

DCI Database for Commerce and Industry AG, Starnberg

Emittentenbericht nach HGB zum 30. Juni 2013

Inhalt

Unternehmensgeschichte und Organisation	2
Geschäftstätigkeit	2
Geschäftsverlauf	4
Bilanz	5
Gewinn- und Verlustrechnung	6
Impressum	7

Unternehmensgeschichte und Organisation

Die DCI Database for Commerce and Industry AG (kurz DCI) wurde 1993 vom heutigen Vorstand Michael Mohr als GmbH in Starnberg gegründet. Im März 2000 erfolgte der Börsengang. Seit Anfang 2006 ist die DCI Aktie an der Börse München notiert. Der Wechsel in den m:access der Börse München erfolgte zum 03.12.2012. Die DCI ist die operativ tätige Obergesellschaft des DCI Konzerns. Zum Konsolidierungskreis der DCI gehören die im Jahre 2000 gegründete 100-prozentige Tochtergesellschaft DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov/Rumänien und die im September 2009 gegründete DCI Systems Engineering GmbH, an der die DCI mit 51% beteiligt ist.

Geschäftstätigkeit

Die DCI vernetzt Anbieter und Käufer im eCommerce mit innovativen Lösungen in den Bereichen Online-Marketing, E-Mail-Marketing und Content.

DCI unterstützt seine Kunden mit effizienten Push-Marketing Lösungen. Bewährte Angebote wie die E-Mail Marketing Plattformen der DCI Medien ergänzen sich mit neuen innovativen Werbeformen wie dem WAi zu einem leistungsstarken Produkt- & Dienstleistungsportfolio.

Mit seinen Angeboten besetzt DCI ein attraktives Geschäftsfeld. Die Anteile der Medien im Push-Marketing verschieben sich zunehmend hin zu den neuen Online-Werbeformen, in denen sich DCI durch langjährige Erfahrung und Expertise auszeichnet. Im Mediamix steigt der Anteil der Online-Werbung weiter an während die Print-Ausgaben unverändert rückläufig sind. Gleichzeitig verringert sich der Vorsprung der derzeit noch führenden Gattung TV gegenüber dem Internet weiter.

Das im Online-Marketing Mix traditionell starke Instrument des E-Mail Marketings sieht sich angesichts der wachsenden E-Mail Flut neuen Herausforderungen gegenüber. Zugleich ist die Erweiterung von Verteilern rechtlich einwandfrei nur mit einem Double-Opt-in Verfahren möglich und somit mit einem beträchtlichen Aufwand verbunden. Auch das Informationsverhalten der Nutzer ändert sich: in Zeiten des Real-Time Web gewinnt die Aktualität zunehmend an Bedeutung. News sollen in Echtzeit zur Verfügung stehen.

Hier setzt die patentierte WAi-Technologie von DCI an. Das Infoboard (WAi) löst nicht nur die SPAM-Problematik, sondern bietet Herstellern eine völlig neue Push-Werbeform, um neue Produkte, Aktionen und Angebote automatisiert, in Echtzeit und in skalierbarer Reichweite zu veröffentlichen.



Um den Werbetreibenden zielgruppengenaue und themenaffine Reichweiten-Netzwerke zur Verfügung zu stellen, arbeitet DCI mit Mediatoren wie Verlagen, Portalbetreibern und Messen zusammen, für die sich wiederum durch die Platzierung der DCI Infoboards neue und zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten mit den Herstellern eröffnen. Gleiches gilt für Agenturen, die Ihren Kunden mit dem Infoboard eine echte Alternative zur klassischen Banner-Werbung anbieten können, die durch einfache Kampagnensteuerung und –Aktualisierung sowie eine genaue Analyse des Engagements der Nutzer besteht. In diesem Zusammenspiel zwischen Werbetreibenden, Publishern und Agenturen bildet die DCI Infoboard-Technologie die zentrale Komponente für eine zukunftsorientierte, am Trend des Real-Time Web ausgerichtete Werbeform, die das Aktionsmarketing grundlegend vereinfacht und beschleunigt.

Als ein Schwerpunkt zielen wir mit dem Produktbereich WAI Local auf Portalbetreiber mit lokalen Inhalten wie regionale Zeitungsverlage ab. Ziel ist es, den Portalbetreibern eine skalierbare Lösung für die Zielgruppe der KMU's anzubieten, die es möglich macht ohne Gestaltungsaufwand Werbung per Email in Umfeldern zu platzieren die dem Einzugsgebiet des jeweiligen Zielkunden der KMU's entspricht. Hierbei ist aber auch eine thematische (rubrizierte) Aussteuerung der Werbung mit oder ohne lokale/sublokale Verknüpfung im Einsatz.

In Kombination mit den Content-Angeboten und -Dienstleistungen sowie einer der umfassendsten ITK-CE Datenbanken bietet DCI den Herstellern breit gefächerte Lösungen, um ihre Produkte gezielt zu vermarkten und das volle Potenzial ihrer Online-Präsenz und eCommerce-Angebote auszuschöpfen.

Ziel ist es, alle DCI Lösungen auf einer zentralen Plattform anzubieten und in einem "Machine to Machine-Commerce-Netzwerk" die eCommerce-Prozesse zwischen Herstellern, End- und Firmenkunden, Publishern und Agenturen zu automatisieren. Für DCI ergäben sich damit zusätzliche, außerordentliche Wachstumschancen.

Geschäftsverlauf

Umsatz

Der Umsatz des DCI Konzerns belief sich im ersten Halbjahr 2013 auf TEUR 1.820. Im Vergleich zum Vorjahr war dies ein leichter Rückgang um TEUR 42 bzw. 2%.

Während der Umsatz im Bereich **DCI Medien** mit -4% (TEUR 1.069 gegenüber Vorjahreszeitraum von TEUR 1.114) leicht rückläufig war, konnte das Segment **Data Services** im 1. Halbjahr 2013 mit TEUR 405 (Vorjahr: TEUR 407) seinen Umsatz stabil halten (-0,5%). Der Umsatz im Segment **Wide Area Infoboard (WAI) / Apps** blieb im 1. Halbjahr 2013 mit TEUR 346 auf Vorjahresniveau (Vorjahr: TEUR 341; +1,5%).

Entwicklung der Kosten

Die Kosten wurden in den ersten sechs Monaten des Jahres 2013 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 18,3% gesenkt (von TEUR 2.421 um TEUR 443 auf TEUR 1.978). Dieser deutliche Rückgang ist bedingt durch unsere konsequente Kostenoptimierung und Umsetzung diverser Restrukturierungsmaßnahmen.

Ertragslage

Insgesamt ist im 1. Halbjahr das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) mit TEUR 22 gegenüber dem Vorjahr (TEUR -433) deutlich gestiegen. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) liegt bei TEUR -39, gegenüber TEUR -496 im Vergleichszeitraum.

Investitionen

Im ersten Halbjahr wurde im Wesentlichen in selbstgeschaffene immaterielle Vermögenswerte investiert.

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die sich auf das Ergebnis auswirken können

Derartige Vorgänge sind im Berichtszeitraum nicht eingetreten.

Ereignisse nach Ende des Halbjahres

Ereignisse von besonderer Bedeutung für die Entwicklung der Gesellschaft sind nach Abschluss des 1. Halbjahres nicht eingetreten.

HGB	6-Monatsbericht 30.6.2013	Jahresabschluss 31.12.2012
AKTIVA	€(000)	€(000)
A. Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	369	398
Sachanlagen	25	31
Finanzanlagen	296	296
Anlagevermögen, gesamt	690	726
B. Umlaufvermögen		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	437	421
Sonstige Vermögensgegenstände	9	14
Liquide Mittel	664	761
Umlaufvermögen, gesamt	1.110	1.196
C. Rechnungsabgrenzungsposten	63	54
Aktiva, gesamt	1.863	1.977
PASSIVA		
A. Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	8.465	8.465
Kapitalrücklage	75.021	75.021
Bilanzverlust	-82.254	-82.213
Eigenkapital, gesamt	1.232	1.273
B. Rückstellungen		
Sonstige Rückstellungen	194	349
Rückstellungen, gesamt	194	349
C. Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	172	110
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	95	81
Sonstige Verbindlichkeiten	60	41
Verbindlichkeiten, gesamt	327	232
D. Rechnungsabgrenzungsposten	110	123
Passiva, gesamt	1.863	1.977

HGB	6-Monatsbericht 1.1.-30.6.2013 €(000)	6-Monatsbericht 1.1.-30.6.2012 €(000)
Umsatzerlöse	1.821	1.862
Aktivierte Eigenleistungen	54	0
Sonstige betriebliche Erträge	63	61
Gesamterlöse	1.938	1.923
Bezogene Leistungen	-894	-1.153
Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-384	-484
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen	-49	-64
Abschreibungen	-62	-65
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-589	-655
Zinserträge	1	2
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-39	-496
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-1	-1
Ergebnis nach Steuern	-40	-497
Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-82.214	-81.883
Bilanzverlust	-82.254	-82.380

Herausgeber

DCI Database for Commerce and Industry AG
Enzianstraße 2
82319 Starnberg

Telefon: +49 (0) 8151 265 0

Telefax: +49 (0) 8151 265 150

E-Mail: info@dc.de

Internet: www.dci.de

Vorstand

Michael Mohr (Vorstandsvorsitzender)
Sascha Neubacher

Handelsregister

AG München HRB 128718

Umsatzsteuer-Identnummer

DE156172322