



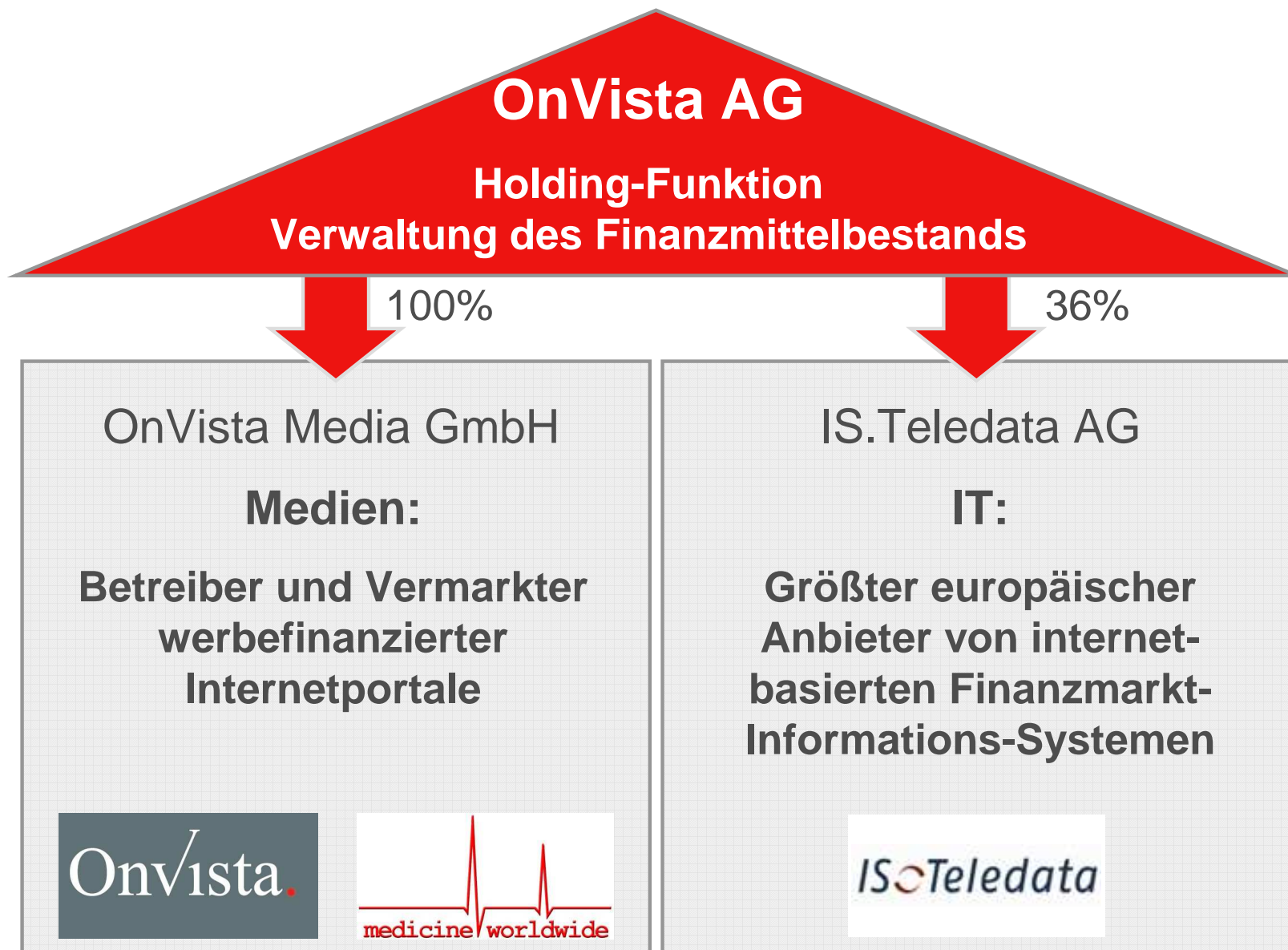
Jahres-Pressekonferenz / Analystenkonferenz 2005

Frankfurt am Main, den 6. April 2005



- **Jahresabschluss 2004**
- **Geschäftsfeld Media**
- **Geschäftsfeld Technologies**
- **Ausblick**

Medien- und IT-Unternehmen



Systematische Verschiebungen durch fusionsbedingte Änderung des Konsolidierungskreises

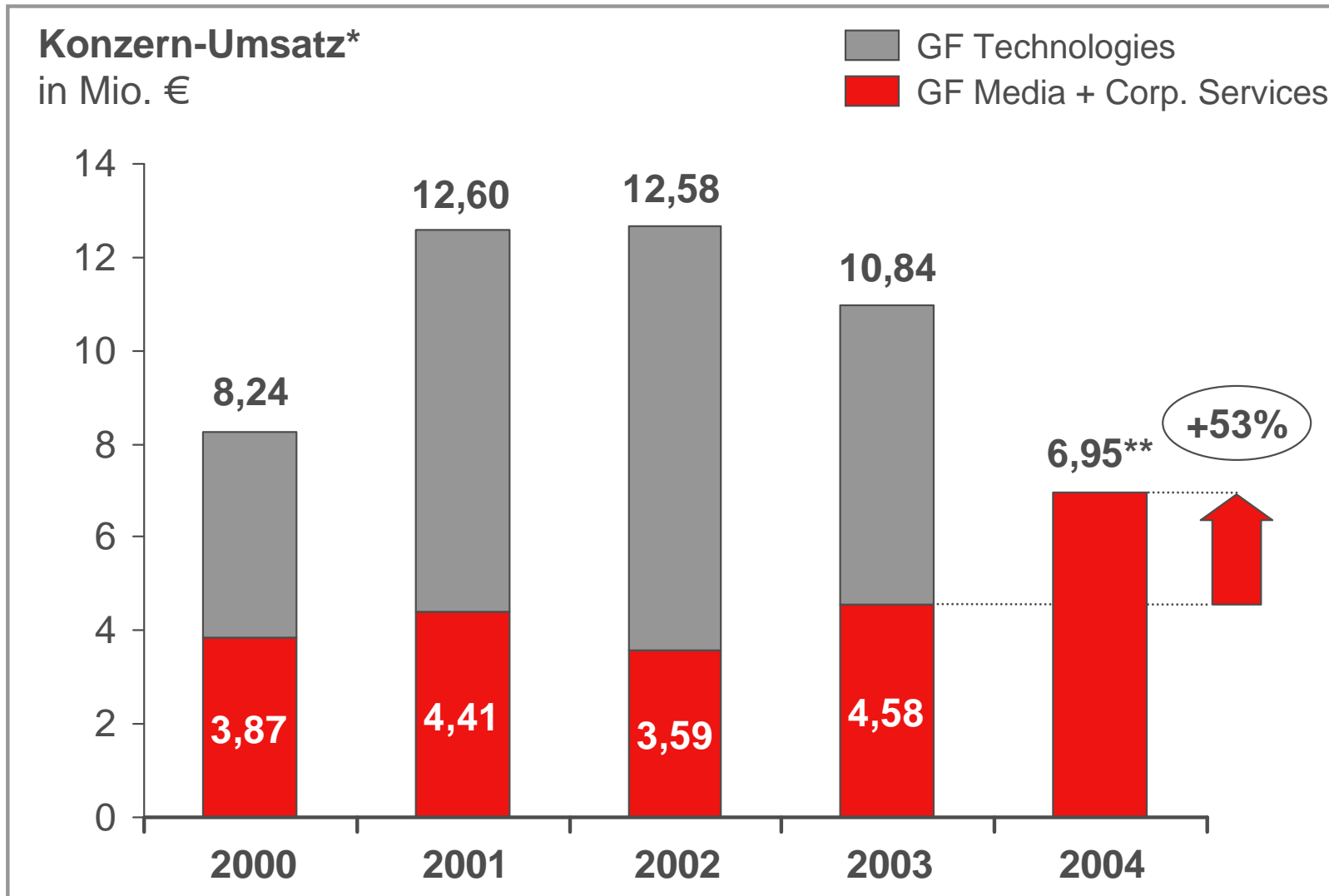
30.11.2003:
Entkonsolidierungs-
zeitpunkt

Einbeziehung in den Konzernabschluss

	Umsatz	2003	2004
GF	OnVista Technologies GmbH		
Techn.	IS.Teledata-Konzern		
GF	OnVista Media GmbH		
Media			
Segm.	Segment Corporate Services		
Corp.Serv.			

	Ergebnis vor/nach Steuern	2003	2004
GF	OnVista Technologies GmbH		
Techn.	IS.Teledata-Konzern		36,0%
GF	OnVista Media GmbH		
Media			
Segm.	Segment Corporate Services		
Corp.Serv.			

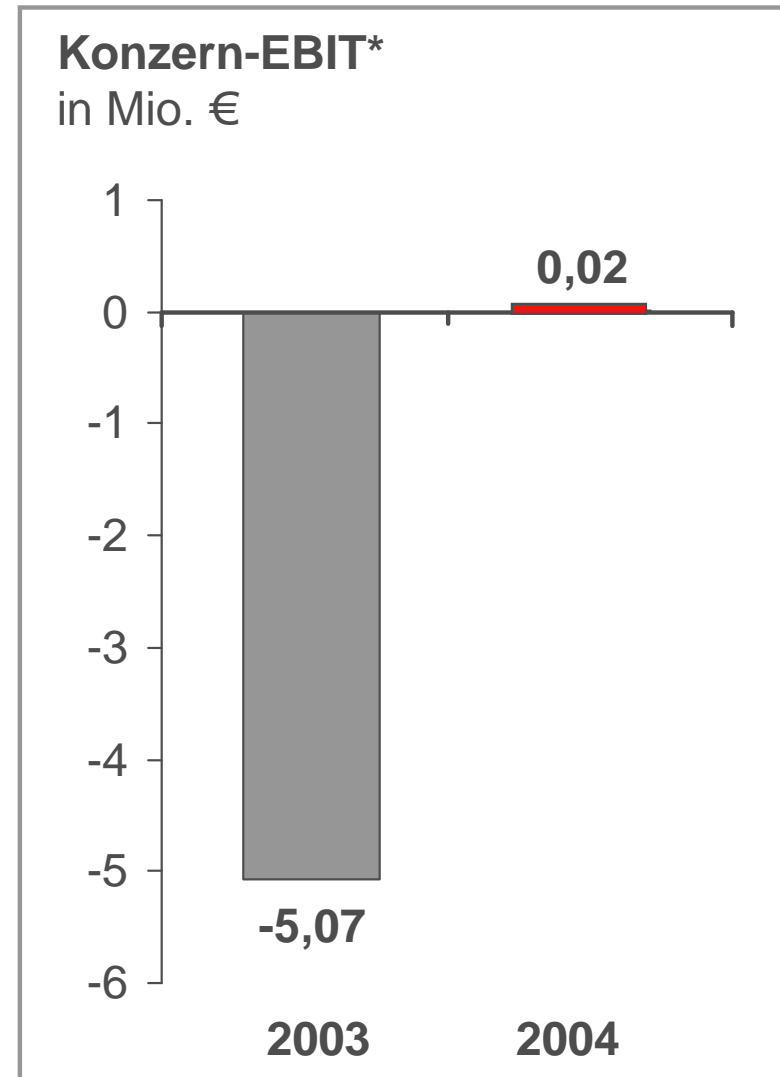
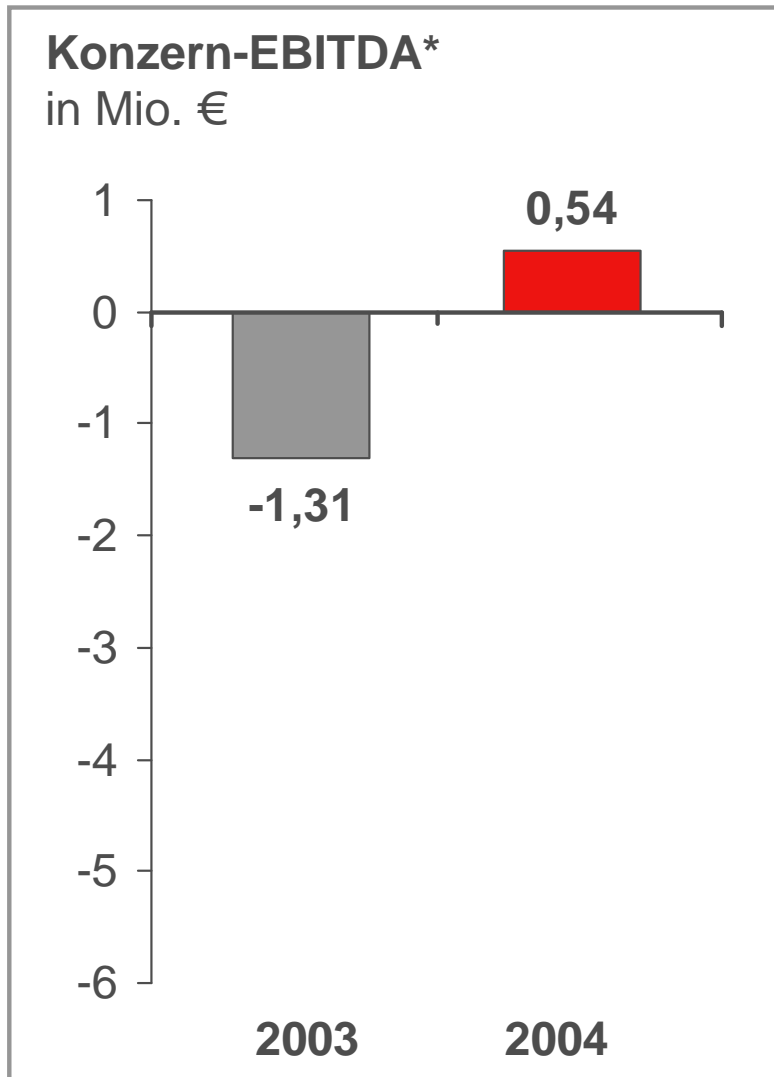
Umsatz um 53% gestiegen



* 2004: IFRS-Umstellung; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst; bis 2002 nach US-GAAP

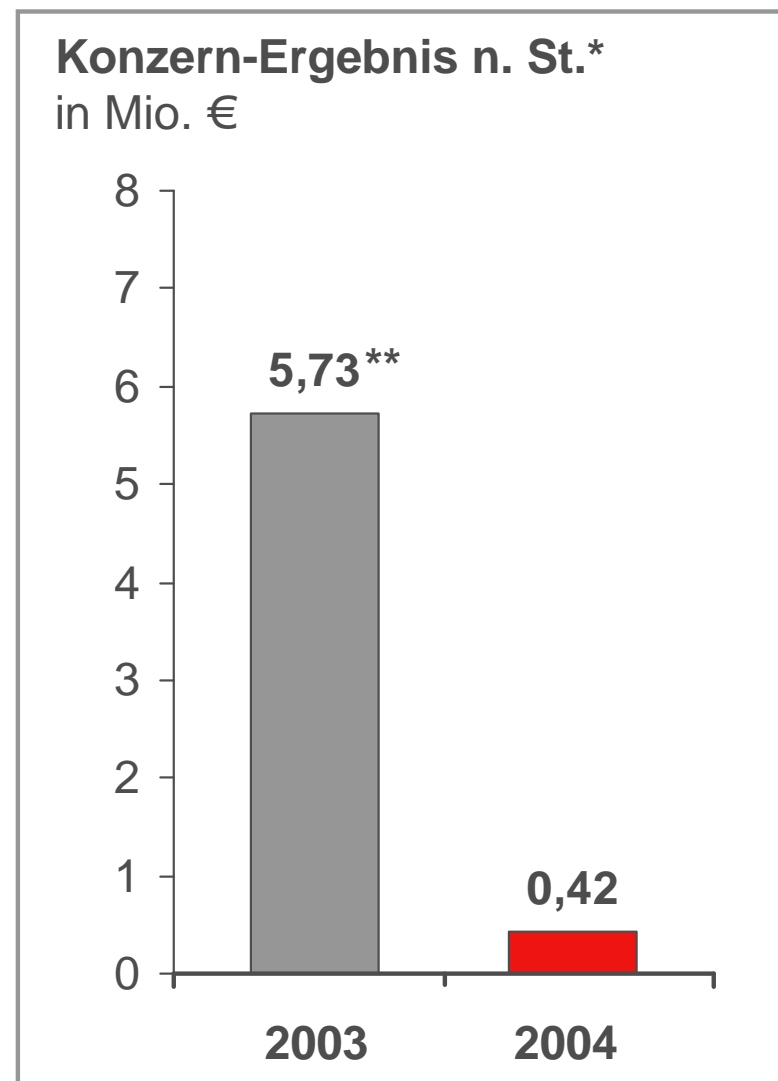
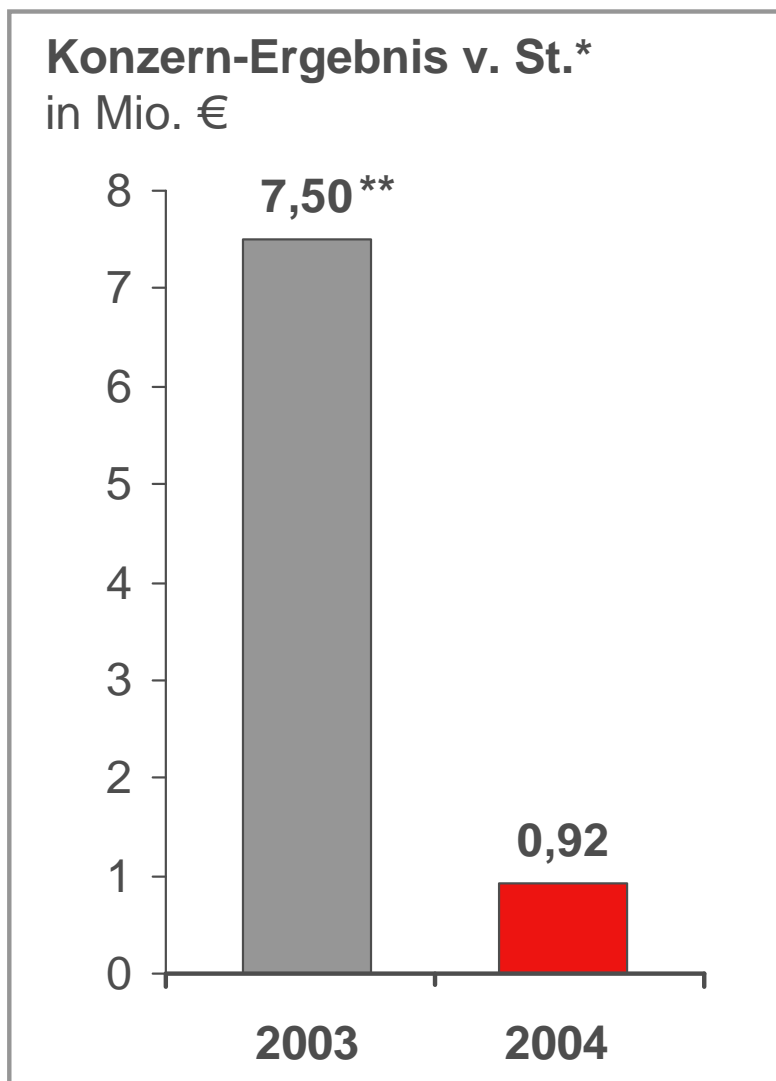
** Konzernumsatz ohne Erlöse des entkonsolidierten Geschäftsfelds Technologies

Operativ schwarze Zahlen geschrieben



* 2004: IFRS-Umstellung; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst

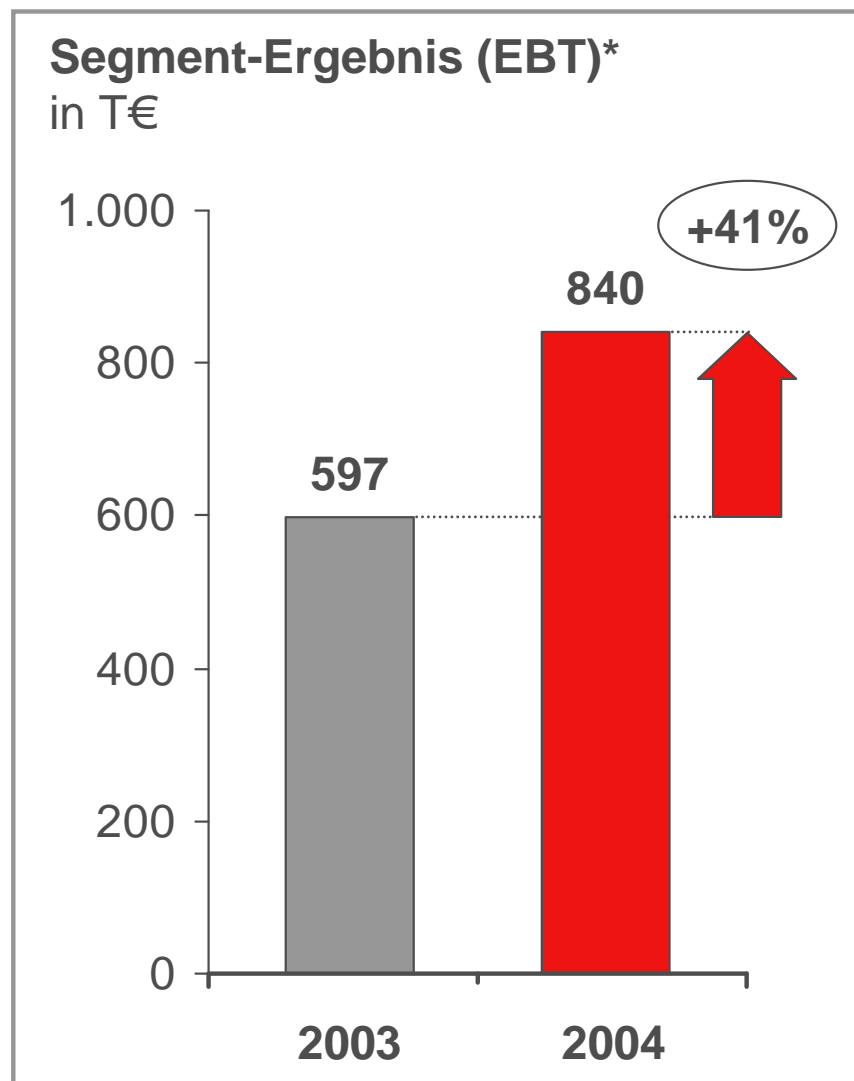
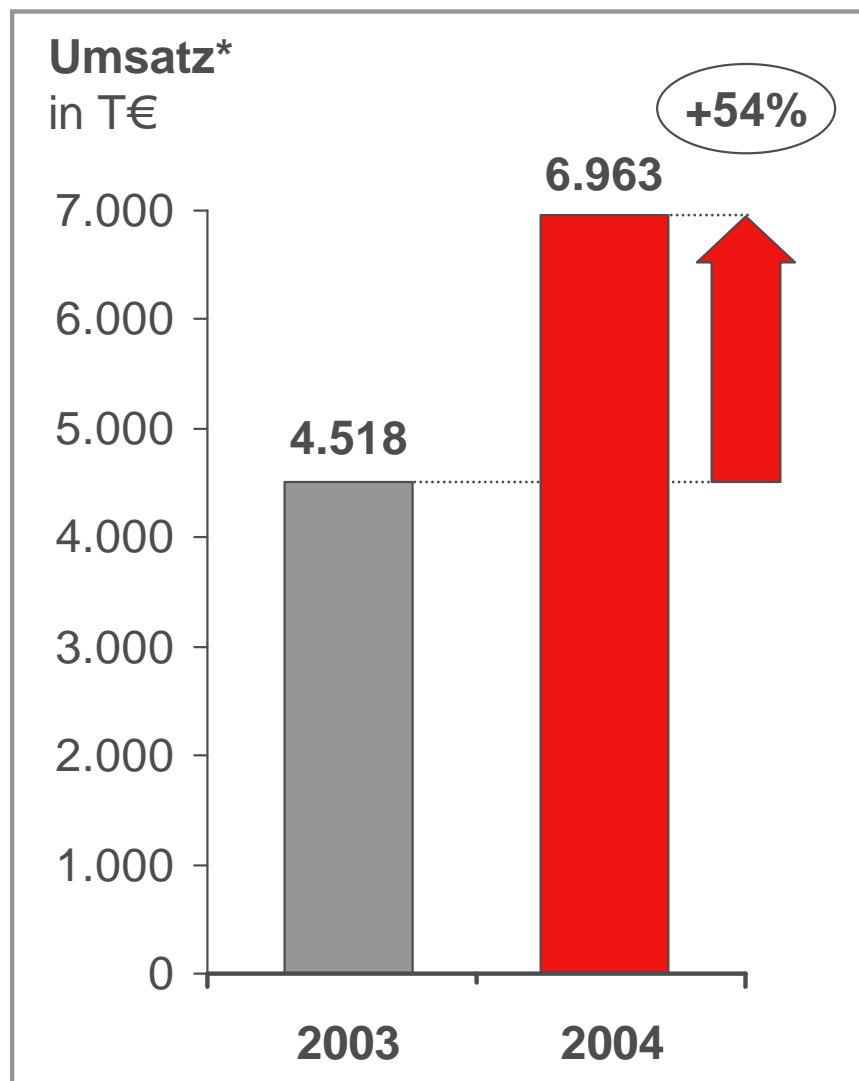
Konzernergebnis auch ohne buchhalterische Effekte positiv



* 2004: IFRS-Umstellung; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst

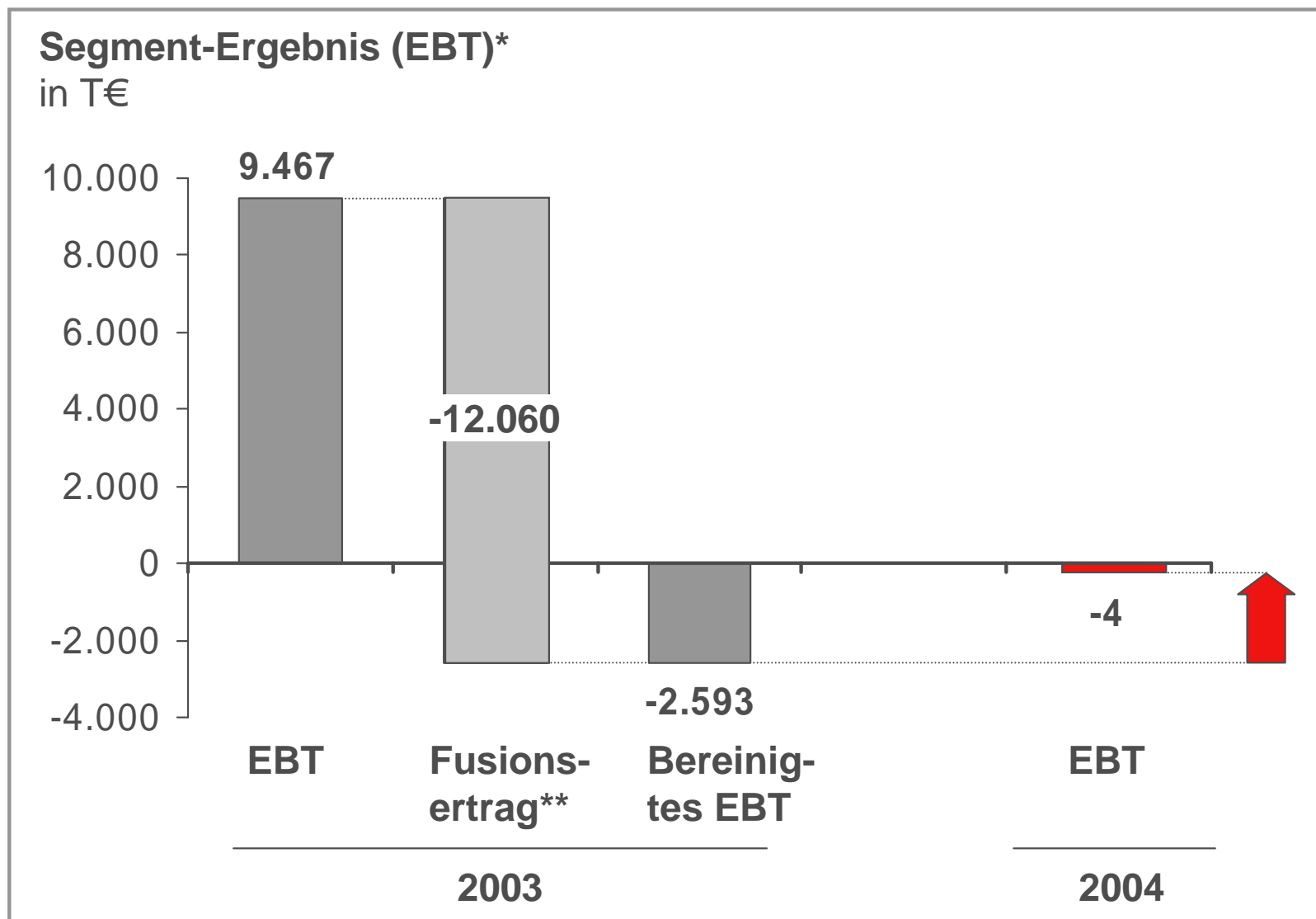
** 2003: inkl. des nicht liquiditätswirksamen Fusionsertrags in Höhe von € 12,06 Mio.

Geschäftsfeld Media profitabel gewachsen



* 2004: IFRS-Umstellung; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst

Turnaround im Geschäftsfeld Technologies

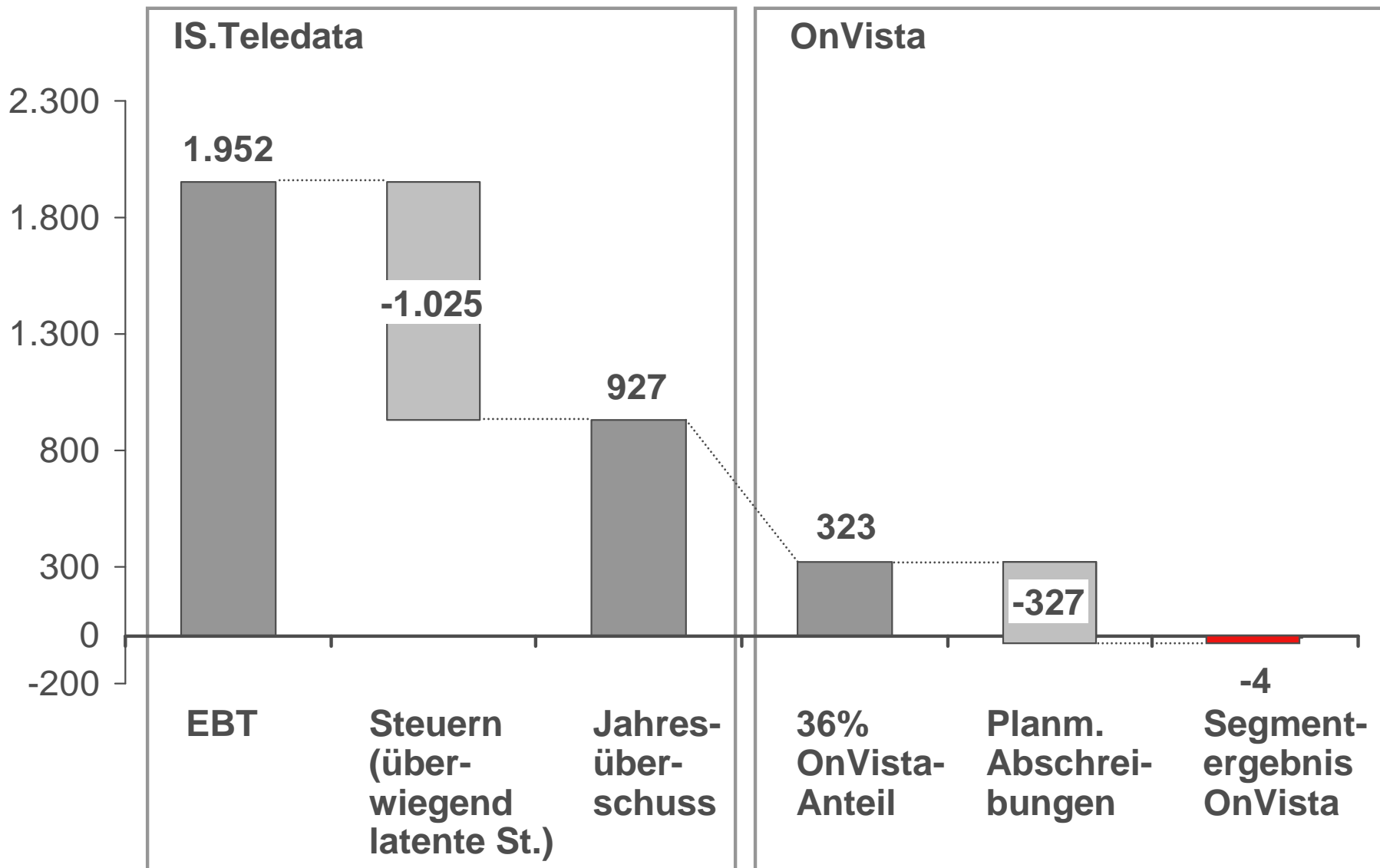


* 2004: IFRS-Umstellung; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst

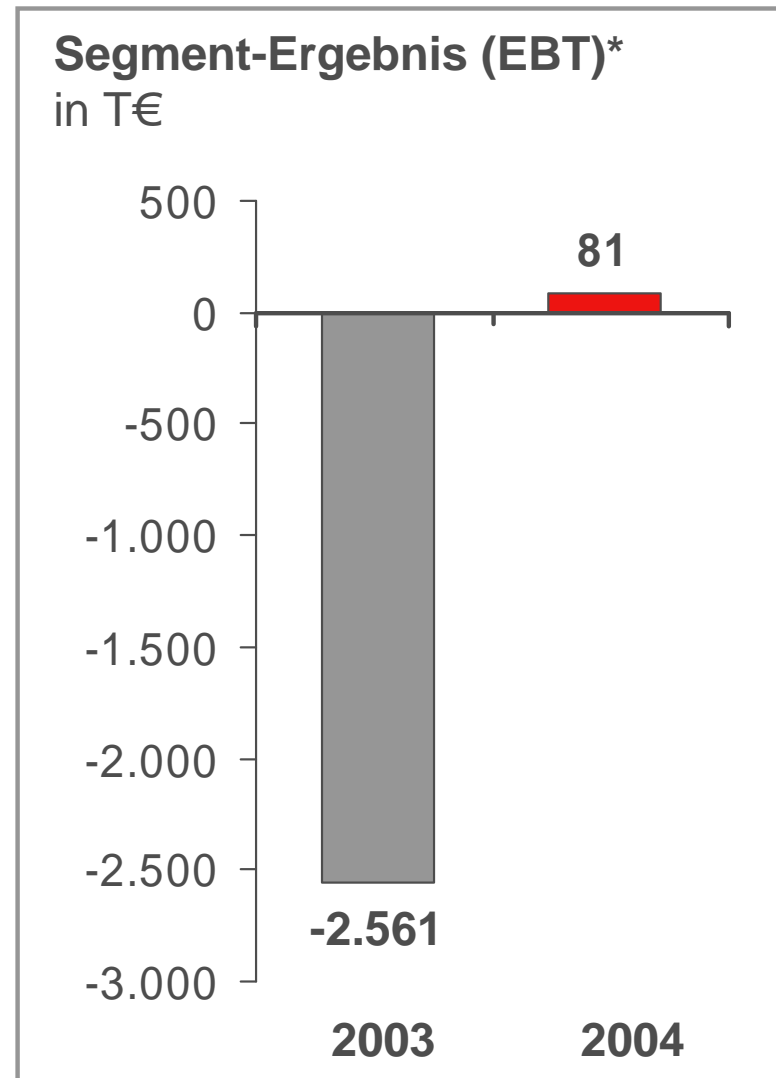
** Rein buchhalterischer, nicht liquiditätswirksamer Effekt

Vom EBT der IS.Teledata AG zum EBT bei OnVista Technologies

2004, in T€

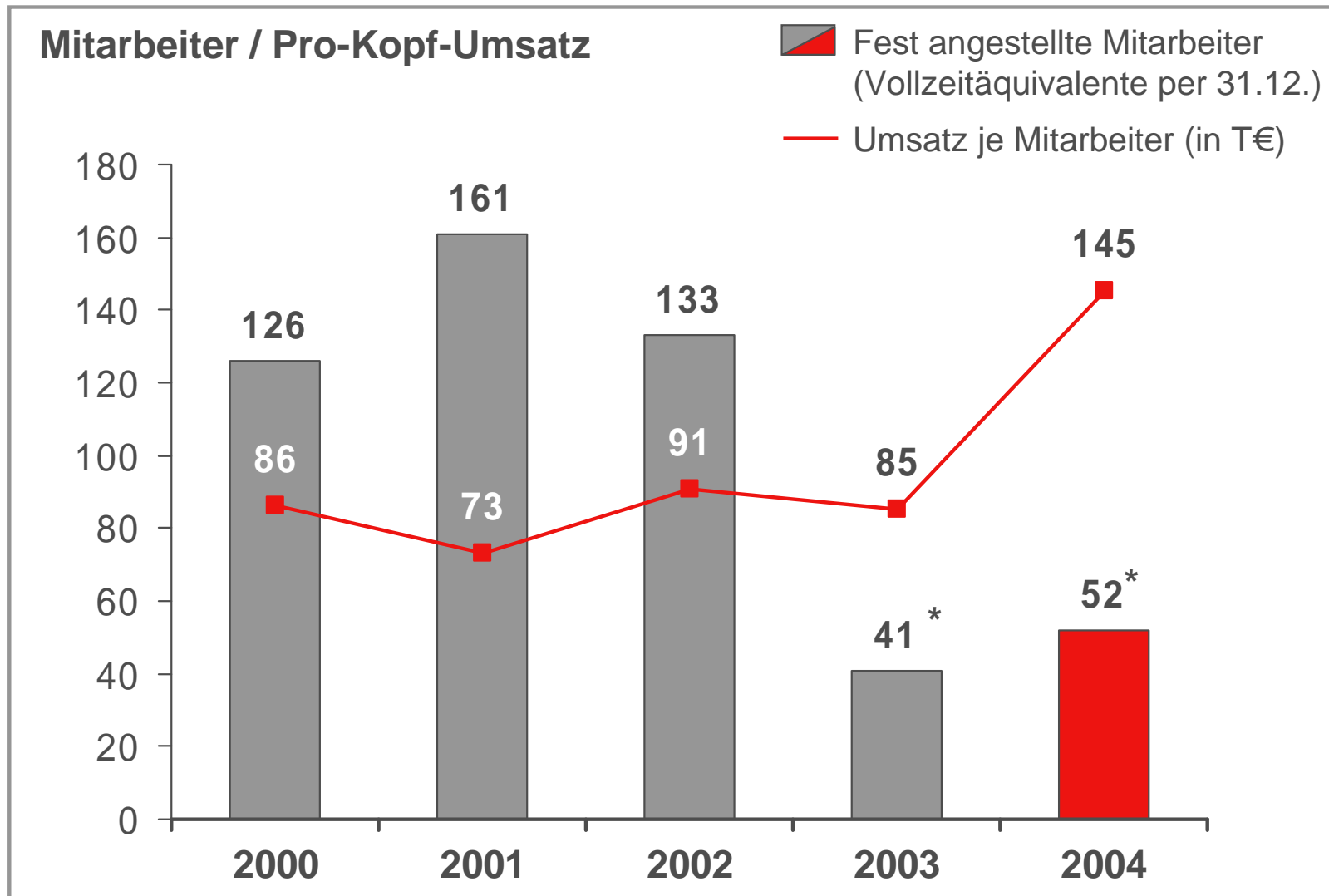


Segment Corporate Services deutlich verschlankt



* 2004: IFRS-Umstellung; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst

2004 wieder neue Stellen geschaffen



* Nach der Entkonsolidierung des Geschäftsfelds Technologies nur noch Mitarbeiter der Segmente Media und Corporate Services

Operativer Cashflow abermals verbessert

Angaben in Mio. €

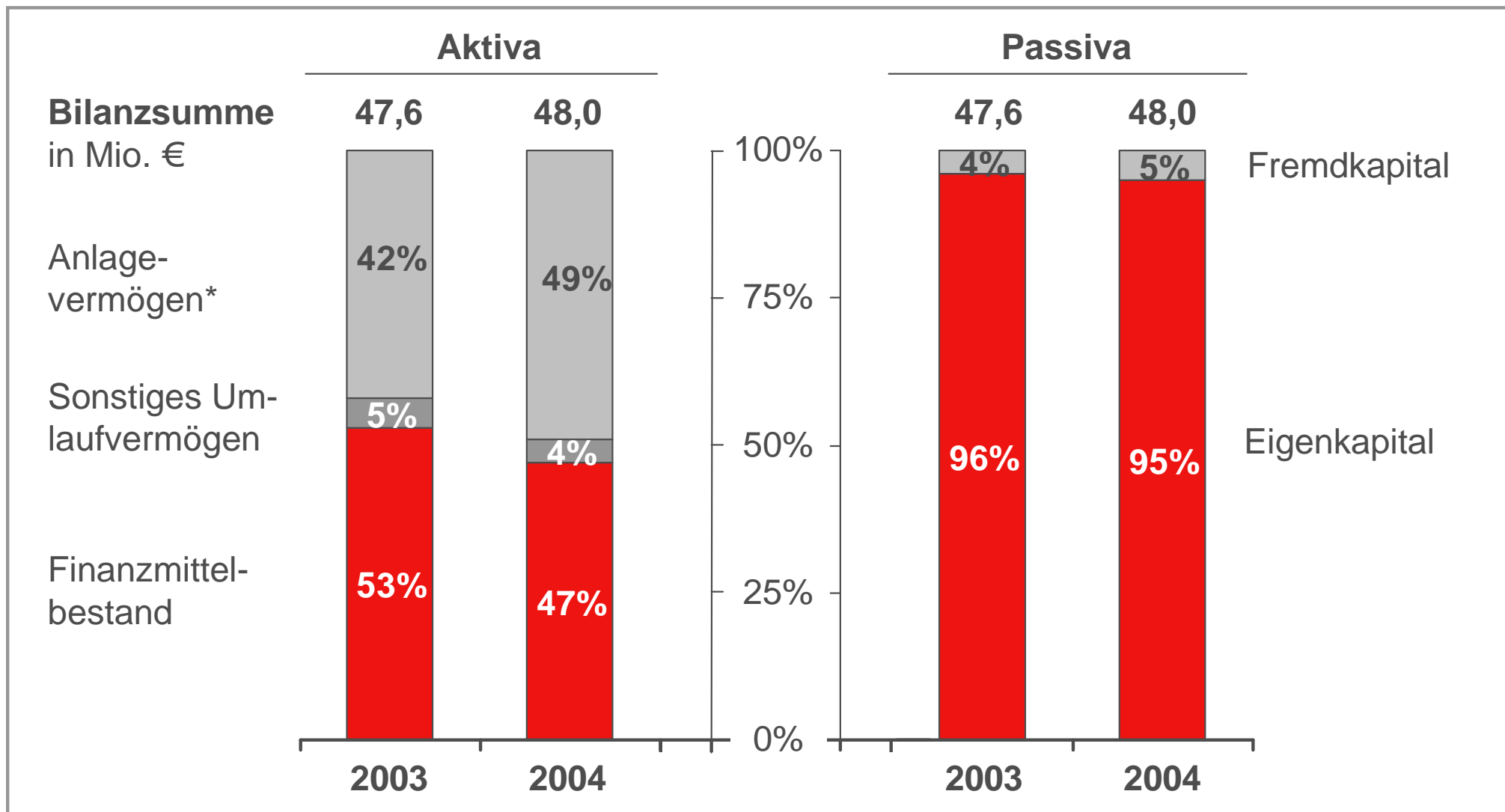
	2003	2004
Cashflow aus laufender Tätigkeit	1,22	2,05
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-3,11	- 3,70
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	-0,43
Gesamt-Cashflow	-1,87	-2,08

Wesentliche Investitionen:

- Erwerb Gesundheitsportal
- Erhöhung des IS.T-Anteils von 31,5 auf 36,0%

**Finanz-
mittelbestand
(31.12.2004):
€ 22,61 Mio.**

Solide Bilanzstruktur



* Inkl. langfristiger latenter Steuern

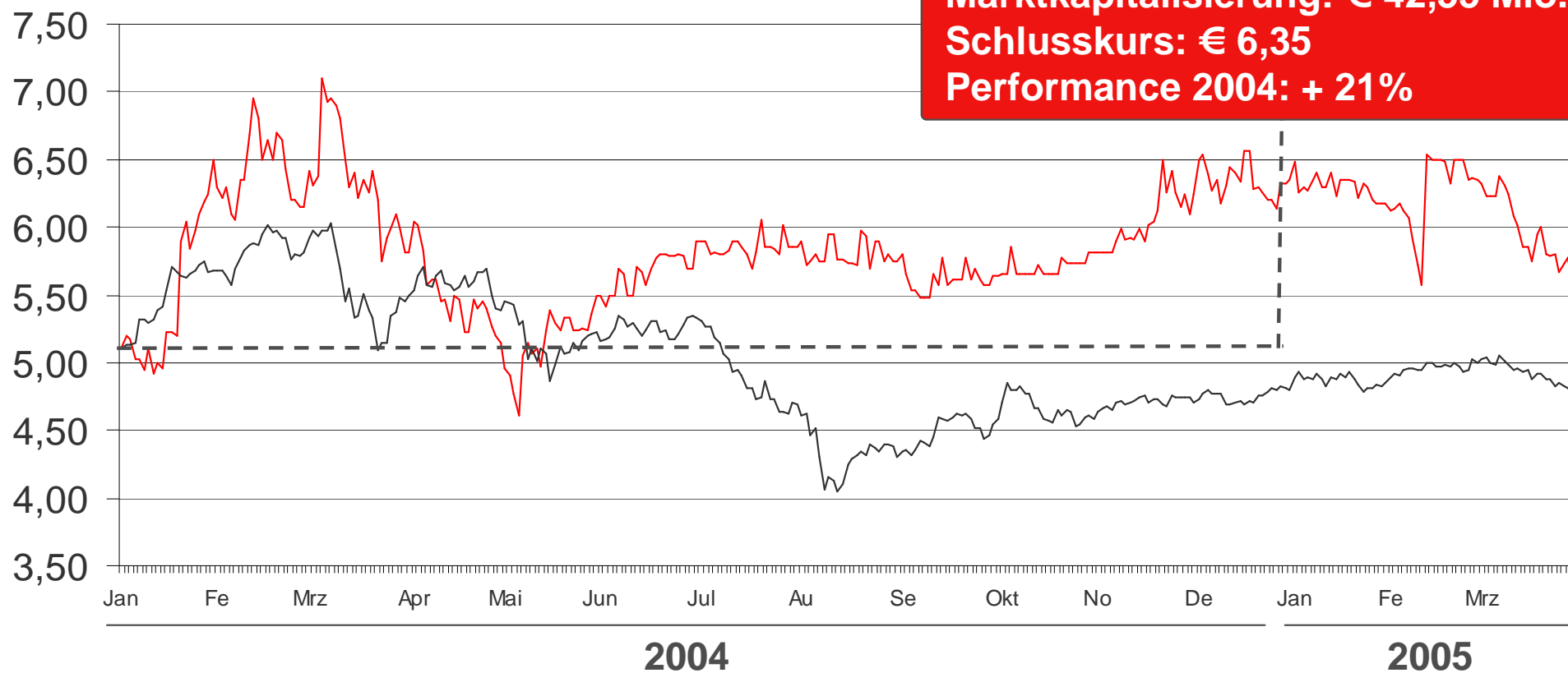
Börse honoriert Geschäftsentwicklung

Kursentwicklung OnVista vs. TecDax

3.1.2004 - 31.3.2005

- Kurs OnVista-Aktie; Xetra-Schlusskurse (in €)
- TecDax normalisiert auf Schlusskurs 3.1.2004

31.12.2004
Marktkapitalisierung: € 42,55 Mio.
Schlusskurs: € 6,35
Performance 2004: + 21%





- Jahresabschluss 2004
- **Geschäftsfeld Media**
- Geschäftsfeld Technologies
- Ausblick

Geschäftsmodell Portal-Geschäft: wie ein Fernsehsender

Anleger / Patienten

Nutzer Information

Kunde Kommunikation (Werbung)



Finanzportal OnVista

Gesundheitsportal Medicine-Worldwide (seit 1.3.2004)

Derivate-Emittenten, Fondsgesellschaften, IPO-Kandidaten, Banken etc.

Pharma-unternehmen, Generika-Hersteller, Krankenkassen, Kliniken etc.

Das OnVista-Finanzportal setzt weiterhin Standards

Immer einen Schritt voraus

- **Fonds-Rubrik:** Das einzige Finanzportal, das Ratings mehrerer Agenturen anbietet (S&P, Morningstar – 2004)
- Das umfangreichste Angebot in den Bereichen **Rohstoffe** (2004) und **Währungen** (2005)
- **Derivate-Rubrik:** RealPush-Charts für Privatanleger (2005)

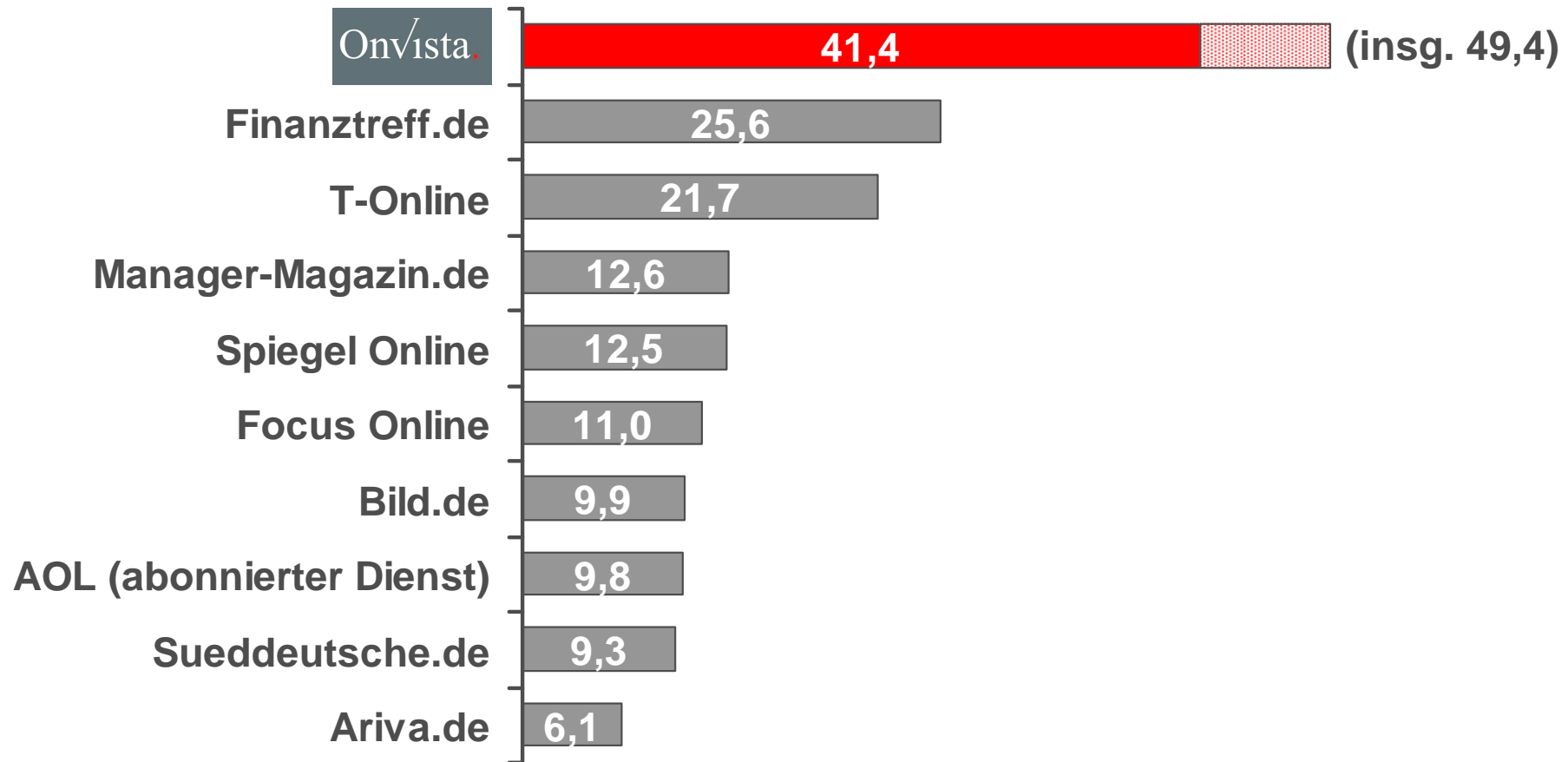
Innovationsführerschaft => Marktführerschaft

- Das **größte Finanzportal** in Deutschland (insg. 60 Mio. Seitenabrufe*)
- Die **meistgenutzte Derivate-Seite** (>7,5 Mio. Seitenabrufe* allein in den Rubriken ‚Optionsscheine‘ und ‚Zertifikate‘)
- Die **meistgenutzte Fonds-Seite** (>5 Mio. Seitenabrufe* allein in den Rubriken ‚Fonds‘ und ‚ETFs‘)

Reichweitenstärkstes Wirtschafts- und Finanzangebot

Monatliche Pagel Impressions redaktioneller Wirtschafts- und Finanzangebote*

Durchschnitt Sept. 2004 - Feb. 2005 in Mio.



* Ausschließlich PIs in der Kategorie „Red. Content“/Unterkategorie „Wirtschaft & Finanzen“; die Gesamtreichweite der Websites ist höher (OnVista: insg. 49,4 Mio. Pagel Impressions)

Medicine-Worldwide, das 2. Portal der OnVista Group

- ▶ **Launch** 1997, durch Ärzte der Berliner Charité und Wissenschaftler des Max-Planck-Instituts
- ▶ **Kauf** des Gesundheitsportals durch die OnVista Group im März 2004

Zum Zeitpunkt der Übernahme (01.03.2004):

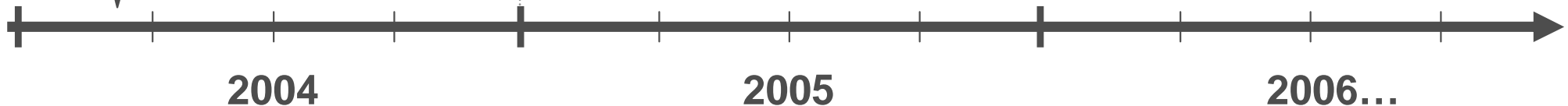
- ▶ **Wirtschaftliche Situation:** Umsätze im unteren 6-stelligen Bereich, ausgeglichenes Ergebnis, keine Schulden
- ▶ **Stärken:** Hochwertiger Content und gute Basisreichweite
- ▶ **Schwächen:** Kein systematischer Vertrieb und mangelnde Markenbekanntheit

Das erste Jahr nach der Akquisition stand im Zeichen der konzeptionellen Weiterentwicklung

Konzeptionsphase

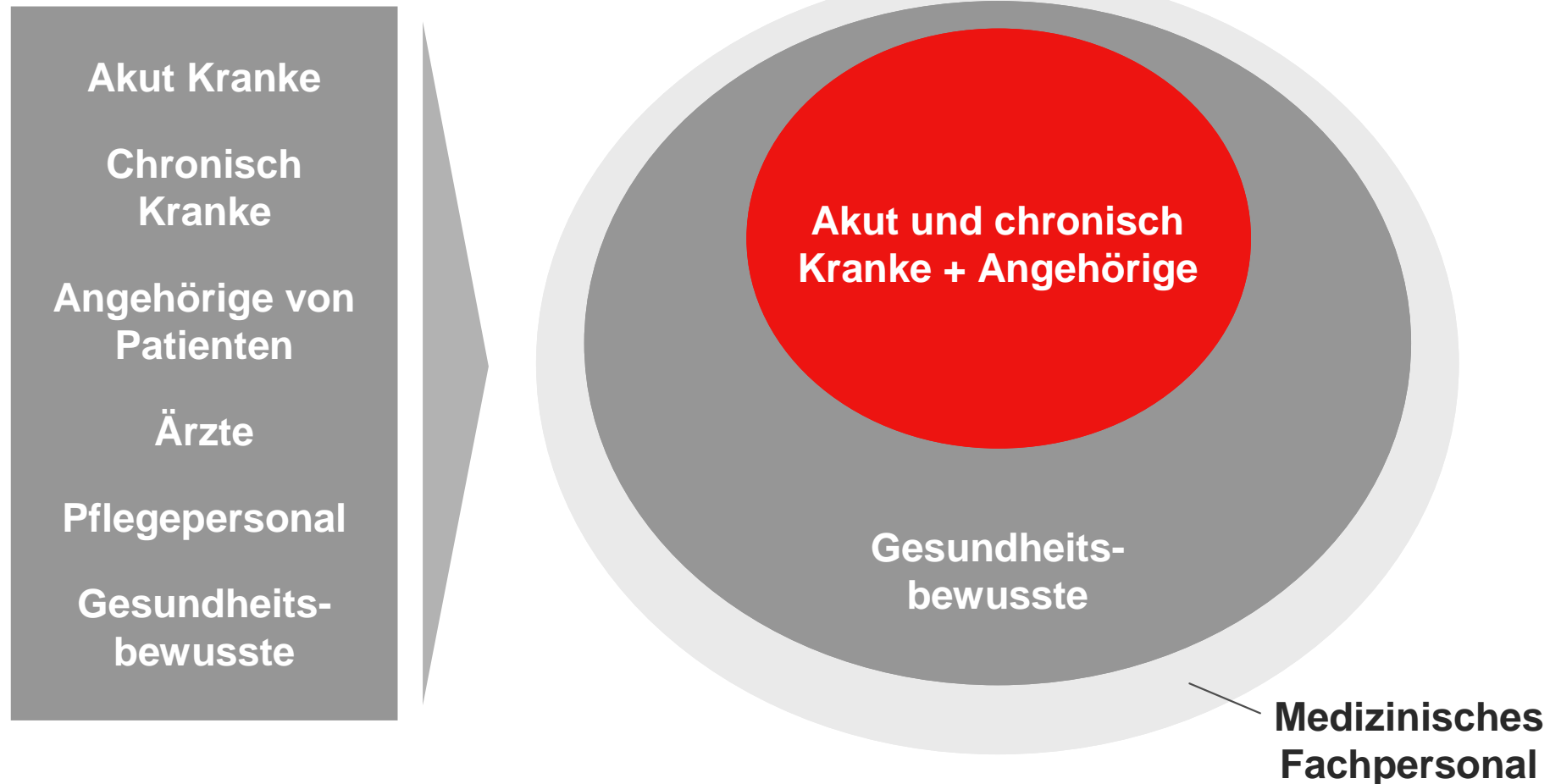
- Zielgruppen-Definition (User/Kunden)
- Planung Relaunch der Website
- Steigerung Werbeerlöse (auf niedrigem Niveau)
- Steigerung PageImpressions (seit Übernahme um 30%)

01.03.2004:
Akquisition

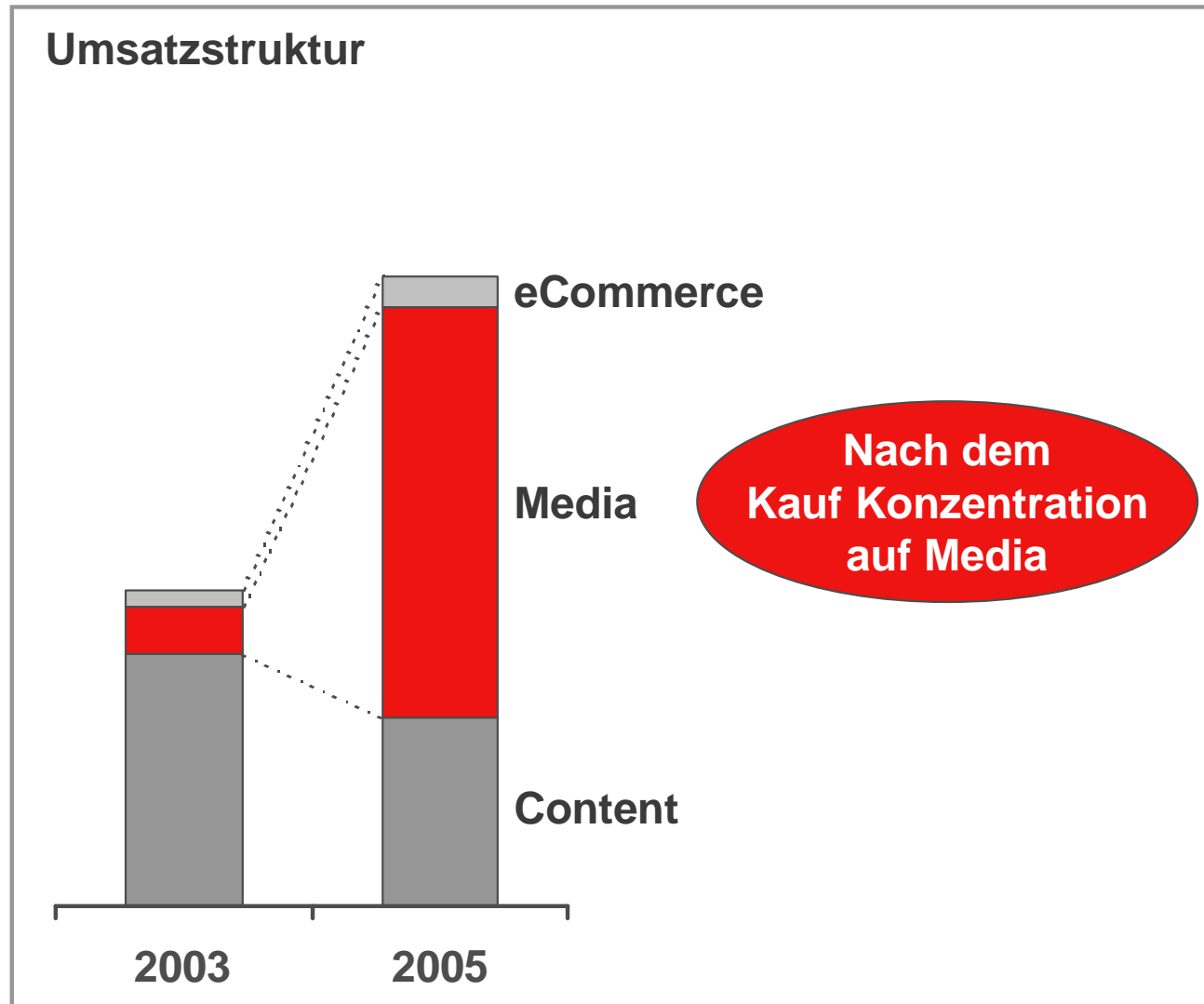


Fokussierung der Zielgruppen

Definierte Kernzielgruppe: Medizinische Laien, mit Schwerpunkt auf Patienten



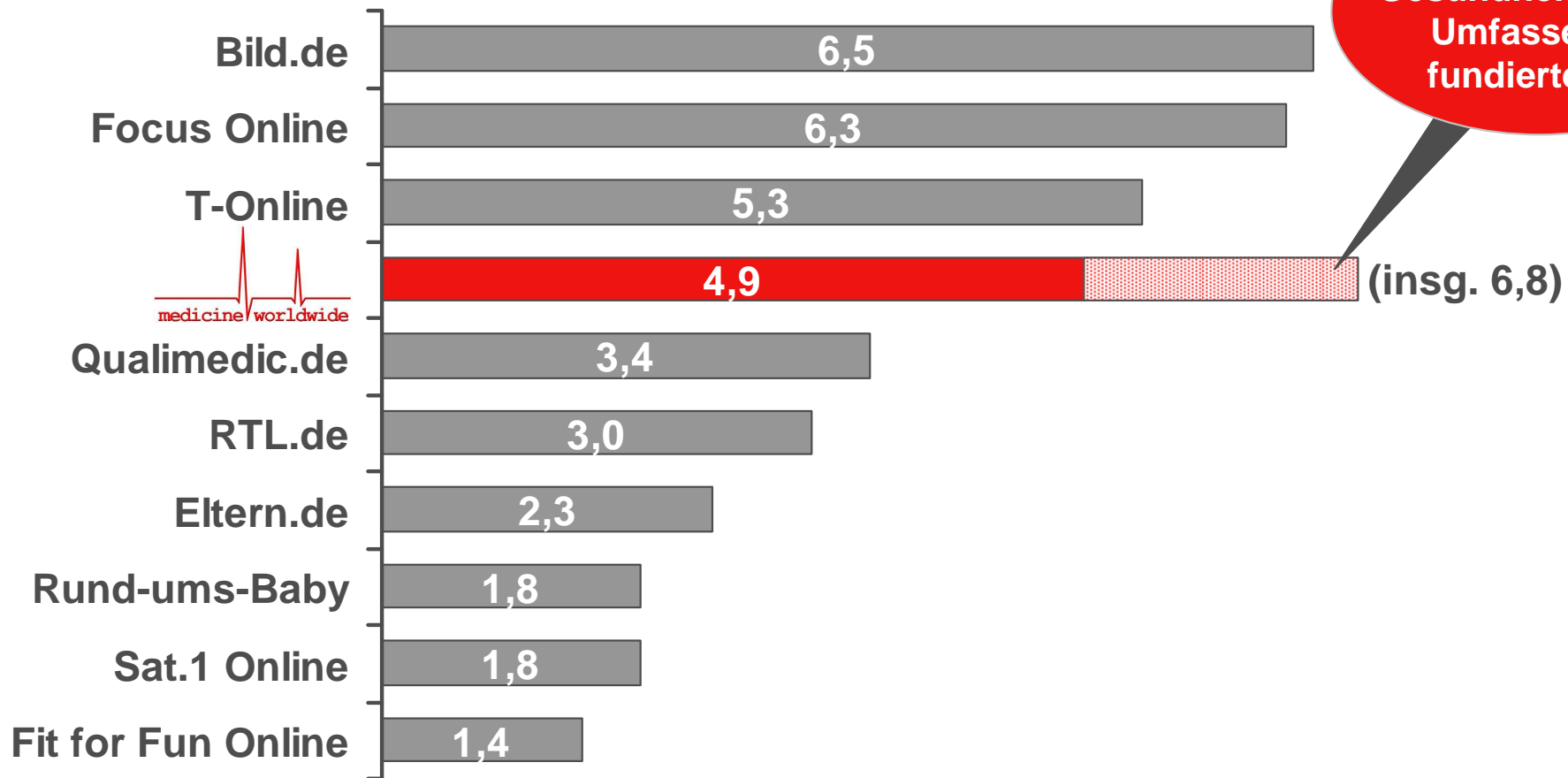
Starker Ausbau der Werbeerlöse



Medicine-Worldwide schon jetzt gut platziert

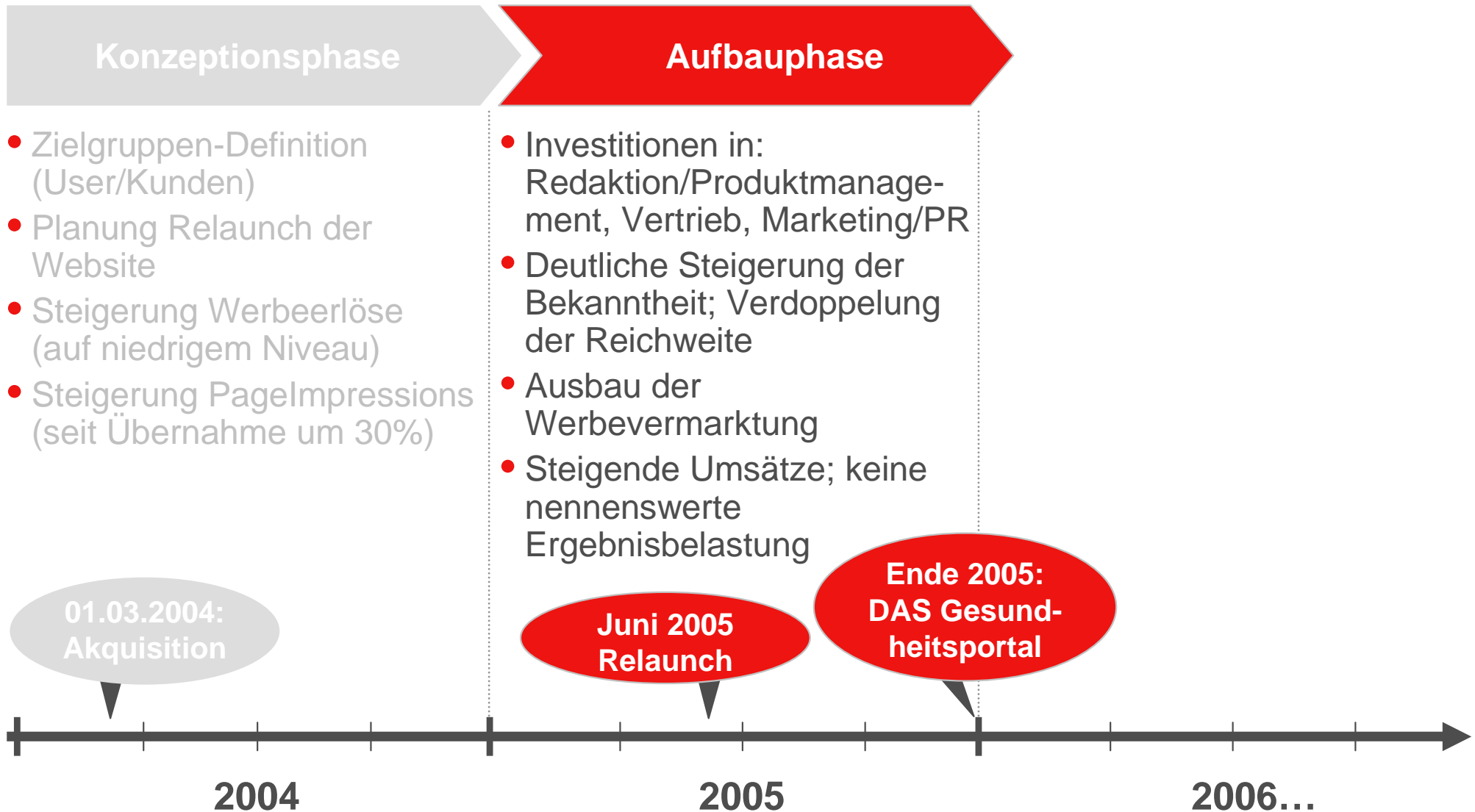
Monatliche Pagelmpressions redaktioneller Gesundheitsangebote*

Durchschnitt Sept. 2004 - Feb. 2005 in Mio.



* Ausschließlich PIs in der Kategorie „Red. Content“/Unterkategorie „Familie, Freizeit & Gesundheit“; die Gesamtreichweite der Websites ist höher (Medicine-Worldwide: insg. 6,8 Mio. Pagelmpressions)

Schritt für Schritt wachsen

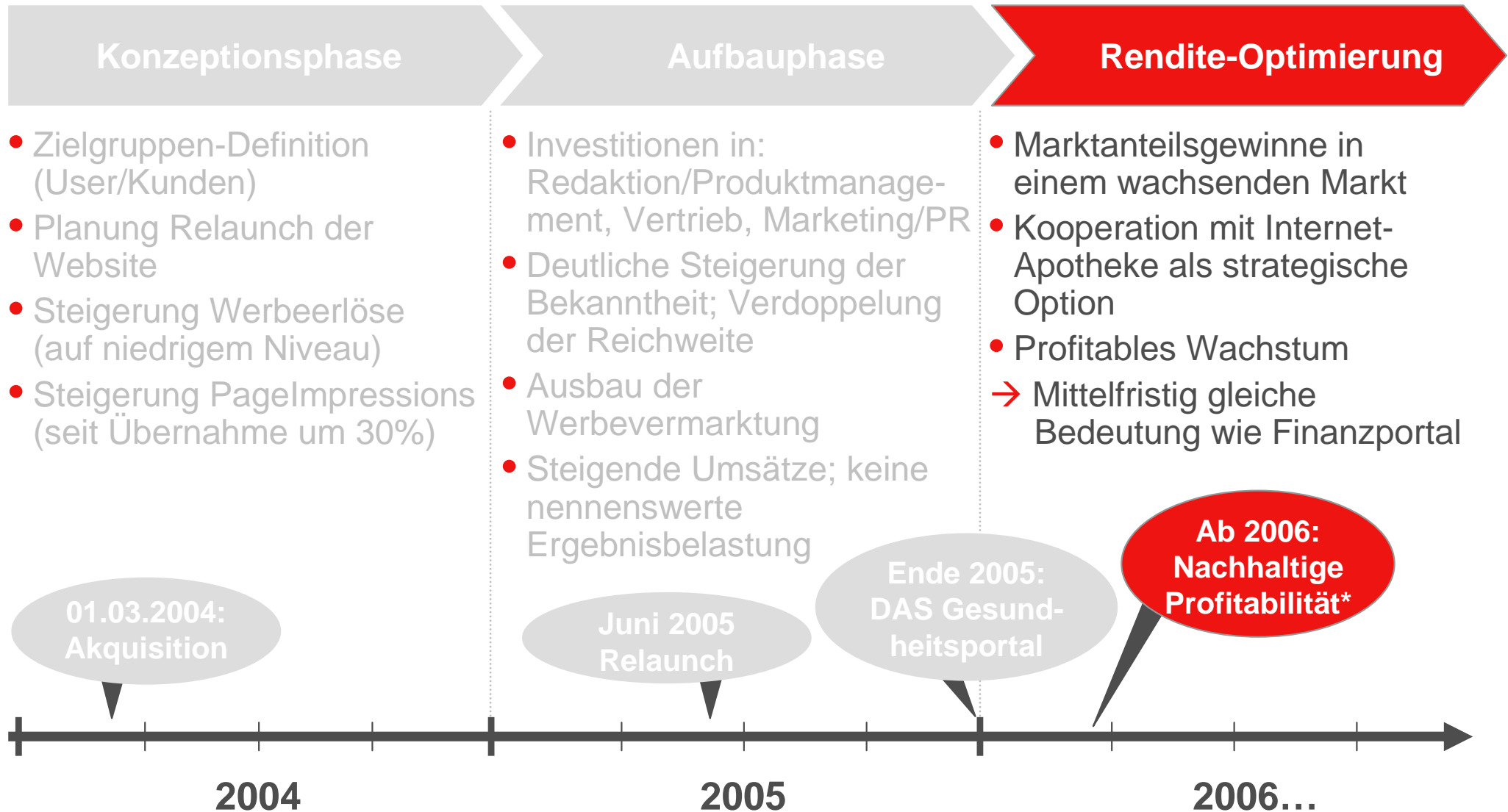


Juni 2005: Medicine-Worldwide wird Onmeda



- **Das Gesundheitsportal mit der größten Informationsbreite und -tiefe:**
700 Krankheitsbilder, Informationen rund um den Arztbesuch, mehr als 30 überwiegend von Fachleuten moderierte Foren. Dazu ‚Dauerbrenner‘ wie Ernährung, Prävention und Reisemedizin.
- Für Menschen, die sich **aktiv** um ihre **Gesundheit** und ihr **Wohlbefinden** kümmern

Ab 2006 profitabel



* OnVista Media GmbH und OnVista Group seit 2002 profitabel

OnVista Media baut Performance-Marketing als 2. Standbein aus

OnVista-Vorteilsangebote bei rd. 30 externen Qualitäts-Websites
(Bsp. Spiegel Online)

ANZEIGE

VORTEILSANGEBOTE VON OnVista

Sonnige Aussichten
Zukunftsmarkt Solarenergie: Sichern Sie sich 8,25% Zinsen p.a!
Mehr Informationen »

- BMW Online-Sparkonto mit 2,75% Zinsen p.a. Jetzt informieren!
- Englische Lebensversicherung: kein Verlustrisiko und höhere Renditen!
- 7% bis 8% p.a. bei besten Sicherheiten - der Immobilienfonds von HSBC Trinkaus. Jetzt informieren!
- Ihre Rendite im Aufwind: Windkraftfonds mit progn. Ausschüttung von 280%!

ANZEIGE

VORTEILSANGEBOTE VON OnVista

Sonnige Aussichten
Zukunftsmarkt Solarenergie: Sichern Sie sich 8,25% Zinsen p.a!
Mehr Informationen »

- BMW Online-Sparkonto mit 2,75% Zinsen p.a. Jetzt informieren!
- Englische Lebensversicherung: kein Verlustrisiko und höhere Renditen!
- 7% bis 8% p.a. bei besten Sicherheiten - der Immobilienfonds von HSBC Trinkaus. Jetzt informieren!
- Ihre Rendite im Aufwind: Windkraftfonds mit progn. Ausschüttung von 280%!

EXKLUSIV

Goldbarone in Las Vegas: Bugzys wohlverlegene Erben

Performance-Marketing wird erfolgsabhängig vergütet

Abrechnungsmodelle im Internet

Fix

CPM (TKP)
Cost-Per-Mille

Pro Einblendung
des Werbemittels

Variabel

CPC
Cost-Per-Click

Pro Klick

CPL
Cost-Per-Lead

Pro Interessent

CPO
Cost-Per-Order

Pro Vertragsabschluss

etc.

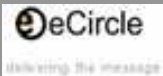
- Zunehmende **Risiko-Übernahme** des Werbeträgers
- Steigende Anforderungen an **Prozess-Controlling**

Fokus auf Contextual Advertising

Gängigste Formen von Performance-Marketing im Internet und ihre Protagonisten

eMail-Marketing

Zielgerichtete
Direct-eMails



Suchmaschinen-Marketing

Bezahlte Such-
maschineneinträge



Affiliate Marketing

Standardisierte
Partnermodelle



Contextual Advertising

**Kontextaffin
platzierte
Werbemittel**

OnVista Group

etc.

Viele Gründe sprechen für Performance-Marketing im Internet

Werbeformen Vorteile	Klass. Werbung	TKP-Online-Werbung	Direct Mailings per Post	Promotion (Airport)	Performance-Marketing im Internet
Image- / Branding-Effekt					
Zielgenaue Platzierung / Geringe Streuverluste					
Transparenz / Messbarkeit					
Zeitnahe Optimierung					
Hohe Response-Quote, da kein Medienbruch					
Zahlung nur bei Erfolg					
Niedrige Ø-Kosten pro Neukunde					

Trifft absolut zu
 Trifft teilweise zu
 Trifft nie oder nur sehr selten zu

OnVista Performance-Marketing auf 30 Websites

„First Class“
Partner-
Netzwerk

30 Websites

500 Mio. AdImpressions

Microsite im
Look & Feel
der Partner



Bezahlt
wird nur bei
Erfolg


CPC / CPL / CPO

Wie OnVista Performance-Marketing einsetzt

Beispiel HSBC Trinkaus & Burkhardt Immobilienfonds (bei Spiegel Online)

ANZEIGE

VORTEILSANGEBOTE VON OnVista



Sonnige Aussichten
Zukunftsmarkt Solarenergie: Sichern Sie sich 8,25% Zinsen p.a.!

8,25% p.a. Mehr Informationen »

- BMW Online-Sparkonto mit 2,75% Zinsen p.a. Jetzt informieren!
- Englische Lebensversicherung: kein Verlustrisiko und höhere Renditen!
- 7% bis 8% p.a. bei besten Sicherheiten - der Immobilienfonds von HSBC Trinkaus. Jetzt informieren!
- Ihre Rendite im Aufwind: Windkraftfonds mit progn. Ausschüttung von 280%!

Textlink macht neugierig

HSBC Trinkaus & Burkhardt 
Immobilien GmbH



Exzellente Kalkulation, wertstabile Anlage, starker Partner - Ihre Erfolgskombination!
Trinkaus Europa Immobilien-Fonds Nr.11



PROJEKT DORTMUND

Mit dem Immobilien-Fonds Nr. 11 des renommierten Hauses **HSBC Trinkaus & Burkhardt** profitieren Sie von einer hervorragend kalkulierten Mischung aus **hoher Renditechance** und **solider Sicherheit**.



PROJEKT ESSEN

Der Fonds investiert in **drei moderne Büro-Neubauten** mit besten Standort-Vorteilen: Gelegen im Ruhrgebiet, einem der **größten Ballungszentren Europas**, wo der Strukturwechsel vom Industriestandort zum **Dienstleistungs- und High-Tech-Standort** bereits vollzogen ist.

Nutzen Sie die Erfahrung des etablierten Partners
HSBC Trinkaus & Burkhardt Immobilien GmbH zu Ihrem Vorteil

Jetzt informieren

Ihre Vorteile im Überblick:

- Prognostizierte Anfangsausschüttung **7%, steigend auf 8%** im Jahr 2020
- **Beste Lagen** in einem der dichtbesiedeltesten Gebiete Europas
- Mieter von **ausgezeichneter Bonität** (u. a. Bundesrepublik Deutschland)
- Sicherheit durch **langfristige Vermietung** von fast 99% der Gesamtläche bis zu 15 Jahre
- **Liquiditätsvorteil** durch zwei Einzahlungsstranchen: 10 % zzgl. 5 % Agio auf den gesamten Beteiligungsbetrag sofort, 90 % erst im November 2005.
- Mindestbeteiligung nur €15.000,- zzgl. 5% Agio
- **Renommiertes Partner**
HSBC Trinkaus & Burkhardt Immobilien GmbH

Jetzt Infomaterial anfordern!

Ja, bitte senden Sie mir kostenlos und unverbindlich Informationsmaterial zu!

Anrede: ▾

Vorname:

Nachname:

Strasse u. Nr.:

PLZ u. Ort:

Land: ▾

E-Mail:

Telefon:

Mit # gekennzeichnete Felder sind Pflichtfelder.

Ich stimme der [Datenschutzrichtlinie](#) zu.

Microsite ermöglicht, Informationen anzufordern

Der Mehrwert: Win-Win-Situation für alle Beteiligten

Werbetreibender

- Beahlt wird nur bei Erfolg
- Minimierung des durchschnittlichen Preises pro Neukunde
- Minimierung der Management- und IT-Kosten



Werbeträger

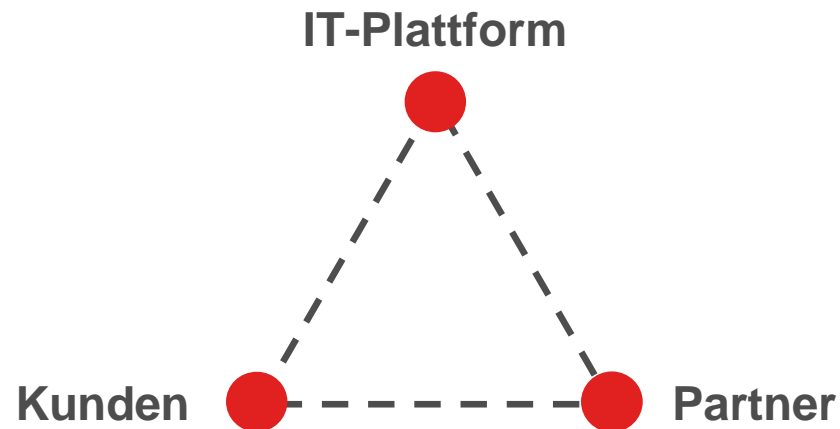
- Erschließung ungenutzter Werbeflächen => Umsatzsteigerung
- Minimierung von Vertriebs- und IT-Kosten

OnVista Group

Profitables Wachstum durch Realisierung von Skaleneffekten

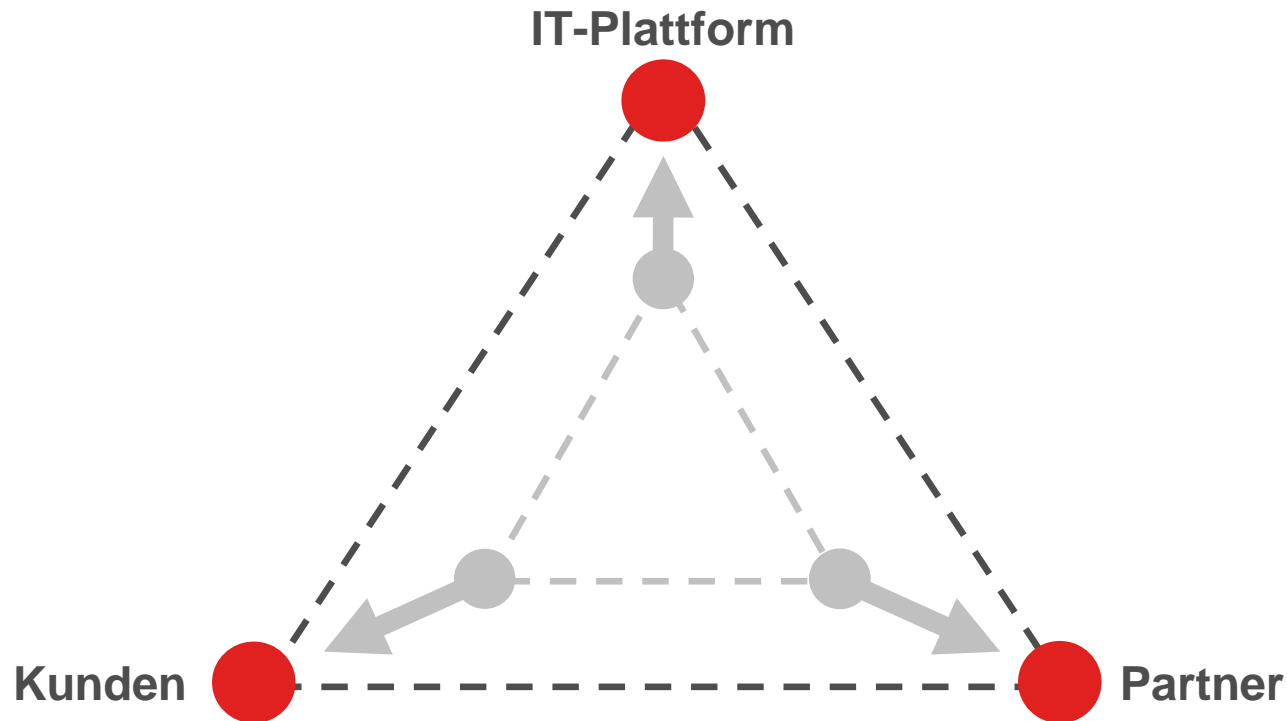
- **Bruttoumsatz** 2004 im unteren 7-stelligen Bereich
- Bereits 2004 **deutlich profitabel**

Drei Herausforderungen



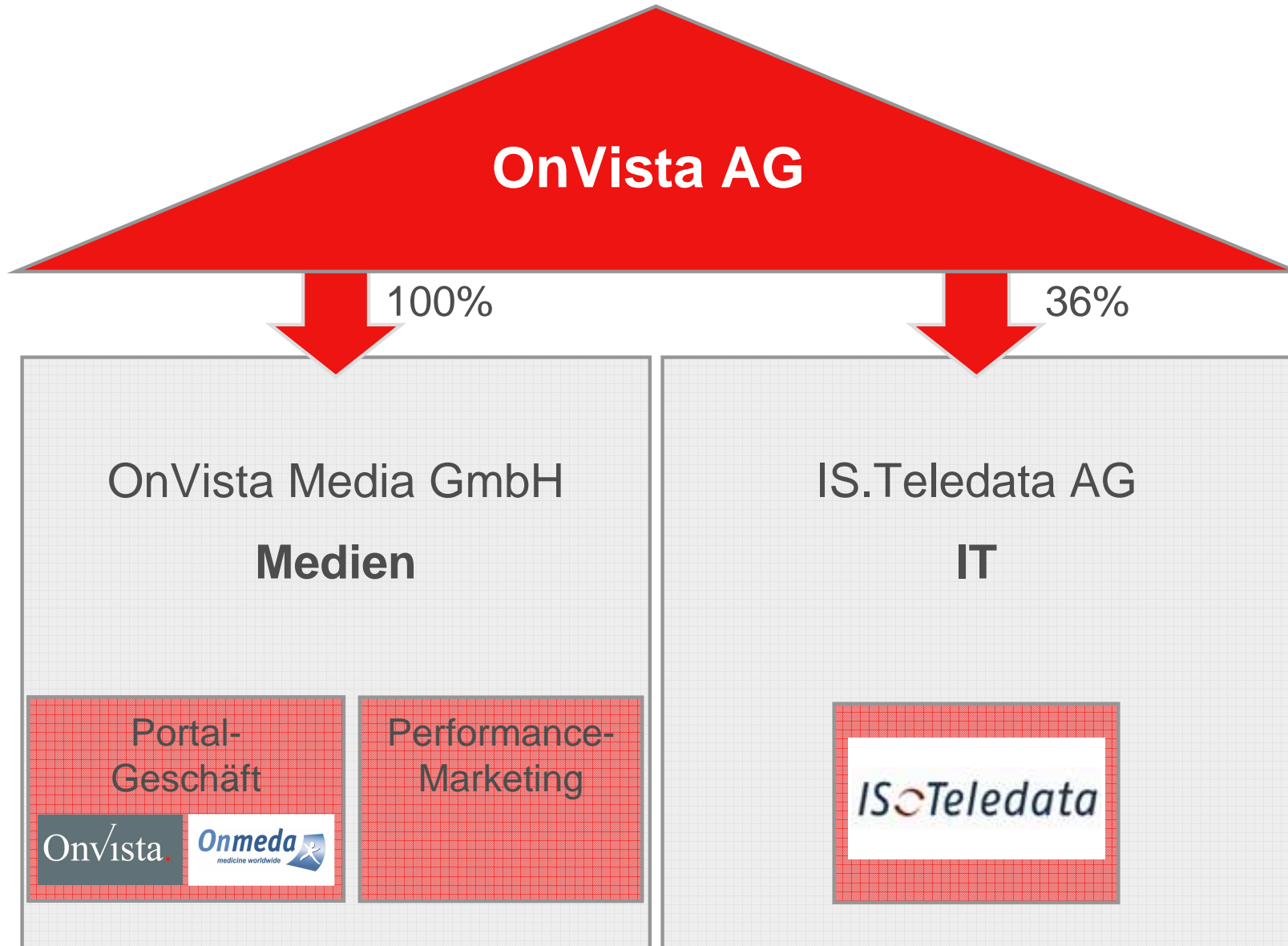
- 1 Wir wollen eine flexible, skalierbare und performante Plattform bauen
- 2 Wir wollen unser Geschäftsmodell auf andere Branchen übertragen
- 3 Wir wollen unsere Reichweite schnell und gewinnbringend ausbauen

Große Wachstums-Chancen für OnVista Group



- Performance-Marketing wird **DAS** Wachstumsfeld im Internet
- OnVista Media bereits gut positioniert
- Mittelfristig größere Bedeutung als Finanzportal

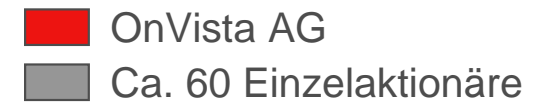
OnVista Group im Geschäftsfeld Media jetzt mit 2 Standbeinen



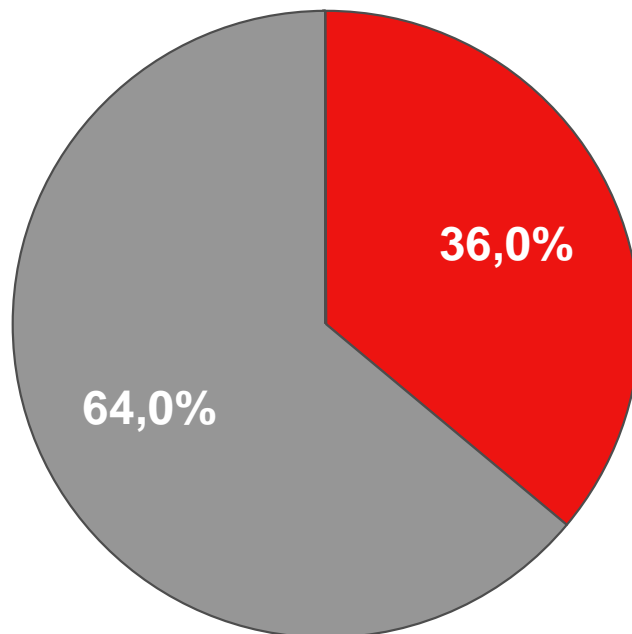


- Jahresabschluss 2004
- Geschäftsfeld Media
- **Geschäftsfeld Technologies**
- Ausblick

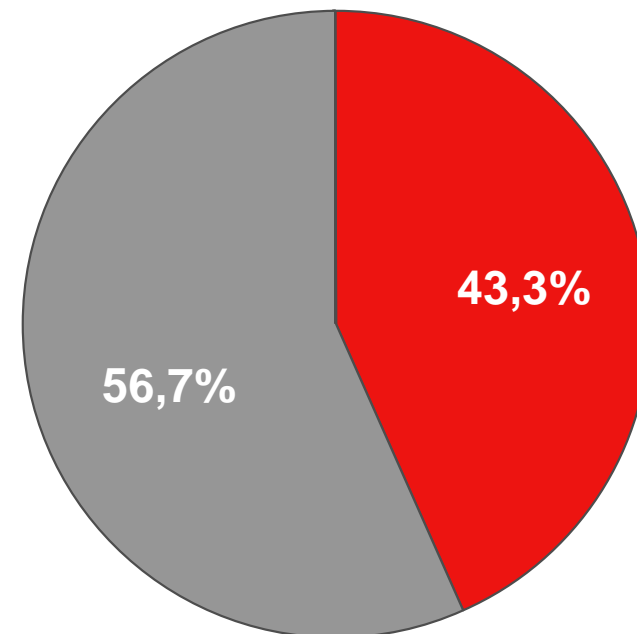
OnVista AG ist größter Einzelaktionär der IS.Teledata AG



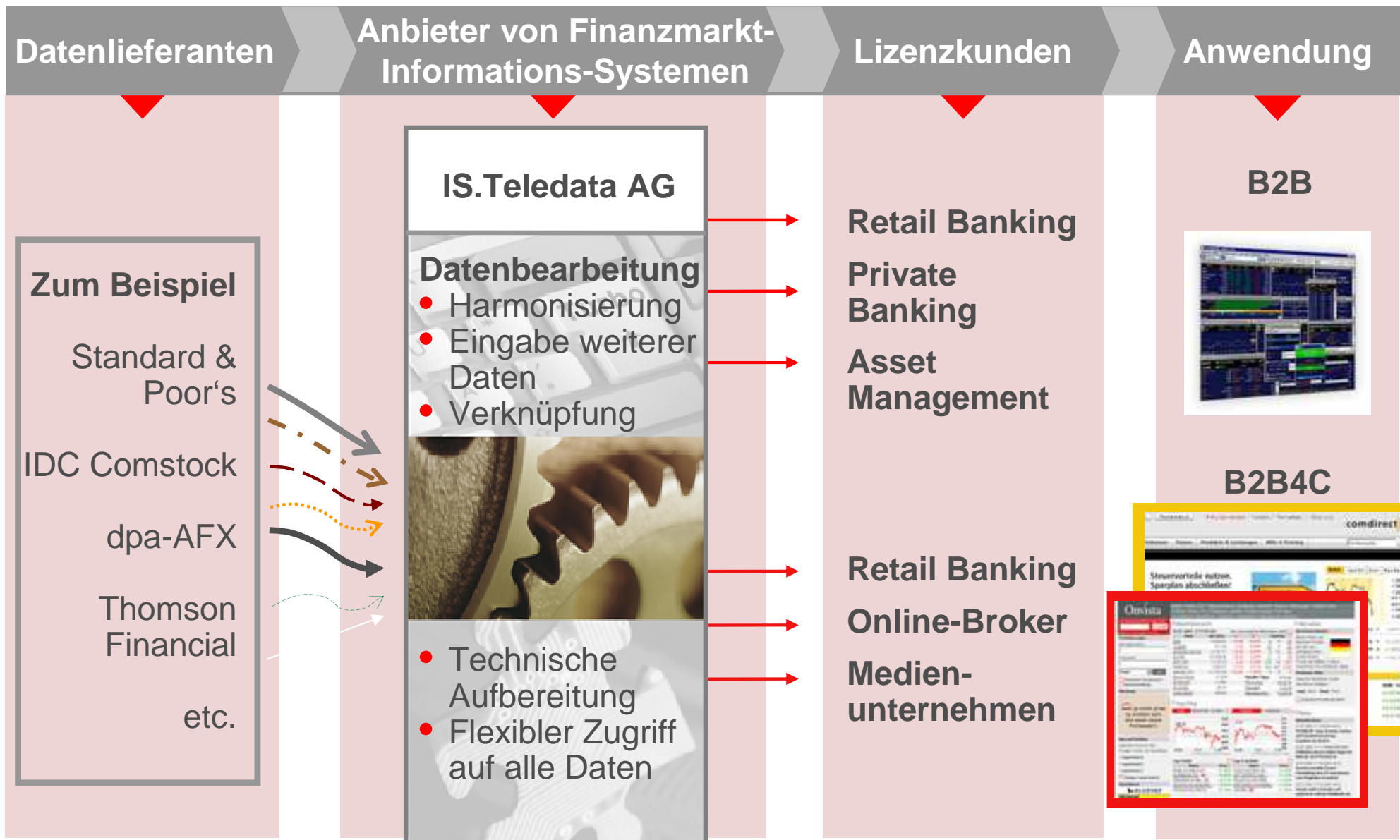
Aktionärsstruktur IS.Teledata AG
nach Kapitalanteilen



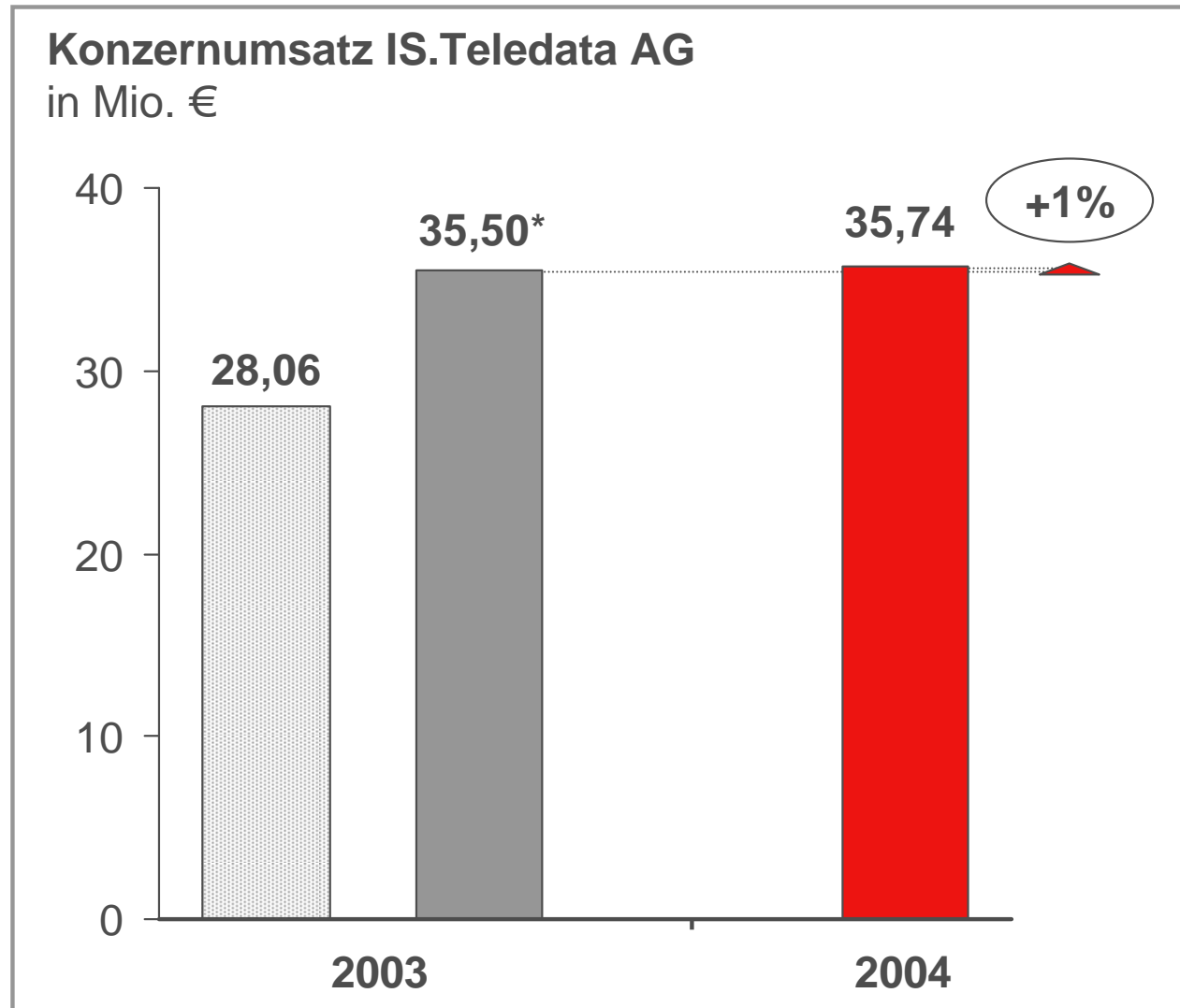
Aktionärsstruktur IS.Teledata AG
nach Stimmrechten



IT-Dienstleistungen im Finanzbereich

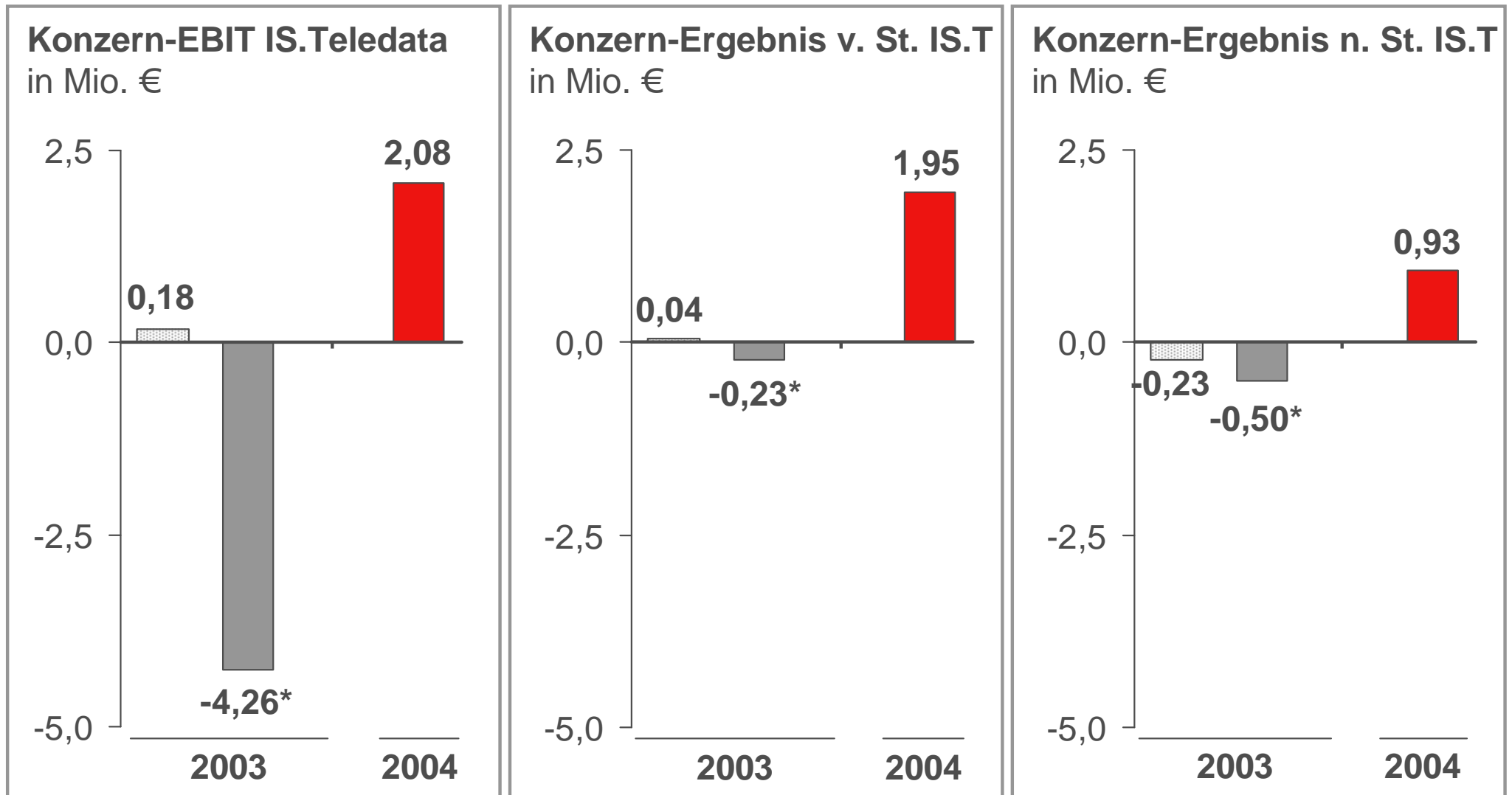


Im ersten Jahr nach der Fusion Umsatz gehalten



* Proforma-Umsatz (IS Innovative Software AG + OnVista Technologies GmbH)

Synergien gehoben, Turnaround erreicht



* Proforma-Zahlen

Kundenstamm ausgebaut

Referenzkunden der IS.Teledata AG (Beispiele)

Diverse Banken und Finanzdienstleister im In- und Ausland

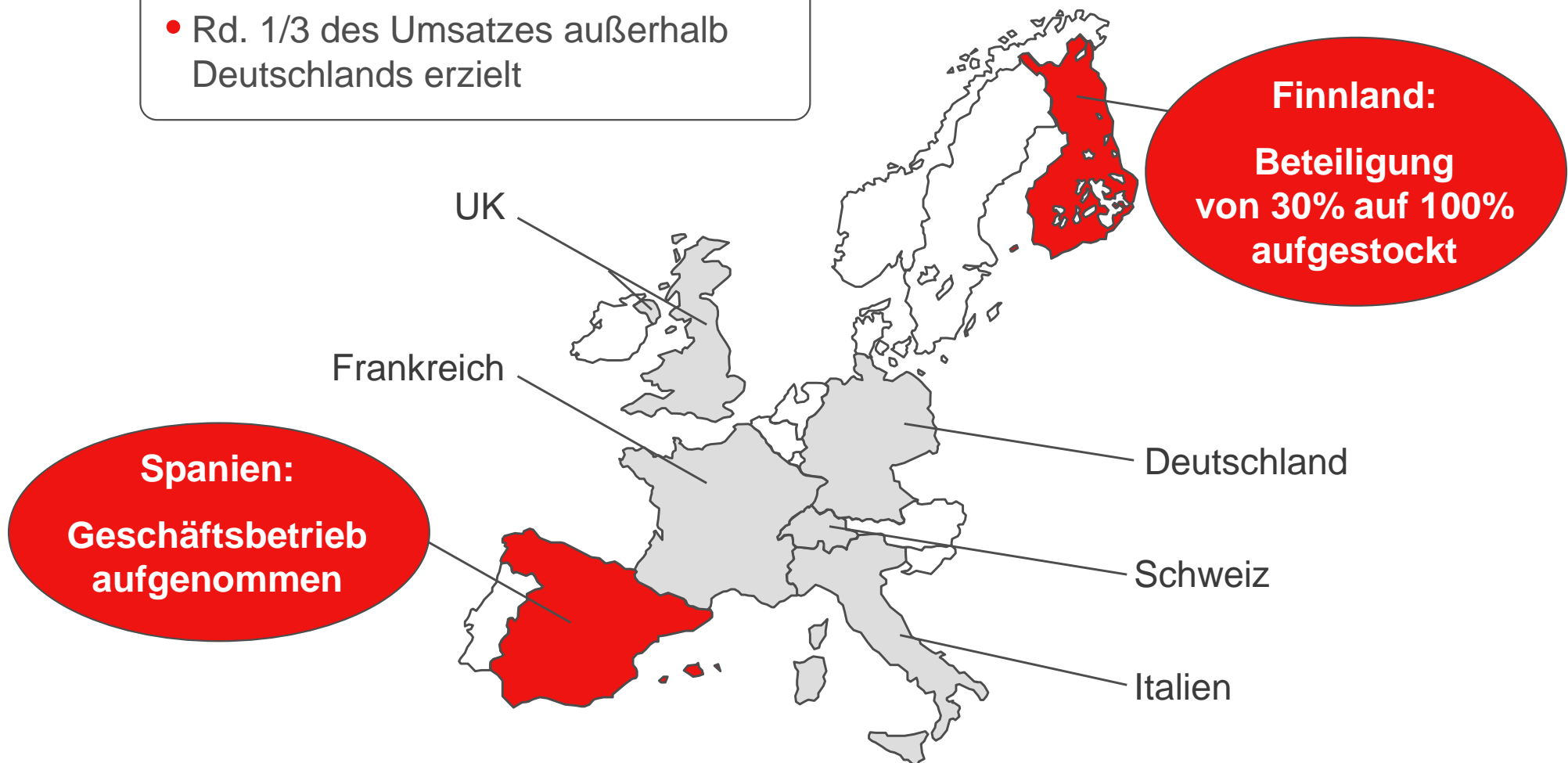
Diverse Börsen in Deutschland und Europa

10 der 14 größten deutschen Online-Broker

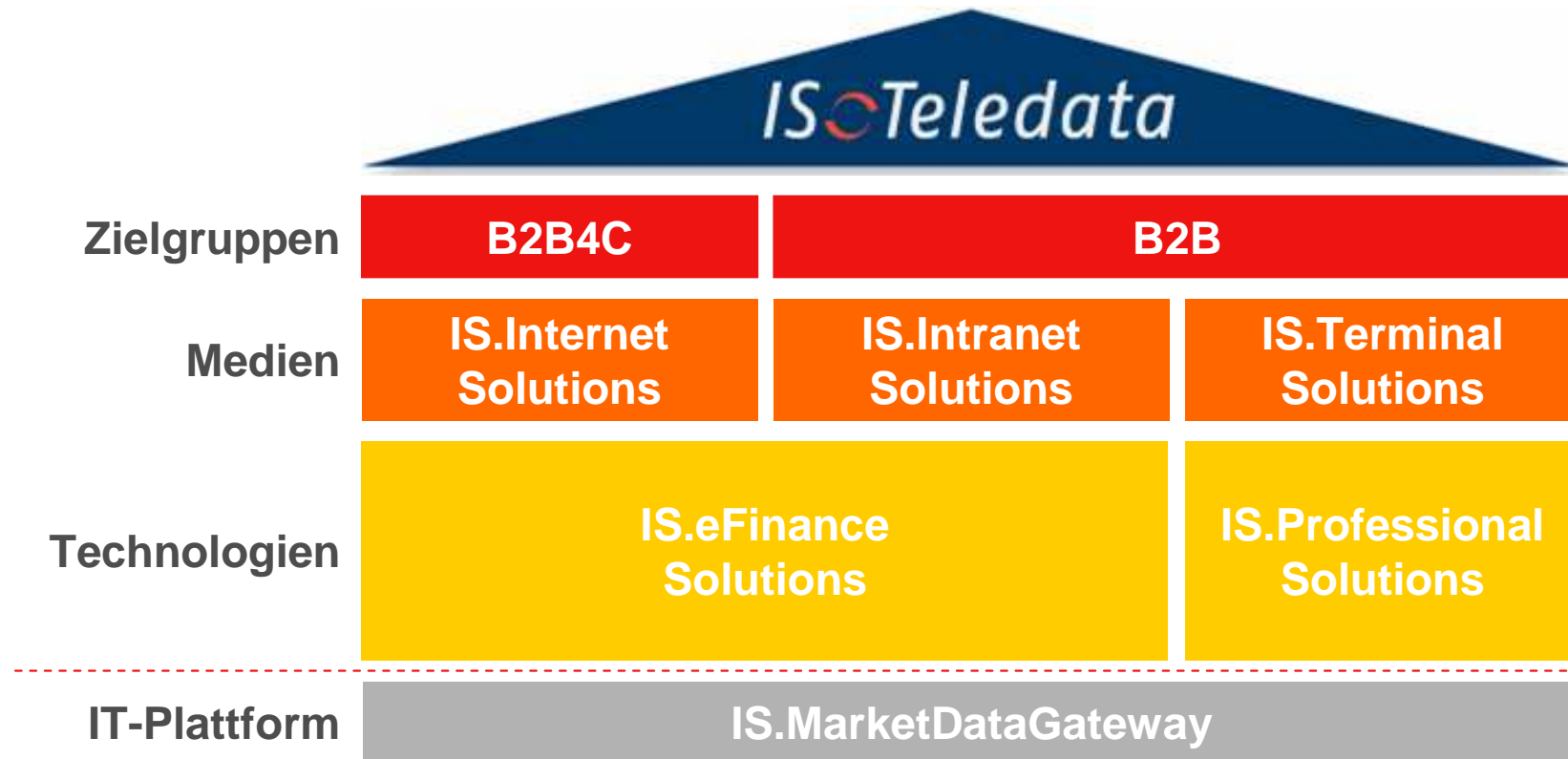
Namhafte Medienunternehmen

Wachstum im europäischen Ausland

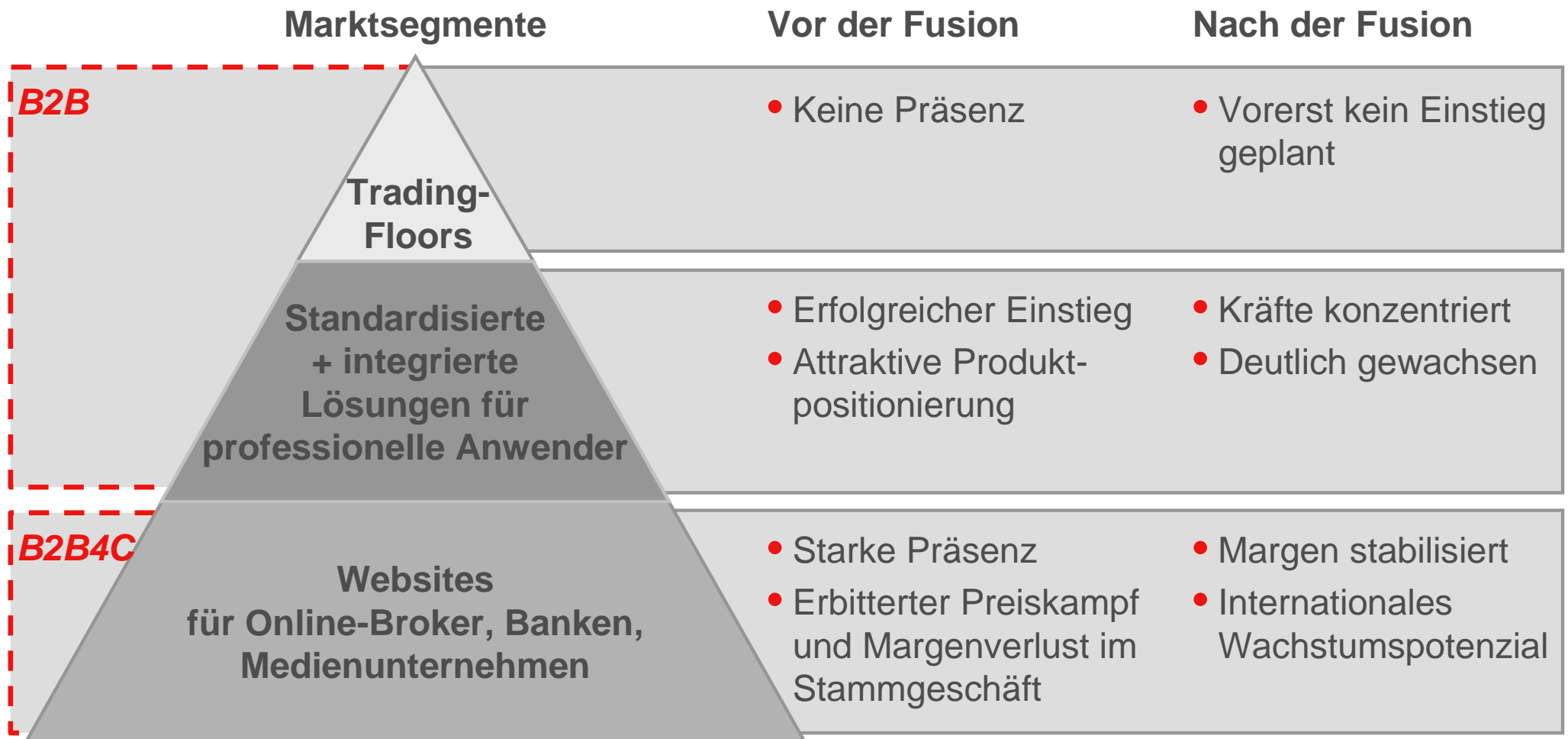
- In 7 europäischen Ländern mit eigenen Niederlassungen präsent
- Rd. 1/3 des Umsatzes außerhalb Deutschlands erzielt



Produktpalette weiterentwickelt



Gestärkte Marktposition zahlt sich aus



Strategische Ausrichtung: Künftiger Schwerpunkt im B2B-Bereich

B2B-Segment mittelfristig größer als B2B4C-Segment

- Starkes Wachstum im B2B-Bereich, insbesondere Terminallösungen
- Geringfügiges Wachstum im B2B4C-Bereich; Impulse v.a. aus dem Ausland

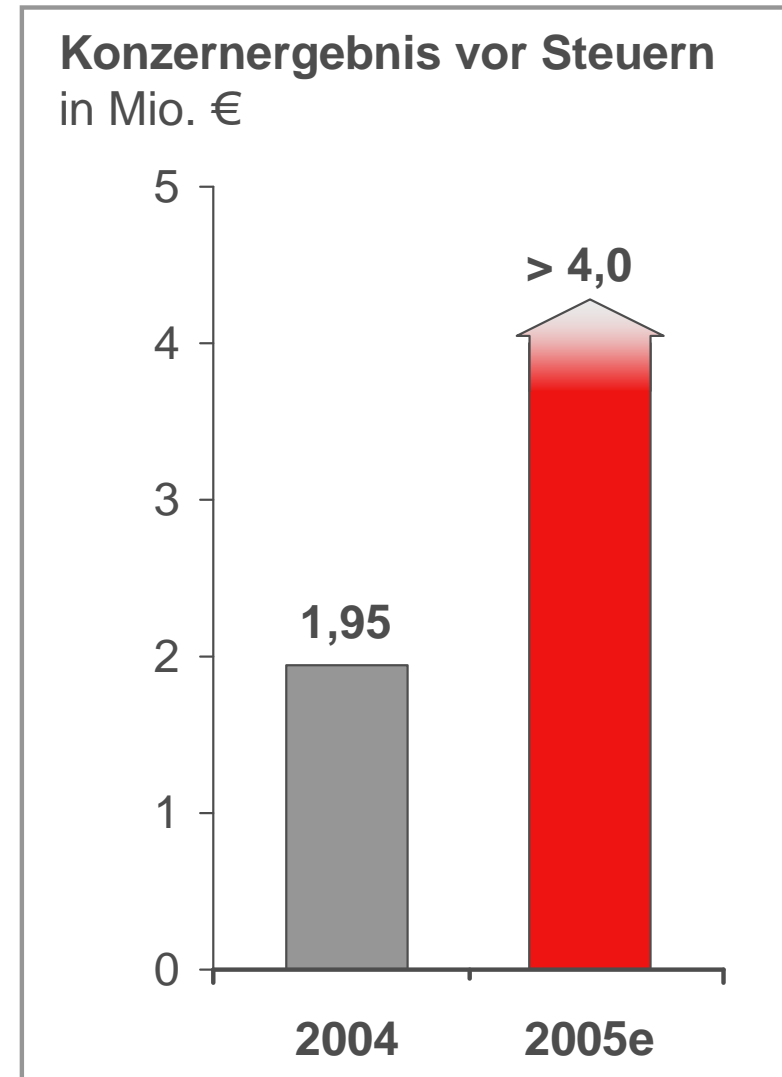
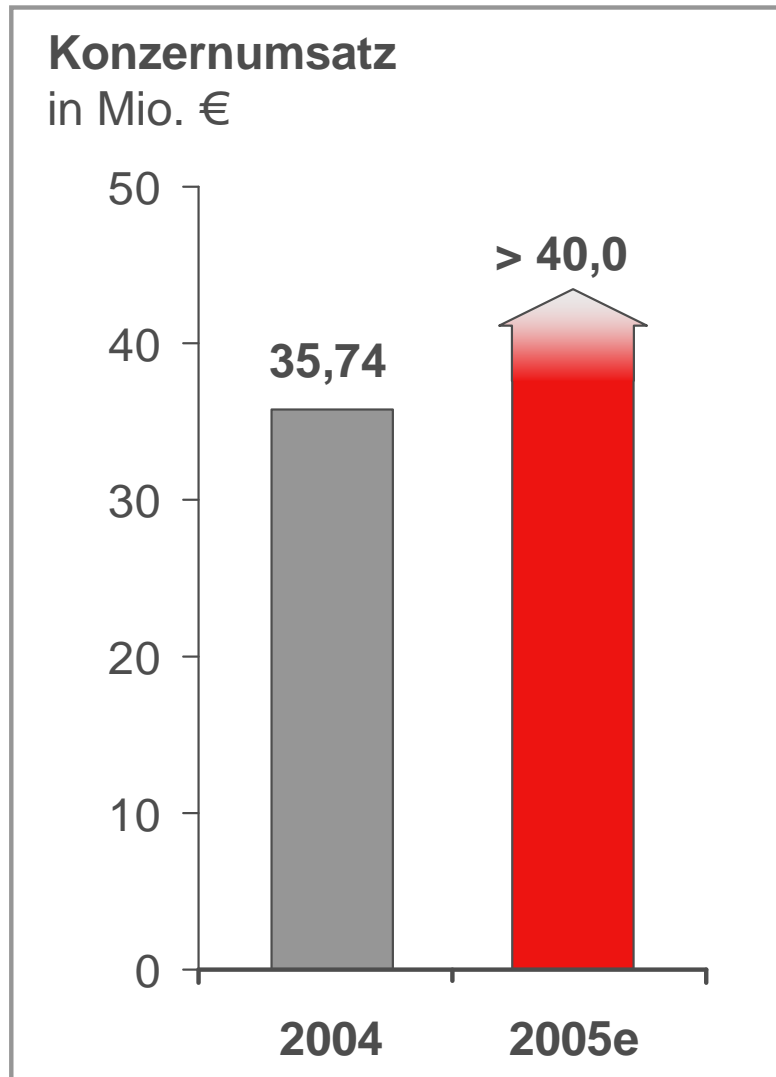
Anteile von Deutschland und Ausland mittelfristig auf gleicher Höhe

- Deutschland-Umsatz mit jährlichen Steigerungsraten im 1-stelligen Prozentbereich
- Auslands-Umsatz mit jährlichen Steigerungsraten im deutlich 2-stelligen Prozentbereich

Insgesamt profitables Wachstum

- Konzernumsatz mit jährlichen Steigerungsraten im unteren 2-stelligen Prozentbereich
- Überproportionaler Ergebnisanstieg durch Realisierung von Skaleneffekten

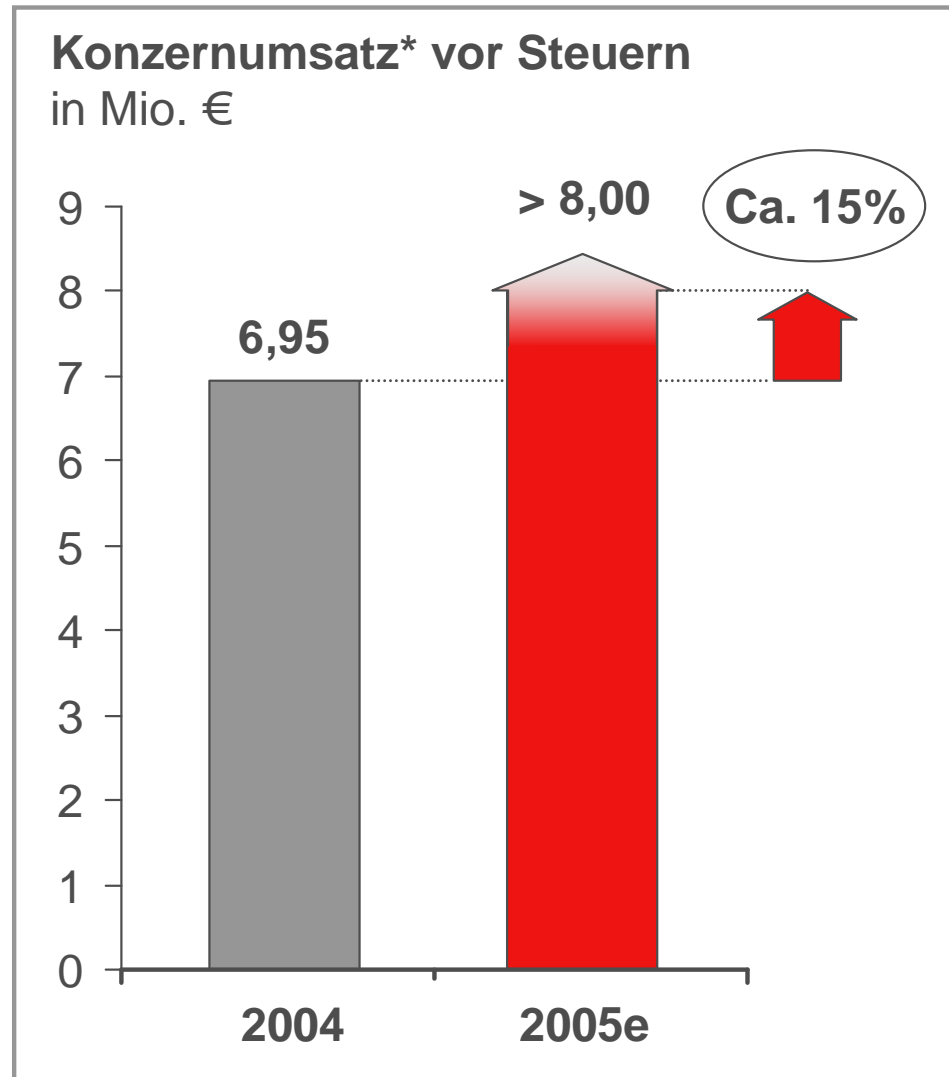
2005: Umsatzzuwachs und Ergebnissprung für IS.Teledata





- Jahresabschluss 2004
- Geschäftsfeld Media
- Geschäftsfeld Technologies
- **Ausblick**

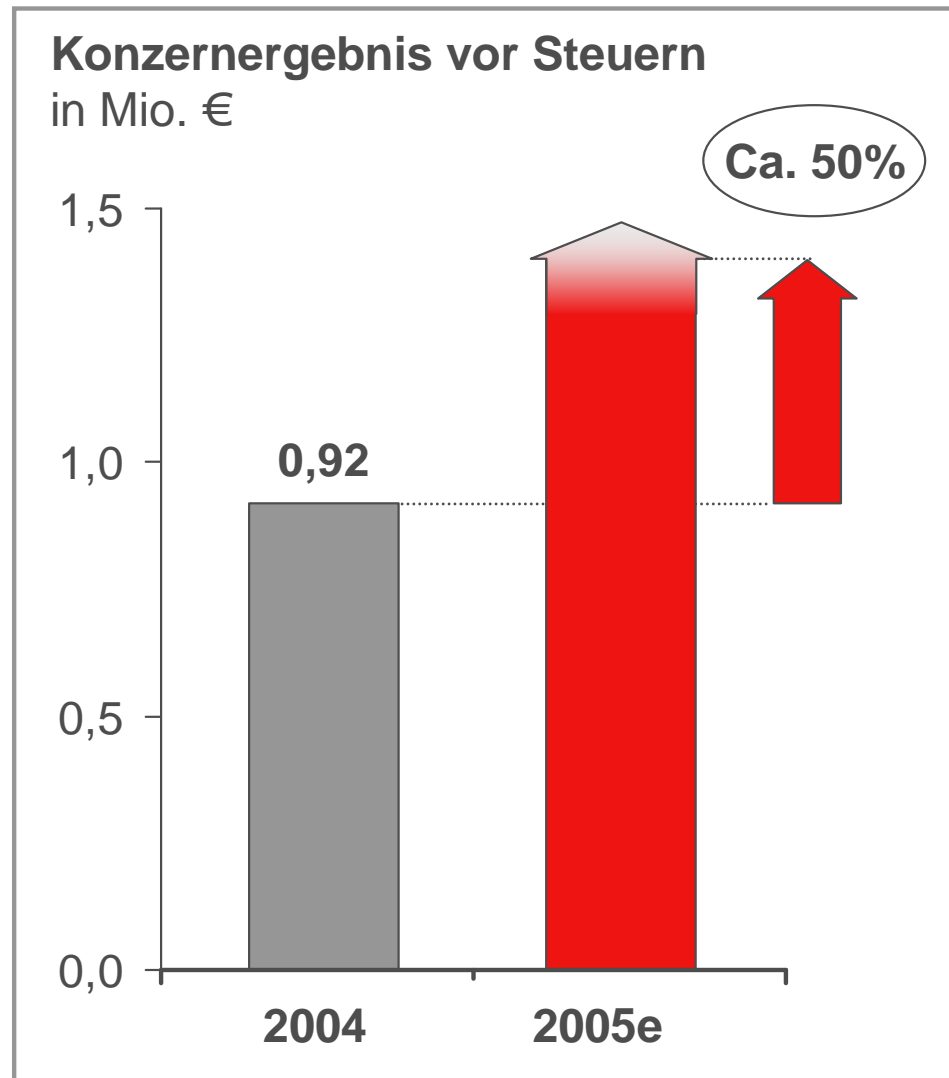
Konzernprognose 2005: Mehr als € 8 Mio. Umsatz



- **Finanzportal** wächst weiter, wenn auch verlangsamt, und bleibt größter Umsatzbringer
- **Gesundheitsportal** mit spürbarem Umsatzzuwachs
- **Performance-Marketing** wird stark ausgebaut und zusätzlicher Wachstumstreiber für Umsatz und Ergebnis

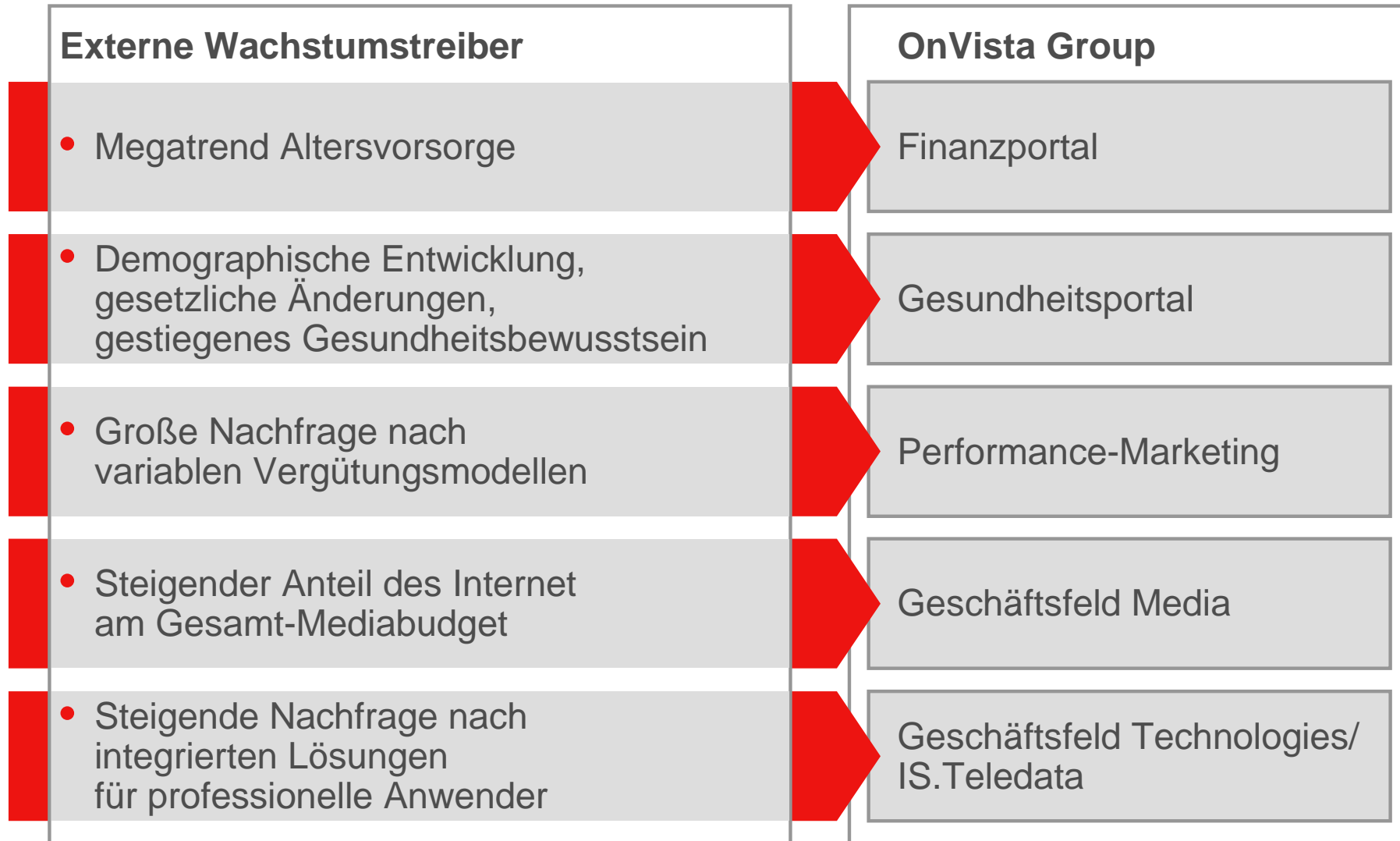
* Konzernumsatz stammt ausschließlich aus Geschäftsfeld Media

Konzernprognose 2005: Ergebnis +50%



- **GF Media:** Trotz Investitionen in Gesundheitsportal Steigerung des Segmentergebnisses auf rd. € 1 Mio.
- **GF Technologies:** Segmentergebnis im mittleren 6-stelligen Bereich
- **Segment Corporate Services:** Kosten werden fast vollständig durch Zinseinnahmen kompensiert
- Weiterhin 2-stellige **Umsatzrendite** vor Steuern
- Ergebnis **Q1/05** lt. Planung unter Q1/04

OnVista Group profitiert von Markttrends...



... und internen Erfolgsfaktoren

- Gute **Marktposition** beider Portale
- Hohe **Vermarktungskompetenz**, insbesondere bei erklärungsbedürftigen Produkten mit hohen konzeptionellen Anforderungen
- IS.Teledata nach der Fusion mit **Kostensynergien** und verbesserter **Marktposition**
- **Skalierbarkeit** in beiden Geschäftsfeldern
- Weitere Expansion durch **Finanzmittelbestand** (€ 22,61 Mio.) möglich

► **OnVista Group
weiterhin auf
profitablem
Wachstumskurs!**



Bei Rückfragen:

Anja Seipp / Silja Moderer

OnVista Group

Tel.: 02203/9146-306/ -305

eMail: ir@onvista.de