



# Zwischenmitteilung Q3/2009

Mediageschäft weiter auf niedrigem Niveau  
Neupositionierung der OnVista Bank kommt gut voran  
Ergebnisausblick bestätigt

Q3/2009

**Konzernzahlen zum 3. Quartal des Geschäftsjahres 2009 (ungeprüft)**

	1.1.-30.9.2009	1.1.-30.9.2008	Veränderung
Zinsüberschuss (Mio. €) <sup>1</sup>	0,80	0,71	+15%
Provisionsüberschuss (Mio. €) <sup>1</sup>	0,75	-	-
Sonstige betriebliche Erträge (Mio. €) <sup>2</sup>	6,80	8,82	-23%
Ergebnis vor Steuern (EBT) (Mio. €) <sup>3</sup>	-1,78	1,95	-191%
Konzernergebnis (Mio. €) <sup>3</sup>	-1,30	1,37	-195%
Ergebnis je Aktie (€) <sup>3</sup>	-0,20	0,20	-
Mitarbeiter per 30.9. <sup>3</sup>	104	81	+28%

	30.9.2009	31.12.2008	Veränderung
Bilanzsumme (Mio. €)	105,34	41,85	+152%
Eigenkapitalquote (%)	34,9	90,9	-62%

<sup>1</sup> Durch die Aufnahme der Bankaktivitäten ergeben sich Veränderungen in den ausgewiesenen Kennzahlen

<sup>2</sup> davon € 5,61 Mio. Werbeumsätze der OnVista Media GmbH

<sup>3</sup> Fortgeführte Geschäftsbereiche für 2008

Q3/2009

## Konzernstruktur

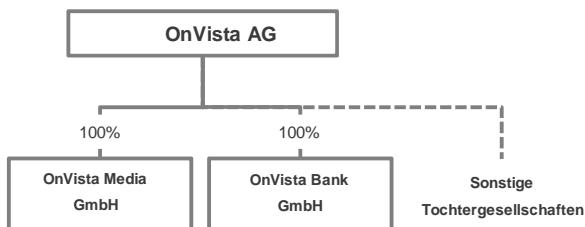
- **Finanzportal und Online-Broker**

Die 1998 gegründete OnVista Group ist ein Internetunternehmen im Bereich Financial Markets. Seit Ende 2007 ist die französische Online-Bank Boursorama S.A. Mehrheitsgesellschafterin der OnVista AG mit gegenwärtig mehr als 90% der Anteile.

Im Kontext der neuen Eigentümerverhältnisse haben wir 2008 eine strategische Neuausrichtung eingeleitet, im Zuge derer wir uns von allen nicht finanzmarktbezogenen Aktivitäten trennten.

Noch im ersten Halbjahr 2009 waren wir ausschließlich im Finanzportal-Geschäft tätig. Wie im Halbjahresbericht ausführlich dargestellt, erwarb die OnVista AG über ihre 100%ige Tochtergesellschaft OnVista Bank GmbH (ehemals OnVista Financial Services GmbH) zum 30. Juni 2009 die wesentlichen Vermögensgegenstände der deutschen Boursorama-Zweigniederlassung in Frankfurt am Main.

Damit können wir uns seit dem dritten Quartal 2009 ganz auf die weitere operative Umsetzung unseres neuen Zwei-Säulen-Geschäftsmodells konzentrieren: Neben das Finanzportal-Geschäft mit der Marke OnVista (und bis zum Jahresende 2009 Tradingbird) tritt als neuer zweiter Geschäftsbereich das Online-Brokerage mit der OnVista Bank. Damit einher geht eine deutliche Veränderung im Erlös-Mix der OnVista Group: Unsere Umsätze aus Online-Werbung und kostenpflichtigen Services werden seit Juli 2009 ergänzt durch Wertpapierprovisionen und Zinsüberschüsse.



- **Änderung der Berichtsstruktur**

Die einschlägigen Rechnungslegungsvorschriften nach IFRS sehen für Banken eine spezielle

Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung vor. Um auch auf Konzernebene die Berichterstattung möglichst aussagekräftig zu gestalten, wenden wir diese auch für den Konzernbericht der OnVista Group an. Die Umgliederungen der entsprechenden Vergleichsbeträge werden wir im Folgenden näher erläutern.

## Geschäftsverlauf und Ertragslage

- **Konzernertragslage durch Sonderfaktoren und Anlaufverluste im Brokerage belastet**

Im Berichtszeitraum konnte die OnVista Group einen **Zinsüberschuss** in Höhe von € 0,80 Mio. (Vj.: € 0,71 Mio.) erzielen. Für das Vorjahr entspricht dies dem Saldo aus Zinserträgen und Zinsaufwendungen. Der **Provisionsüberschuss** betrug € 0,75 Mio. (Vj.: € 0) und speiste sich lediglich aus dem dritten Quartal mit Aufnahme der Bankaktivitäten.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** beliefen sich in den ersten neun Monaten auf € 6,80 Mio. (Vj.: € 8,82 Mio.) und resultieren im Wesentlichen aus Werbeerlösen des Finanzportals.

Die in der Vergangenheit in den Positionen Herstellungskosten, Marketing- und Vertriebskosten, allgemeine Verwaltungskosten, Forschungs- und Entwicklungskosten sowie der überwiegende Anteil der sonstigen betrieblichen Aufwendungen gemäß dem Umsatzkostenverfahren ausgewiesenen Aufwendungen werden nun in dem **Verwaltungsaufwand** zusammengefasst und betragen in 2009 € 10,08 Mio. nach € 7,57 Mio. Die Zunahme ist auf die Erweiterung des Geschäftsbetriebs durch die Aufnahme der Bankaktivitäten zurückzuführen sowie die Einmalbelastungen im Zusammenhang mit der Schließung von Tradingbird. Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** betragen € 0,05 Mio. in 2009 (Vj.: € 0,00 Mio.).

Das **Ergebnis vor Steuern** beläuft sich somit auf € -1,78 Mio. nach € 1,95 Mio. im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das **Konzernergebnis** beträgt € -1,30 Mio. (Vj.: € 1,37 Mio.).

Q3/2009

- **Verhaltene Umsatzentwicklung im Portalgeschäft setzt sich fort**

Im Portalbereich haben wir uns auf die Festigung und Intensivierung unserer Kundenbeziehungen sowie auf die Sicherung und den Ausbau unserer Marktposition konzentriert, um aus der aktuellen Krise gestärkt hervorzugehen. Konkret arbeiteten wir an den Voraussetzungen dafür, 2010 in allen relevanten Reichweiten-Kennzahlen ein nachhaltiges Wachstum erzielen zu können.

In unserem Halbjahresbericht waren wir für den weiteren Jahresverlauf im Media-Geschäft von einer Fortsetzung der verhaltenen Entwicklung des ersten Halbjahrs infolge des krisenbedingten generellen Rückgangs der Werbeinvestitionen ausgegangen. Wir hatten die Erwartung geäußert, dass der Umsatz aus Werbeerlösen im Gesamtjahr 2009 spürbar hinter dem Geschäftsjahr 2008 zurückbleiben und sich diese Entwicklung auch im Ergebnis niederschlagen wird.

Diese Annahme wird sich bewahrheiten. Die Werbeerlöse, die jetzt in der Gewinn- und Verlustrechnung in die Sammelposition „Sonstige betriebliche Erträge“ einfließen, summieren sich von Januar bis September 2009 auf € 5,61 Mio. gegenüber € 8,40 Mio. in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Das bedeutet einen Rückgang von 33%. Damit fallen die Einbußen nach neun Monaten ähnlich hoch aus wie zur Jahresmitte (32%). Das operative Ergebnis (EBIT) liegt mit € - 1,13 Mio. deutlich unter den € 1,84 Mio. der ersten drei Quartale im Jahr 2008.

Nachdem wir zum Halbjahr noch einen operativen Segmentgewinn von € 0,48 Mio. ausweisen konnten, brachte das dritte Quartal, insbesondere bedingt durch Einmaleffekte, ein Minus von € 1,07 Mio. Die zum Jahresende geplante Aufgabe der Börsen-Community Tradingbird (siehe unten) führte zu einer einmaligen Belastung in Höhe von € 0,66 Mio. Zudem entstanden im Berichtszeitraum für ein Wachstumsprojekt einmalige Beratungskosten in Höhe von € 0,30 Mio. Der Umsatz lag im dritten Quartal mit € 1,85 Mio. um 36% unter dem dritten Quartal 2008 (€ 2,91 Mio.).

- **Exklusive Vermarktung von ARIVA.DE**

Am 20. Oktober 2009 haben wir mitgeteilt, dass die OnVista Media GmbH zum 1. Januar 2010 die exklusive Vermarktung des Finanzportals ARIVA.DE und der dazugehörigen Website ZERTIFIKATE-ANLEGER.DE übernimmt. Damit nutzen wir unser Know-how als Premium-Vermarkter hochwertiger Finanzwebsites und bauen unser Media-Geschäft deutlich aus. ARIVA.DE ist ein bankenunabhängiger Dienstleister für Börseninformationen im Internet und direkter Wettbewerber von OnVista.de im Markt für Finanzportale. Die Website gehörte in den vergangenen Jahren zu den am schnellsten wachsenden Portalen und hat ihre Marktposition kontinuierlich bis auf Platz drei verbessert.

Künftig kann OnVista Media eine hochattraktive Kombination aus höherer Reichweite bei weiterhin größter Börsenaffinität der Zielgruppe anbieten. Mit einem kumulierten Marktanteil von 36% unter den führenden zehn Finanzportalen garantieren wir Werbekunden im Zusammenspiel mit ARIVA.DE die optimale Ansprache von Privatanlegern und Finanzexperten ohne Streuverluste. Schon im ersten Jahr der langfristigen angelegten Kooperation gehen wir von zusätzlichen Umsätzen in mittlerer sechsstelliger Höhe und einem deutlich positiven Ergebnisbeitrag aus. Bislang gehörte bereits die Internetseite des Ratingunternehmens Morningstar zum Vermarktungsportfolio von OnVista.

- **Aufgabe von Tradingbird**

Wir werden den Betrieb der Börsen-Community Tradingbird mit Wirkung zum 31. Dezember 2009 einstellen. Dies führte im dritten Quartal 2009 zu einer einmaligen Belastung in Höhe von € 0,66 Mio. Grund für diesen Schritt ist die beabsichtigte weitere Konzentration der Web 2.0-Aktivitäten auf die Kernmarke OnVista.de. Hintergrund dieser Entscheidung ist insbesondere die Neubewertung der mittelfristigen Profitabilisierungsaussichten für dieses Geschäftsmodell, die auch bei direkten Wettbewerbern in ähnlicher Weise erfolgt ist.

Q3/2009

- **Online-Brokerage mit neuem Preismodell und Zuwachs im Neukundengeschäft**

Im Brokerage-Geschäft haben wir wie angekündigt eine grundlegende Neupositionierung der OnVista Bank als besonders innovativen und kundenorientierten Anbieter vorgenommen und dies mit einer Werbekampagne – vor allem auf OnVista.de und Tradingbird.de – begleitet. Im Mittelpunkt der Neupositionierung steht ein neues, einzigartiges und besonders transparentes Preismodell für die Abwicklung von Wertpapiertransaktionen, das FreeBuy-Depot. Dies ermöglicht es, Wertpapierkäufe dauerhaft ohne Ordergebühr durchzuführen. Die Anzahl der möglichen FreeBuys ergibt sich aus der Höhe des durchschnittlichen Guthabens auf dem Wertpapier-Verrechnungskonto. Dieses Preismodell wurde unter intensiver Einbeziehung von OnVista-Portal-Nutzern entwickelt.

Außerdem haben wir mit Blick auf den Kundennutzen im dritten Quartal die weitere Verzahnung unseres Portalgeschäfts mit unserem neuen Online-Broker vorangetrieben. Auch das hat dazu beigetragen, dass die Zahl der Bank-Neukunden seit der Übernahme des Online-Brokers spürbar angestiegen ist.

- **Neues Konzern-Erscheinungsbild**

Im Zuge der Einführung eines neuen einheitlichen Corporate Designs der Boursorama-Gruppe zeigt sich auch die OnVista Group samt ihren Marken OnVista.de und OnVista Bank seit dem 1. Oktober 2009 in einem veränderten, aufmerksamkeitsstarken und unverwechselbaren Gesicht: Beide Marken erscheinen nun in einem prägnanten Purpur-Ton, ergänzt um dunkelblaue Elemente.



Seit Oktober werden sowohl das Finanz- als auch das Bankportal Schritt für Schritt auf das neue Design umgestellt.

## Sonstige Ereignisse

Hinsichtlich der Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat auf der Hauptversammlung der OnVista AG am 16. Juli 2009 verweisen wir auf den Nachtragsbericht innerhalb unseres Halbjahresberichts 2009. Dasselbe gilt für den Abschluss des Beherrschungsvertrages zwischen der OnVista AG und der OnVista Bank GmbH.

- **Antrag auf Sonderprüfung**

Am 29. September 2009 ist der OnVista AG vom Landgericht Köln ein Antrag von Aktionären nach § 315 AktG auf Bestellung eines Sonderprüfers zugegangen. Der Antrag zielt auf die Überprüfung der geschäftlichen Beziehungen zwischen der OnVista AG bzw. ihrer Tochtergesellschaften und der Mehrheitsaktionärin, Boursorama S.A., Frankreich, ab. Wir sind der Auffassung, dass die geschäftlichen Beziehungen zu unserer Mehrheitsaktionärin nicht zu Nachteilen für die Gesellschaft geführt haben und dass alle aktienrechtlichen Vorgaben beachtet wurden. Somit besteht nach Auffassung der OnVista AG kein Anlass für eine Sonderprüfung. Eine Entscheidung des Gerichts erwarten wir im Laufe des nächsten Jahres.

## Ausblick

- **Erwartung für Konzernergebnis bestätigt**

Im Halbjahresbericht hatten wir für das Media-Geschäft die Aussage getroffen, dass wir im Gesamtjahr beim Vorsteuerergebnis eine „schwarze Null“ erwarten. Dies können wir aus heutiger Sicht bestätigen und halten ein operatives Ergebnis vor Sondereffekten im mittleren sechsstelligen Bereich für möglich.

Im Brokerage-Geschäft gehen wir für 2009 von einem Anlaufverlust in Höhe eines niedrigen einstelligen Millionenbetrags aus.

Insgesamt erwarten wir damit nach wie vor ein negatives Konzernergebnis in Höhe eines niedrigen einstelligen Millionenbetrags vor Sondereffekten.

Q3/2009

**OnVista AG**

Sophienstr. 3  
51149 Köln

Tel: +49(0)2203 9146-0

Fax: +49(0)2203 180 640

eMail: [ir@onvista-group.de](mailto:ir@onvista-group.de)

Web: [www.onvista-group.de](http://www.onvista-group.de)

**Vorstand**

Klaus-Jürgen Baum

**Aufsichtsrat**

Dr. Joachim Totzke (Vorsitzender)

Ramón Blanco (Stellvertreter)

Volker E.W. Löser

**Finanzkalender**

Vorläufige Zahlen zum Geschäftsjahr 2009

Januar 2010