhang besteht, resultierte daraus ein einmaliger Steueraufwand in Höhe von etwa T€ 235.

- **Dividende von € 0,10 geplant**

Im AG-Einzelabschluss nach HGB entstand ein Jahresüberschuss in Höhe von € 2,55 Mio. (Vj.: € 1,13 Mio., +126%). Der für die Dividendenfähigkeit relevante Bilanzgewinn lag bei € 4,30 Mio. (Vj.: € 2,58 Mio., +67%). Die gute Ertragslage und die hohe Eigenkapitalausstattung erlauben es der OnVista AG, ihren Aktionären für das Geschäftsjahr 2007 erneut eine Dividende zu zahlen. Der gemeinsame Gewinnverwendungsvorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat sieht vor, insgesamt € 0,67 Mio. (Vj.: € 0,67 Mio.) auszuschütten. Nach diesem Vorschlag, der unter dem Vorbehalt der Annahme durch die ordentliche Hauptversammlung steht, entfallen auf jede Aktie € 0,10 (Vj.: € 0,10).

Segmente

- **Operatives Geschäft im Segment Internet Businesses**

Die OnVista Group besteht aus zwei Segmenten: Im **Segment Internet Businesses (zuvor: Media)** sind unsere Internetaktivitäten, also das komplette operative Geschäft, zusammengefasst (vgl. Abschnitt „Konzernstruktur“, S. 7). Der gesamte Konzernumsatz wird somit durch dieses Segment erwirtschaftet. Im **Segment Corporate Services** werden mit der Börsennotierung verbundene Aufgaben wahrgenommen und der Finanzmittelbestand des Konzerns verwaltet. Damit leistet das Segment keinen Beitrag zum Konzernumsatz. Vielmehr entstehen hier

Kosten, denen Einnahmen aus dem Finanzmittelbestand gegenüberstehen.

- **Segment Internet Businesses: Neue Dimension in Umsatz und Ergebnis**

Da das **Segment Internet Businesses** der vollständige Umsatzträger der OnVista Group ist, gilt das für den Konzern insgesamt berichtete dynamische Erlöswachstum (vgl. Lagebericht, Abschnitt „Geschäftsverlauf“, S. 11) ebenso für dieses Segment. Der einzige geringfügige Unterschied besteht in einem **Innenumsatz** innerhalb der Gruppe in Höhe von T€ 5 (Vj.: T€ 9). Entsprechend beläuft sich der **Segmentumsatz** auf € 26,68 Mio., das sind 90% mehr als 2006 (€ 14,07 Mio.).

Nachdem wir Ende März 2007 den Online-Werbevermarkter Ad2Net übernommen hatten, setzten wir uns das mittelfristige Ziel einer Umsatzverteilung von etwa 50% für das Portalgeschäft und jeweils circa 25% für Ad2Net und Ligatus. Die Abhängigkeit von den Portalen und insbesondere vom Finanzportal sollte damit verringert werden. Diesem gewünschten Split haben wir uns im Gesamtjahr 2007 genähert, obwohl Ad2Net erst seit April in den Zahlen der OnVista Group enthalten ist. Der Anteil des Geschäftsbereichs Portal Business (mit dem dominierenden Finanzportal OnVista und dem Gesundheitsportal Onmeda) ist trotz weiterer Umsatzsteigerung bei OnVista auf gut die Hälfte zurückgegangen. Von den verbleibenden Erlösen steuert Ad2Net wegen seiner nur 9-monatigen Einbeziehung etwas weniger als die Hälfte bei. Der größere Anteil hiervon entfällt auf Ligatus. Bei Betrachtung nur des zweiten Halbjahres erreicht das Verhältnis zwischen beiden Geschäftsbereichen schon fast die angestrebte Ausgewogenheit. Das Anfang Juni in einer Beta-Version online geschaltete Adress-Brokerage-Portal Namendo hat plangemäß noch keine nennenswerten Erlöse beigesteuert – ebenso wie die noch in der abschließenden Entwicklungsphase befindliche neue Community-Website Tradingbird.

Das **Segmentergebnis** (vor Steuern) ist überproportional um 122% auf € 6,17 Mio. (Vj.: € 2,78 Mio.) angestiegen. Die **Umsatzrendite** vor Steuern lag bei 23% und hat sich nochmal um 3 Prozentpunkte verbessert (Vj.: 20%).

2007

- **Portal Business:
OnVista erzielt neuen Reichweitenrekord**

Das bewegte Börsenjahr 2007 hat unserem Finanzportal OnVista auch in seiner Reichweite neue Bestmarken beschert: 1,22 Mrd. PageImpressions (Seitenzugriffe¹³) insgesamt bedeuten gegenüber dem Vorjahr (1,06 Mrd.) eine nochmalige Steigerung um 15%. Pro Monat erzielte die Website durchschnittlich 101,7 Mio. Seitenabrufe. Den absoluten Rekord gab es im November 2007 mit gut 117 Mio. Starke Kursschwankungen und hohe Börsenumsätze treiben die Seitenzugriffe bei OnVista hoch, weil mit zunehmender Kursvolatilität das Informationsbedürfnis der Anleger steigt. Die uneingeschränkte Marktführerposition, die nun schon sieben Jahre anhält, haben wir damit klar verteidigt und sind unverändert etwa doppelt so groß wie der zweitplatzierte Wettbewerber.

- **Auch Umsätze erneut stark gesteigert**

Die gute Reichweitenentwicklung und das Auf und Ab der Börsen waren durch vermehrte Werbeaktivitäten unserer Kernkundengruppe Finanzdienstleister (Investmentbanken, Vermögensverwalter, Online-Broker, Fondsgesellschaften und Emittenten von Derivaten) auch unserer Umsatzentwicklung zuträglich. Intern wurde dieser Trend durch eine verbesserte Betreuung von Agenturkunden und Synergien mit unserer Neuerungsbildung Ad2Net (Geschäftsbereich Ad Sales, vgl. S. 17) unterstützt. Auch Automobil- und Reiseanbieter haben ihre bei OnVista geschaltete Werbung ausgebaut.

Weitergekommen sind wir ebenfalls mit der Diversifizierung unserer Erlösquellen, die wir gezielt anstreben, um die Abhängigkeit von den eindeutig dominierenden Werbeeinnahmen zu mildern. Eine Maßnahme in diese Richtung war Ende 2005 die Einführung von MyOnVista, einem umfassenden registrierungspflichtigen Bereich. Wir beabsichtigten damit, die Portalnutzer noch stärker zu binden und sie langfristig auch zu zahlenden Kunden zu machen. Der Erfolg dieser Strategie zeigt sich einerseits in einer Zunahme der registrierten Nutzer um mehr als ein Drittel (von 170.000 auf 230.000) und

andererseits in einer erfreulichen Steigerung der Bezahl-Abos für Realtime-Kurse.

Neuland haben wir im Berichtsjahr durch die angekündigte Kooperation mit einem Online-Broker erschlossen. OnVista-User haben seit Ende April 2007 die Möglichkeit, aus dem Finanzportal heraus Wertpapiere zu handeln. Die neuen Brokerage-Funktionalitäten erhöhen den Nutzwert der OnVista-Website, weil User nun direkt aus einer Informationsseite heraus Wertpapiere kaufen und verkaufen können, ohne die Website wechseln zu müssen. OnVista ist an den Erlösen beteiligt, die mit den über OnVista generierten Kunden erzielt werden. Der neue Service ist gut angenommen worden, bringt aber erwartungsgemäß zunächst lediglich geringe Umsatzbeiträge.

Zu Umsätzen durch Transaktionserlöse im Zusammenhang mit Kooperationspartnern gehören auch Provisionen bei der abschließend über www.onvista.de erfolgenden Vermarktung von Zertifikaten.

- **OnVista wird mobil**

Seit dem dritten Quartal 2007 ist das Finanzportal OnVista auch mobil verfügbar. Per Handy, Blackberry oder PDA ist der Abruf von News und Kursinformationen zu Aktien, Optionsscheinen, Zertifikaten sowie verschiedenen Indizes möglich. Nach Eingabe der Adresse in ein mobiles Endgerät findet sich der User in der optimierten und verschlankten, aber gewohnten OnVista-Umgebung wieder und kann auf eine Vielzahl praktischer Tools und Funktionen zurückgreifen. Damit bieten wir unseren Nutzern einen neuen Service, der auf reges Interesse stößt und bereits 150.000 Seitenabrufe pro Monat hervorbringt. Auch auf der Einnahmeseite dehnen wir unser Geschäft auf das mobile Internet aus. Die Werbemöglichkeiten erfreuen sich reger Nachfrage.

- **Inhaltliche Ergänzungen perfektionieren das Finanzportal**

Um unseren Status als beliebtestes Finanzportal stetig zu festigen, arbeiten wir unablässig an inhaltlichen Verfeinerungen, die sowohl für unsere User nützlich sind als auch attraktiv für Werbekunden. So haben wir im Berichtsjahr eine neue Rubrik „Geschlossene Fonds“ eröffnet und für alle Aktien den Navigationspunkt „Directors' Dealings“ ergänzt. Eine Reihe von Opti-

¹³ PageImpressions nach IWW-Verfahren. Die IWW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung und Verbreitung von Werbeträgern e.V.) ist eine neutrale Einrichtung zur Reichweitenkontrolle verschiedenster Werbeträger, unter anderem für Print-Medien, Außenwerbung, Filmtheater und das Internet.

2007

mierungen dient speziell dazu, unsere Position als meistgenutzte Derivateseite weiter zu stärken: der Renditespiegel für Discountzertifikate, ein Chart über die historische Volatilität des Basiswerts zur besseren Risikoeinschätzung, die Möglichkeit, Zertifikate unabhängig vom Basiswert zu suchen und ein Navigationspunkt „Ähnliche Zertifikate“, mit dem man einen Überblick über alternative Produkte zu einem ausgewählten Zertifikat erhält.

Darüber hinaus konnten wir weitere Derivate-Anbieter dafür gewinnen, ihr Unternehmen und ihre Produkte auf sogenannten Emittenten-Microsites zu präsentieren. Für diese Kundengruppe ist auch das Infoboard auf den Startseiten der Rubriken Optionsscheine und Zertifikate neu. Die Emittenten haben die Möglichkeit, in die Infoboard-Boxen Newsletter einzubinden, in denen sie sich und ihre Produkte vorstellen sowie News und Markteinschätzungen veröffentlichen können.

Schließlich haben wir im ersten Vierteljahr den elektronischen Newsletter „OnVista.weekly“, eine Zusammenfassung der Börsentage der Woche, zur Nutzerbindung eingeführt.

- **Zukunftsstandbein Tradingbird**

Organisatorisch beim Finanzportal angegliedert ist eine neue separate Website, die wir in der Berichtsperiode intensiv kreiert und entwickelt haben: Tradingbird ist die erste intelligente Börsen-Community im deutschsprachigen Internet. Sie bietet nicht nur Austausch- und Vernetzungsfunktionen, wie andere am Markt bereits existente Foren. Die neuartige Community wird darüber hinaus wertvolle Anlageinformationen liefern. Dabei machen wir uns eines der Grundprinzipien des sogenannten Web 2.0 zunutze, die „Weisheit der Vielen“ (crowd wisdom). Mit Hilfe ausgeklügelter Bewertungs- und Alarmfunktionen sowie Rankings, Investmentprofilen und vielem mehr können Mitglieder von den besten Tradern lernen und so der Börse einen Schritt voraus sein. Zahlreiche durchdachte Funktionen sichern die Qualität der Nutzerbeiträge und sorgen dafür, dass Mitglieder unter nahezu realen Marktbedingungen traden können.

Eine Community war das Einzige, was OnVista zu einem rundum kompletten Produktangebot noch gefehlt hat. Die Zeit war reif dafür: Das Web 2.0 und dessen

breite Akzeptanz ermöglichen es, eine seriöse und intelligente Community aufzubauen. Mit Tradingbird schaffen wir zugleich neue Möglichkeiten, unsere Einnahmen weiter zu diversifizieren. Für die Zukunft sind neben Online-Werbung kostenpflichtige Premium-Accounts geplant sowie Erlöse durch Transaktionen wie etwa Brokerage. Außerdem werden wir mit Tradingbird die OnVista-Zielgruppe verbreitern und auch Anleger ansprechen, für die OnVista bisher zu wenig interaktiv war.

Im Frühjahr 2008 geht die Innovation online. Erste Kommunikationsaktivitäten, mit denen Tradingbird publik gemacht werden soll, wurden bereits im Spätherbst 2007 gestartet. So war Tradingbird mit einem eigens entworfenen Messestand auf den Börsentagen in Hamburg, Köln, Frankfurt, Berlin und der Traders' World in Frankfurt vertreten, im Januar 2008 folgte Dresden. Der Erfolg war äußerst vielversprechend, es gab zahlreiche Interessenten, die als Test-User an der sogenannten Beta-Phase teilnehmen möchten.

- **Auch Gesundheitsportal mit Reichweiten- und Umsatzgewinnen**

Im Jahresvergleich konnte Onmeda den Umsatz steigern sowie die Seitenabrufe erneut stark ausbauen und seine Position als eines der führenden Gesundheitsportale weiter festigen. Insgesamt erreichten wir 2007 107 Mio. Pagelmpressions, verglichen mit 2006 (über 98 Mio. Seitenaufrufe) eine Steigerung um knapp 9%. Im Monatsdurchschnitt waren das 8,9 Mio. nach 8,2 Mio. ein Jahr zuvor.

Dahinter standen 720.000 verschiedene Personen, rund 11% mehr als 2006 (650.000; jeweils drittes Quartal¹⁴).

Onmeda erzielt Einkünfte sowohl aus Werbung als auch aus der Lizenzierung von Website-Inhalten an Dritte. In beiden Sektoren haben wir im Berichtsjahr unsere Umsätze wie geplant gesteigert. Besonders erfreulich: Wie schon im ersten Halbjahr 2007 war Onmeda auch im gesamten Jahr profitabel. Dies war eines unserer wesentlichen Ziele für 2007.

¹⁴ Unique User nach AGOF. Die Zahlen werden von der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. vierteljährlich jeweils für einen durchschnittlichen Monat erhoben und mit großer Verzögerung veröffentlicht. Die jüngsten verfügbaren Daten stammten zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses dieses Geschäftsberichts aus dem Zeitraum Juli bis September 2007 (AGOF internet facts 2007-III).

2007

Dazu beigetragen hat u.a. das verstärkte Geschäft mit Agenturen, die für ihre Kunden Werbeflächen auf Onmeda buchen. Den Agentur-Geschäftspartnern hatten wir 2007 besondere Vertriebsanstrengungen gewidmet.

Im Lizenzbereich ist eine Content-Partnerschaft mit dem Microsoft-Portal MSN hervorzuheben. Für die Gesundheitsrubrik des neuen Internet-Auftritts unter www.msn.de stellt Onmeda sämtliche Inhalte und zeichnet für die technische Betreuung verantwortlich. Weitere Neukunden-Beispiele: Im zweiten Vierteljahr kamen zwei der größten deutschen Betriebskrankenkassen als Lizenzkunden hinzu, und seit dem dritten Quartal bezieht erstmals eine Online-Apotheke die Inhalte unseres Gesundheitsportals. In jüngster Zeit spüren wir generell ein wachsendes Interesse von Internet-Apotheken an der Lizenzierung von medizinischem Content. Erfolgreich waren wir auch bei der Branchendiversifizierung unserer Werbeerlöse: Neben der Hauptkunden-Gruppe Pharmaindustrie haben wir zunehmend Zielgruppenkampagnen für Frauen aus den Branchen Automobil, Elektronik und andere umsatzstarke Konsumgüter auf uns ziehen können.

- **Kontinuierliche Content-Verbesserung**

Beim Website-Inhalt gilt dasselbe wie beim Finanzportal: Um die eigene Position im Wettbewerb um die Gunst der Nutzer zu festigen und auszubauen, unternehmen wir permanent erhebliche Anstrengungen zur Verbesserung des von uns angebotenen Contents. 2007 haben wir die Informationen für die interessante Zielgruppe werdender und junger Eltern erweitert und gleichzeitig mehr vermarktbar Flächen geschaffen: Die Rubrik „Schwangerschaft und Geburt“ wurde durch einen Vorsorgeplaner für Schwangere, einen Fruchtbarkeits- und einen Schwangerschaftskalender ergänzt. In der Rubrik „Mein Kind“ kamen die Punkte „Entwicklung“, „Ernährung“, „Tipps für Eltern“, „Kinder in Bewegung“ und „Spieltipps“ hinzu. Das Seitenangebot rund um Schwangerschaft und Kinder ist für uns strategisch bedeutend, da es ein großes Interesse an diesen Themen gibt, das wir nun mehr und mehr abdecken können. Damit erhoffen wir uns, User zu gewinnen, die regelmäßig wiederkehren und viele PageImpressions erzeugen.

Außerdem haben wir die neue Rubrik „Symptome“ mit 120 Symptombeschreibungen eröffnet. Ob Kopfschmerzen, Durchfall oder Husten: Onmeda-Besucher können erfahren, welche Erkrankungen sich hinter einem Symptom verbergen können und welche Untersuchungen nötig sind, um eine eindeutige Diagnose stellen zu können. Durch die neue Rubrik bieten wir Werbetreibenden zusätzliche Flächen mit engem Krankheitsbezug, auf denen sie für ihre Produkte werben können. Gleichzeitig möchten wir unser Suchmaschinen-Ranking bei Top-Suchbegriffen wie „Schnupfen“ verbessern und so mehr Nutzer für die Website gewinnen.

In der Rubrik „Arztbesuch“ gibt der neu aufgenommene sogenannte ICD-10 Diagnoseschlüssel Aufschluss darüber, wie Ärzte, Psychologen und Zahnärzte die Diagnosen ihrer Patienten kodieren, um Krankheiten einheitlich definieren zu können. Welche Erkrankung der Arzt bescheinigt hat, kann man mithilfe der Suchfunktion rasch herausfinden. Umgekehrt kann man sich anzeigen lassen, welche Kodierung einer bestimmten Krankheit entspricht.

In die beliebte Rubrik „Selbsttests“, die inzwischen 35 Themen umfasst, haben wir unter anderem Tests zu Zahnpflege, Verhütung, Alkoholrisiko und Übergewicht aufgenommen.

- **Interaktive Foren erweitert**

Diskussionsforen, in denen sich User zu für sie wichtigen (Gesundheits-)Themen austauschen können, sind für Onmeda ein bedeutendes Instrument, um sie an das Portal zu binden. Wir haben den Forenbereich verbessert (zum Beispiel durch Registrierungspflicht, um Spam einzudämmen, eMail-Benachrichtigung bei neuen Beiträgen zu einem Thema, Austausch privater Nachrichten mit anderen Forenteilnehmern) und ausgeweitet. 2007 sind zahlreiche neue Themen hinzugekommen, etwa zu Darmkrebs, Verhütung, Haarausfall, ästhetischer Chirurgie und Raucherentwöhnung.

- **Vorbereitung eines erneuten Relaunchs**

Neben diesen graduellen Optimierungen haben wir mit den Arbeiten an einem grundlegenden Relaunch, dem zweiten nach 2005, begonnen. Onmeda soll inhaltlich und tech-

2007

nisch hinsichtlich seiner Bedienungs-freundlichkeit einen weiteren großen Schritt nach vorne machen. Auch hierbei steht im Zentrum, das Portal gleichzeitig für Nutzer und Werbungtreibende noch attraktiver zu gestalten. Die überarbeitete Website soll bis Mitte 2008 online gehen.

- **Ad Sales: Neu erworbene Gesellschaft wurde eigener Geschäftsbereich**

Ende März 2007 hatte die OnVista AG den Kölner Werbevermarkter Ad2Net AG (inzwischen eine GmbH) übernommen. Bereits im dritten Quartal des Berichtsjahres konnte die Integration der Gesellschaft in die OnVista Group vollständig abgeschlossen werden. Seit April wurde systematisch an der Zusammenführung gearbeitet, die alle Abteilungen der beiden Unternehmen umfasste. Hierbei entstanden rund 30 Teilprojekte – vom Kennenlernen der einzelnen Projektteilnehmer bis zum Umzug von Ad2Net Ende August. Organisatorisch ist Ad2Net als eigenständige GmbH und gleichzeitig als neuer eigenständiger Geschäftsbereich in die OnVista Group integriert. Dabei sind die operativen Bereiche bei Ad2Net verblieben, die übergreifenden Abteilungen (zum Beispiel Marketing und Buchhaltung) sind in die bestehenden Strukturen der OnVista Group eingegliedert worden. Die Ad2Net-Vertriebsniederlassung in Hamburg ist bestehen geblieben.

- **Ad2Net einer der führenden unabhängigen Online-Werbevermarkter**

Ad2Net ist einer der größten unabhängigen Online-Werbevermarkter in Deutschland. Zum Vermarktungsportfolio des 1999 gegründeten Unternehmens gehörten zum Erwerbszeitpunkt über 80 Websites, die in Summe gut 1 Mrd. PageImpressions pro Monat erzielten. Ad2Net bündelt die Werbemöglichkeiten auf diesen Websites in insgesamt 12 Channels, die einzeln oder als Paket buchbar sind. So bietet das Unternehmen Werbekunden und Agenturen hohe Reichweiten in homogenen Zielgruppen zu attraktiven Tausendkontaktpreisen (TKPs).

- **Bedeutende Zuwächse im vierten Quartal**

Im Schlussquartal 2007 ist es Ad2Net gelungen, das Portfolio substantiell auszubauen. Der Auto-Channel wurde um fünf Websites erweitert und bietet nun die Möglichkeit, auch Online-Anzeigen in

Videoform (Video-Ads) zu schalten. Neu hinzugekommen ist ein Schüler & Studenten-Channel, in welchem auch die Online-Angebote des renommierten, auf die Veröffentlichung akademischer Texte spezialisierten GRIN Verlages geführt werden, sowie das in der Presse vielfach erwähnte Portal „Spickmich.de“. Zusammen mit „Wetteronline.de“, eines der 16 reichweitenstärksten Online-Angebote in Deutschland, wurde das Portfolio um insgesamt 18 exklusiv vermarktete Seiten ergänzt, sodass das gesamte Vermarktungsportfolio nun rund 100 Websites mit monatlich etwa 1,2 Mrd. Seitenaufrufen umfasst.

Neben den Video-Ads konnten im letzten Berichtsquartal auch die ersten Kampagnen mit der neuen „Behaviour-Targeting“-Technik angeboten und ausgeliefert werden. Bei dem so genannten „Behaviour Targeting“ wird das Nutzerverhalten auf der jeweiligen Website analysiert, um dem User so genau die Werbung für Produkte und Dienstleistungen zeigen zu können, die ihn interessieren.

- **Performance Marketing: Ligatus-Netzwerk stark erweitert**

Der dritte Geschäftsbereich im Segment Internet Businesses der OnVista Group, Performance Marketing, getragen von unserer Tochtergesellschaft Ligatus GmbH, verzeichnete im Berichtsjahr ein starkes Wachstum. Grundlage war der signifikante Ausbau seines Premium-Netzwerks. Über 30 neue Websites schlossen sich Ligatus an. Während es im Dezember 2006 noch rund 100 Partner waren, stieg die Zahl inzwischen um 30% auf 130 – allesamt besonders reichweiten- und imagestarke Online-Medien. Diese verkaufen Werbeflächen an Ligatus, die nicht durch das höherpreisige TKP-Geschäft¹⁵ belegt sind, und generieren ohne Vertriebsaufwand zusätzlichen Umsatz.

- **Ausbau der Reichweite um 50%**

Zu unseren Stammpartnern im Netzwerk gehören prominente Websites wie „FAZ.net“, „Handelsblatt.com“ und „Spiegel Online“. 2007 ging unter anderem „heise online“ eine Kooperation mit Ligatus ein, einer der meistgelesenen IT-Newsticker und eines der beliebtesten deutschen Special-Interest-

¹⁵ Im Unterschied zu Performance-Marketing wird klassische Online-Werbung in der Regel nach dem fixen TKP-Modell (TKP = Tausendkontaktpreis) vergütet, das heißt, der Preis der Werbung ist unabhängig davon, wie häufig sie angeklickt wird.

2007

Angebote. Darüber hinaus zahlte sich die Zufriedenheit bestehender Partner aus. Viele platzierten Ligatus-Werbemittel in zusätzlichen relevanten Themenbereichen ihrer Website. Wesentliche Gründe, warum das Performance-Marketing-Unternehmen die Anzahl an monatlichen AdImpressions (Anzeigeneinblendungen) um 50% auf durchschnittlich 2,4 Mrd. pro Monat steigern konnte. Im vierten Quartal 2006 waren es noch gut 1,6 Mrd.

- **Preissteigerungen bis 30%**

Angesichts der außerordentlich guten Qualität der von Ligatus gelieferten Interessenkontakten und der hohen Nachfrage von Kundenseite konnten wir unsere Preise im Jahresverlauf wie schon im Vorjahr um bis zu 30% erhöhen. So sind wir in der Lage, auch unseren Partnern höhere Umsätze zu bieten und die Einbindung von Ligatus für sie noch attraktiver zu machen.

- **Verbreiterung der Kundenbasis**

Gleichzeitig konnte Ligatus durch die Aufstockung seiner Vertriebsmannschaft auch seinen Kundenstamm ausbauen und gezielt ausdifferenzieren. Neben Finanzdienstleistern setzten weiterhin auch Automobil- und Telekommunikationsunternehmen sowie Touristikanbieter und Verlage auf unser Performance-Marketing-Angebot. Werbungtreibende aus diesen Branchen erreichen über die Ligatus Smart Boxen auf den Partner-Websites einkommensstarke Abnehmer. Die Kundenliste reicht von Fondsgesellschaften wie Fidelity, Versicherungen wie Asstel und CosmosDirekt bis hin zu Autoherstellern wie Lexus und Telekom-Unternehmen wie T-Com. Der größte Kundenanteil stammt nach wie vor aus der Finanzbranche.

- **Weiterhin Nachfrageüberhang**

Trotz der erheblich ausgebauten Reichweite gab es weiterhin einen Nachfrageüberhang, das heißt, die Werbeflächen reichten nicht aus, um alle Anfragen von Kundenseite zu bedienen. Gründe dafür waren, dass mehr Anbieter von Performance-Marketing-Tools um dieselben begrenzten Werbeflächen konkurrieren und gleichzeitig die Nachfrage aus dem Bereich des klassischen TKP-Geschäfts gestiegen ist. Um dennoch deutliches Wachstum zu erreichen, hat Ligatus zum einen das Team verstärkt, das Partner-

Websites akquiriert und betreut. Zum anderen wurde die technische Plattform kontinuierlich weiterentwickelt, um eine möglichst gewinnbringende Auslieferung der Werbemittel zu gewährleisten. Im Berichtsjahr hat Ligatus eine Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme (IAIS) begonnen, deren Ziel eine weitere Verbesserung des Optimierungsverfahrens von Ligatus ist. Je effizienter das Ligatus-System arbeitet, umso wettbewerbsfähiger sind wir gegenüber Partnern und Kunden.

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

Im Berichtsjahr haben wir erstmals ein in Deutschland völlig neues Internet-Geschäftsmodell gestartet, das Adress-Brokerage-Portal Namendo. Seit Juni 2007 war www.namendo.de in einer Beta-Version online, im November ging es mit einer umfassend optimierten Vollversion endgültig an den Start. Namendo ist Deutschlands größte intelligente Online-Handelsplattform für den Kauf und Verkauf von Business-Kontakten. Auf der Nachfrageseite stehen Zielgruppen, die regelmäßig Geschäftskontakte benötigen und bereit sind, für entsprechende Daten ein Entgelt zu entrichten. In erster Linie sehen wir hier Vertriebsprofis, Marketingexperten und Personalverantwortliche. Ihnen stehen auf Namendo klassische Visitenkarten-Informationen zur Verfügung, inklusive der direkten Telefondurchwahl und persönlichen eMail-Adresse. Komfortable Such- und Filterfunktionen ermöglichen eine schnelle und gezielte Recherche. Zum Ende des Berichtsjahres waren bereits mehr als 145.000 Kontakte aus etwa 30.000 Unternehmen und über 30 Branchen auf Namendo verfügbar und damit 65.000 mehr als zu Beginn der Beta-Phase.

- **Namendo-Nutzer partizipieren an Erlösen**

Auf der Angebotsseite stehen die Nutzer selbst, denn die Daten auf Namendo werden nicht von uns, sondern vielen einzelnen Einstellern bereitgestellt und sorgfältig gepflegt, anders als bei traditionellen Adress-Brokern. Über ein ausgeklügeltes System werden dabei die Wertigkeit und Aktualität der Kontakte bei jedem Abruf mit Punkten honoriert. Die Punkte wiederum können in bares Geld eingelöst werden. Damit ist Namendo eines der wenigen Web-2.0-Geschäftsmodelle, bei denen der Nutzer

2007

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

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

Besonderes Augenmerk haben wir bei der Umsetzung von Namendo auf Datenschutz und -sicherheit gelegt. Um Missbrauch vorzubeugen, müssen Nutzer vorab den streng nach den Datenschutzanforderungen definierten Nutzungsbedingungen zustimmen. So dürfen beispielsweise ausschließlich Geschäfts- und keine Privatkontakte eingestellt werden, und zwar entweder Angaben zu Führungspersonen oder aber Daten, die ohnehin an anderer Stelle frei zugänglich sind. Zusätzlich wenden wir technologische Sicherungsmechanismen an, die sich bei öffentlichen Nutzerdaten als Standard bewährt haben und höchste Sicherheit versprechen.

- **Beta-Phase für Weiterentwicklung genutzt**

In der Beta-Phase haben wir Namendo auf Nutzerfreundlichkeit, Menüführung und Funktionalitäten geprüft, um es entsprechend modifizieren zu können. Wir haben umfassende User- und Vertriebstests vorgenommen und das Feedback der potenziellen Abrufer- und Einsteller-Zielgruppen systematisch ausgewertet. Darauf basierend haben wir zum Beispiel die Suchparameter optimiert und erweitert, zudem können diese vom Nutzer gespeichert werden. Und für den komfortablen Import auch von großen Datenmengen stehen jetzt auch zusätzliche

Schnittstellen wie xls, csv oder vcf zur Verfügung.

- **Relevante Umsätze ab 2008**

2007 entfallen auf Namendo Kosten in sechsstelliger Höhe, in erster Linie Abschreibungen auf die geleisteten Investitionen in Software und zu einem geringeren Anteil Personalkosten. Relevante Umsätze sind erst ab 2008 zu erwarten.

- **Segment Corporate Services: Leichtes Minus**

Das Segment Corporate Services schloss im Geschäftsjahr 2007 mit einem **Segment-ergebnis** von € -0,42 Mio. nach € -0,06 Mio. im Vorjahr. Das Finanzergebnis liegt planmäßig unter dem Niveau von 2006, da das Anlagevolumen aus dem Finanzmittelbestand im Vergleich zum Vorjahr aufgrund der Sonderausschüttung deutlich niedriger ist. Die sonstigen betrieblichen Erträge sind zwar durch den Verkauf von Anteilen an der Lang & Schwarz Wertpapierhandelsbank AG erhöht, gleichen aber das niedrigere **Finanz-ergebnis** (€ 0,30 Mio.; Vj.: € 1,10 Mio.; -73%) nicht vollständig aus. Die operativen **Holdingkosten**¹⁶ sind gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken.

Vermögens- und Finanzlage

- **Hohe Eigenkapitalquote**

Die **Bilanzsumme** lag zum 31. Dezember 2007 bei € 29,31 Mio. und ist gegenüber dem Vorjahr (€ 51,99 Mio.) um 44% gesunken. Hauptursache für die Bilanzverkürzung ist die im Januar erfolgte Sonderausschüttung aus Kapitalrücklagen in Höhe von gut € 25 Mio.

Der **Finanzmittelbestand**¹⁷ der OnVista Group betrug zum Ende des Berichtsjahres € 10,09 Mio. Gegenüber dem Vorjahr

¹⁶ Im Segment Corporate Services sind nur der Vorstand und die Abteilung Public & Investor Relations angesiedelt. Hier werden ausschließlich mit der Holdingfunktion und insbesondere der Börsennotierung verbundene Kosten verbucht, beispielsweise die Kosten für die Hauptversammlung sowie Beratungskosten im Zusammenhang mit M&A-Aktivitäten oder zum Aufbau neuer Geschäftsmodelle. Leistungen, die die OnVista AG für die Tochtergesellschaften (OnVista Media GmbH, Ad2Net GmbH, Ligatus GmbH und Namendo GmbH) erbringt, etwa Pressearbeit für deren Produkte, werden dagegen intern verrechnet und im Segment Internet Business erfasst.

¹⁷ Der Finanzmittelbestand setzt sich aus den Bilanzpositionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ sowie „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ zusammen.

2007

(€ 41,15 Mio.) hat er um 75% abgenommen, was sich weitgehend aus der Sonderausschüttung und dem Ad2Net-Erwerb erklärt. Auch nach den Mittelabflüssen haben wir eine gute Liquiditätslage. Der **Cash-Wert je Aktie** beträgt zum Ende des Berichtsjahres € 1,51 (31.12.2006: € 6,14). Insgesamt belaufen sich die **kurzfristigen Vermögenswerte** auf € 14,99 Mio. zum 31. Dezember 2007 (Vj.: € 43,89).

Die **langfristigen Vermögenswerte** haben sich gegenüber dem Jahresende 2006 um 77% auf € 14,31 Mio. erhöht (Vj.: € 8,10 Mio.). Die Zunahme ist im Wesentlichen auf eine Erhöhung der **immateriellen Vermögenswerte** durch den Erwerb der Ad2Net GmbH sowie durch Investitionen u.a. in Tradingbird und Namendo zurückzuführen.

Nach der Sonderausschüttung haben sich die **kurzfristigen Schulden** um den Ausschüttungsbetrag (€ 25,05 Mio.) drastisch reduziert.¹⁸ Betragen sie zum 31. Dezember 2006 noch € 30,48 Mio., sind zum Ende des Berichtsjahres noch € 6,07 Mio. verblieben.

Die **Eigenkapitalquote** betrug zum Ende des Berichtszeitraums 79% (31.12.2006: 41%). Mit der Sonderausschüttung war eine erhebliche Bilanzverkürzung verbunden. So ist die Quote wieder stark angestiegen, obwohl das Eigenkapital nur auf € 23,23 Mio. zugenommen hat (31.12.2006: € 21,51 Mio.).

- **Cashflow positiv**

Im Berichtsjahr lag der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** bei € 2,77 Mio. und ist somit leicht rückläufig (Vj.: € 2,92 Mio., -5%). Die operativen Mittelzuflüsse fielen dabei aus zwei Gründen geringer aus als in 2006: Zum einen mussten wir höhere Ertragssteuern für die Jahre 2004 bis 2006 zahlen und erstmals Vorauszahlungen für 2007 leisten, zum anderen sind die Nettoeinzahlungen aus Zinsen aufgrund des gesunkenen Anlagevolumens niedriger ausgefallen.

Zum 31. Dezember 2007 hatten wir einen positiven **Cashflow aus Investitionstätigkeit** in Höhe von € 4,69 Mio. (Vj.: € 8,62 Mio.). Cashmindernd wirkten sich die **Investitionen in immaterielle Vermögens-**

werte (€ 2,92 Mio.; Vj.: € 1,23 Mio.; +138%) **und in Sachanlagen** (€ 0,44 Mio.; Vj.: € 0,20 Mio.; +127%) aus. In immaterielle Vermögenswerte haben wir deutlich stärker als im Vorjahr investiert, hierbei vor allem in selbst erstellte Software, die Inanspruchnahme externer Programmierkapazitäten für das neue Portal Namendo und die Neuentwicklung unserer Börsen-Community Tradingbird. Hinzu kommen der Erwerb von Ad2Net sowie diverse kleinere Investitionspositionen. Der Mittelabfluss wurde jedoch durch den Verkauf von Wertpapieren in Höhe von € 12,80 Mio. mehr als ausgeglichen.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich auf € -26,07 Mio. (Vj.: € -0,90 Mio.) und ist weitgehend verursacht durch die am 16. Januar 2007 erfolgte Sonderausschüttung an unsere Aktionäre in Höhe von € 3,75 je Aktie (insg. € 25,05 Mio.). Dazu kommen knapp € 0,67 Mio. Gewinndividende. Darüber hinaus haben wir eigene Aktien zu Anschaffungskosten in Höhe von € 0,59 Mio. zur Bedienung von Aktienoptionen gekauft.

Unter dem Strich beträgt der **Konzern-Cashflow** im Geschäftsjahr 2007 € -18,61 Mio. (2006: € 10,65 Mio.). Zum ersten Halbjahr 2007 hatte er noch über € -27 Mio. betragen.

Mitarbeiter

- **Wachstumskurs schafft neue Stellen**

Am 31. Dezember 2007 beschäftigte die OnVista Group 138 Mitarbeiter, ein Jahr zuvor waren es noch 86.¹⁹ Damit hat sich der Personalbestand in der Stichtagsbetrachtung um 52 Mitarbeiter bzw. 60% erhöht. Durchschnittlich beschäftigte die OnVista Group im Berichtsjahr 116 Mitarbeiter, während es 2006 im Jahresdurchschnitt noch 76 waren (+53%). Ein Teil des großen Anstiegs ist auf die Übernahme von Ad2Net zurückzuführen, durch die wir allein 21 Mitarbeiter hinzugezogen haben. Die Mehrzahl ist jedoch durch das starke organische Wachstum der OnVista Group begründet.

Der personelle Ausbau fand hierbei vor allem in den operativen Einheiten statt, die zentralen Administrationsabteilungen sind demgegenüber nur moderat vergrößert worden.

¹⁸ In Vorbereitung der Sonderausschüttung waren bereits im Dezember 2006 Kapitalrücklagen in Höhe von gut € 25 Mio. in kurzfristige Schulden der Gesellschaft gegenüber ihren Aktionären umgewandelt worden. Diese entfielen mit der Sonderausschüttung.

¹⁹ Mitarbeiter in Festanstellung, Vollzeitäquivalente.

2007

Verstärkt wurden alle vier Geschäftsbereiche, und zwar konzernübergreifend in erster Linie die Abteilungen Vertrieb, Produktmanagement und IT. Bezogen auf die verschiedenen Geschäftsbereiche ist die Zahl der Beschäftigten am stärksten im Portalgeschäft angestiegen – vor allem beim Finanzportal OnVista und der neu entwickelten Börsen-Community Tradingbird.

Durch die im Jahresmittel erhöhte Mitarbeiterzahl ist der **Personalaufwand** um 45% auf € 7,26 Mio. gestiegen (Vj.: € 5,00 Mio.). Die **Personalkostenquote** hat sich auf 27% des Umsatzes (Vj.: 36%) verringert. Der **Pro-Kopf-Umsatz** verbesserte sich auf T€ 230 (Vj.: T€ 185).

- **Fokussierung auf Personalrekrutierung**

Wegen des hohen Personalbedarfs lag ein Schwerpunkt der Personalarbeit erneut auf der Anwerbung, Selektion und Einstellung geeigneter Mitarbeiter. Dabei wurden u.a. langjährig gepflegte Hochschulkontakte genutzt, um insbesondere Absolventen zu rekrutieren. Außerdem bietet die OnVista Group seit dem vergangenen Jahr vier verschiedene Ausbildungsberufe an, darunter die neu geschaffene Ausbildung zum/-r Medienkaufmann/-frau. So konnte auch die Zahl der Ausbildungsplätze von drei auf sechs verdoppelt werden.

- **Überdurchschnittliches Engagement und ausgezeichnete Leistungen**

2007 war ein besonders herausforderndes Jahr für die Mitarbeiter der OnVista Group: Das enorme Wachstum, die Entwicklung und Umsetzung zahlreicher Innovationen und auch die Integration von Ad2Net haben unserem Team ein Höchstmaß an Flexibilität,

Weitere Arbeitsplätze geschaffen



Ideenreichtum und Engagement abverlangt. Mit ihrem überdurchschnittlichen Einsatz und ihren ausgezeichneten Leistungen haben sie einen wichtigen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens geleistet. Hierfür spricht der Vorstand seine Anerkennung und seinen herzlichen Dank aus.

Forschung und Entwicklung

- **F&E-Investitionen verdoppelt**

Im Zuge unserer 2006 gestarteten Innovationsoffensive haben wir die Investitionen in Forschung & Entwicklung²⁰ mehr als verdoppelt. Sie betragen 2007 € 2,92 Mio. (Vj.: € 1,23 Mio.). Die F&E-Kosten²¹ beliefen sich auf € 3,09 Mio. (Vj.: € 2,22 Mio., +36%), was einem Umsatzanteil von 12% (Vj.: 16%) entspricht.

Der starke Zuwachs um 138% bei den F&E-Investitionen ist insbesondere auf den Aufbau einer neuen IT-Infrastruktur für das Portalgeschäft, die Programmierung von Features für unsere bestehenden Portale OnVista und Onmeda sowie für Ligatus und die Entwicklung der beiden Portalneuentwicklungen Namendo und Tradingbird zurückzuführen.

- **Portal-Infrastruktur im Mittelpunkt**

Im Brennpunkt unserer F&E-Arbeit lagen im Berichtsjahr die Entwicklungen unseres Adress-Brokerage-Portals Namendo und der Börsen-Community Tradingbird (siehe hierzu Lagebericht, Abschnitt „Segmente“, S.13).

In einem weiteren Schwerpunkt befassen wir uns seit 2006 mit einer neuen IT-Entwicklungsumgebung für unser gesamtes Portalgeschäft. Dieses auf mehrere Jahre angelegte Projekt hat das Ziel, eine multiportal-fähige Plattform zu schaffen. Sie beinhaltet Standards für alle ähnlich gelagerten Prozesse, zum Beispiel Registrierung und Zahlungsabwicklung, und lässt dennoch größtmöglichen Spielraum für individuelle portalspezifische Anforderungen. Integriert in

²⁰ Im Berichtsjahr in den langfristigen Vermögenswerten aktivierter Aufwand. Überwiegend Personalaufwand der IT-Entwicklung, aber auch externe Beratungs- und Programmierungskosten.

²¹ Im Berichtsjahr aufwandswirksam in der GuV erfasster Aufwand. Überwiegend Personalaufwand der IT-Entwicklung und Abschreibungen auf selbst erstellte Software, aber auch externe Entwicklungs- und Programmierungskosten. Siehe hierzu auch Lagebericht, Abschnitt „Ertragslage“, S. 11.

2007

die Umgebung ist eine effiziente Qualitätssicherung.

- **Kleinere Entwicklungen für bestehendes Geschäft**

Für Onmeda haben wir unter anderem einen Vorsorgeplaner kreiert, der dabei hilft, medizinische Vorsorgetermine einzuhalten und von Bonusssystemen der Krankenkassen zu profitieren. Der interaktive Vorsorgeplaner berechnet anhand von Alter und Geschlecht fällige Untersuchungen. Bei Ligatus ist die bevorstehende Einführung des Online-Buchungssystems „DirectAds“ hervorzuheben. Mit ihm können insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen als Selbstbucher internetbasiert von ihnen ausgewählte Zielgruppen des Ligatus-Netzwerks mit Anzeigen schon ab einem kleinen Budget von € 100 erreichen.

Im Jahresdurchschnitt gab es 23 (Vj.: 24) Mitarbeiter, die zumindest einen Teil ihrer Kapazitäten auf Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten verwendeten. Sie sind im Wesentlichen im IT-Bereich angesiedelt, aber auch im Produktmanagement.

Wie bereits im Vorjahr haben wir auch externe Beratungs- und Programmierungsdienstleistungen für Entwicklungsprojekte in Anspruch genommen, um ein hohes Wachstumstempo vorzulegen und gleichzeitig unsere Fixkosten in Grenzen zu halten. Dabei legten wir Wert darauf, erfolgskritisches Know-how intern zu entwickeln. Expertise, die im Markt bereits vorhanden ist und nicht unsere Kernkompetenz betrifft, haben wir dagegen extern zugekauft. Durch gemischte Projektgruppen haben wir gezielt entsprechendes Wissen bei unseren Mitarbeitern aufgebaut und für zukünftige, ähnlich gelagerte Aufgaben in unserem Unternehmen verfügbar gemacht.

Umweltbericht

- **Keine Umweltrisiken**

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

Risikobericht

- **Funktionierendes Risikomanagement-System**

Als junges, dynamisch wachsendes Unternehmen legt die OnVista Group besonderes Augenmerk auf ein funktionierendes Risikomanagement-System. Der Vorstand der OnVista AG ist sich seiner Verantwortung gegenüber den Anteilseignern sowie anderen Anspruchsgruppen, beispielsweise Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern, bewusst. Daher versucht er, Aktivitäten zu vermeiden, die die Existenz der Gesellschaft gefährden oder einer wichtigen Anspruchsgruppe des Unternehmens erheblichen Schaden zufügen können. Jedoch unterliegt das Unternehmen den Bedingungen eines äußerst dynamischen Branchenumfelds, sodass zur Erreichung der strategischen Ziele Risiken im Einzelfall nicht ausgeschlossen werden können. Daher hat der Vorstand ein Risikomanagement-System eingerichtet, das die Risiken der Gesellschaft fortlaufend beobachtet und bei Überschreitung von Richtwerten die Einleitung von Gegenmaßnahmen vorschreibt. Das Risikomanagement-System wurde von unserem Abschlussprüfer geprüft.

Unter „Risiken“ verstehen wir die negative Abweichung von einer erwarteten Entwicklung. Diese leitet sich aus einer Zweijahresbetrachtung für die OnVista Group ab. Das heißt, die Planung geht davon aus, dass die Risiken nicht eintreten (real case), und die Risikobewertung beschreibt die zu erwartende negative Veränderung der Planwerte bei Eintritt der Risiken (worst case). Wesentliche Grundlage für die Risikoerfassung und -analyse im OnVista-Konzern bilden die halbjährliche Risikoinventur sowie die kontinuierliche Überwachung der Risiken mittels Frühwarnindikatoren. Dabei werden über alle Unternehmensfelder hinweg sowie unter Berücksichtigung externer Faktoren die Einzelrisiken für den OnVista-Konzern und für die vier Profit Center – Portal Business, Ad Sales, Performance Marketing, New Business – analysiert. Anschließend wird der mögliche Schaden beschrieben und bewertet und die Eintrittswahrscheinlichkeit bestimmt. Zur fortlaufenden Beobachtung dieser Frühwarnindikatoren sind entsprechende Verantwortlichkeiten festgelegt.

In Abhängigkeit vom Risikowert – das ist der mit der Eintrittswahrscheinlichkeit multiplizierte potenzielle Schaden, der nach Berücksichtigung bereits eingeleiteter Gegenmaß-

2007

nahmen verbleibt – erreichen die Einzelrisiken Eskalationsstufen, die mit unterschiedlichen Handlungsmaximen verbunden sind.

Neben dem absoluten Risikowert berechnen wir auch den gewichteten Risikowert. Dieser setzt das Risiko ins Verhältnis mit dem Planumsatz. Diese 2007 neu eingeführte Kennzahl trägt der Tatsache Rechnung, dass die absoluten Risiken mit wachsendem Geschäftsumfang gewöhnlich steigen, eine sinnvolle Aussage zur Entwicklung der Risikosituation aber nur auf Basis einer relativen Betrachtung möglich ist.

- **Steuerung durch Risikomanager**

Gesteuert wird der Risikomanagement-Prozess von einem Risikomanager, der dem Vorstand direkt unterstellt und berichtspflichtig ist. Für jedes Einzelrisiko ist ein Risiko- beobachter bestimmt, der die jeweiligen Frühwarnindikatoren überwacht und Unregelmäßigkeiten umgehend an den Risikomanager meldet.

Der Vorstand legt die Risikostrategie fest und entscheidet bei drohenden Grenzwertüberschreitungen, welche Maßnahme ergriffen wird. Dem Aufsichtsrat berichtet er regelmäßig über die Risikosituation des Konzerns.

Risikostrategie sowie Aufbau- und Ablauforganisation des Risikomanagements sind in einem jährlich aktualisierten Risikomanagement-Handbuch dokumentiert.

Die von uns identifizierten Einzelrisiken haben wir in sechs Analysebereiche eingeteilt:

- gesamtwirtschaftliche Risiken
- Branchenrisiken
- Risiken aus betrieblichen Aufgabebereichen (Absatz, Beschaffung, F&E, Finanzierung, Produktion)
- Risiken aus Beteiligungen
- rechtliche Risiken
- sonstige Risiken

Außerdem unterscheiden wir nach Risiken, die sich auf einen einzelnen Bereich beziehen, und solchen, die die OnVista Group als Ganzes betreffen.

- **Keine bestandsgefährdenden Risiken**

Neue Risiken sind 2007 durch die Akquisition des Online-Werbevermarkters Ad2Net sowie durch den Start des Adress-Brokerage-

Portals Namendo und die Entwicklung der Börsen-Community Tradingbird entstanden.

Wie bereits in der Vergangenheit existieren in keinem Bereich Risiken, die eine akute Existenzbedrohung für den OnVista-Konzern darstellen könnten. Jedoch ist ein Risiko (konjunktureller Abschwung) im Rahmen unserer sechsstufigen Risikobewertung der Stufe fünf zuzuordnen. Hinzu kommt eine relevante Anzahl von Risiken der Stufe vier. Diese Risiken unterliegen einer besonders intensiven Beobachtung (Stufe vier) bzw. ständiger Beobachtung (Stufe fünf), so dass alle notwendigen Maßnahmen eingeleitet sind, um mögliche Fehlentwicklungen rechtzeitig zu erkennen und gegebenenfalls mit Gegenmaßnahmen zu reagieren.

Insgesamt hat sich der gewichtete Risikowert der OnVista Group leicht erhöht. Wesentliche Gründe sind das verstärkte Konjunkturrisiko sowie die neuen Projekte Namendo und Tradingbird sowie das akquirierte Ad2Net-Geschäft.

- **Gesamtwirtschaft größtes Einzelrisiko**

Gesamtwirtschaftliche Risiken stellen nach wie vor das größte Einzelrisiko und auch in Summe einen wichtigen Risikobereich für uns dar. Für unsere Planung orientieren wir uns an den aktuellen Prognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute und gehen für die kommenden zwei Jahre von einem moderaten Wachstum aus. Ein anhaltender konjunktureller Abschwung und/oder ein Einbruch der Kapitalmärkte würden insbesondere bei unserem Finanzportal und bei Ligatus, aber auch bei Onmeda und Ad2Net aller Voraussicht nach zu einer Reduzierung der Werbebudgets unserer Kunden führen. Dabei bewirken die im Januar 2008 eingetretenen Entwicklungen an den Kapitalmärkten und die drohende Rezession in den USA eine gestiegene Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Risikos. Wir werden die Auswirkungen auf unser Geschäft genau beobachten und bei sich abzeichnenden gravierenden Veränderungen die bestehenden Investitions- und Budgetpläne unverzüglich einer Revision unterziehen.

- **Absatzrisiken im Fokus**

In Summe stellen Absatzrisiken einen der zwei wichtigsten Risikobereiche für uns dar. Durch das organische und anorganische Wachstum haben Absatzrisiken – definiert

2007

als Abweichung vom Plan – grundsätzlich zugenommen. Beispielsweise wäre es bei allen unseren Aktivitäten möglich, dass sich die Wettbewerbsintensität erhöht und wir Großkunden verlieren.

Um die Abhängigkeit von Großkunden zu mindern, haben wir in allen Profit Centern einige Anstrengungen unternommen, um die Kundenstruktur zu diversifizieren. So haben wir für Ligatus im Berichtszeitraum ein vollautomatisches, internetbasiertes Buchungssystem entwickelt, mit dem wir auch kleine und mittlere Unternehmen als Kunden adressieren können. Das System geht im ersten Quartal 2008 unter dem Namen Ligatus DirectAds an den Start.

Im Portalgeschäft haben wir insbesondere unseren Agenturvertrieb intensiviert und ihn zu einem wichtigen zweiten Akquisitionskanal ausgebaut – neben unseren traditionell starken Direktkunden-Vertriebsteams, die in erster Linie Unternehmen aus unseren angestammten Kundenbranchen, Finanzen und Pharma, betreuen. Auf diese Weise konnten wir etwa für das Finanzportal verstärkt Kampagnen von Non-Financials akquirieren, zum Beispiel aus der Automobilbranche und dem Bereich Unterhaltungselektronik.

Darüber hinaus haben wir bei unserem Finanzportal zusätzlich zur Werbevermarktung B2C-Erlösquellen ausgebaut. Zum einen wurde www.onvista.de im April 2007 um Brokerage-Funktionalitäten erweitert. Hierzu sind wir eine Kooperation mit einem namhaften Online-Broker eingegangen. Wir sind an allen Erlösen beteiligt, die der Online-Broker mit den über OnVista generierten Kunden erzielt. Zum anderen haben wir für unsere kostenpflichtigen User-Services, zum Beispiel Realtime-Angebote, neue Kunden hinzugewonnen. Beide Erlösquellen, Paid Services und Transaktionen, wollen wir weiter ausbauen.

Neben der beschriebenen Diversifizierung haben wir einige Anstrengungen unternommen, uns über eine hohe Produkt- und Service-Qualität vom Wettbewerb zu differenzieren und die Kundenzufriedenheit insgesamt hoch zu halten. Hierfür beobachten wir nicht nur den Wettbewerb, sondern werten auch das Feedback unserer Kunden systematisch aus und versuchen, die gewonnenen Erkenntnisse zeitnah umzusetzen.

- **Beschaffungsrisiken ins Zentrum der Risikobeobachtung gerückt**

Während Beschaffungsrisiken im Portalgeschäft nahezu vernachlässigbar sind, haben sie für unsere Profit Center Performance Marketing und Ad Sales große Bedeutung. Im Zuge der Ad2Net-Akquisition haben sich die Beschaffungsrisiken aus Konzernsicht daher erhöht und inzwischen die gleiche Bedeutung wie Absatzrisiken für uns erlangt. Bei Ligatus und Ad2Net sind wir zur Erzielung unserer Planumsätze auf den langfristigen Einkauf einer ausreichenden Menge von Werbeplätzen angewiesen. Da werberelevante Reichweite im Internet zunehmend zu einem knappen Gut wird, legen wir besonderes Augenmerk auf dieses Risiko.

Um sein Vermarktungsportfolio zu stabilisieren, hat Ad2Net 2007 ein eigenes Team aufgebaut, das sich um die Betreuung der Website-Partner kümmert. Auch Ligatus hat sich personell verstärkt, um die Betreuung seiner Partner zu intensivieren. Durch die kontinuierliche Verbesserung seiner IT-Plattform und neue Produkte wie DirectAds macht sich Ligatus zu einem zunehmend interessanten Performance-Vermarkter. So konnte Ligatus 2007 rund 30 neue Partner hinzugewinnen und die Netzwerk-Reichweite um 0,8 Mrd. auf 2,4 Mrd. AdImpressions steigern.

Bei Onmeda und OnVista ist das Beschaffungsrisiko vernachlässigbar. Nach wie vor ist die Interactive Data Managed Solutions AG (früher: IS.Teledata AG), an der wir bis Ende 2005 beteiligt waren, der wichtigste Datenlieferant unseres Finanzportals. Lieferumfang und -preise haben wir jedoch über langfristige Verträge gesichert, sodass das Risiko auch nach der Beteiligungsveräußerung unverändert gering ist.

- **F&E-Risiken erhöht**

Erhöht haben sich auch unsere Risiken aus Forschung & Entwicklung. Diese resultieren insbesondere aus den beiden Neuentwicklungen Namendo und Tradingbird.

- **Übrige Risiken nachrangig**

Neben den beschriebenen Risiken aus dem gesamtwirtschaftlichen Umfeld, dem Absatz-, Beschaffungs- und F&E-Bereich sind wir weiteren Risiken in den Kategorien Branche, Recht, Produktion und sonstige Risiken

2007

ausgesetzt. Bei diesen sind allerdings die potenzielle Schadenshöhe oder die Eintrittswahrscheinlichkeit so gering, dass der nach Berücksichtigung der Gegenmaßnahmen verbleibende Wert des Restrisikos nach unserer Einschätzung unwesentlich ist. Keinerlei Risiken drohen aus den Bereichen Finanzierung und Beteiligungen.

Potenzielle Übernahmehindernisse

- **Beteiligungen von über 10%**

Einen Anteil von jeweils über 10% des stimmberechtigten Kapitals halten folgende Aktionäre:

- Boursorama SA, Boulogne-Billancourt

- **Vorstandsbefugnisse hinsichtlich Aktienaussgabe und -rückkauf**

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 29. Juni 2004 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 28. Juni 2009 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer Aktien gegen Geld- oder Sacheinlage einmalig oder mehrmals, insgesamt jedoch höchstens um € 3,35 Mio. zu erhöhen und dabei das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Juni 2007 wurde der Vorstand gemäß § 71 Absatz 1 Nr. 8 Aktiengesetz ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 12. Dezember 2008, außer zum Zwecke des Handels mit eigenen Aktien, Aktien der Gesellschaft in einem Umfang von bis zu 10% des Grundkapitals der Gesellschaft über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre der Gesellschaft gerichteten öffentlichen Kaufangebots zu erwerben.

- **Zusammensetzung des Gezeichneten Kapitals**

Das Grundkapital der OnVista AG beträgt € 6.700.000. Es setzt sich zu 100% aus Stammaktien zusammen, die in Form von 6.700.000 Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von jeweils € 1,00 ausgegeben sind. Bezüglich der Rechte und Pflichten der Aktien gelten die aktienrechtlichen Vorschriften. Jede Aktie verbrieft eine Stimme. Alle Aktien sind dividendenberechtigt.

- **Ernennung und Abberufung des Vorstands**

Nach deutschem Gesetz bestellt und entlässt der Aufsichtsrat die Mitglieder des Vorstands. Zusätzliche Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung des Vorstands sind in der Satzung der OnVista AG nicht getroffen.

- **Satzungsänderungen**

Nach deutschem Recht müssen Satzungsänderungen grundsätzlich von der Hauptversammlung beschlossen werden. Der Aufsichtsrat der OnVista AG ist jedoch laut Satzung befugt, solche Änderungen der Satzung zu beschließen, die lediglich deren Fassung betreffen.

Sonstige gesetzlich geforderte Angaben

- **Grundzüge des Vergütungssystems des Vorstands**

Alle Vorstandsmitglieder haben einen Einkommensplan mit einem Zielgehalt, das sich aus einem fixen und einem variablen Anteil zusammensetzt. Der variable Anteil ist an die Erreichung von Zielen geknüpft, wozu unter anderem Ergebnisziele der OnVista AG gehören. Ein Verhältnis zwischen fixer und variabler Vergütung, bei dem der variable Anteil nahezu die Hälfte der Gesamtvergütung ausmacht, wird angestrebt. Eine genaue Festlegung des angestrebten Verhältnisses erfolgt zu Beginn eines jeden Kalenderjahres.

Als langfristige Erfolgskomponente können die Vorstandsmitglieder Aktienoptionen auf Aktien der OnVista AG erhalten. Allerdings hat der Vorstand seit dem Geschäftsjahr 2004 keine Aktienoptionen mehr erhalten. Der Aufsichtsrat ist der Meinung, dass die zusätzliche Ausgabe von Aktienoptionen keinen Mehrwert bringt. Die Anzahl der angebotenen Aktienoptionen orientiert sich an der Erreichung der o.g. Ziele. Basis für die Gewährung von Aktienoptionen ist der „OnVista Aktienoptionsplan 2001“. Inhaltlich entsprechen die Aktienoptionen denen, die auch Mitarbeitern der OnVista AG oder Mitarbeitern verbundener Unternehmen angeboten werden. Die genaue Ausgestaltung des Optionsplans ist in den Erläuterungen dieses Geschäftsberichts (Punkt 13) ausführlich dargestellt.

Höhe und Zusammensetzung der Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2007 sind in den

2007

Erläuterungen dieses Geschäftsberichts (Punkt 24) ausführlich dargestellt.

- **Grundzüge des Vergütungssystems des Aufsichtsrats**

Alle Aufsichtsratsmitglieder erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine fixe Vergütung. Der Vorsitzende erhält den anderthalbfachen Betrag. Aufsichtsratsmitglieder, die dem Aufsichtsrat nicht während eines vollen Geschäftsjahres angehört haben, erhalten die feste Vergütung pro rata temporis. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten ferner den Ersatz ihrer Auslagen.

Höhe und Zusammensetzung der Aufsichtsratsvergütung im Geschäftsjahr 2007 sind in den Erläuterungen dieses Geschäftsberichts (Punkt 24) ausführlich dargestellt.

Ausblick

- **Gedämpfte gesamtwirtschaftliche Wachstumsprognosen**

2007 hatte sich die deutsche Wirtschaft angesichts diverser nachteiliger Einflussfaktoren wie Mehrwertsteuererhöhung, Eurostärke, Ölpreisrekorde und Finanzmarktkrise als erfreulich widerstandsfähig erwiesen. Schon im Schlussquartal des Berichtsjahres waren sich die einschlägigen Prognosegeber jedoch einig darin, dass sich das Wachstum 2008 verlangsamen werde. Nach den weltweiten, teilweise dramatischen Kurseinbrüchen an den Aktienbörsen zu Jahresbeginn besteht international Übereinstimmung darin, dass sich die außer Kontrolle geratenen Probleme im Geldsektor auch auf die Realwirtschaft übertragen werden.

So befürchten immer mehr Ökonomen eine Rezession in den USA, die auch in den europäischen und asiatischen Volkswirtschaften Spuren hinterlassen wird. Die Vereinten Nationen gingen Anfang Januar für die weltweite Wirtschaft von einem moderaten Wachstumsrückgang auf 3,4% aus. Ende Januar erwartete die europäische Zentralbank, auch angesichts der Börsenbrüche ein robustes Wachstum im Euro-Raum von etwa 2%. Für Deutschland hat die Bundesregierung in ihrem Jahreswirtschaftsbericht (Stand 23. Januar 2008) ihre Einschätzung dagegen von zuletzt 2,0% auf 1,7% gesenkt. Damit liegt sie in der Mitte der Annahmen der meisten Banken und

Forschungsinstitute, die von einem BIP-Wachstum zwischen 1,5% und etwas mehr als 2% ausgehen.

- **Online-Werbung wächst langsamer**

Die Entwicklung des Werbemarktes im Jahr 2008 ist derzeit schwer einzuschätzen. Einerseits sind positive Impulse aus Sportgroßereignissen wie der Fußball-Europameisterschaft und den Olympischen Spielen zu erwarten, die jedoch insbesondere dem Werbeträger Fernsehen zugutekommen. Andererseits zögern Unternehmen laut Aussage von Nielsen Media Research derzeit aufgrund einer gewissen Unsicherheit über die konjunkturelle Entwicklung bei der Einbuchung ihrer Kampagnen. Diese Einschätzung deckt sich auch mit unseren Beobachtungen im Agenturgeschäft.

Noch wichtiger als das generelle Werbeklima ist für OnVista die weitere Entwicklung der Werbung im Internet. Die hier längerfristig relevanten Trends (Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland und strukturelles, „autonomes“ Wachstum von Online-Werbung) haben wir am Anfang des Lageberichts bereits beschrieben, sie behalten auch im laufenden Jahr grundsätzlich ihre Gültigkeit. Jedoch ist die Lücke zwischen Mediennutzung und Anteil am Werbekuchen für das Internet bereits merklich kleiner geworden, so dass wir davon ausgehen, dass die Wachstumsraten des Online-Werbemarktes abnehmen und 2008 im unteren zweistelligen Prozentbereich liegen werden.

Konkrete Prognosen für das Jahr 2008 haben derzeit weder einschlägige Marktforschungsinstitute noch Interessenverbände wie der Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) oder der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) vorgelegt.

- **Volatile Kapitalmärkte**

Schon Ende des Vorjahres war die Verunsicherung der Kapitalmarktakteure hinsichtlich der Börsenentwicklung 2008 groß. Selten lagen die DAX-Prognosen für das Jahresende so weit auseinander: Nach einer kurz vor Weihnachten veröffentlichten „Wirtschaftswoche“-Umfrage bewegten sich die Zielmarken von Bankanalysten für den deutschen Leitindex zwischen 7.900 und 9.000 Punkten. Zwei Wochen später ergab eine Recherche der „Welt am Sonntag“ eine Bandbreite von 8.250 bis 10.250 bei einem

2007

Mittelwert von 8.640 Indexpunkten. Zur selben Zeit berichtete das „Handelsblatt“ über eine breit angelegte Umfrage des Frankfurter Research-Instituts Sentix, die im Durchschnitt eine Erwartung von 8.270 Punkten ergab.

Überarbeitete DAX-Prognosen sind seit Beginn der weltweiten Kurseinbrüche noch nicht veröffentlicht worden. In einem sind sich die Experten allerdings übereinstimmend sicher: Der Börsenweg durch das Jahr ist mit diversen gravierenden Unwägbarkeiten gepflastert und wird sehr volatil verlaufen. Das gilt nicht nur für die deutschen, sondern nach einhelliger Meinung auch für die internationalen Kapitalmärkte.

- **Strategiewechsel: Konzentration auf Finanzbereich**

Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG haben im November 2007 nach eingehender Analyse beschlossen, die bislang verfolgte strategische Ausrichtung in Richtung eines diversifizierten Internet-Unternehmens zu verlassen und sich auf den Bereich Financial Markets (OnVista/Tradingbird) als Kerngeschäft zu konzentrieren. Daher wird nun sondiert, welches Marktinteresse an den konzerneigenen Internet-Aktivitäten außerhalb des Kerngeschäfts besteht. Aller Voraussicht nach werden Onmeda, Ad2Net, Ligatus und Namendo also nicht dauerhaft Teil der OnVista Group bleiben.

Hintergrund des Strategiewechsels sind die neuen Mehrheitsverhältnisse bei der OnVista AG. Der neue Hauptaktionär Boursorama SA, der 82,5% der Anteile an der OnVista AG hält (Angabe per 31.12.2007), strebt nach eigenen Angaben auf Sicht eine 100%-Übernahme der OnVista AG an. Boursorama ist ein großer europäischer Anbieter von Investmentprodukten und Finanzinformationen. Der Finanzspezialist betreibt in Frankreich das marktführende Finanzportal www.boursorama.com und die Online-Bank Boursorama Banque (www.boursorambanque.com) sowie in Deutschland den Online-Broker Fimatex. Es ist geplant, Fimatex und das Finanzportal OnVista mittelfristig eng miteinander zu verzahnen und damit das in Frankreich erfolgreiche „Media-/Bank-Modell“ auch in Deutschland umzusetzen. Damit ist klar, dass der weitere Ausbau in Richtung eines diversifizierten Internet-Unternehmens nicht im strategischen Fokus des Hauptaktionärs steht. Es ist davon auszugehen, dass entsprechende

Investitionsentscheidungen – der Kauf weiterer Internet-Unternehmen und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle – in Zukunft nicht herbeigeführt werden können.

Wir haben alle unsere Aktivitäten außerhalb des Finanzbereichs analysiert. Zwar sind die betroffenen Geschäftseinheiten hervorragend aufgestellt und wirtschaftlich sehr erfolgreich. Jedoch fügt sich keine gut in die Media-/Bank-Strategie ein. Isoliert betrachtet weisen die einzelnen Geschäftsbereiche auch nur geringe bis gar keine Synergien zum zukünftigen Kerngeschäft auf, denn das volle Synergiepotenzial entfaltet das Portfolio nur im Gesamtzusammenhang und bei Weiterverfolgung der bisherigen Diversifikationsstrategie. Aus unserer Sicht steht zu befürchten, dass die betrachteten Bereiche im Rahmen der neuen Strategie nur als Randbereiche angesehen werden und damit keinen zentralen Platz in der Gruppe finden. Dies würde aber der Qualität der Mitarbeiter, der jeweiligen Marktstellung und der bereits geschaffenen Werte in keinster Weise gerecht. Alle Bereiche verdienen es, in ihrer jeweiligen Unternehmenskonstellation als Kerngeschäfte behandelt zu werden. Daher sind Vorstand und Aufsichtsrat zu der Überzeugung gelangt, dass ein Verkauf von Onmeda, Ad2Net, Ligatus und Namendo anzustreben ist. Sollte kein passender Käufer gefunden werden bzw. kein angemessener Kaufpreis für einzelne Unternehmen bzw. Vermögenswerte erzielt werden, wird die OnVista AG jedoch einzelne oder auch alle Internet-Aktivitäten im Konzernverbund weiterbetreiben.

- **2008 – ein Jahr der Veränderung**

Aufgrund des beschriebenen Strategiewechsels wird 2008 ein Jahr des Wandels für die OnVista Group. Struktur und Geschäftsumfang des OnVista-Konzerns werden sich voraussichtlich im Laufe des Jahres stark verändern. Allerdings ist derzeit schwer abzusehen, wie schnell diese Veränderungen eintreten werden. Vor diesem Hintergrund halten wir es nicht für sinnvoll, eine konkrete Jahresprognose abzugeben.

Unabhängig von den möglichen strukturellen Veränderungen blicken wir aber für unser operatives Geschäft nach wie vor zuversichtlich in die Zukunft. Das gilt sowohl für unser Kerngeschäft – Financial Markets: OnVista und Tradingbird – als auch für alle anderen Geschäftseinheiten. Dabei ist unser Optimis-

2007

mus für den Bereich Financial Markets leicht gedämpft durch den Kapitalmarkteinbruch im Januar 2008 und die drohende Rezession.

Das Segment Corporate Services wird 2008 besondere Aufwendungen zu tragen haben, unter anderem für externe Beratungsleistungen im Zuge des möglichen Verkaufs von Geschäftseinheiten. Sollten einzelne oder alle nicht zum Kerngeschäft zählenden Gesellschaften bzw. Vermögenswerte 2008 veräußert werden, könnten außerordentliche Erträge entstehen.

- **Börsen-Community Tradingbird startet**

Ein Top-Ereignis im Portal Business wird der Launch unserer Börsen-Community Tradingbird sein. Eine Innovation, die im Markt bereits mit Spannung erwartet wird. Tradingbird startet im Frühjahr 2008 und soll bereits im ersten Jahr des Bestehens eine Mitgliederzahl im hohen fünfstelligen Bereich erreichen. Dabei gehen wir davon aus, dass viele OnVista-User dieses eng mit dem Finanzportal verzahnte neue Angebot nutzen werden. Wir erhoffen uns aber auch, neue User zu gewinnen.²²

- **Marktführerschaft im Finanzportal soll ausgebaut werden**

Bei www.onvista.de wollen wir unsere marktführende Stellung im User- und im Werbemarkt weiter ausbauen. So planen wir, zusätzlich zu der großen Entwicklungsanstrengung bei Tradingbird auch unser Finanzinformationsportal www.onvista.de weiter zu verbessern. Dabei wollen wir auch die Umsätze steigern, die wir über Brokerage-Angebote (Erlösquelle Transaktionen) und Realtime-Services (Erlösquelle Paid Services) erzielen. Online-Werbung wird aber die dominante Umsatzquelle bleiben. Hier verfolgen wir das Ziel weiter, die Kundenstruktur zu verbreitern und insbesondere von Nicht-Finanzkunden mehr Buchungen zu erhalten.

Nachtragsbericht

- **Vorstand Schwetje verlängert Vertrag nicht**

In chronologischer Reihenfolge sind nach dem Ende des Berichtsjahres bis zum Redaktionsschluss dieses Geschäftsberichts

(10. März 2008) folgende Ereignisse eingetreten:

Rückwirkend zum 1. Januar 2008 wurden Andreas Wiethölter und Tim Kröner in die Geschäftsführung der OnVista Media GmbH bzw. Ligatus GmbH berufen.

Andreas Wiethölter (34) ist jetzt drittes Mitglied (neben Michael W. Schwetje und Dennis Kämker) der Geschäftsführung der OnVista Media GmbH. Er verantwortet dort Betrieb und Vermarktung des Finanzportals OnVista sowie der neuen Börsen-Community Tradingbird. Wiethölter ist bereits seit 2001 in diversen Funktionen in der OnVista Group tätig, zuletzt als Director Financial Markets.

Tim Kröner (35) gehört seit Jahresbeginn der Geschäftsführung unserer Tochter Ligatus GmbH an. Damit erhält die Performance-Marketing-Gesellschaft infolge ihres starken Wachstums ein drittes Geschäftsführungsmitglied neben Dr. Lars-Rüdiger Fink und OnVista-Vorstand Michael W. Schwetje. Kröner ist bereits seit über sechs Jahren in verschiedenen Funktionen in der OnVista Group tätig, zuletzt als Head of Online Cooperations bei Ligatus.

Am 11. Februar gab Michael W. Schwetje, Vorstand der OnVista AG, bekannt, dass er für eine Verlängerung seines bis Ende September 2008 laufenden Vertrags nicht zur Verfügung steht. Der Aufsichtsrat wird schnellstmöglich einen geeigneten Nachfolger suchen.

Mit den beiden Personalien Andreas Wiethölter und Tim Kröner sind wichtige Entscheidungen für die Zeit bis zum Ausscheiden von Michael W. Schwetje und danach gefällt worden.

Am 15. Februar haben die Vorstände der OnVista AG und der Boursorama SA mitgeteilt, dass sie grundsätzlich darin übereingekommen sind, einen Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen beiden Gesellschaften mit Boursorama als herrschendem Unternehmen abzuschließen. Die rechtlichen und finanziellen Einzelheiten in Hinblick auf den Vertragsabschluss sollen jetzt geprüft werden. Die abschließende Entscheidung über die Gestaltung und Unterzeichnung des Vertrags steht noch aus.

²² Siehe auch die Ausführungen zu Tradingbird im Lagebericht, Abschnitt „Segmente“, S. 13.

Nochmalige Steigerung des Unternehmenswerts

- **Aktie das sechste Jahr hintereinander höher bewertet**

So aufregend sich das Börsenjahr 2007 auch präsentierte und die Nerven der Anleger strazierte – die Kursentwicklung der OnVista-Aktie unterlag in der Berichtsperiode kaum dem wechselhaften Umfeld und folgte in erster Linie ihrer eigenen „Sonderkonjunktur“. Deshalb sind Vergleiche mit den maßgeblichen deutschen Indizes (DAX +22%, MDAX +4,5%, SDAX -7% und TecDAX +30%) diesmal wenig aussagekräftig, auch wenn unsere Aktie sie alle geschlagen hat: Mit einem Schlusskurs in Höhe von € 23,00²³ am 28. Dezember 2007 lag sie 38% über dem Vorjahreswert (€ 16,65) und konnte erneut an die ununterbrochenen Zuwächse der letzten Jahre (9, 13, 21, 27 und 107%) anknüpfen.

Bei 6,7 Mio. ausstehenden Aktien hat sich unsere Börsenbewertung von rund € 112 Mio. Ende 2006 auf € 154 Mio. zum Schluss des Berichtsjahres erhöht. Seit Ende 2001 bedeutet dies eine Wertsteigerung von 412%.

- **Volatile Kursbewegung durch Sondereinflüsse**

Ende des Vorjahres und Anfang 2007 war der Kurs getrieben durch die für den 16. Januar 2007 angekündigte Sonderausschüttung in Höhe von € 3,75 je Aktie. Dies gipfelte in einem Zwischenhoch von € 18,25 am 11. Januar. Wie häufig bei solchen Ausschüttungen zu beobachten, ist der Kurs nach dem Auszahlungstag stärker zurückgegangen als es rein rechnerisch „ex Dividende“ der Fall gewesen wäre. Er fiel – auch getrieben durch den Einbruch an den Börsen Anfang März – bis auf € 9,06, erholte sich dann aber wieder, folgte bis zum 21. September der sehr gesunden fundamentalen Entwicklung der OnVista Group und erreichte Anfang September bis zu € 15,55.

Am 24. September veröffentlichten wir, dass die vier OnVista-Großaktionäre die von ihnen zusammen gehaltenen 77,40% der Anteile zum Preis von € 20,60 an die französische Boursorama SA verkaufen und die neue Mehrheitseignerin allen anderen Aktionären ein Übernahmeangebot in derselben Höhe unterbreitet. Aus diesem Preis, der 38% über

dem Schlusskurs des letzten vorangegangenen Börsenhandelstages lag, ergab sich eine Bewertung des Gesamtunternehmens von € 138,02 Mio. Im Vergleich zum Jahresende 2006 haben wir den Unternehmenswert – bereinigt um die Sonderausschüttung – sogar um 61% gesteigert. Somit ist es uns gelungen, substanziellen Mehrwert für sämtliche Aktionäre der OnVista AG zu schaffen.

Der Übernahmepreis wurde an der Börse unmittelbar nachvollzogen. Während der Laufzeiten der Annahmefristen für das Angebot (28.11. bzw. 17.12.2007) und auch danach ist der Kurs weiter angestiegen und hielt sich permanent über dem Angebotspreis. Zum Ende des Berichtsjahres lag er bei € 23,00. Anfang 2008 kletterte er, losgelöst von der fundamentalen Entwicklung, weiter steil nach oben und erreichte am 10. März (Redaktionsschluss) € 26,95.

- **Stark veränderte Aktionärsstruktur**

Infolge des Verkaufs der vier Großaktionäre Michael W. Schwetje, Stephan Schubert, Fritz Oidtmann und Burda Digital Ventures GmbH hat sich die Struktur der Anteilseigner grundlegend verändert. Diese hatten zum 30. September 2007 77,49% auf sich vereint, bei einem Streubesitz (ohne Burda) von 22,51%. Zum 31. Dezember 2007 ist der maßgebliche Haupteigner nun die Boursorama SA mit 82,49%. Der Freefloat betrug zu diesem Zeitpunkt noch 17,51%. Aktuellere Zahlen liegen nicht vor.

Kennzahlen zur OnVista-Aktie	2003	2004	2005	2006	2007
Ergebnis je Aktie vor Steuern ¹ (€)	1,12	0,14	0,24	0,41	0,86
Ergebnis je Aktie nach Steuern ¹ (€)	0,86	0,06	-0,07	0,24	0,43
Aktienanzahl (Mio.)	6,70	6,70	6,70	6,70	6,70
Kurs-Gewinn-Verhältnis	6	106	-	69	53
Höchstkurs ² (€)	6,51	7,11	8,60	17,04	23,51
Tiefstkurs ² (€)	3,55	4,90	5,40	7,67	9,06
Jahresschlusskurs ² (€)	5,25	6,35	8,05	16,65	23,00
Börsenkapitalisierung zum 31.12. ² (Mio. €)	35,18	42,55	53,94	111,56	154,10
Niedrigster Stückumsatz pro Tag ³	0	0	0	600	408
Höchster Stückumsatz pro Tag ³	99.866	48.120	115.861	78.833	231.282
Durchschnittlicher Stückumsatz pro Tag ³	7.224	4.190	7.597	11.787	16.850

¹ nach IFRS
² Schlusskurs Xetra
³ nur auf Basis der Umsätze in Xetra und Parkett Frankfurt

²³ Bei allen OnVista-Kursen handelt es sich um Xetra-Tagesschlusskurse.

• **Dividendenvorschlag € 0,10 pro Aktie**

Für die Dividendenfähigkeit von OnVista ist das AG-Einzelergebnis nach HGB maßgeblich. Der Jahresüberschuss der AG beläuft sich auf € 2,55 Mio. (Vj.: € 1,13 Mio.). Der Bilanzgewinn, inklusive des Gewinnvortrags aus dem Vorjahr, beträgt € 4,30 Mio. (Vj.: € 2,58 Mio.). Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen, die für das Geschäftsjahr 2005 erstmals aufgenommene und für 2006 wiederholte Gewinnbeteiligung der Aktionäre fortzusetzen. Sie werden der Hauptversammlung eine Dividende von € 0,10 je Aktie (Vj.: € 0,10) vorschlagen. Bei insgesamt 6,7 Mio. gewinnberechtigten Aktien summiert sich die Gewinnausschüttung für das Geschäftsjahr 2007 auf € 6,70 Mio. Die Dividendenrendite auf Basis des Jahreschlusskurses von € 23,00 beträgt 0,4%.

• **Aufsichtsrat neu gebildet**

Nach Zustimmung durch das Kartellamt und Zahlung des Kaufpreises hat der Aufsichtsrat der OnVista AG vor dem Hintergrund der neuen Mehrheitsverhältnisse sein Mandat mit sofortiger Wirkung niedergelegt – der Aufsichtsratsvorsitzende, Fritz Oidtmann, sowie sein Stellvertreter, Dr. Christoph Braun, am 19. Oktober 2007, Stephan Schubert bereits eine Woche zuvor.

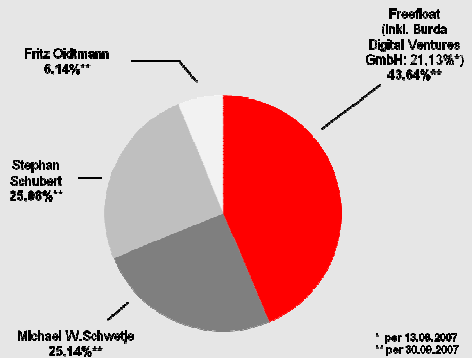
Das zuständige Amtsgericht hat Ramón Blanco, Anne-Sophie Perrachon und Ralf Freiherr von Ziegesar als neue Mitglieder des Aufsichtsrats bestellt. In der ersten Aufsichtsratssitzung am 13. November 2007 wurde Freiherr von Ziegesar zum Vorsitzenden gewählt und Blanco zu seinem Stellvertreter. Freiherr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

• **Wechsel in den General Standard**

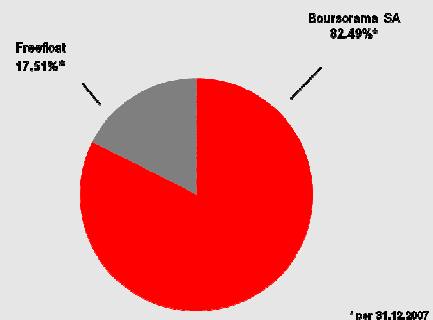
Vor dem Hintergrund der neuen Mehrheitsverhältnisse haben Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG Ende 2007 beschlossen, dass die OnVista-Aktie in Zukunft nicht mehr im Prime Standard, sondern im General Standard des Regulierten Marktes gehandelt werden soll. Der entsprechende Antrag wurde bei der Deutschen Börse eingereicht. Der Wechsel wird mit Ablauf des 20. März 2008 vollzogen.

Unseren Finanzkalender und die Börsen-Stammdaten unserer Aktie finden Sie auf Seite 64. Zum Thema Corporate Governance verweisen wir auf unseren Bericht auf Seite 62.

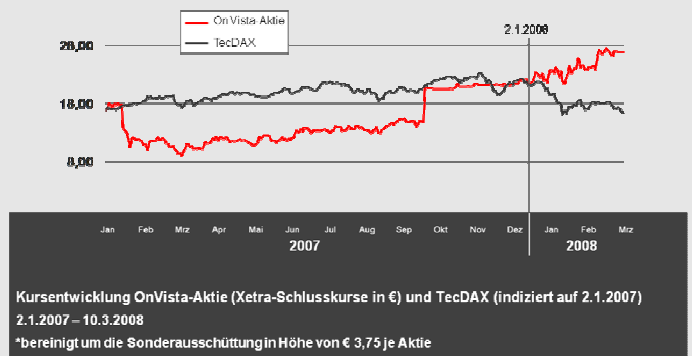
Aktionärsstruktur vor der Übernahme
Anteile am Aktienkapital



Aktionärsstruktur nach der Übernahme
Anteile am Aktienkapital



Unternehmenswert um 61% gesteigert*



Weichen für die Zukunft gestellt

Sehr geehrte Damen und Herren,

die OnVista Group blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Der Aufsichtsrat hat während dieser Zeit die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung und Corporate Governance Kodex obliegenden Aufgaben wahrgenommen sowie die Arbeit des Vorstands überwacht und beratend begleitet.

Der Aufsichtsrat und der Vorstand haben während der Berichtszeit in insgesamt sieben 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 des Konzerns sowie über grundsätzliche Fragen der Geschäftspolitik informiert. Der Aufsichtsrat wurde auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen regelmäßig schriftlich und mündlich über den aktuellen Geschäftsverlauf unterrichtet. Im Mittelpunkt stand die Auseinandersetzung mit der strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens. So hat sich der Aufsichtsrat insbesondere in der ersten Jahreshälfte eingehend mit der Diversifikation der Internetaktivitäten beschäftigt. Hervorzuheben sind dabei die Akquisition des Online-Werbevermarkters Ad2Net und der Start des Adress-Brokerage-Portals Namendo, das auf einem für die OnVista Group völlig neuen Internet-Geschäftsmodell basiert. Auch im angestammten Geschäft wurden weitere organische und anorganische Wachstumsmöglichkeiten diskutiert. Laufend hat sich der Aufsichtsrat über den Entwicklungsstand der Börsen-Community Tradingbird informieren lassen, die im Frühjahr 2008 an den Start gehen soll. In der zweiten Jahreshälfte standen das Übernahmeangebot durch die Boursorama SA sowie die Folgen der geänderten Eigentumsverhältnisse für die künftige strategische Ausrichtung der OnVista Group im Vordergrund. Die wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung des Kerngeschäfts wie auch der Beteiligungen waren naturgemäß stets Gegenstand der Diskussionen des Aufsichtsrats. Nicht zuletzt haben Vorstand und Aufsichtsrat Fragen der Corporate Governance erörtert und auch die Effizienz der Arbeit im Aufsichtsrat überprüft.

Uneingeschränkte Testate

Der Jahresabschluss der OnVista AG und der Lagebericht sind von dem durch die Hauptversammlung gewählten Abschlussprüfer, der PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, geprüft und mit dem

uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Ebenso wurde der Konzernabschluss nach IFRS vom Abschlussprüfer mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Dieser ist um einen Konzernlagebericht und weitere Erläuterungen gemäß § 315a HGB ergänzt worden.

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 10. März 2008 den Jahresabschluss 2007 der OnVista AG sowie den Konzernabschluss 2007 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 Konzernabschlusses sowie des Konzernlageberichts keine Einwendungen zu erheben. Der Aufsichtsrat billigt daher den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der Gesellschaft zum 31. Dezember 2007 und den vom Vorstand aufgestellten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns der OnVista AG schließt sich der Aufsichtsrat an. Wir freuen uns, dass die gute Ertragslage und die hohe Eigenkapitalausstattung der OnVista AG erneut erlauben, ihren Aktionären für das Geschäftsjahr 2007 eine Dividende auszuschütten. Ferner hat sich der Aufsichtsrat über das aktive Risikomanagement der OnVista AG informieren lassen.

Der Vorstand hat zusätzlich einen Bericht über die Beziehung der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen verfasst und zusammen mit dem vom Abschlussprüfer erstellten Prüfungsbericht dem Aufsichtsrat vorgelegt. Der Abschlussprüfer hat den folgenden Bestätigungsvermerk für den Bericht erteilt: „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass 1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind, 2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“ Der Aufsichtsrat hat im Rahmen seiner eigenen Prüfung des Berichts über die Beziehung der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen festgestellt, dass keine Einwände zu erheben sind, und stimmt dem Ergebnis der Wirtschaftsprüfer zu.

Veränderungen im Aufsichtsrat

Im Berichtsjahr hat sich die Zusammensetzung des Aufsichtsrats mehrmals verändert. Mit Ende der Hauptversammlung 2007 hat der langjährige Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Paul-Bernhard Kallen sein Amt niedergelegt. Die Hauptversammlung ist dem Vorschlag der Verwaltung gefolgt, Dr.

Christoph Braun, der Geschäftsführer der Burda Digital Ventures GmbH ist, als drittes Mitglied in das Aufsichtsgremium zu wählen. In der Sitzung vom 13. Juni 2007 wurde der bisherige stellvertretende Vorsitzende Fritz Oidtmann zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats und Dr. Christoph Braun zu seinem Stellvertreter gewählt.

Im Zuge des Unternehmensverkaufs gab es weitere Veränderungen im Aufsichtsrat. Alle drei Aufsichtsratsmitglieder, Fritz Oidtmann, Dr. Christoph Braun und Stephan Schubert, haben ihre Ämter im Oktober 2007 niedergelegt. Auf Antrag von OnVista hat das zuständige Amtsgericht Köln Ramón Blanco, Anne-Sophie Perrachon und meine Person, Ralf Freiherr von Ziegesar, als neue Mitglieder des Aufsichtsrats bestellt. In der ersten Aufsichtsratsitzung am 13. November 2007 wurde ich zum Vorsitzenden gewählt, Herr Blanco zu meinem Stellvertreter. Ramón Blanco fungiert als Director of International Operations bei Boursorama, Anne-Sophie Perrachon ist seine Stellvertreterin, und ich selbst bin Niederlassungsleiter beim Online-Broker Fimatex, der deutschen Zweigniederlassung der Boursorama SA.

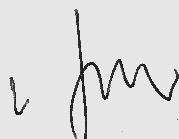
Dank für außerordentliches Engagement

Im Namen der OnVista AG und ihrer Aktionäre danken wir den Herren Oidtmann und Schubert, die dem Unternehmen als Mitgründer zunächst im Vorstand und später im Aufsichtsrat verbunden waren, Herrn Dr. Paul-Bernhard Kallen für seinen langjährigen Einsatz als Aufsichtsratsvorsitzender sowie Herrn Dr. Braun für seine Aufsichtsratsstätigkeit im Berichtsjahr.

Wir danken dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der OnVista Group für ihren außerordentlichen Einsatz im wachstumsstarken und entwicklungsreichen Jahr 2007. Allen Aktionären danken wir für ihr teils langjähriges Vertrauen in das Unternehmen.

Wir werden gemeinsam darauf hinwirken, dass die OnVista Group mit veränderter strategischer Ausrichtung, aber gewohnten Werten – Qualität, Zielstrebigkeit und Innovationskraft – weiterhin profitabel wächst und nachhaltig erfolgreich ist.

Köln, 10. März 2008



Ralf Freiherr von Ziegesar
Vorsitzender des Aufsichtsrats

32	Konzern-Jahresabschluss 2007 nach IFRS
33	Bilanz
34	Gewinn- und Verlustrechnung
35	Kapitalflussrechnung
36	Entwicklung des Eigenkapitals
37	Erläuterungen
60	Bestätigungsvermerk

Bilanz

€	31.12.2007	31.12.2006
AKTIVA		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente [5]	10.092.177	28.706.899
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte [9]	0	12.441.069
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen [6]	3.930.861	1.921.895
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	6.519	8.347
Ertragssteuerforderungen	277.939	417.647
Übrige kurzfristige Vermögenswerte [7]	684.799	394.119
Summe kurzfristige Vermögenswerte	14.992.295	43.889.977
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagen [8]	544.862	325.536
Immaterielle Vermögenswerte [8]	11.092.760	4.418.224
Aktive latente Steuern [19]	893.466	1.555.009
Übrige langfristige Vermögenswerte [9]	1.783.314	1.800.906
Summe langfristige Vermögenswerte	14.314.402	8.099.675
Summe Aktiva	29.306.697	51.989.652
PASSIVA		
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.822.288	1.688.611
Erhaltene Anzahlungen [10]	71.974	30.087
Sonstige kurzfristige Rückstellungen [11]	226.125	210.000
Ertragssteuerverbindlichkeiten	1.005.669	2.159.808
Übrige kurzfristige Schulden [10]	1.948.186	26.390.969
Summe kurzfristige Schulden	6.074.242	30.479.476
Eigenkapital [12]		
Gezeichnetes Kapital	6.700.000	6.700.000
Kapitalrücklage	14.454.899	14.582.929
Rücklage für Aktienoptionen	266.885	253.805
Eigene Anteile (Treasury Stock)	-363.595	-207.321
Kumuliertes übriges Comprehensive Income	0	202.252
Bilanzgewinn/-verlust (-)	2.174.266	-21.488
Summe Eigenkapital	23.232.455	21.510.177
Summe Passiva	29.306.697	51.989.652

Gewinn- und Verlustrechnung

€	1.1.2007-31.12.2007	01.01.2006-31.12.2006
Umsatzerlöse [14]	26.672.600	14.062.580
Herstellungskosten	-9.895.872	-4.178.814
Bruttoergebnis vom Umsatz	16.776.728	9.883.766
Marketing- und Vertriebskosten	-4.976.592	-3.261.347
Allgemeine Verwaltungskosten	-3.503.191	-2.326.526
Forschungs- und Entwicklungskosten [17]	-3.085.876	-2.218.562
Sonstige betriebliche Erträge	612.992	291.733
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-556.754	-842.812
Betriebsergebnis (EBIT)	5.267.307	1.526.252
Zinserträge [16]	480.614	1.218.241
Zinsaufwendungen	-5.392	-20.448
Währungsgewinne/-verluste (-)	-214	-600
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)	5.742.315	2.723.445
Steuern vom Einkommen und Ertrag [19]	-2.881.265	-1.141.168
Konzernergebnis	2.861.050	1.582.278
Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-21.488	-936.735
Ausschüttung Dividenden	-665.295	-667.031
Bilanzgewinn/-verlust (-)	2.174.267	-21.488
Ergebnis je Aktie ("basic earnings per share") [26]	0,43	0,24
Ergebnis je Aktie ("diluted earnings per share") [26]	0,43	0,24
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien („basic“)	6.663.620	6.675.998
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien („diluted“)	6.682.359	6.725.202

Kapitalflussrechnung

€	01.01.2007 – 31.12.2007	01.01.2006 – 31.12.2006
Konzernergebnis	2.861.050	1.582.278
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1.204.631	710.071
Ertragssteueraufwand/-erstattung (-)	2.881.265	1.141.168
Zinserträge (-) und -aufwendungen	-475.222	-1.197.793
Verlust aus Anlagenabgängen	0	456.251
Gewinn(-)/Verlust aus dem Verkauf von kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten	-200.641	-178.251
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	27.185	28.904
Abnahme/Zunahme (-) der Aktiva und Zunahme/Abnahme (-) der Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1.519.283	-713.373
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	1.828	650
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	257.704	208.682
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.024.070	232.034
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	-492.551	-218.850
Sonstige Rückstellungen	16.125	545.808
Erhaltene/Gezahlte (-) Ertragssteuern	-3.316.698	-986.002
Einzahlungen aus Zinsen	501.672	1.332.535
Auszahlungen aus Zinsen	-5.392	-20.448
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	2.765.743	2.923.662
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-443.573	-195.510
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-2.920.638	-1.225.930
Auszahlungen aus der Änderung des Konsolidierungskreises	-4.230.022	0
Änderung Finanzmittelbestand aus der Änderung des Konsolidierungskreises	-15.022	0
Einzahlungen aus dem Verkauf kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte	12.801.993	29.949.380
Auszahlungen aus dem Kauf kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte	-498.603	-19.904.000
Cashflow aus Investitionstätigkeit	4.694.135	8.623.941
Auszahlungen aus dem Kauf eigener Anteile	-589.882	-616.075
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	232.681	381.272
Auszahlungen aus der Sonderausschüttung [12]	-25.052.104	0
Ausschüttung Dividenden [12]	-665.295	-667.031
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-26.074.600	-901.834
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Konzern-Cashflow)	-18.614.722	-10.645.769
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	28.706.899	18.061.130
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode [5]	10.092.177	28.706.899

Entwicklung des Eigenkapitals

€	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Rücklage für Aktienoptionen	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Comprehensive Income	Bilanzgewinn/ Bilanzverlust	Eigenkapital gesamt
Stand 1.1.2006	6.700.000	39.927.055	220.309	-191.643	-2.586	-936.735	45.716.399
Wertveränderung durch zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere	0	0	0	0	204.838	0	204.838
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	1.582.278	1.582.278
Summe Comprehensive Income	6.700.000	39.927.055	220.309	-191.643	202.252	645.543	1.787.116
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	33.496	0	0	0	33.496
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-15.678	0	0	-15.678
Dividenden	0	0	0	0	0	-667.031	-667.031
Kapitalerhöhung aus Kapitalrücklage	25.125.000	-25.125.000	0	0	0	0	0
Ausschüttung aus Kapitalherabsetzung	-25.125.000	0	0	0	0	0	-25.125.000
Verkauf eigener Anteile	0	-219.125	0	0	0	0	-219.125
Stand 31.12.2006	6.700.000	14.582.929	253.805	-207.321	202.252	-21.488	21.510.177
Wertveränderung durch zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere	0	0	0	0	-202.252	0	-202.252
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	2.861.050	2.861.050
Summe Comprehensive Income	6.700.000	14.582.929	253.805	-207.321	0	2.839.562	2.658.798
Einstellung in die Rücklage für Aktienoptionen	0	0	13.080	0	0	0	13.080
Eigene Anteile (Treasury Stock)	0	0	0	-156.273	0	0	-156.273
Dividenden	0	0	0	0	0	-665.295	-665.295
Differenzbetrag aus Kapitalherabsetzung	0	0	0	0	0	0	0
Verkauf eigener Anteile	0	-128.030	0	0	0	0	-128.030
Stand 31.12.2007	6.700.000	14.454.899	266.885	-363.594	0	2.174.266	23.232.455

Für Erläuterungen zum Eigenkapital verweisen wir auf [12] in den Erläuterungen, die integraler Bestandteil des Konzern-Jahresabschlusses sind.

A. Allgemeine Erläuterungen

1. Gesellschaftsrechtliche Grundlagen und Erstellung des Konzernabschlusses**Firma**

Die OnVista Aktiengesellschaft mit Sitz in Köln, Deutschland, („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 und ist am Geregelten Markt (Prime Standard) der Deutschen Börse notiert.

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

Es gilt die Satzung in der Fassung vom 13. Juni 2007.

Da die Boursorama SA Mehrheitsgesellschafterin der OnVista AG und somit herrschendes Unternehmen ist, gilt die OnVista AG als abhängiges Unternehmen i.S.v. § 17 AktG und ist demgemäß verpflichtet, einen Abhängigkeitsbericht nach § 312 AktG zu erstellen. In diesem Bericht ist auch die gesetzlich geforderte sog. Schlussklärung gem. § 312 AktG abzugeben und in den Lagebericht der OnVista AG aufzunehmen.

Gesellschaftsrechtliche Änderungen

Die OnVista Group wird seit dem 1. Oktober 2007 in den Konzernabschluss der Boursorama SA, Boulogne-Billancourt, einbezogen, der wiederum in den Konzernabschluss der Société Générale SA, Paris, einbezogen wird.

Mit Eintragung vom 27. März 2007 erfolgte die Umfirmierung der OnVista New Business Development GmbH in die Namendo GmbH. Ebenfalls in 2007 erfolgte die Umwandlung der Ad2Net AG in die Ad2Net GmbH. Die Eintragung ins Handelsregister erfolgte am 25. Mai 2007.

Mit Eintragung vom 25. Mai 2007 wurde Herr Michael W. Schwetje zum Geschäftsführer der Toast Media GmbH bestellt. Im Geschäftsjahr 2007 wurde zudem die Satzung der Toast Media GmbH geändert. Die Änderung wurde am 10. August 2007 ins Handelsregister eingetragen.

Gegenstand des Unternehmens

Gegenstand des Unternehmens ist der Betrieb und die Vermarktung von Internetportalen, die Zurverfügungstellung und Publikation von Daten in sonstigen Medien, die Entwicklung und Realisierung von Kommunikationskonzepten in elektronischen Medien, der Service, die Betreuung und Beratung von Unternehmen im Bereich Kommunikation und Vermittlung von Dienstleistungen und Waren, die Entwicklung und der Verkauf von Softwareprodukten und die damit im Zusammenhang stehenden anwendungsorientierten Dienstleistungen sowie der Handel mit Hardware und der Betrieb von Rechenzentren.

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.

Berichtswährung und Darstellung der Beträge

Die Berichtswährung ist Euro. Beträge werden sowohl in Euro (€) als auch in TEUR (T€) dargestellt.

Erstellung des Konzernabschlusses

Der vorliegende Konzernabschluss zum 31.12.2007 der OnVista AG und ihrer Tochtergesellschaften wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt.

Darüberhinaus nimmt OnVista für das Geschäftsjahr 2007 die Befreiungsmöglichkeit des § 264 Abs. 3 HGB für die OnVista Media GmbH in Anspruch, die somit von der Pflicht zur Prüfung und Offenlegung ihres Jahresabschlusses befreit ist und Erleichterungen zur Aufstellung des Jahresabschlusses nutzen kann.

Der Abschluss wurde nach seiner Aufstellung am 7. März 2008 vom Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben.

Erläuterungen

Seit der Erstellung des Konzernabschlusses 2006 sind eine Reihe von neuen oder überarbeiteten Standards und Interpretationen vom IASB veröffentlicht worden, die ab dem 1. Januar 2007 verpflichtend anzuwenden sind:

- IAS 1 – Zusätzliche Angaben zu Abgrenzung und Management des wirtschaftlichen Kapitals
- IFRS 7 – Finanzinstrumente – Angaben

Die Anwendung der neuen Standards hatte keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Darüber hinaus wurden seit der Erstellung des Konzernabschlusses 2006 neue oder überarbeitete Standards vom IASB veröffentlicht, die ab dem 1. Januar 2008 oder später verpflichtend anzuwenden sind:

- IAS 1 – Geänderte Bezeichnungen für die Bestandteile des Abschlusses und Gesamterfolgsrechnung
- IFRS 2 – Ausübungsbedingungen im Rahmen aktienbasierter Vergütungsvereinbarungen
- IFRS 3 – Regelungen zum Anwendungsbereich, zu Kaufpreisbestandteilen sowie Geschäfts- und Firmenwert
- IFRS 8 – Operative Segmente
- IAS 23 – Behandlung von Fremdkapitalkosten zur Finanzierung eines Vermögenswertes
- IAS 27 – Anwendung des economic entity approach für die Behandlung von Anteilerwerben bzw. -verkäufen
- IAS 32 – Abgrenzung zwischen Eigen- und Fremdkapital
- IFRIC 11 – Konzerninterne Geschäfte und Geschäfte mit eigenen Anteilen nach IFRS 2
- IFRIC 12 – Dienstleistungskonzessionsvereinbarungen
- IFRIC 13 – Abgrenzung bestimmter Umsätze nach der deferred revenue-Methode
- IFRIC 14 – Ermittlung der Grenzen der Aktivierbarkeit von aktivischen Planvermögensüberhängen nach IAS 19

Von der Möglichkeit, die Standards vorzeitig anzuwenden wurde kein Gebrauch gemacht. Eine frühere Anwendung der Standards hätte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Präsentation der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

2. **Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

Die wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden im Folgenden dargestellt.

Konsolidierung

Alle Tochterunternehmen, die unter der rechtlichen und faktischen Kontrolle der OnVista AG stehen, sind in den Konzernabschluss einbezogen und werden voll konsolidiert. Die Konsolidierung von Tochterunternehmen zum Erwerbszeitpunkt erfolgt gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ nach der Erwerbsmethode. Die Anschaffungskosten werden hierbei ermittelt aus dem Kaufpreis zuzüglich direkt mit dem Kauf in Verbindung stehender Aufwendungen. Erworbene Vermögenswerte und Schulden werden, soweit identifizierbar, zum Erwerbszeitpunkt mit dem Zeitwert bewertet. Der Unterschiedsbetrag aus den Anschaffungskosten und den anteiligen Nettovermögenswerten wird als Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert. Dieser wird jährlich bzw. bei Vorliegen von Hinweisen auf eine mögliche Wertminderung im Rahmen eines Impairment-Tests auf seine Werthaltigkeit hin überprüft (IAS 36).

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

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

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden im Konzern einheitlich ausgeübt.

Ermessensspielräume und Verwendung von Schätzungen

Die Erstellung des Konzernabschlusses in Übereinstimmung mit IFRS erfordert, dass das Management Schätzungen und Annahmen trifft, die Einfluss auf die bilanzierten Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten, die Angabe von Eventualverbindlichkeiten am Bilanzstichtag sowie den Ausweis von Erträgen und Aufwendungen des Geschäftsjahres haben. Die Beurteilungen des Managements betreffen insbesondere die beizulegenden Zeitwerte von Vermögenswerten und Schulden sowie Nutzungswerte der Vermögenswerte. Die tatsächlichen Ergebnisse können von den vorgenommenen Schätzungen abweichen.

Schätzunsicherheiten unterliegt insbesondere der Firmenwert im Segment Internet Businesses (siehe hierzu Abschnitt B.8).

Kreditrisiken

Einem möglichen Ausfallrisiko ist OnVista im Wesentlichen bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgesetzt. Um dieses Ausfallrisiko zu minimieren, führt OnVista fortlaufend Kreditwürdigkeitsprüfungen ihrer Kunden durch. Für die Tochtergesellschaft Ligatus GmbH wurde darüber hinaus eine Warenkreditversicherung abgeschlossen.

Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems und der Risikopolitik findet sich im Lagebericht auf S. 22.

Umsatzrealisierung

Umsätze werden generiert durch Online-Werbung auf den konzerneigenen und konzerneigenen Websites, die Lizenzierung von medizinischem Content für die Internet-Auftritte von Dritten (Onmeda) sowie durch variable Abrechnungsmodelle im Performance-Marketing-Bereich und im Bereich Adress-Brokerage durch Namendo. Umsätze aus Online-Werbung werden im Segment „Internet Businesses“ erfasst, wenn die Leistung infolge der Werbeschaltung erbracht wurde.

Eine Werbeschaltung gilt als erbracht, wenn die vereinbarte Leistung erfolgte, also die Werbung ausgeliefert wurde bzw. im Fall performancebasierter Vergütung die vereinbarten Transaktionen durchgeführt wurden. Diese sind durchgeführt, wenn das platzierte Werbemittel angeklickt wurde („Cost per click“ – CPC) oder wenn ein Interessent seine Adresse hinterlassen hat („Cost per lead“ – CPL). Die Umsatzerlöse sind abzgl. Skonti, Preisnachlässen oder Kundenrabatten ausgewiesen.

Tausch von Werbeleistungen

Nach SIC-31 „Revenue – Barter Transactions Involving Advertising Services“ werden als Vergleichsmaßstab für Erträge, die aus im Rahmen eines Tauschgeschäfts erbrachten Werbedienstleistungen erwirtschaftet wurden, ausschließlich solche Geschäfte herangezogen, die keine Tauschgeschäfte sind und die Werbung betreffen, die der Werbung des zu beurteilenden Tauschgeschäfts gleicht, häufig vorkommen, im Verhältnis zu allen abgeschlossenen Werbegeschäften des Unternehmens, die der Werbung des zu beurteilenden Tauschgeschäfts gleichen, nach Anzahl und Wert überwiegen, eine Gegenleistung enthalten, deren beizulegender Zeitwert verlässlich ermittelt werden kann und bei denen der Vertragspartner nicht derselbe ist wie bei dem zu beurteilenden Tauschgeschäft.

Zinserträge

Zinserträge werden anteilig unter Anwendung der Effektivzinsmethode erfasst.

Dividendenerträge

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

Fremdkapitalkosten

Fremdkapitalkosten werden aufwandswirksam erfasst.

Werbekosten

Gemäß IAS 38 „Intangible Assets“ (2003) werden Werbekosten im Zeitpunkt ihres Anfalls aufwandswirksam erfasst.

Ergebnis je Aktie

Bei Vorliegen von Verwässerungseffekten sind zwei Kenngrößen für das Ergebnis je Aktie anzugeben. Bei der Kenngröße „Ergebnis je Aktie“ („basic earnings per share“) wird der Verwässerungseffekt nicht berücksichtigt; das Konzernergebnis wird durch den gewogenen Durchschnitt der Zahl der Aktien dividiert. Die Kenngröße „Ergebnis je Aktie (voll verwässert)“ („diluted earnings per share“) berücksichtigt nicht nur die tatsächlich ausgegebenen, sondern auch die aufgrund von Optionsrechten erhältlichen Aktien. Die Berechnung ist in Erläuterung 26 dargestellt.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen Bargeld, Sichteinlagen und andere kurzfristige hochliquide finanzielle Vermögenswerte mit einer Laufzeit von maximal drei Monaten.

Finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte werden in folgende Kategorien unterteilt:

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

Forderungen und Ausleihungen stellen nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte dar, die in keinem aktiven Markt gehandelt werden.

Zur Veräußerung gehaltene finanzielle Vermögenswerte umfassen die ausgewiesenen Pfandbriefe, Schuldscheindarlehen und Geldmarktfonds. Zudem wurden in 2006 die Aktien der Lang & Schwarz Wertpapierhandelsbank AG umgliedert von langfristigen finanziellen Vermögenswerten in zur Veräußerung gehaltene Wertpapiere. Der Bestand an zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren wurde im Geschäftsjahr vollständig veräußert.

Erläuterungen

Finanzielle Vermögenswerte werden im Zeitpunkt des Zugangs mit ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet, sofern dieser verlässlich bestimmt werden kann. Die Folgebewertung ist von der gewählten Kategorisierung abhängig. Forderungen und Ausleihungen werden mit fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Wertminderungen werden erfasst, wenn nicht davon auszugehen ist, dass der ursprüngliche Forderungsbetrag in voller Höhe realisiert werden kann. Alle Forderungen und Ausleihungen, für die keine Wertberichtigung vorgenommen wurde, werden innerhalb von 30 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums überfällig.

Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere werden mit dem beizulegenden Zeitwert angesetzt. Dabei entstehende unrealisierte Gewinne oder Verluste aus Wertpapieren werden unter Berücksichtigung latenter Steuern im übrigen Comprehensive Income ausgewiesen. Bei Verkauf von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren werden die bis dahin im Eigenkapital erfassten Gewinne und Verluste erfolgswirksam in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht.

Soweit für diese Wertpapiere keine beizulegenden Zeitwerte verlässlich bestimmt werden können, werden sie mit ihren Anschaffungskosten bewertet. Auf alle Wertpapiere oder Beteiligungen werden bei dauerhaften Wertminderungen ergebniswirksam Abschreibungen vorgenommen.

Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden am Handelstag gebucht.

Kapitalmanagement

Die Grundzüge der Finanzpolitik werden vom Vorstand festgelegt und vom Aufsichtsrat überwacht. Grundsätzlich wird eine konservativ ausgerichtete Anlagestrategie verfolgt. Zum Ende des Geschäftsjahres waren die Finanzanlagen ausschließlich in Anlagen mit einer maximalen Laufzeit von 3 Monaten bei Adressen hoher Bonität angelegt. Derivative Finanzinstrumente werden nicht eingesetzt. Fremdwährungsanlagen wurden im Berichtszeitraum ebenfalls nicht getätigt.

Immaterielle Vermögenswerte

Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten bewertet und, sofern deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, linear pro rata temporis über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer von 1-6 Jahren abgeschrieben. Wertminderungsaufwendungen entstehen, wenn der erzielbare Betrag immaterieller Vermögenswerte unter dem Buchwert zum Bilanzstichtag liegt. Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben worden sind, werden gemäß IFRS 3 „Business Combinations“ aktiviert und jährlich bzw. bei Vorliegen von Hinweisen auf eine mögliche Wertminderung hinsichtlich ihrer Werthaltigkeit überprüft.

Für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit, für die der Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts, der dieser Einheit zugeordnet ist, signifikant ist im Vergleich zum Gesamtbuchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts, werden nach IAS 36.134 Angaben zum Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts sowie zur Grundlage, auf der der erzielbare Betrag der Einheit bestimmt worden ist, gemacht. Wenn der erzielbare Betrag auf dem Nutzungswert basiert, werden die zugrunde liegenden Prämissen der Prognoserechnung (siehe hierzu Abschnitt 8 „Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen“) dargestellt. Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten orientieren sich an den Segmenten.

Website-Entwicklungskosten

Die Bilanzierung von Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von selbst geschaffener Software erfolgt nach IAS 38 „Intangible Assets“ (2004). Danach sind selbstgeschaffene immaterielle Vermögenswerte nur dann aktivierungsfähig, wenn die technische Realisierbarkeit der Fertigstellung des immateriellen Vermögenswertes sichergestellt ist, der immaterielle Vermögenswert einen zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielen wird, das Unternehmen die Absicht, die Fähigkeiten und die technischen, finanziellen und sonstigen Ressourcen hat, den Vermögenswert fertig zu stellen sowie ihn zukünftig zu nutzen und die anfallenden Aufwendungen während der Entwicklungsphase verlässlich bewertet werden können. Ausgaben für Forschung sind grundsätzlich nicht aktivierungsfähig.

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

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

Sachanlagen

Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. Wertminderungsaufwendungen entstehen, wenn der erzielbare Betrag eines Vermögenswertes niedriger ist als sein Buchwert (IAS 36.8). Nach IAS 36.18 ist der erzielbare Betrag als der höhere der beiden Beträge aus Nettoveräußerungspreis und Nutzungswert eines Vermögenswertes definiert. Die Abschreibungen der Vermögenswerte erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer. Diese liegt bei Möbeln und sonstigen Betriebsvorrichtungen bei 5 Jahren und bei Hardware bei 3 Jahren.

Latente Steuern

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag werden gemäß IAS 12 „Income Taxes“ erfasst. Nach dieser Vorgehensweise basieren aktive bzw. passive latente Steuern auf zeitlichen Unterschieden zwischen den steuerrechtlichen und den IFRS-Bilanzansätzen, die sich in der Zukunft voraussichtlich umkehren werden. Sie werden auf Grundlage der Steuersätze und -vorschriften ermittelt, die auf Basis des gegenwärtigen Gesetzesstandes voraussichtlich zum Zeitpunkt der Aufhebung der Unterschiede gelten werden. Für Verlustvorträge, die geeignet sind, künftige Steuerbelastungen zu mindern, werden aktive latente Steuern angesetzt. Ist die Realisierung des Verlustvortrags unwahrscheinlich, wird auf die hierfür gebildete aktive latente Steuer eine Wertberichtigung vorgenommen.

Aktienorientierte Vergütung

OnVista verfügt zum 31. Dezember 2007 über den in Erläuterung 14 ausführlich dargestellten Aktienoptionsplan. Die Bilanzierung von aktienorientierten Vergütungen hat grundsätzlich gemäß IFRS 2 „Share-based Payment“ nach der sogenannten Fair-Value-Methode zu erfolgen. Hiernach sind Aktienoptionen, die nach dem 7. November 2002 ausgeben wurden, entsprechend ihrer Laufzeit aufwandswirksam zu erfassen.

Übriges Comprehensive Income

Die Veränderungen im Eigenkapital innerhalb eines Berichtszeitraums mit Ausnahme der Einlagen der Anteilseigner sowie der Ausschüttungen an Anteilseigner werden gemäß IAS 1 „Presentation of Financial Statements“ (2003) erfasst. Nach dieser Methode werden im so genannten Comprehensive Income alle Eigenkapitalbestandteile ausgewiesen. In einer Unterposition, dem übrigen Comprehensive Income, werden sämtliche ergebnisneutralen Veränderungen des Eigenkapitals abgebildet, so dass in dieser Unterposition die unrealisierten Gewinne und Verluste aus der Stichtagsbewertung bestimmter Wertpapiere enthalten sind. Die Veränderung des Comprehensive Income wird in der Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals dargestellt.

Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet für Schulden, die bezüglich ihrer Fälligkeit oder ihrer Höhe ungewiss sind. Eine Rückstellung ist ausschließlich dann anzusetzen, wenn dem Unternehmen aus einem Ereignis der Vergangenheit eine gegenwärtige Verpflichtung (rechtlich oder faktisch) entstanden ist, es wahrscheinlich ist, dass zur Erfüllung der Verpflichtung ein Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen erforderlich ist und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist. Der als Rückstellung angesetzte Betrag stellt die bestmögliche Schätzung der Ausgabe dar, die zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung zum Bilanzstichtag erforderlich ist. Die bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung erforderlichen Ausgabe ist der Betrag, den das Unternehmen bei vernünftiger Betrachtung zur Erfüllung der Verpflichtung zum Bilanzstichtag oder zur Übertragung der Verpflichtung auf einen Dritten zu diesem Termin zahlen müsste.

Forschung und Entwicklung

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung werden grundsätzlich bei Anfall ergebniswirksam behandelt, sofern sie nicht gemäß IAS 38 „Intangible Assets“ (2004) aktiviert werden (vgl. Erläuterung zu Website-Entwicklungskosten unter 2).

Fremdwährungsumrechnung

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

Segmentabgrenzung

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

Erläuterungen

Operating Leasing

Leasingverhältnisse, bei denen ein wesentlicher Anteil der Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum am Leasingobjekt verbunden sind, beim Leasinggeber verbleibt, werden als Operating Leasing klassifiziert.

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

OnVista verfügt nur über Operating Leasing-Verhältnisse.

3. Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasst neben der OnVista AG die folgenden Tochtergesellschaften:

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

Mit Unterzeichnung des Kaufvertrags am 22. März 2007 hat die OnVista AG 100% der Anteile an der Ad2Net GmbH übernommen, die wiederum 100% der Anteile an der Toast Media GmbH hält. Somit gehörten die Ad2Net GmbH und die Toast Media GmbH seit dem 1. April 2007 zum Kreis der konsolidierten Unternehmen.

Im Geschäftsjahr wurde die OnVista New Business Development GmbH in Namendo GmbH umbenannt.

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

T€	31.12.2007
Kaufpreisermittlung	
- Barzahlung	4.230
- Anschaffungsnebenkosten abzgl. nachträglicher Minderung der Anschaffungskosten	10
Kaufpreissumme	4.240
Fair Value der erworbenen Vermögenswerte (netto)	327
Geschäfts- oder Firmenwert	3.913

Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von T€ 3.913 ist Folge der sehr guten Zukunftsaussichten des Geschäftsmodells und der zu erwartenden Synergiepotenziale zum bestehenden Mediengeschäft der OnVista Group. Aufgrund der sehr engen strategischen und organisatorischen Verknüpfungen zum bestehenden Mediengeschäft wird der Geschäfts- oder Firmenwert zukünftig vollständig auf Ebene der Cash Generating Unit Media zugeordnet.

Erläuterungen

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

T€	Fair Value	Buchwert zum 31.03.2007
Zahlungsmittel	20	20
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	750	750
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	530	530
Sachanlagen	52	52
Immaterielle Vermögenswerte	769	391
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-110	-110
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	-853	-853
Rückstellungen	-680	-680
Passive latente Steuern	-151	0
Gesamt	327	100

Im gesamten Geschäftsjahr 2007 erzielte die Ad2Net GmbH einen Jahresfehlbetrag in Höhe von T€ -227 bei einem Umsatz in Höhe von T€ 6.330. Seit der Erstkonsolidierung zum 1. April 2007 beträgt der Jahresfehlbetrag der Ad2Net T€ -135. Wäre der Erwerb bereits am 1. Januar 2007 erfolgt, hätte der Konzernumsatz T€ 28.095 und das Konzernergebnis vor Gewinnverteilung T€ 2.768 betragen. Die Beträge wurden unter Zugrundelegung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethode des Konzerns kalkuliert.

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

4. At-equity einbezogene Unternehmen

Gemäß der Equity-Methode wurde im Geschäftsjahr 2007 folgendes Unternehmen einbezogen:

	Beteili- gungsquote	Anteil am Eigenkapital 31.12.2007	Anschaf- fungs- kosten	Kumulierte Zu- schreibung	Kumulierte Abwertung/ Verlust	Verkaufs- erlös	Beteili- gungs- buchwert
	%	€	€	€	€	€	€
PROZENTOR GmbH, Berlin	25,1	0	510.000	0	510.000	-	0

Im Vorjahr wurden folgende Unternehmen nach der Equity-Methode einbezogen:

	Beteili- gungsquote	Anteil am Eigenkapital 31.12.2006	Anschaf- fungs- kosten	Kumulierte Zu- schreibung	Kumulierte Abwertung/ Verlust	Verkaufs- erlös	Beteili- gungs- buchwert
	%	€	€	€	€	€	€
PROZENTOR GmbH, Berlin	25,1	0	510.000	0	510.000	-	0

Nach der Equity-Methode werden die Anschaffungskosten der Beteiligungen um anteilige Gewinne bzw. Verluste, um anteilige Eigenkapitalveränderungen sowie um erhaltene Dividenden fortgeschrieben.

Im Geschäftsjahr wurden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Ergebnisse aus at-equity bilanzierten Unternehmen wie folgt übernommen:

€	2007	2006
PROZENTOR GmbH	0	0

Die Ergebnisübernahme erfolgte anhand eines vorläufigen, nicht testierten Jahresabschlusses der Gesellschaft.

B. Erläuterungen zur Konzernbilanz

5. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente betreffen Termingelder und Geldmarktanlagen mit einer Ursprungslaufzeit von weniger als drei Monaten in Höhe von T€ 9.898 (Vj.: T€ 28.015) sowie Guthaben bei Kreditinstituten in Höhe von T€ 194 (Vj.: T€ 692). Der effektive Zinssatz im Geschäftsjahr betrug durchschnittlich 3,55 % (Vj.: 3,4%).

6. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen zum Bilanzstichtag haben sämtlich eine Laufzeit von unter einem Jahr.

Für ausfallgefährdete Forderungen bestehen zum 31. Dezember 2007 Wertberichtigungen in Höhe von T€ 360 (Vj.: T€ 328). Diese wurden gebildet, weil zum Bilanzstichtag davon auszugehen ist, dass die Schuldner insolvenzgefährdet sind oder sich bereits im Insolvenzverfahren befinden. Hieraus ergab sich im Geschäftsjahr eine Ergebnisbelastung in Höhe von T€ 104. Aus der Auflösung von Wertberichtigungen ergab sich im Geschäftsjahr ein Ertrag in Höhe von T€ 72.

Für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 17, die zum 31. Dezember 2007 überfällig waren, wurde keine Einzelwertberichtigung gebildet, weil von einer vollständigen Werthaltigkeit ausgegangen wird. Die Forderungen waren mehr als 90 Tage überfällig, aber geringer als 6 Monate.

Die ausgewiesenen Buchwerte der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entsprechen den Fair Values.

7. Übrige kurzfristige Vermögenswerte

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

T€	2007	2006
Zinsabgrenzung	84	171
Im Voraus bezahlte Leistungen	287	152
Debitorische Kreditoren	121	66
Abziehbare Vorsteuer	188	0
Sonstige	5	5
Gesamt	685	394

Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte enthalten Beträge in Höhe von T€ 84 (Vj.: T€ 171), die erst nach dem Abschlussstichtag rechtlich entstehen. Es handelt sich dabei um abgegrenzte Zinsen.

8. Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten Lizenzen, Website-Entwicklungskosten, Software, Anzahlungen auf Software und Geschäfts- oder Firmenwerte.

Im Geschäftsjahr 2007 hat OnVista Entwicklungskosten in Höhe von T€ 268 (Vj.: T€ 191) aktiviert, die im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Websites angefallen sind. Die Abschreibungen auf Website-Entwicklungskosten erfolgen linear pro rata temporis über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer (3 Jahre) und betragen im Geschäftsjahr 2007 T€ 224 (Vj.: T€ 276).

Infolge des Erwerbs der Anteile an der A Med-World AG im Geschäftsjahr 2004 wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von T€ 2.535 aktiviert. Da der Geschäftsbetrieb der A Med-World AG zwischenzeitlich vollständig in die OnVista Media GmbH integriert worden ist, wird dieser Geschäfts- oder Firmenwert in voller Höhe der Cash Generating Unit Media, bestehend aus dem Portal Business, Performance Marketing und AdSales, zugeordnet und auf dieser Ebene im Rahmen eines jährlichen Impairment-Tests gemäß IAS 36 "Impairment of Assets" auf seine Werthaltigkeit überprüft. Im Geschäftsjahr 2007 resultierte aus diesem Impairment-Test kein Abwertungsbedarf. Die Bestimmung des Nutzungswerts der Cash Generating Unit Media basiert auf einem vom Management genehmigten 5-Jahresplan, dem eine Wachstumsrate zur Extrapolation der Cashflow-Prognosen über den Betrachtungszeitraum hinaus von 2% (Vj.: 2%) und ein Zinssatz vor Steuern von 13,4% (Vj.: 12,6%) zugrunde liegen. Eine Variation der Prämissen, insbesondere der unterstellten Wachstumsrate zur Extrapolation der Cashflow-Prognose als auch des unterstellten Zinssatzes nach Steuern um 20% hätte auf das Ergebnis des Impairment-Tests keinen Einfluss, d.h. es würde auch dann kein Abwertungsbedarf entstehen.

Des Weiteren wurde im Zuge des Erwerbs der A Med-World AG ein Teil des Kaufpreises in Höhe von T€ 255 bislang nicht aktivierten immateriellen Vermögenswerten zugeordnet. Hierzu zählen Kundenverträge, Markenrechte, Software und Datenbankinhalte. Die Abschreibungen auf diese Vermögenswerte erfolgen entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer (ein bis sechs Jahre) und betragen im Geschäftsjahr 2007 T€ 35 (Vj.: T€ 40).

Erläuterungen

Im Zuge des Erwerbs der Anteile an der Ad2Net AG mit Kaufvertrag vom 22. März 2007 wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von T€ 3.913 aktiviert. Der Geschäfts- oder Firmenwert wird in voller Höhe der Cash Generating Unit Media zugeordnet und auf dieser Ebene im Rahmen eines jährlichen Impairment-Tests gemäß IAS 36 „Impairment of Assets“ auf seine Werthaltigkeit überprüft. Des Weiteren wurde im Zuge des Erwerbs der Ad2Net AG ein Teil des Kaufpreises in Höhe von T€ 378 bislang nicht aktivierten immateriellen Vermögenswerten zugeordnet. Hierzu zählen Vermarktungsverträge und Markenrechte. Die Abschreibungen auf diese Vermögenswerte erfolgen entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer (ein bis sechs Jahre) und betragen im Geschäftsjahr 2007 T€ 63.

Die folgende Übersicht zeigt die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte im Geschäftsjahr:

T€	Selbsterstellte Software	Erworbene Software	Geschäfts- oder Firmenwerte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Anschaftungs- oder Herstellungskosten					
Anfangsstand 1.1.2006	2.343	1.295	2.895	591	7.124
Zugänge	191	1.060	0	672	1.923
Abgänge	0	0	0	0	0
Umgliederung	0	492	0	-1.189	-697
Endstand 31.12.2006 /					
Anfangsstand 1.1.2007	2.534	2.847	2.895	74	8.350
Zugänge	268	2.323	3.913	670	7.173
Zugänge durch Unternehmenserwerb	0	30	400	0	430
Abgänge	0	0	0	0	0
Umgliederung	0	154	0	-154	0
Endstand 31.12.2007	2.802	5.353	7.208	590	15.953
Abschreibungen / Auflösungen					
Anfangsstand 1.1.2006	1.870	1.156	360	0	3.386
Abschreibungen	276	270	0	0	546
Abgänge	0	0	0	0	0
Endstand 31.12.2006 /					
Anfangsstand 1.1.2007	2.146	1.426	360	0	3.932
Abschreibungen	224	673	31	0	928
Abgänge	0	0	0	0	0
Endstand 31.12.2007	2.370	2.099	391	0	4.859
Buchwert 31.12.2007	433	3.253	6.817	590	11.093
Buchwert 31.12.2006	388	1.421	2.535	74	4.418

Die Zuordnung der Abschreibungen auf einzelne Posten der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung kann Abschnitt 20 „Abschreibungen“ entnommen werden. In den aufgeführten Abschreibungen sind T€ 31 außerplanmäßige Abschreibungen auf den Geschäfts- oder Firmenwert enthalten. Diese beziehen sich auf einen aufgegebenen Geschäftsbereich innerhalb der Toast Media GmbH. Des Weiteren beinhalten die Abschreibungen auf erworbene Software außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von T€ 4, da die entsprechende Software nicht weiter genutzt wird.

Erläuterungen

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

Die folgende Übersicht zeigt die Entwicklung der Sachanlagen im Geschäftsjahr:

T€	Mietereinbauten	Hardware	Andere Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Anfangsstand 1.1.2006	625	1.844	176	2.645
Zugänge	0	152	43	195
Abgänge	0	0	-41	-41
Endstand 31.12.2006 /				
Anfangsstand 1.1.2007	625	1.996	178	2.799
Zugänge	32	335	85	453
Zugänge durch Unternehmenserwerb	0	15	36	52
Abgänge	0	-18	0	-18
Endstand 31.12.2007	658	2.329	298	3.286
Abschreibungen / Auflösungen				
Anfangsstand 1.1.2006	617	1.583	151	2.351
Abschreibungen	2	115	47	164
Abgänge	0	0	-41	-41
Endstand 31.12.2006 /				
Anfangsstand 1.1.2007	619	1.697	157	2.473
Abschreibungen	5	178	94	272
Abgänge	0	9	0	5
Endstand 31.12.2007	624	1.867	250	2741
Buchwert 31.12.2007	33	463	48	545
Buchwert 31.12.2006	6	299	21	326

9. Finanzielle Vermögenswerte und übrige langfristige Vermögenswerte

Im Geschäftsjahr 2007 wurden sämtliche zur Veräußerung gehaltenen finanziellen Vermögenswerte veräußert. Die Werte setzten sich wie folgt zusammen:

€	Datum Anschaffung	Nominalwert 31.12.2007	Wert zum 31.12.2007	Wert zum 31.12.2006	Unreali- sierter Gewinn kumuliert	Unreali- sierter Gewinn kumuliert
AHB Rheinboden AG (3,69%)	6.5.2004	0	0	3.000.000	0	0
Berlin-Hannoversche Hypothekenbank AG (3,65%)	30.6.2004	0	0	4.500.000	0	0
HSBC Trinkaus & Burkhardt KGaA (variabel)	13.5.2005	0	0	498.263	0	0
HSBC Trinkaus & Burkhardt KGaA (4%)	28.12.2006	0	0	3.898.000	0	0
Gesamt		0	0	11.896.263	0	0

Erläuterungen

Zum 31. Dezember 2007 hält die OnVista AG 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€ 0 (Vj.: T€ -2) im übrigen Comprehensive Income ausgewiesen. Durch den Verkauf von Wertpapieren wurde im Geschäftsjahr 2007 ein Verlust in Höhe von T€ 152 (Vj.: Verlust von T€ 447) erzielt. Aus den Verkäufen ergaben sich Einzahlungen von T€ 11.744 (Vj.: T€ 29.949). Infolge dieser Veräußerungen veränderte sich das übrige Comprehensive Income vor Steuern um netto T€ -5 (Vj.: T€ -9).

OnVista hat im Geschäftsjahr 2007 sämtliche im Besitz befindlichen Aktien der Lang & Schwarz Wertpapierhandelsbank AG veräußert. Bei dem Verkauf dieser Wertpapiere wurde im Geschäftsjahr 2007 ein Gewinn in Höhe von T€ 335 realisiert. Aus den Verkäufen ergaben sich Einzahlungen von T€ 559, womit sich das übrige Comprehensive Income vor Steuern um netto T€ -343 veränderte.

Die übrigen langfristigen Vermögenswerte enthalten Forderungen aus dem Verkauf der Anteile an der Interactive Data Managed Solutions AG (vormals IS.Teledata AG) aus dem Jahr 2005 in Höhe von T€ 1.783 (Vj.: 1.801). Dieser Betrag wird zur Abdeckung etwaiger Garantieansprüche bis zu vier Jahre lang notariell verwaltet. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ergibt sich aus einem aufgetretenen Garantiefall.

10. Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Sie werden im Zugangszeitpunkt zu beizulegenden Zeitwerten angesetzt. Die Folgebewertung erfolgt unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Die Verbindlichkeiten haben sich im Jahr 2007 folgendermaßen entwickelt:

T€	1.1.2007	Zuführungen	Verbrauch	Auflösung	31.12.2007
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.689	2.822	-1.689	0	2.822
Erhaltene Anzahlungen	30	72	-30	0	72
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	26.391	1.948	-26.391	0	1.948
Gesamt	28.110	4.842	-28.110	0	4.842

In den übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten per 1.1.2007 sind T€ 25.125 enthalten, die im Zuge der beschlossenen Erhöhung und gleichzeitigen Herabsetzung des Grundkapitals der OnVista AG am 16. Januar 2007 an die Aktionäre der OnVista AG ausgeschüttet wurden (siehe hierzu auch Abschnitt 12).

Die Buchwerte der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, erhaltenen Auszahlungen und übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten entsprechen den Fair Values. Alle Verbindlichkeiten sind innerhalb von 3 Monaten fällig.

11. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen haben sich im Geschäftsjahr 2007 wie folgt entwickelt:

T€	1.1.2007	Zuführungen	Verbrauch	Auflösung	31.12.2007
Sondervergütungen	80	80	-80	0	80
Kosten der Hauptversammlung und des Geschäftsberichts	130	146	-130	0	146
Zuführung durch Änderungen des Konsolidierungskreises	0	680	-680	0	0
Gesamt	210	906	-890	0	226

Erläuterungen

Alle sonstigen Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Die Rückstellungen für Sondervergütungen wurden für mögliche Bonuszahlungen an den Vorstand der OnVista AG gebildet, die noch der Unsicherheit der Entscheidung des Aufsichtsrats der OnVista AG unterliegen. Die Rückstellungen für die Hauptversammlung 2008 und den Geschäftsbericht 2007 unterliegen der Unsicherheit der noch abzuschließenden Vereinbarungen mit Dienstleistern und Lieferanten.

12. 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 2007 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.

Gezeichnetes Kapital

Die Hauptversammlung der OnVista AG hat am 27. Juni 2006 beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft im Wege der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln (§§ 207 ff. AktG) von € 6.700.000 um € 25.150.000 auf € 31.825.000 durch Umwandlung eines Teilbetrags von € 25.150.000 aus der Kapitalrücklage zu erhöhen (UR-Nr. 783/2006 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln). Die Kapitalerhöhung erfolgte ohne Ausgabe neuer Aktien.

Des Weiteren hat die gleiche Hauptversammlung der OnVista AG beschlossen, das nach Wirksamwerden der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln vorhandene Grundkapital in Höhe von € 31.825.000 im Wege der ordentlichen Kapitalherabsetzung (§§ 222 ff. AktG) um € 25.125.000 auf € 6.700.000 herabzusetzen. Das Grundkapital wurde in der Art herabgesetzt, dass der auf jede Aktie entfallende anteilige Betrag am Grundkapital auf € 1,00 herabgesetzt wurde. Die Kapitalherabsetzung erfolgte zum Zwecke der Rückzahlung eines Teils des Grundkapitals an die Aktionäre, und zwar in der Weise, dass auf jede am Tag der Auszahlung vorhandene Aktie der Betrag von € 3,75 ausgezahlt wurde.

Die Beschlüsse zur Erhöhung und anschließenden Herabsetzung des Grundkapitals sind mit Eintragung ins Handelsregister am 4. Juli 2006 wirksam geworden. Die Auszahlung erfolgte nach Ablauf einer sechsmonatigen Gläubigerschutzfrist am 16. Januar 2007.

Eigene Anteile (Treasury Stock)

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Juni 2006 (UR-Nr. 783/2006 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) wurde der Vorstand gemäß § 71 Absatz 1 Nr. 8 Aktiengesetz ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 26. Dezember 2007, außer zum Zwecke des Handels mit eigenen Aktien, Aktien der Gesellschaft in einem Umfang von bis zu 10% des Grundkapitals der Gesellschaft über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre der Gesellschaft gerichteten öffentlichen Kaufangebots zu erwerben. Dieser Beschluss wurde auf der Hauptversammlung der Gesellschaft am 13. Juni 2007 (UR-Nr. 764/2007 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) aufgehoben und durch eine gleich lautende Ermächtigung, die bis zum 12. Dezember 2008 läuft, ersetzt.

Die OnVista AG hat im Geschäftsjahr 2007 im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms insgesamt 50.000 eigene Aktien erworben. Die Anschaffungskosten der Aktien betragen € 589.882. In 2007 wurden insgesamt 36.175 eigene Anteile veräußert. Der beim Verkauf realisierte Verlust in Höhe von € 128.030 wurde unter Berücksichtigung latenter Steuern erfolgsneutral im Eigenkapital von der Kapitalrücklage abgesetzt.

Zum 31. Dezember 2007 hält die OnVista AG insgesamt 33.264 eigene Anteile zu Anschaffungskosten von € 363.595. Dies entspricht einem Anteil von 0,65% des Grundkapitals der Gesellschaft. Der Kurswert dieser Aktien beträgt am 31. Dezember 2007 € 755.093. Die eigenen Anteile werden mit ihren Anschaffungskosten als Korrekturposten vom Eigenkapital abgesetzt.

Andere Gewinnrücklagen

OnVista hat im Rahmen der Aufstellung des Jahresabschlusses 2007 aus dem handelsrechtlichen Ergebnis keine Beträge in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt. Diese betragen somit weiterhin € 0 (Vj.: € 0).

Genehmigtes Kapital

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 29. Juni 2004 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 28. Juni 2009 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 15. Juli 2004.

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 Vorstands 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 Vorstands 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 Vorstands 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 Vorstands 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 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 Aktienoptionsplan 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.

Dividenden

Im Geschäftsjahr 2007 wurden Dividenden in Höhe von T€ 665 an die Aktionäre der OnVista AG ausgeschüttet (Vj.: T€ 667). Dies entspricht € 0,10 je Aktie.

Kumuliertes übriges Comprehensive Income

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

T€	Vor Steuern	Steuereffekt	Netto
Unrealisierte Gewinne/Verluste (-) aus der Marktbewertung von Wertpapieren			
1.1.2006	5	-8	-3
Veränderung der unrealisierten Gewinne/Verluste (-)	343	-136	207
Abzgl. Realisierte Gewinne/Verluste	-9	7	-2
Unrealisierte Gewinne/Verluste (-), gesamt	339	-137	202
Kumuliertes übriges Comprehensive Income zum 31.12.2006	339	-137	202
Unrealisierte Gewinne/Verluste (-) aus der Marktbewertung von Wertpapieren:			
1.1.2007	339	-137	202
Veränderung der unrealisierten Gewinne/Verluste (-)	0	0	0
Abzgl. Realisierte Gewinne/Verluste (-)	-339	137	-202
Unrealisierte Gewinne/Verluste (-), gesamt	0	0	0
Kumuliertes übriges Comprehensive Income zum 31.12.2007	0	0	0

13. Aktienoptionsprogramm

Der Konzern verfügt zum Bilanzstichtag über einen fixen "Stock Option Plan". Die Bewertung und Bilanzierung erfolgt nach IFRS 2 „Share-based Payments“.

Mit Zustimmung der Hauptversammlung vom 30. Mai 2001 (UR-Nr. 668/2001 des Notars Dr. Christoph Neuhaus, Köln) hat die OnVista AG den "OnVista Aktienoptionsplan 2001" 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 Tochterunternehmen (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 Vorstands, 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.

Bei Ausübung der Optionen findet ein Ausgleich in Form von Aktien der OnVista AG statt. Diese können, sofern vorhanden, entweder aus dem Bestand an eigenen Aktien der OnVista AG entnommen werden oder durch die Ausgabe neuer Aktien im Zuge einer bedingten Kapitalerhöhung bedient werden (siehe hierzu auch Kapitel „Bedingtes Kapital“).

OnVista bilanziert aktienorientierte Vergütungspläne gemäß IFRS 2 "Stock-based Payment". Hiernach führt die Ausgabe von Aktienoptionen für alle anteilsbasierten Vergütungen, die nach dem 7. November 2002 gewährt wurden, entsprechend der Laufzeit des Erdienungszeitraums zu Personalaufwand.

Erläuterungen

Die Entwicklung der an berechnigte Arbeitnehmer ausgegebenen Stock Options stellt sich im Geschäftsjahr 2007 wie folgt dar:

	2007		2006	
	Anzahl Optionen auf OnVista Aktien	Durchschnittlicher Ausübungspreis €	Anzahl Optionen auf OnVista Aktien	Durchschnittlicher Ausübungspreis €
Bestand am Jahresanfang	81.125	6,55	218.315	8,97
Gewährt	0	0,00	0	0,00
Ausgeübt	36.425	6,39	63.440	6,01
Verfallen	18.075	6,62	73.750	14,50
Ausgelaufen	0	0	0	0
Noch bestehend am Jahresende	26.625	6,72	81.125	6,26
Ausübbar am Jahresende	1.625	7,13	6.500	6,65

Der durchschnittliche Ausübungspreis je Option setzt sich für unterschiedliche Ausgabezeitpunkte wie folgt zusammen:

	2007		2006	
	Anzahl Optionen auf OnVista Aktien	Durchschnittlicher Ausübungspreis €	Anzahl Optionen auf OnVista Aktien	Durchschnittlicher Ausübungspreis €
	1.625	7,13	20.000	6,42
	15.750	6,27	41.625	5,64
	9.250	7,42	19.500	6,91
	26.625	6,72	81.125	6,26

Die Optionen haben eine durchschnittliche Restlaufzeit von 0,9 Jahren (Vj.: 2,0 Jahre).

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

	2002	2003	2004
Durchschnittlich erwartete Dividendenrendite	0,0%	0,0%	0,0%
Erwartete Volatilität	72,22%	78,35%	48,50%
Risikofreier Anlagezinssatz	6,0%	5,0%	4,0%
Basiskurs der OnVista-Aktie	€ 4,75	€ 4,18	€ 5,12
Erwartete Dauer bis zur Ausübung beim „OnVista Aktienoptionsplan 2001“	2, 3, 4 bzw. 5 Jahre	2, 3, 4 bzw. 5 Jahre	2, 3, 4 bzw. 5 Jahre

Die erwartete Volatilität beruhte auf der historischen Volatilität (250 Tage) der OnVista-Aktie zum Stichtag.

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 28.1.2002	1,76	2,12	2,41	2,65
Zusage vom 28.1.2003	1,47	1,78	2,03	2,24
Zusage vom 28.1.2004	1,86	2,11	2,33	2,52

Erläuterungen

Der aus der Ausgabe der nach dem 7. November 2002 gewährten Aktienoptionen resultierende Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

T€	2007	2006	2005
Zusage vom 28.1.2003	8	21	40
Zusage vom 28.1.2004	5	12	28
Gesamt	13	33	68

Die Leistungen aus dem Aktienoptionsprogramm wurden jeweils zum Zeitpunkt ihrer Erbringung während des Erdienungszeitraums mit einer einhergehenden Erhöhung des Eigenkapitals erfasst. Daraus resultiert zum Stichtag eine Rücklage für Aktienoptionen in Höhe von € 266.885 (Vj.: € 253.805).

C. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

14. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse resultieren im Wesentlichen aus Werbeeinnahmen. Die Umsatzerlöse setzen sich aufgeteilt nach Geschäftsfeldern wie folgt zusammen:

T€	2007	2006
Internet Businesses	26.673	14.063
Corporate Services	0	0
Gesamt	26.673	14.063

In den Umsatzerlösen enthalten sind Erträge aus dem Tausch von Werbeleistungen in Höhe von T€ 132 (Vj. T€ 289).

15. Personalaufwand

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnungen für die Geschäftsjahre 2007 und 2006 enthalten folgenden Personalaufwand:

T€	2007	2006
Löhne und Gehälter	6.320	4.375
Soziale Abgaben	944	620
Gesamt	7.263	4.995

In den Löhnen und Gehältern enthalten ist auch der Aufwand aus dem OnVista-Aktienoptionsprogramm in Höhe von T€ 13 (Vj.: T€ 33).

16. Zinserträge

Im Berichtszeitraum hat der Konzern Zinserträge aus finanziellen Vermögenswerten in Höhe von T€ 481 (Vj.: T€ 1.218) generiert.

17. Forschung und Entwicklung

Im Berichtszeitraum hat der Konzern Forschungs- und Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Programmierung und Erweiterung von Tools der OnVista-Websites und des Performance-Marketing-Systems in Höhe von T€ 3.086 (Vj.: T€ 2.219) aufwandswirksam gebucht.

18. Werbekosten

Im Berichtszeitraum hat der Konzern Werbekosten in Höhe von T€ 460 (Vj.: T€ 372) aufwandswirksam gebucht.

Erläuterungen

19. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Latente Steuern, die auf zeitlichen Buchungsunterschieden beruhen, werden auf Grundlage des erwarteten zukünftigen Steuersatzes gebildet. Durch das am 6. Juli 2007 vom Bundesrat verabschiedete Unternehmenssteuerreformgesetz 2008 werden sich diese Steuersätze in Deutschland ab dem Jahr 2008 deutlich vermindern. Die Berechnung der latenten Steuern basiert somit auf einem effektiven Körperschaftsteuersatz von 15,8% (Vj.: 26,4%) zuzüglich eines effektiven Gewerbesteuersatzes von 15,75% (Vj.: 18,3%).

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

T€	31.12.2007	31.12.2006
Aktive latente Steuern:		
Ausgliederungsgewinn abzgl. steuerlicher Goodwill-Abschreibung	1.275	1.784
Summe aktive latente Steuern	1.275	1.784
Davon:		
mit einer Restlaufzeit < 1 Jahr	172	137
mit einer Restlaufzeit > 1 Jahr	1.103	1.647
Passive latente Steuern:		
Website-Entwicklungskosten	-273	-132
Immaterielles Anlagevermögen	-110	-75
Unrealisierte Kursgewinne auf Wertpapiere	0	-1
Sonstige	1	-20
Summe passive latente Steuern	-382	-228
Davon:		
mit einer Restlaufzeit < 1 Jahr	-127	-59
mit einer Restlaufzeit > 1 Jahr	-255	-169
Aktive latente Steuern, netto	893	1.556

In der Konzernbilanz werden aktive und passive latente Steuern saldiert ausgewiesen.

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 2007 gültige Gesamtsteuersatz von 39,9% (Vj.: 39,9%) mit dem Ergebnis vor Steuern multipliziert.

T€	2007	2006
Erwarteter Steueraufwand / -ertrag (-)	2.291	1.087
Aufwand aus Aktienoptionsprogramm	5	13
Nichtabzugsfähige Betriebsausgaben	-111	12
Verkauf Finanzanlagen	-125	0
Latente Steuern durch Steuersatzanpassung	235	0
Steuern für Vorperioden	360	0
Nichtabzugsfähige Verluste im Konzern	260	0
Sonstiges	-34	29
Ausgewiesener Steueraufwand	2.881	1.141

Der effektive Steuersatz in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung beträgt 50,2% (Vj.: 41,9%).

Erläuterungen

Der latente Steueraufwand / Steuerertrag für die Geschäftsjahre 2007 und 2006 stellt sich wie folgt dar:

T€	2007	2006
Veränderung der aktiven und passiven latenten Steuern	663	180
Erfolgsneutrale Steuereffekte		
Verkauf eigener Anteile, direkt mit der Kapitalrücklage verrechnet	0	0
Unrealisierte Gewinne auf Wertpapiere des Umlaufvermögens („available-for-sale securities“)	137	-129
Erfolgswirksame Veränderung der aktiven und passiven latenten Steuern	800	51
Veränderung der aktiven und passiven latenten Steuern infolge des Erwerbs konsolidierter Tochterunternehmen	-152	0
Latenter Steueraufwand	648	51

Im Steueraufwand sind laufende Steuern in Höhe von T€ 2.233 (Vj.: T€ 1.090) enthalten. Die Steuerverbindlichkeiten zum Stichtag betragen T€ 1.006 (Vj.: T€ 2.160). Demgegenüber stehen Ertragsteuerforderungen in Höhe von T€ 278 (Vj.: T€ 418).

Auf Verlustvorträge der OnVista Media GmbH in Höhe von T€ 564 wurden keine latenten Steuern angesetzt, da die steuerliche Anerkennung des Verlustvortrages noch im Einspruchsverfahren ist.

20. Abschreibungen

Die Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung unterschiedlichen Aufwandspositionen zugeordnet:

T€	Abschreibungen auf erworbene Vermögenswerte		Abschreibungen auf selbst erstellte Vermögenswerte		Summe	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Position der Gewinn- und Verlustrechnung						
Herstellungskosten	148	88	0	0	148	88
Marketing- und Vertriebskosten	85	38	0	0	85	38
Allgemeine Verwaltungskosten	106	61	0	0	106	61
Forschungs- und Entwicklungskosten	612	247	224	277	836	524
Sonstiger Aufwand	31	0	0	0	31	0
Gesamt	980	434	224	277	1.205	711

D. Sonstige Erläuterungen

21. Segmentberichterstattung

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

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

Erläuterungen

Folgende Übersicht zeigt die Vergleichszahlen des Geschäftsjahres 2007:

T€	Internet Businesses	Corporate Services	Konsolidierung	Konzern
Außenumsatz	26.673	0	0	26.673
Innenumsatz	5	0	-5	0
Segmenterlöse	26.677	0	-5	26.673
Sonstige betriebliche Erträge	340	666	-393	613
Operative Kosten	-19.827	-1.384	398	-20.814
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-1.200	-4	0	-1.205
- davon außerplanmäßig	0	0	0	-0
Operatives Ergebnis	5.990	-722	0	5.267
Finanzergebnis	177	298	0	475
- davon aus Equity-Beteiligung	0	0	0	0
Segmentergebnis	6.167	-424	0	5.742
Segmentvermögen	4.804	26.855	-3.246	28.413
Segmentschulden	4.662	3.673	-2.261	6.074
Latente Steuern	110	783	0	893
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	3.364	0	0	3.364

Die Umsatz-, Ergebnis- und Vermögenssituation in den einzelnen Segmenten stellt sich im Geschäftsjahr 2006 wie folgt dar:

T€	Internet Businesses	Corporate Services	Konsolidierung	Konzern
Außenumsatz	14.063	0	0	14.063
Innenumsatz	9	0	-9	0
Segmenterlöse	14.072	0	-9	14.063
Sonstige betriebliche Erträge	189	464	-361	292
Operative Kosten	-10.879	-1.609	370	-12.118
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-701	-9	0	-710
- davon außerplanmäßig	0	0	0	0
Operatives Ergebnis	2.680	-1.154	0	1.526
Finanzergebnis	98	1.099	0	1.197
Segmentergebnis	2.778	-55	0	2.723
Segmentvermögen	3.428	50.076	-3.069	50.435
Segmentschulden	2.686	30.113	-2.320	30.479
Latente Steuern	0	1.555	0	1.555
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	1.115	320	0	1.435

Das Segmentvermögen besteht vollständig aus betriebsnotwendigen Vermögenswerten. Im Segment Internet Businesses sind dies insbesondere die selbsterstellten und erworbenen Vermögenswerte und die Forderungen aus

Erläuterungen

Lieferungen und Leistungen. Im Segment Corporate Services bildet im Wesentlichen das Finanzvermögen das Segmentvermögen.

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

Im Segment Internet Businesses wurden 15% (Vj.: 12%) des Umsatzes mit Kunden außerhalb Deutschlands erzielt. Im Segment Internet Businesses gab es keinen Kunden (Vj.: keinen Kunden), der mehr als 10% der Segmentumsätze ausmachte.

Es existieren keine Sekundärsegmente.

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 2007 T€ 388 (Vj.: T€ 267). Aus Verträgen für das Leasing von technischen Geräten fielen im Geschäftsjahr 2007 Leasingaufwendungen in Höhe von T€ 110 (Vj.: T€ 60) an.

Die in Folgejahren zu leistenden Mindestmiet- und Leasingzahlungen sowie Zahlungen aus sonstigen unkündbaren Verträgen mit Lieferanten und Dienstleistern mit einer ursprünglichen oder verbleibenden Laufzeit von mehr als einem Jahr summieren sich zum 31. Dezember 2007 wie folgt:

T€	Mindestmiet- und Leasingzahlungen	Sonstige Zahlungsverpflichtungen	Summe
2008	441	955	1.396
2009	252	955	1.207
2010	47	955	1.002
2011	43	0	43
2012	22	0	22
Folgejahre	11	0	11
Gesamt	815	2.866	3.681

Im Vorjahr ergaben sich folgende finanzielle Verpflichtungen:

T€	Mindestmiet- und Leasingzahlungen	Sonstige Zahlungsverpflichtungen	Summe
2007	319	600	919
2008	319	600	919
2009	200	600	800
2010	14	600	614
2011	14	0	14
Folgejahre	14	0	14
Gesamt	880	2.400	3.279

23. Beziehungen zu nahestehenden Personen

Im Geschäftsjahr 2007 gab es berichtspflichtige Vorgänge im Zusammenhang mit natürlichen oder juristischen Personen, die dem Konzern nahestehen. Dies betrifft Kundenbeziehungen mit Gesellschaften, die mittelbar oder unmittelbar zum Mehrheitsgesellschafter der OnVista AG, der Boursorama SA, gehören.

24. Bezüge von Aufsichtsrat und Vorstand

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr wie folgt zusammen:

Michael W. Schwetje

Das Vorstandsmitglied hat kein Aufsichtsratsmandat inne. In 2006 gehörte zudem Herr Friedrich Oidtmann dem Vorstand an (bis 27. Juni 2006).

Erläuterungen

Die Bezüge des Vorstands betragen im Geschäftsjahr 2007 T€ 153 (Vj.: T€ 246). Aus einer erfolgsorientierten Vergütung des Vorstands entstand im Geschäftsjahr 2007 ein Aufwand in Höhe von T€ 64 (Vj.: T€ 131).

Ein Einzelausweis der Vorstandsbezüge erfolgt nicht. Die Hauptversammlung der OnVista AG hat am 27. Juni 2006 beschlossen, dass die nach § 285 Satz 1 Nr.9 lit. a) Satz 5-9 sowie § 314 Absatz 1 Nr. 6 lit. a) HGB verlangten Angaben für die kommenden 5 Jahre unterbleiben.

Dem Vorstand wurden im Jahr 2007 wie im Vorjahr keine Rechte auf den Bezug von Aktien der Gesellschaft gewährt.

Die Zahl der von den Mitgliedern des Vorstands gehaltenen Aktien der OnVista AG stellt sich zum 31. Dezember 2007 wie folgt dar:

	Michael W. Schwejje
Aktien der Gesellschaft	2.500
Bezugsrechte	2.500

Der Aufsichtsrat setzte sich zum Ende des Geschäftsjahres wie folgt zusammen:

- Ramón Blanco, Director of International Operations Boursorama SA, stellvertretender Vorsitzender (seit 24. Oktober 2007)
- Anne-Sophie Perrachon, stellvertr. Director of International Operations Boursorama SA (seit 24. Oktober 2007)
- Ralf Freiherr von Ziegesar, Geschäftsführer des Online-Brokers Fimatex, der deutschen Zweigniederlassung der Boursorama SA, Vorsitzender (seit 24. Oktober 2007)

Herr Ramón Blanco ist Mitglied des Aufsichtsrats der Veritas SG Investment Trust GmbH. Herr Ralf Freiherr von Ziegesar ist Vorsitzender des Aufsichtsrats der Veritas SG Investment Trust GmbH und stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der Focam AG.

Darüberhinaus gehörten folgende Personen im Verlauf des Geschäftsjahres dem Aufsichtsrat an:

- Dr. Christoph Braun, stellvertretender Vorsitzender (von 13. Juni 2007 bis 19. Oktober 2007)
- Dr. Paul-Bernhard Kallen, Geschäftsführer verschiedener Unternehmen des Burda-Konzerns, Vorsitzender (bis 13. Juni 2007)
- Friedrich Oidtmann, Geschäftsführer, stellvertretender Vorsitzender (bis 13. Juni 2007), Vorsitzender (von 13. Juni 2007 bis 19. Oktober 2007)
- Stephan Schubert, Unternehmer (bis 12. Oktober 2007).

Dr. Paul-Bernhard Kallen ist ferner Vorsitzender des Aufsichtsrats der Tomorrow Focus AG. Die Herren Friedrich Oidtmann und Stephan Schubert haben keine weiteren Aufsichtsratsmandate inne.

Im Berichtsjahr betragen die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats T€ 35 (Vj.: T€ 35).

Die Zahl der von den Mitgliedern des Aufsichtsrats gehaltenen Aktien der OnVista AG stellt sich zum 31. Dezember 2007 wie folgt dar:

	Ramón Blanco	Anne-Sophie Perrachon	Ralf Freiherr von Ziegesar
Aktien der Gesellschaft	0	0	0
Bezugsrechte	0	0	0

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

25. Mitarbeiter

Die durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Mitarbeiter betrug:

	2007	2006
Fest angestellte Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente)	115	75
Vorstand	1	1

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 2007 wie folgt:

	2007	2006
Konzernergebnis (T€)	2.861	1.582
Gewogener Durchschnitt der ausgegebenen Aktien – basic ('000)	6.664	6.676
Gewogener Durchschnitt der ausgegebenen Aktien – voll verwässert ('000)	6.682	6.725
Ergebnis je Aktie („basic earnings per share“)	0,43	0,24
Ergebnis je Aktie voll verwässert („diluted earnings per share“)	0,43	0,24

Für das Geschäftsjahr 2007 wurden 26.625 Aktienoptionen des „OnVista Aktienoptionsplans 2001“ in die Berechnung des Ergebnisses je Aktie (voll verwässert) einbezogen. Die Berechnung des Verwässerungseffekts erfolgte nach der Treasury Stock-Methode gemäß IAS 33 „Earnings per share“. Hierbei wird von der fiktiven Annahme ausgegangen, dass die Gesellschaft die entsprechenden Papiere zunächst erwirbt und dann ausgibt. Die Differenz zwischen Rücknahme- und Ausgabepreis verwässert die Position der Altaktionäre. Folgende Übersicht zeigt die Berechnungsgrundlage des Verwässerungseffekts zum 31. Dezember 2007:

	31.12.2007	31.12.2006
Anzahl der „im Geld“ befindlichen Aktienoptionen	26.625	81.125
Durchschnittlicher Ausgabepreis der Optionen	6,72	6,55
Gesamtwert der „im Geld“ befindlichen Optionen in €	179.003	531.478
Rücknahmepreis (als Schlusskurs der OnVista-Aktie am letzten Börsenhandelstag) in €	22,70	16,65
Verwässerungseffekt (in Anzahl Aktien)	18.739	49.204

Von den betroffenen Optionen dürfen entsprechend des „OnVista Aktienoptionsplan 2001“ 1.625 Stück zum 31. Dezember 2007 ausgeübt werden.

27. Großkunden

Im Geschäftsjahr 2007 hatte die Gesellschaft wie im Vorjahr keinen Kunden, mit dem mehr als 10% der Nettoumsätze getätigt wurden.

28. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es liegen keine berichtspflichtigen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag vor.

29. Honorar des Abschlussprüfers

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Juni 2007 wurde die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft zum Abschlussprüfer des Jahresabschlusses 2007 der OnVista AG und des OnVista-Konzerns bestimmt. Im Konzernabschluss 2007 sind T€ 53 (Vj.: T€ 40) als Honorar für die Abschlussprüfung der Mutter- und Tochterunternehmen sowie des OnVista-Konzerns berücksichtigt. Darüberhinaus sind T€ 20 (Vj.: T€ 0) für sonstige Bestätigungsleistungen entstanden.

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

Die OnVista AG hat für 2007 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und den Aktionären zugänglich gemacht.

Versicherung des gesetzlichen Vertreters

Ich versichere nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der OnVista Group vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Köln, 10. März 2008

Der Vorstand

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der OnVista AG, Köln, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang - sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2007 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen

über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, 10. März 2008

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



(Pollmann)
Wirtschaftsprüfer



(ppa. Tolls)
Wirtschaftsprüfer

Corporate-Governance-Empfehlungen weitgehend eingehalten

Das Thema „Corporate Governance“ wurde im Jahr 2007 in der Öffentlichkeit weiterhin intensiv diskutiert. Dabei reduzierte sich die Diskussion meist auf eine von rund 80 Empfehlungen des „Deutschen Corporate Governance Kodex“ (DCGK), nämlich die der individualisierten Ausweisung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung. Verdeckt wird davon die Tatsache, dass der DCGK insgesamt große Akzeptanz erfährt und vom überwiegenden Teil der börsennotierten Unternehmen weitgehend eingehalten wird. Der Kodex-Wortlaut wurde am 14. Juni 2007 in wenigen Punkten verändert.

Vorstand und Aufsichtsrat der OnVista AG haben sich im Berichtsjahr mit den Empfehlungen des DCGK befasst und zuletzt im Januar 2008 eine neue Entsprechenserklärung abgegeben. Sie ist vollständig einzusehen auf unserer Website www.onvista-group.de, in der Rubrik Investor Relations > Pflichtmitteilungen > Corporate Governance.

Entsprechenserklärung

OnVista befolgt alle im Kodex (Fassung vom 14. Juni 2007) niedergelegten Empfehlungen bis auf folgende Punkte:

- Die Gesellschaft hat ihre D&O-Versicherung im Jahr 2004 mit Wirkung für 2005 ff. erneuert. Der neue, bei einem anderen Anbieter abgeschlossene Vertrag beinhaltet wesentlich kostengünstigere Konditionen als der vorherige. Jedoch besteht in diesem Vertrag nicht die Möglichkeit eines Selbstbehalts. (3.8)
- Bis zum Jahr 2005 war OnVista in zwei Geschäftsfeldern aktiv. Seit der Veräußerung der Beteiligung an der Interactive Data Managed Solutions AG - ehemals IS.Teledata AG - (Geschäftsfeld Technologies) im Dezember 2005 fokussiert sich die OnVista AG auf das Internetgeschäft (Geschäftsfeld Media). Die Vorstandsaufgaben im Zusammenhang mit dem zweiten Geschäftsfeld sowie die übergeordnete Koordination der Geschäftsfelder sind dadurch weggefallen. Zum Management des verbleibenden Geschäfts ist ein Vorstand ausreichend. Da es bei der Gesellschaft nur einen Vorstand gibt, befasst sich die Geschäftsordnung nicht mit Ressortzuständigkeiten einzelner Vorstandsmitglieder. (4.2.1)
- Vorstand und Aufsichtsrat sind der Auffassung, dass auch außerordentliche Entwicklungen dem Vorstand zum Teil oder ganz zugerechnet werden können. (4.2.3)
- Bei drei Aufsichtsratsmitgliedern erübrigt sich die Bildung von Ausschüssen. (5.3.1/ 5.3.2/ 5.3.3)
- Eine höhere Vergütung des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden verglichen mit

einem einfachen Mitglied sieht die aktuelle Satzung nicht vor.

OnVista ist der Auffassung, dass durch eine erfolgsorientierte Vergütung die Überwachungsfunktion des Aufsichtsrats nicht verbessert wird. Zudem ist ein variabler Bestandteil vor dem Hintergrund der aktuellen Gesamtvergütung des Aufsichtsrats von nur EUR 35.000 nicht sinnvoll.

Eine individualisierte Angabe der Vergütung gibt nach Ansicht des Vorstands und des Aufsichtsrats Aktionären keine zusätzlichen Informationen, die ihnen in ihrer Anlageentscheidung helfen können. Daher wird die Gesamtvergütung ausgewiesen. (5.4.7)

- Die wesentlichen Zahlen zum Geschäftsjahr / Quartal gibt die Gesellschaft innerhalb des vorgegebenen Veröffentlichungszeitraums bekannt. Für den vollständigen Konzernjahresabschluss / Zwischenbericht wird dies ebenfalls angestrebt. Da sich jedoch nur ein kleines Team um die Erstellung der Finanzberichte kümmert, kann dies nicht immer gewährleistet werden. Spätestens wird der vollständige Geschäftsbericht jedoch vier Monate / der vollständige Quartalsbericht zwei Monate nach Ablauf des jeweiligen Berichtszeitraums veröffentlicht. (7.1.2)

Vorstandsvergütungsbericht

- **Grundzüge des Vergütungssystems des Vorstands**

Alle Vorstandsmitglieder haben einen Einkommensplan mit einem Zielgehalt, das sich aus einem fixen und einem variablen Anteil zusammensetzt. Der variable Anteil ist an die Erreichung von Zielen geknüpft, wozu unter anderem Ergebnisziele der OnVista AG gehören. Ein Verhältnis zwischen fixer und variabler Vergütung, bei dem der variable Anteil nahezu die Hälfte der Gesamtvergütung ausmacht, wird angestrebt. Eine genaue Festlegung des angestrebten Verhältnisses erfolgt zu Beginn eines jeden Kalenderjahres.

Als langfristige Erfolgskomponente können die Vorstandsmitglieder Aktienoptionen auf Aktien der OnVista AG erhalten. Allerdings hat der Vorstand seit dem Geschäftsjahr 2004 keine Aktienoptionen mehr erhalten. Der Aufsichtsrat ist der Meinung, dass die zusätzliche Ausgabe von Aktienoptionen keinen Mehrwert bringt. Die Anzahl der angebotenen Aktienoptionen orientiert sich an der Erreichung der o.g. Ziele. Basis für die Gewährung von Aktienoptionen ist der „OnVista Aktienoptionsplan 2001“. Inhaltlich entsprechen die Aktienoptionen denen, die auch Mitarbeitern der OnVista AG oder Mitarbeitern verbundener Unternehmen angeboten werden. Die genaue Ausgestaltung des Optionsplans ist in den

Erläuterungen dieses Geschäftsberichts (Punkt 13) ausführlich dargestellt.

• **Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2007**

Der Vorstand bestand im Geschäftsjahr aus Alleinvorstand Michael W. Schwetje.

Die Bezüge des Vorstands betragen im Geschäftsjahr 2007 T€ 153 (Vj.: T€ 246). Aus einer erfolgsorientierten Vergütung des Vorstands entstand im Geschäftsjahr 2007 ein Aufwand in Höhe von T€ 64 (Vj.: T€ 131). Dem Vorstand wurden im Jahr 2007 wie im Vorjahr keine Rechte auf den Bezug von Aktien der Gesellschaft gewährt.

Zum 31.12.2007 hielt der Vorstand der OnVista AG 2.500 Aktien und 2.500 Aktienoptionen.

Zum Ende des Berichtsjahres betrug der Wert der Vorstandsmitgliedern der OnVista AG gewährten Aktienoptionen € 41.132.

Die ordentliche Hauptversammlung der OnVista AG hat am 27. Juni 2006 mit Zweidrittelmehrheit beschlossen, auf die nach Personen aufgeschlüsselte Ausweisung der Vorstandsvergütung für die Dauer von fünf Jahren zu verzichten.

Aufsichtsratsvergütungsbericht

• **Grundzüge des Vergütungssystems des Aufsichtsrats**

Alle Aufsichtsratsmitglieder erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine fixe Vergütung. Der Vorsitzende erhält den anderthalbfachen Betrag. Aufsichtsratsmitglieder, die dem

Aufsichtsrat nicht während eines vollen Geschäftsjahres angehört haben, erhalten die feste Vergütung pro rata temporis. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten ferner den Ersatz ihrer Auslagen.

• **Aufsichtsratsvergütung im Geschäftsjahr 2007**

Der Aufsichtsrat setzte sich im Berichtsjahr zusammen aus Dr. Paul-Bernhard Kallen, Vorsitzender (bis 13. Juni 2007), Friedrich Oidtmann, stellvertretender Vorsitzender (bis 13. Juni 2007), Vorsitzender (von 13. Juni 2007 bis 19. Oktober 2007), Dr. Christoph Braun, stellvertretender Vorsitzender (von 13. Juni bis 19. Oktober 2007), Stephan Schubert (bis 12. Oktober 2007), Ralf Freiherr von Ziegesar, Vorsitzender (seit 24. Oktober 2007), Ramón Blanco, stellvertretender Vorsitzender (seit 24. Oktober 2007) sowie Anne-Sophie Perrachon (seit 24. Oktober 2007).

Im Berichtsjahr betragen die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats T€ 35 (Vj.: T€ 35). Es wurden keinerlei Rechte auf Bezug von Aktien der OnVista AG eingeräumt.

Directors' Dealings

§ 15a des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) verpflichtet Personen mit Führungsaufgaben, wie Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstands der OnVista AG sowie mit ihnen in enger Beziehung stehende Personen, den Kauf oder Verkauf von Aktien der OnVista AG oder sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten, insbesondere Derivaten, offenzulegen.

Im Geschäftsjahr 2007 sind uns Mitteilungen über folgende Geschäfte zugegangen:

Datum	Geschäftsart	Aktienzahl	Kurs €	Geschäftsvolumen €	Meldepflichtiger
03.01.2007	Verkauf	1.000	17,50	17.500,00	Fritz Oidtmann
04.01.2007	Verkauf	4.000	17,50	70.000,00	Fritz Oidtmann
04.01.2007	Verkauf	7.000	18,00	126.000,00	Stephan Schubert
05.01.2007	Verkauf	1.000	18,45	18.450,00	Stephan Schubert
05.01.2007	Verkauf	1.000	18,46	18.460,00	Stephan Schubert
05.01.2007	Verkauf	5.000	18,40	92.000,00	Stephan Schubert
16.01.2007	Verkauf	1.000	14,40	14.400,00	Stephan Schubert
17.04.2007	Kauf	4.405	11,54	50.817,80	Michael W. Schwetje
19.04.2007	Kauf	1.300	11,70	15.210,00	Michael W. Schwetje
16.10.2007	Verkauf	5.404	20,65	111.568,19	Michael W. Schwetje
16.10.2007	Verkauf	301	20,66	6.202,01	Michael W. Schwetje
18.10.2007	Verkauf	1.678.350	20,60	34.574.010,00	Michael W. Schwetje
18.10.2007	Verkauf	1.415.824	20,60	29.165.974,40	Burda Digital Ventures GmbH
18.10.2007	Verkauf	411.600	20,60	8.478.960,00	Fritz Oidtmann
28.11.2007	Verkauf	230	20,60	4.738,00	Michael W. Schwetje

Alle Geschäfte wurden auf unserer Unternehmens-Website www.onvista-group.de in der Rubrik „Investor Relations“ veröffentlicht. Weitere Mitteilungen über den Kauf oder Verkauf von Aktien der OnVista AG oder sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten lagen der OnVista AG nicht vor.

Finanzkalender 2007

Wesentliche Zahlen zu den ersten drei Monaten 2008	9. Mai 2008
Hauptversammlung 2008	2. Quartal 2008
Wesentliche Zahlen zu den ersten sechs Monaten 2008	30. Juli 2008
Wesentliche Zahlen zu den ersten neun Monaten 2008	4. November 2008

Börsendaten

WKN/ISIN	546 160/DE0005461602
Kürzel	ONV
Reuters Instrument Code	ONVG.DE
Wertpapiergattung	Nennwertlose Inhaber-Stammaktien
Prime Branche	Software
Industry Group	Internet
Zulassungssegment	bis 20.03.2008 Prime Standard; ab 21.03.2008 General Standard / Regulierter Markt
Designated Sponsor	HSBC Trinkaus & Burkhardt AG
Index-Mitgliedschaften	CDAX, GEX, Prime All Share, Technology All Share, Prime IG Internet

Informationen zum Unternehmen

Web:	www.onvista-group.de
Ansprechpartner:	Mareike Berkling, Public and Investor Relations
Tel.:	+49 (0) 22 03 / 91 46-203
Fax:	+49 (0) 22 03 / 180 640
eMail:	ir@onvista-group.de

Impressum

Herausgeber:	OnVista AG Sophienstr. 3 51149 Köln Tel.: +49 (0) 22 03/91 46-0 Fax: +49 (0) 22 03/180 640 eMail: ir@onvista-group.de Web: www.onvista-group.de
---------------------	--

Konzeption und Inhalt:	OnVista AG, Köln
Redaktion:	OnVista AG, Köln Finanz:Dialog GmbH, Düsseldorf

Redaktionsschluss: 10. März 2008
OnVista ist eine Marke der OnVista Media GmbH.

OnVista AG
Sophienstraße 3
51149 Köln

Tel: +49 (0) 2203 9146-0
Fax: +49 (0) 2203 180 640
eMail: ir@onvista-group.de
Web: www.onvista-group.de