

mobile Marketing



conVISUAL Aktie

ISIN/WKN:	DE0006204589
Gattung:	Inhaber-Aktien o.N.
Börsenkürzel:	C1V
Geschäftsjahr:	31.12.
Erstnotiz:	13. Januar 2006
Notierungen:	Entry Standard (Open Market Frankfurt), Xetra sowie Freiverkehr (Berlin-Bremen, Düsseldorf, Stuttgart)
Designated Sponsor:	equinet AG Lang & Schwarz Wertpapierhandel AG (bis 28.02.2009)

Per 31.12.2008:

Grundkapital	2.223.509,00 EUR
Anzahl der Aktien	2.223.509

Entwicklung Grundkapital:

31.12.2006	1.837.612,00 EUR
14.02.2007	2.021.372,00 EUR
16.10.2007	2.223.509,00 EUR
31.12.2008	2.223.509,00 EUR

Entwicklung Aktie:

Jahreshöchst-/tiefstkurs 2007	9,51 EUR/3,83 EUR
Eröffnungskurs 01.01.2007	4,15 EUR
Schlusskurs 31.12.2007	9,00 EUR
Marktkapitalisierung per 31.12.2007	20,01 Mio. EUR

Jahreshöchst-/tiefstkurs 2008	9,12 EUR/0,40 EUR
Eröffnungskurs 01.01.2008	9,00 EUR
Schlusskurs 31.12.2008	0,70 EUR
Marktkapitalisierung per 31.12.2008	1,56 Mio. EUR

Ansprechpartner Investor Relations:

Sandra Wiewiorra
E-Mail: investorrelations@convisual.com
Telefon: +49 (208) 97 69 5-807

conVISUAL Finanzkalender

Termine 2009

28. Juli 2009: Hauptversammlung 2009

Voraus. September 2009: Halbjahresbericht 2009

Änderungen vorbehalten

Inhalt

04	Vorwort des Vorstands
06	Bericht des Aufsichtsrats

▸ **Lagebericht** für das Geschäftsjahr 2008

09	Darstellung des Geschäftsverlaufs
11	Darstellung der Lage
14	Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung
16	Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres
17	Ausblick

▸ **Jahresabschluss 2008**

19	Gewinn- und Verlustrechnung der conVISUAL AG
20	Bilanz der conVISUAL AG
22	Anhang für den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008
30	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Konzeption, Gestaltung und Satz
heureka! Profitable Communication GmbH, Essen

Druck
Druckstudio GmbH, Düsseldorf

Vorwort des Vorstands

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Jahr 2008 hat gravierende Veränderungen im Mobilfunkmarkt eingeläutet und auch für conVISUAL die Grundlage für eine erfolgreiche Neuausrichtung geschaffen. Mit schnellen Datenübertragungen, hochwertigen Internet-Handys und ersten Flatrates für mobile Datendienste hat der Mobilfunkmarkt zum Sprung angesetzt von der individuellen Sprachkommunikation hin zum multimedialen Massenmedium, das Konsumenten überall und jederzeit interaktiv vernetzt – mit anderen Konsumenten, mit werbetreibenden Unternehmen und den Medien, die ihre Zielgruppen zunehmend auf dem Handy direkt erreichen. Damit einher geht für conVISUAL die klare Ausrichtung auf Mobile Marketing und interaktive Mehrwertdienste. Wir besitzen die Technologie, Kompetenz und Erfahrung, Interaktivität zwischen den Menschen und den Medien unserer Kunden erfolgreich umzusetzen. Diese Kompetenz können wir jetzt ausspielen und für werbetreibende Unternehmen gänzlich neue Interaktionswege direkt zu ihren Zielgruppen eröffnen. Die Chancen, die sich aus dieser Neuausrichtung ergeben, spiegeln sich zunehmend auch in unseren Unternehmenskennzahlen wider.

Geschäftsverlauf 2008

Der Umsatz der conVISUAL AG im Jahr 2008 belief sich auf 13,6 Mio. EUR und konnte damit um 2,0 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Dies entspricht einer Steigerung um 17,2%. Der Jahresfehlbetrag der conVISUAL AG belief sich in 2008 auf 880 TEUR und lag damit rund 905 TEUR unter dem Jahresfehlbetrag 2007 in Höhe von 1.785 TEUR. Wesentliche Gründe für diese deutliche Ergebnissteigerung sind auf der einen Seite neu gewonnene Kunden im margenstarken Bereich Mobile Marketing, der Ausbau bestehender Kundenbeziehungen, insbesondere im Netzbetreibergeschäft, sowie die Übernahme des Mehrwertdienstesgeschäftes der EconoMedia in das neue Profit Center „Information Services“. Auf der anderen Seite wurden Maßnahmen zu weiteren Kosteneinsparungen in allen Unternehmensbereichen umgesetzt.

US-Geschäft trägt Früchte

Nach der Aufbauarbeit der vergangenen Jahre konnten wir nun auch im US-Geschäft erste relevante Umsätze erwirtschaften. Aufgrund eingehender Marktanalysen und der Erfahrungen aus 2007 wurde das US-Geschäft vollständig auf den Bereich Mobile Marketing ausgerichtet. Mit unserer Vertriebsniederlassung in Chicago konnten unter anderem mehrere Kampagnen für einen der großen Warenhauskonzerne erfolgreich umgesetzt werden und zusätzlich eine enge Partnerschaft mit einer der größten internationalen Digital Media Agenturen geschlossen werden.

Mobile Marketing als Wachstumstreiber

Unsere Fokussierung auf werbetreibende Unternehmen und Agenturen zahlt sich auch in Deutschland aus. Gerade in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage schwenken die Werbebudgets, die vormals rein auf die klassischen Medien ausgerichtet waren, jetzt hin zu den interaktiven, direkt adressierbaren Medien und beflügeln unser Mobile Marketing Geschäft. Der Markt erfährt hier seit geraumer Zeit eine Etatverlagerung, von der wir jetzt deutlich profitieren. Die erhöhte Nachfrage im Mobile Marketing Geschäft führen wir auf mehrere Faktoren zurück: Das Medium „Mobile“ bedient die Forderung der werbetreibenden Unternehmen nach der Messbarkeit des Kampagnenerfolges optimal. Die Kampagnenbotschaft kann wie bei keinem anderen Medium unmittelbar und persönlich übermittelt werden. Der Wunsch nach einer messbaren Identifikation mit Produkten und Marken wird perfekt bedient. Der aktuelle Endgerätetrend hin zum multimedialen Internet-Handy mit großem Display, wie zum Beispiel beim iPhone von Apple und dem Google G1, begünstigt die positive Entwicklung für conVISUAL, da er eine wesentlich attraktivere Nutzung und den komfortablen Zugriff auf internetbasierte Inhalte ermöglicht.

Content-Geschäft ausgebaut

Mobile Content ist für conVISUAL ein wichtiges Geschäftsfeld, das durch besonders hohe Margen gekennzeichnet ist. Hier haben wir 2008 in ein neues Media Asset Management System investiert, das Skalierungseffekte ermöglicht und so die Voraussetzungen für die Akquisition und die Betreuung zahlreicher weiterer Lizenzkunden geschaffen hat. Daneben wurden wichtige Content-Rechte, wie z. B. hochwertige 3D-Animationen und die grafische Bearbeitung weltweit bekannter Charaktere wie SpongeBob, Peanuts, Perry Rhodan, Looney Tunes und Herr der Ringe lizenziert. So konnten wir die Basis für weiteres Wachstum in diesem zukunftssträchtigen Markt legen. Darüber hinaus konnten wir das Content-Geschäft mit der Übernahme des Mehrwertdienstesgeschäftes der Kölner EconoMedia GmbH um ein zweites Profit Center erweitern. conVISUAL ist durch diese Übernahme zu Deutschlands führendem Direktanbieter für redaktionelle Abrufdienste geworden. Dieser neue Geschäftsbereich wurde zum 1. Mai 2008 als Profit Center „Information Services“ in die conVISUAL AG integriert. Er ergänzt unser Produktportfolio optimal und arbeitet von Beginn an profitabel.



Dr. Thomas Wolf (CEO)
João Gonzaga (CTO)

Guter Start in 2009

Trotz der schwelenden Finanz- und Wirtschaftskrise konnten wir erfolgreich in das Geschäftsjahr 2009 starten und den positiven Trend aus dem Vorjahr weiter fortsetzen. Alle wesentlichen Unternehmenskennzahlen wurden verbessert und auch die Margenentwicklung ist äußerst positiv. Die Umsetzung einer stark beworbenen Hörerpromotion für eine große Radiogruppe führte direkt im Januar zu dem mit Abstand größten Monatsumsatz der Firmengeschichte. Im strategisch wichtigen Mobile Marketing Geschäft wurde conVISUAL im ersten Quartal 2009 mit der Durchführung einer großen Mobile Marketing und Advertising Kampagne für einen bekannten Markenartikler betraut.

Auch im US-Geschäft konnten wir bereits mit einem weiteren Mobile Marketing Projekt für eine der größten Einzelhandelsketten in den USA einen guten Start verzeichnen. Im Rahmen der laufenden Vertriebsarbeiten zeichnen sich in diesem Markt weitere relevante Projekte ab. In den USA sind wir auf gutem Wege, uns als noch kleiner Spezialist für erfolgreiche Mobile Marketing Kampagnen zu etablieren.

Weiterhin hat sich der Aktienkurs in den ersten Monaten des Jahres deutlich erholt. Dies führen wir im Wesentlichen auf die positive Geschäftsentwicklung und die guten Marktprognosen für das Mobile Marketing Geschäft zurück. Auch in unserer Aktionärsstruktur gab es Veränderungen: Seit Ende des ersten Quartals hält die Beteiligungsgesellschaft Vatas keine Anteile mehr an der conVISUAL AG.

Ausblick

Für das laufende Geschäftsjahr 2009 erwarten wir weitere Umsatz- und Ergebnissteigerungen, die vor allem in den Bereichen Mobile Marketing und Interactive TV, Print & Radio Services erzielt werden. Dabei verfolgen wir weiterhin ein striktes Kostenmanagement, so dass die Kosten gegenüber dem Vorjahr weiter sinken werden.

Im deutschen Markt fokussieren wir unsere Vertriebsaktivitäten auf die Bearbeitung der margenstarken Kundensegmente. Dabei steht die Neugewinnung und Umsetzung von Projekten im Bereich des Mobile Marketing klar im Vordergrund. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr geknüpften Geschäftskontakte und das entwickelte Know-How sind wichtige Grundlagen, um die geplanten Ziele in 2009 zu erreichen. Unsere beiden Profit Center für Mobile Content und redaktionelle Abrufdienste liefern hier mit kreativen, grafischen und redaktionellen Dienstleistungen wertvolle Unterstützung. Darüber hinaus sind beide Profit Center in intensiven Verhandlungen mit neuen Partnern und Kunden.

In den USA fokussieren wir ausschließlich auf das Geschäftsfeld Mobile Marketing. Die im Jahr 2008 gestartete erfolgreiche Zusammenarbeit mit einer der größten internationalen Digital Media Agenturen wird in 2009 mit der Durchführung neuer Projekte weiter intensiviert. Parallel dazu werden im Rahmen der Kundendiversifizierung weitere Kundenbeziehungen mit Agenturen und Markenartiklern aufgebaut.

Von der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise erwarten wir nur geringe Auswirkungen auf unser Geschäft. Eine erkennbare Tendenz zeigt, dass Markenartikler ihre Werbebudgets zunehmend für weniger kostenintensive kleine und mittlere Kampagnen im Bereich Mobile Marketing und Advertising ausgeben. Diese Nachfrage können wir sehr gut bedienen, so dass wir auch im Mobile Marketing weiterhin mit steigenden Umsätzen rechnen.

Wir gehen davon aus, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2009 gegenüber dem Vorjahr deutlich steigen wird. Das Ergebnis 2009 wird sich für die conVISUAL AG gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern, aber noch leicht negativ sein.

Für das uns entgegengebrachte Vertrauen bedanken wir uns ausdrücklich bei Ihnen. Gemeinsam mit Ihnen möchten wir die neu entstehenden Märkte für mobile Kommunikation erschließen und aktiv gestalten. Mit klaren Zielen und einem hochmotivierten Team wollen wir die Chancen dieser Marktentwicklung ergreifen und in werthaltiges Geschäft verwandeln, von dem Sie als unsere Aktionäre profitieren sollten.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg weiter begleiten!

Es grüßen Sie herzlich aus Oberhausen,

Dr. Thomas Wolf
CEO

João Gonzaga
CTO

Bericht des Aufsichtsrats

**Sehr geehrte conVISUAL-Aktionäre,
sehr geehrte Geschäftsfreunde und Partner unseres
Unternehmens,**

das Geschäftsjahr 2008 ist für die conVISUAL AG insgesamt erfreulich verlaufen. Der Umsatz stieg um rd. 17 % auf 13,6 Mio., der Jahresfehlbetrag belief sich in 2008 auf 880 TEUR und lag damit rund 905 TEUR unter dem Jahresfehlbetrag 2007 in Höhe von 1.785 TEUR. Wesentliche Gründe für diese deutliche Ergebnissteigerung sind auf der einen Seite die nennenswerte Neugewinnung von margenstarkem Kundengeschäft im Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“, der Ausbau bestehender Kundenbeziehungen – insbesondere im Netzbetreibergeschäft – sowie die Übernahme des Mehrwertdienstes der EconoMedia in das neue Profit Center „Information Services“. Auf der anderen Seite wurden deutliche Maßnahmen zu weiteren Kosteneinsparungen in allen Bereichen realisiert.

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr die ihm nach Satzung und Gesetz obliegenden Aufgaben stets wahrgenommen. Neben der ihm obliegenden Überwachungsfunktion stand der Aufsichtsrat jederzeit dem Vorstand mit Rat und Tat zur Seite. In allen wesentlichen Entscheidungen von grundlegender Bedeutung waren wir unmittelbar eingebunden und haben diese auf der Grundlage der Berichte des Vorstands ausführlich erörtert, abgewogen und beschlossen.

Im Jahr 2008 hat der Aufsichtsrat insgesamt fünf Sitzungen abgehalten und zudem wichtige bzw. eilige Beschlüsse zusätzlich im Umlaufverfahren gefasst. Vom Vorstand wurden wir im Rahmen der Sitzungen sowie auch unterjährig aktuell und detailliert, sowohl anhand schriftlicher als auch mündlicher Berichte, jederzeit zeitnah informiert. Auf unseren Sitzungen standen insbesondere Ausführungen des Vorstands über den aktuellen Geschäftsverlauf, Auffälligkeiten bezüglich der Margenentwicklung und der Lage der Gesellschaft, sowie zur Unternehmensstrategie im Mittelpunkt der Diskussionen.

Weitere Inhalte der Aufsichtsratsarbeit

Weitere thematische Schwerpunkte der gemeinsamen Sitzungen waren der strategisch wichtige Erwerb des Mehrwertdienstesgeschäftes der EconoMedia GmbH sowie der weitere systematische Ausbau und die Organisation des US-Geschäftes.

Sowohl während als auch außerhalb der gemeinsamen Sitzungen hat der Vorstand den Aufsichtsrat regelmäßig in schriftlicher Form umfassend informiert. Diese Berichte beinhalteten detaillierte betriebswirtschaftliche Auswertungen einschließlich einer Gewinn- und Verlustrechnung, Informationen zur aktuellen Auftragslage und dem jeweiligen Vertriebsstand und zu Investitionsvorhaben sowie Angaben zu Margen relevanter Kundenumsätze und Produkte. Diese Unterlagen sind detailliert vom Aufsichtsrat auf Plausibilität, Richtigkeit im Zeit- und Branchenvergleich und Vollständigkeit geprüft und hinterfragt worden.

Zusätzlich zu den Zusammenkünften fanden diverse persönliche und fernmündliche Besprechungen statt. Dabei stand insbesondere der Aufsichtsratsvorsitzende im laufenden Kontakt mit dem Vorstand und war in alle Entscheidungen von wesentlicher Bedeutung unmittelbar eingebunden. Beschlüsse außerhalb von Aufsichtsratssitzungen wurden im Umlaufverfahren gefasst.

In Vor- oder Nachbereitung der Aufsichtsratssitzungen fanden interne oder telefonische Besprechungen statt, bei denen u.a. auch die Effizienz unserer Aufsichtsratsstätigkeit auf der Agenda stand. Dabei erfolgte die Effizienzprüfung unserer Aufsichtsratsarbeit in Form der Selbstevaluierung.

Auf die Bildung von Ausschüssen hat der Aufsichtsrat aufgrund der Unternehmensgröße auch im Geschäftsjahr 2008 verzichtet.

Erteilung des Prüfungsauftrages

Die rewicon GmbH, Düsseldorf, wurde von den Aktionären auf der Hauptversammlung am 4. August 2008 als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2008 gewählt. Die Erteilung des Prüfungsauftrages durch den Aufsichtsrat erfolgte anschließend unter Vereinbarung klarer Regelungen hinsichtlich der Einzelheiten des Auftrags und der Zusammenarbeit des Aufsichtsrats mit dem Abschlussprüfer.

Bilanzaufsichtsratssitzung am 30.04.2009

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss und der Lagebericht über das Geschäftsjahr 2008 wurden von der rewicon GmbH, Düsseldorf, im Auftrag des Aufsichtsrats geprüft. Der Abschlussprüfer erteilte den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Rechtzeitig vor der bilanzfeststellenden Aufsichtsratssitzung am 30.04.2009 wurde allen Mitgliedern des Aufsichtsrats der vom Vorstand aufgestellte und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers versehene Jahresabschluss sowie der Lagebericht über das Geschäftsjahr 2008 zur Prüfung zur Verfügung gestellt. Auf der Bilanzaufsichtsratssitzung wurde dieser Jahresabschluss gemeinsam mit dem Vorstand und den Abschlussprüfern eingehend erörtert und Fragen des Aufsichtsrats beantwortet. Vom Prüfungsergebnis hat der Aufsichtsrat zustimmend Kenntnis genommen und stimmt sowohl dem Jahresabschluss 2008 der conVISUAL AG als auch dem Lagebericht des Vorstands zu. Der Jahresabschluss 2008 der conVISUAL AG wurde vom Aufsichtsrat ohne Einwendungen gebilligt und ist damit festgestellt.

Im Jahr 2008 hat die conVISUAL AG deutliche Verbesserungen in allen Bereichen erzielt und konnte das negative Ergebnis des Vorjahres mehr als halbieren. Die Anstrengungen im Rahmen der Auslandsstrategie sowie zum stärkeren Ausbau der margenstarken Marktsegmente tragen mittlerweile spürbare Früchte. Insbesondere der Anstieg von Projekten im Segment Mobile Marketing für den deutschen und US-amerikanischen Markt zeigt, dass die conVISUAL AG das strategische Ziel erreicht hat, sich als Spezialist für Mobile Marketing Kampagnen zu etablieren. Die Werbebudgets, die vormals rein auf die klassischen Medien ausgerichtet waren, schwenken jetzt hin zu den interaktiven, direkt adressierbaren Medien. Wir sind daher optimistisch, dass die conVISUAL AG von der Finanz- und Wirtschaftskrise in 2009 weitgehend verschont bleiben wird.

Auch im Namen des Aufsichtsrats danken wir unseren Kunden für die gute Zusammenarbeit im Geschäftsjahr 2008 und freuen uns auf die gemeinsamen Projekte im Geschäftsjahr 2009.

Oberhausen, im Mai 2009

Hartmut G. Korn
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Lagebericht

für das Geschäftsjahr 2008



Mobile Marketing ist heute auf dem Weg, den Massenmarkt zu erobern. Die neue Handy-Generation mit Mobile-Internet-Nutzung bietet Werbetreibenden völlig neue Perspektiven.

A. Darstellung des Geschäftsverlaufs

1. Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2008 hat sich die Weltkonjunktur als Folge der Finanzmarktkrise stark abgeschwächt und viele Industrieländer sind in eine tiefe Rezession geraten. Nach einem guten ersten Quartal 2008 wurde dies auch in der deutschen Wirtschaft spürbar.

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP, preisbereinigt) stieg mit 1,3% um fast die Hälfte geringer an als im Vorjahr. Das Exportvolumen beträgt 48% des Bruttoinlandsproduktes, in einigen Branchen ist es zum Teil deutlich höher. Damit stellt die zunehmend fehlende Auslandsnachfrage die Wirtschaft vor eine besondere Herausforderung. Die Exporte konnten im Jahr 2008 noch um 3,9% gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden, dieser Zuwachs ist aber deutlich geringer als im Vorjahr. Für 2009 werden ein sinkendes Bruttoinlandsprodukt und merklich geringere Exporte erwartet.

Der globale Abschwung trifft jedoch auf eine widerstandsfähige deutsche Wirtschaft. Strukturelle Reformen haben die Wirtschaft flexibler und deutsche Unternehmen wettbewerbsfähiger gemacht. Die Zahl der Arbeitslosen ist mit einer Arbeitslosenquote von 7,8% auf dem niedrigsten Stand seit 1992. Bei der Unternehmenssteuerreform 2008 wurde die durchschnittliche Gesamtsteuerbelastung der Unternehmen auf unter 30% gesenkt. Die Bundesregierung konnte einen ausgeglichenen öffentlichen Gesamthaushalt vorlegen.

Als Folge der kritischen Wirtschaftssituation und der unsicheren Zukunft agieren auch die privaten Haushalte vorsichtiger. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte stieg zwar im Jahr 2008 mit 2,6% um einen Prozentpunkt höher an als im Vorjahr (1,6%). Trotzdem erhöhten sich die Konsumausgaben der privaten Haushalte nicht. Die Sparquote der privaten Haushalte erhöhte sich von 10,8% im Jahr 2007 auf 11,4% im Jahr 2008. (Jahreswirtschaftsbericht 2009, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Januar 2009)

2. Branchensituation und Marktumfeld

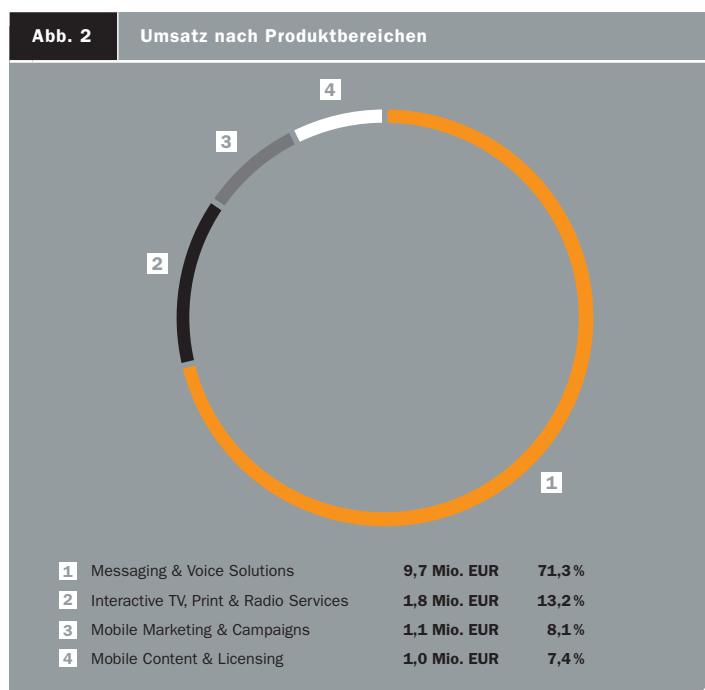
Die Telekommunikationsbranche ist und bleibt ein wichtiger Teil der deutschen Wirtschaft. Im Jahr 2008 wurde dies vor allem mit den Entwicklungen im Bereich Mobilfunk und Breitbanddienste manifestiert.

Im Gesamtmarkt der Telekommunikationsdienste ist auch im Jahr 2008, im zweiten Jahr in Folge, ein Rückgang der Umsätze zu verzeichnen. Das Minus von 4,1% auf 60,6 Milliarden Euro lässt sich wiederholt auf die sinkenden Preise im Festnetz- und Mobilfunkbereich durch die Verbreitung von Flatrate Angeboten zurückführen. Dabei gelingt es den Wettbewerbern über Mengenwachstum ihren Umsatz stabil zu halten. Die Investitionen der Branche liegen mit sechseinhalb Milliarden Euro auf dem Niveau des Vorjahres, wobei die Wettbewerber der DTAG die Innovationstreiber bleiben. Die anhaltende Dynamik und Innovationskraft der Branche sorgt auf der einen Seite für vielfältige und qualitativ hochwertige Produktangebote. Auf der anderen Seite können durch gesteigerte Effizienz und damit verbundene Preisreduzierungen die Kunden entlastet werden.

Abb. 1	Produktbereiche nach Produktgruppen
Messaging & Voice Solutions	SMS Gateway MMS Gateway Service Phone Numbers Outsourcing & Hosting
Mobile Marketing & Campaigns	SMS & MMS Campaigns Response & Dialogue Services Interactive Promotions
Interactive TV, Print & Radio Services	Downloads & Subscriptions Participation Services On-Screen Services Mobile TV Solutions
Mobile Content & Licensing	Content Creation & Licensing Information Services

Während das Verkehrsvolumen im Festnetz bei 666 Millionen Verbindungsminuten am Tag stagniert, nimmt es im Mobilfunk stark zu, um 20,0% gegenüber Vorjahr auf 230 Millionen Verbindungsminuten am Tag. Seit Mitte 2008 gibt es in Deutschland mehr als 100 Millionen Mobilfunkverträge. Der Umsatz mit Non-Voice-Diensten im Mobilfunk steigt auch 2008 merklich an. Dabei nehmen die Umsätze aus dem Datenverkehr um rund 35% zu. Die Umsätze mit SMS und MMS bewegen sich circa 5% unter dem Niveau des Vorjahres. Hier sind erste Sättigungstendenzen zu erkennen. Die Anzahl der versendeten MMS pro Tag bleibt unter 1,0% der versendeten SMS pro Tag. (Dialog Consult/VATM, Zehnte gemeinsame Marktanalyse 2008, Oktober 2008)

Auch die Nutzung von Mehrwertdiensten über Servicrufnummern (0137, 0180, 0190, 0700, 0800, 0900) ist gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig. Die Anzahl der Minuten pro Tag sank von 21,4 Millionen auf 20,7 Millionen. Diese Nummern sind das Aushängeschild vieler Unternehmen für ihr Kundenkontaktmanagement. Daher ist eine konstruktive Regulierung nötig um den Markt sauber gestalten zu können. Besonders in der 118-Gasse herrscht Unklarheit über eine mögliche Aussortierung der Portaldienste. Zunächst war die Gasse für Auskunftsdienste reserviert, später wurde das Angebot von weiteren Servicediensten toleriert. Die Unsicherheit über einen Richtungswechsel bremsst die Branche derzeit. (VATM-Jahrbuch 2008/2009, Januar 2009)



Die Zunahme des mobilen Datenverkehrs markiert einen eindeutigen Trend hin zum mobilen Leben. Durch eine neue Handy-Generation ist die Mobile-Internet-Nutzung in den letzten Monaten stark gewachsen und die Nachfrage nach Smartphones ist ungebrochen hoch. Das Mobiltelefon ist für viele Menschen zum ständigen Begleiter geworden, wobei es neben dem Telefonieren auch gezielt zum Abrufen und Empfangen von Text-, Bild-, Audio- und Videoformaten eingesetzt wird. So ist mit dem Handy das bislang persönlichste Massenmedium und der erste Werbeträger in der Hosentasche entstanden. Damit hat das Mobile Web auch als Vertriebskanal an Bedeutung gewonnen. Dies macht sich ebenfalls in einem stetig wachsenden Onlineanteil am Marketingmix der Agenturen bemerkbar. Nebenbei wachsen die technologischen Möglichkeiten an jedem Ort und zu jeder Zeit auf Informationen zuzugreifen. Eine neue digitale Revolution wird in den nächsten Jahren Einzug halten und die Mediennutzung stark verändern. Das neue Medium Handy bietet nicht nur Informationsanbietern, sondern auch Werbetreibenden völlig neue Perspektiven.

Mobile Marketing ist heute auf dem Weg, den Massenmarkt zu erobern. Auch Mobile Advertising ist in diesem Zusammenhang ein sehr viel versprechendes Geschäftsmodell, das Werbetreibenden neue Chancen bietet, mit Konsumenten zu interagieren. Neben den Standard-Werbeformen sind innovative Sonderformate entstanden, die durch multimediale Elemente eine wirkungsvolle Markeninszenierung auf dem Mobiltelefon ermöglichen. Mit Mobile Marketing und Advertising können Werbetreibende in den Zielgruppen-Dialog treten und durch interaktive Maßnahmen dafür sorgen, dass sich die Zielgruppe mit ihrer Marke beschäftigt. Und das ist gerade in Zeiten zunehmender Werberesistenz von großer Bedeutung. Wird dann noch ein echter Mehrwert geboten, lässt sich die Werbewirkung deutlich erhöhen.

Der Mitte Dezember 2008 gefasste Beschluss der Wirtschaftsministerkonferenz der Länder zum Tagesordnungspunkt „Zukunftsfähigkeit Kommunikationsinfrastruktur“ bildet eine gute Grundlage für schnelle Investitionen, weiteren Breitbandausbau auf dem Land und anhaltenden Wettbewerb in der Telekommunikationsbranche. Mit diesen notwendigen politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen kann die Branche ihr Innovationspotenzial ausschöpfen, Arbeitsplätze schaffen und weiterhin ein wichtiges Standbein des Wirtschaftsstandortes Deutschland sein.

3. Geschäftsentwicklung

Der Umsatz der conVisual AG im Jahr 2008 belief sich auf 13,6 Mio. EUR und konnte damit um 2,0 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Dies entspricht einer Steigerung um 17,2%.

Zum 1. Mai 2008 wurde das Mehrwertdienstestgeschäft der EconoMedia GmbH übernommen und als Profit Center „Information Services“ in die conVISUAL AG integriert. Deutschlands führender Direktanbieter von Rat-

geber- und Verbraucherinformationen hat sich mit dem Geschäftsfeld „Abrufdienste“ darauf spezialisiert, Verbraucherinformationen exklusiv für den Direktabruf per Fax, SMS und Telefon zusammenzustellen. Der Kundstamm umfasst zahlreiche Medienunternehmen aus dem Fernseh- und Print-Bereich. Das Geschäft der EconoMedia ergänzt das Produktportfolio der conVisual AG optimal. Die neuen Abrufprodukte können bei Bestandskunden in den Bereichen TV, Verlage, Radio und Online sowie auch bei Carriern platziert werden.

Im Einzelnen haben sich die Geschäftsbereiche wie folgt entwickelt:

Das Segment „Messaging & Voice Solutions“ bildete im Berichtsjahr mit einem Umsatzanteil von 71,3% die umsatzstärkste Produktgruppe. Mit dem Payment Gateway, den SMS und MMS Gateways und den Service-Rufnummern konnten rund 9,7 Mio. EUR Umsatz generiert werden. (Vorjahr: 8,7 Mio. EUR). Das Wachstum resultiert aus dem Bereich Payment Gateway, der im Wesentlichen die technische Anbindung von Dritten an die Abrechnungssysteme der Netzbetreiber (Mobilfunk + Festnetz) beinhaltet.

Das Segment „Interactive TV, Print & Radio Services“, zu dem die Download- und Abo Services sowie die On-Screen-Services und die Participation Services gehören, hat mit rund 1,8 Mio. EUR und einem Anteil von 13,2% (Vorjahr 2,2 Mio. EUR) zum Umsatz beigetragen. Dieses eher margenschwache Segment verzeichnet rückläufige Umsatzzahlen, da es nicht mehr im Fokus der Akquisetätigkeit steht.

Dafür entwickelt sich das aufgrund der strategischen Relevanz neu ausgewiesene Segment „Mobile Marketing & Campaigns“ erfreulich. Hier werden neben den SMS und MMS Kampagnen mit den Netzbetreibern auch interaktive Promotionen für Markenartikler und Dialogdienste für mobile Bank- und Ticketdienstleistungen dargestellt. Dieser sehr margenrelevante Umsatz im Berichtsjahr beträgt 1,1 Mio. EUR, was einem Umsatzanteil von 8,1% entspricht.

Zum Segment „Mobile Content & Licensing“ gehört seit Mai 2008 auch das Profit Center „Information Services“. Der Bereich ist durch wertvolle Ergebnisbeiträge gekennzeichnet und verzeichnete in 2008 einen Umsatzbeitrag von rund 1,0 Mio. EUR beziehungsweise 7,4% (Vorjahr 0,7 Mio. EUR). Davon werden rund 0,6 Mio. EUR von dem Profit Center „Content“ und rund 0,4 Mio. EUR vom Profit Center „Information Services“ generiert.

4. Forschung und Entwicklung

Für die Gesellschaft ist es entscheidend, technisch leistungsfähige und zukunftsweisende Lösungen einzusetzen. Damit nehmen die ständige Beobachtung der Marktbedürfnisse, des Wettbewerbs und des Marktumfeldes sowie die gezielte Entwicklung der eigenen Produkte und Lösungen einen besonderen Stellenwert ein. Hierbei werden anders als in einem IFRS-Abschluss gemäß HGB die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung nicht aktiviert, sondern vollständig im Aufwand erfasst. Zum 31. Dezember 2008 beschäftigte die Gesellschaft 13 (Vorjahr 15) Mitarbeiter in der Technik.

B. Darstellung der Lage

1. Vermögenslage

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt im Jahr 2008 2.223.509 Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 EUR.

Zum Jahresende wies die Gesellschaft eine Bilanzsumme von 4.621 TEUR (Vorjahr 4.709 TEUR) aus. Das Eigenkapital belief sich auf 1.494 TEUR nach 2.374 TEUR im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote hat sich dementsprechend von 50,4% auf 32,3% verringert, was aus der in 2008 noch bestehenden Verlustsituation resultiert.

Vermögensstruktur	31.12.2008 TEUR	31.12.2007 TEUR
Immaterielle Vermögensgegenstände	228	51
Sachanlagevermögen	160	177
Anlagevermögen	388	228
Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten	4.233	4.481
Bilanzsumme	4.621	4.709

Kapitalstruktur	31.12.2008 TEUR	31.12.2007 TEUR
Grundkapital	2.224	2.224
Genussrechtskapital	100	100
Kapitalrücklagen	10.545	10.545
Bilanzverlust	-11.375	-10.495
Eigenkapital	1.494	2.374
Rückstellungen	506	489
Verbindlichkeiten	2.621	1.846
Bilanzsumme	4.621	4.709

Zum 31. Dezember 2008 betrug das Anlagevermögen 387 TEUR. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich auf 2.662 TEUR. Der Unterschiedsbetrag zum Vorjahr in Höhe von 721 TEUR erklärt sich zum einen mit dem entsprechenden Umsatzwachstum. Zum anderen haben sich für Ende Dezember erwartete Zahlungen auf den ersten Arbeitstag des neuen Geschäftsjahres verzögert. Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen belaufen sich auf 1.275 TEUR (Vorjahr 700 TEUR). Der Zahlungsmittelbestand hat sich um 1.555 TEUR auf 234 TEUR verringert, was zum großen Teil im Aufbau der Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen begründet liegt. Daneben ist der für 2008 ausgewiesenen Jahresfehlbetrag eine weitere Ursache.

Die Passivseite der Bilanz setzte sich neben dem Eigenkapital im Wesentlichen aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von

2.439 TEUR sowie Rückstellungen in Höhe von 506 TEUR zusammen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 707 TEUR erhöht und halten sich mit den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entsprechend dem Geschäftsmodell der conVisual AG die Waage.

2. Finanzlage

Mittelabflüssen aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit in Höhe von 1.266 TEUR und Mittelabflüssen aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 289 TEUR stand kein Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit gegenüber, so dass sich am Ende des Geschäftsjahres ein Finanzmittelbestand von 234 TEUR ergibt. Damit ist der Finanzmittelbestand gegenüber dem Vorjahr um 1.555 TEUR gesunken.

Kapitalflussrechnung	2008 TEUR	2007 TEUR
1. Jahresfehlbetrag	-880	-1.785
2. Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	130	143
3. Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-720	929
4. Zunahme/Abnahme der Forderungen ggü. verbundenen Unternehmen	-576	-699
5. Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	708	-850
6. Zunahme/Abnahme der kurzfristigen Rückstellungen	17	13
7. Zunahme/Abnahme der sonstigen Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	-12	95
8. Zunahme/Abnahme der sonstigen Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	67	25
9. Mittelabfluss aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-1.266	-2.129
10. Auszahlungen für Investitionen im Anlagevermögen	-289	-82
11. Mittelabfluss/-zufluss aus der Investitionstätigkeit	-289	-82
12. Einzahlungen aus der Kapitalerhöhung	0	2.552
13. Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	0	2.552
14. Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands (= 9. + 11. + 13.)	-1.555	341
15. Finanzmittelbestand am Periodenanfang	1.789	1.448
16. Finanzmittelbestand am Periodenende	234	1.789

3. Ertragslage

Der Jahresfehlbetrag der conVisual AG belief sich in 2008 auf 880 TEUR und lag damit rund 905 TEUR unter dem Jahresfehlbetrag 2007 in Höhe von 1.785 TEUR. Wesentliche Gründe für diese deutliche Ergebnissteigerung sind auf der einen Seite die Akquise von margenstarkem Neukundengeschäft im Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“, der Ausbau bestehender Kundenbeziehungen, insbesondere im Netzbetreibergeschäft sowie die Übernahme des Mehrwertdienstesgeschäftes der EconoMedia in das neue Profit Center „Information Services“. Auf der anderen Seite wurden Maßnahmen zu Kosteneinsparungen in allen Bereichen umgesetzt.

Im Einzelnen standen den Umsatzerlösen in den Bereichen „Messaging & Voice Solutions“, „Interactive TV, Print & Radio Services“, „Mobile Marketing & Campaigns“ und „Mobile Content & Licensing“ in Höhe von 13.633 TEUR betriebliche Aufwendungen in Höhe von insgesamt 15.095 TEUR gegenüber, die aus Herstellungskosten, Vertriebskosten und allgemeinen Verwaltungskosten resultierten. Zusätzlich werden sonstige betriebliche Erträge in Höhe von 865 TEUR und sonstige betriebliche Aufwendungen in Höhe von 340 TEUR ausgewiesen.

Den größten Teil dieser Kosten machten die Herstellungskosten in Höhe von 12.422 TEUR aus, zu denen die Umsatzanteile der Kunden, Billing- und Transportkosten der Netzbetreiber, Entwicklungskosten für Kundenprojekte sowie die Kosten für Content und Information Services gehörten. Die Bruttomarge bezogen auf den Umsatz beträgt 8,9%, womit die Bruttomarge gegenüber dem Vorjahr in Höhe von rund 5,5% deutlich gesteigert werden konnte. Grund hierfür ist im Wesentlichen der Ausbau von margenstarkem Geschäft.

Die Vertriebskosten konnten gegenüber dem Vorjahr mit rund 1.489 TEUR (Vorjahr 1.597 TEUR) um 6,8% reduziert werden, obwohl die Personalkosten durch die Übernahme des Mehrwertdienstesgeschäftes der EconoMedia gestiegen sind. Einsparungen wurden hauptsächlich bei den Reisekosten und den Marketingaufwendungen erzielt.

Die Anzahl der Marketing- und Vertriebsmitarbeiter (Vollzeit, inklusive 2 Auszubildende) betrug im Berichtszeitraum durchschnittlich 16 Mitarbeiter (ohne Berücksichtigung des CEO).

Die Verwaltungskosten haben sich in 2008 mit 1.184 TEUR (Vorjahr 1.395 TEUR) um 15,1% reduziert. Hier wurden insbesondere bei den Personalkosten, den Kapitalmarktkosten und der Miete Einsparungen realisiert. Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (Vollzeit, inklusive 2 Auszubildender) in diesem Bereich betrug im Berichtszeitraum 21 Mitarbeiter und setzte sich aus technischen Mitarbeitern sowie den Mitarbeitern im Bereich Finanzen/Verwaltung zusammen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten die innerbetrieblichen Verrechnungen für Leistungen der conVisual AG für die conVisual US LLC. Insgesamt wurden Leistungen, die von Januar bis Dezember 2008 von der conVisual AG erbracht wurden, in Höhe von 504 TEUR an die conVisual US LLC weiterberechnet. Weitere Positionen sind die Herabsetzung von Einzelwertberichtigungen in Höhe von 113 TEUR, die Erträge aus Kursdifferenzen in Höhe von 116 TEUR, die Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 90 TEUR sowie die Bearbeitungsgebühr für vorzeitige Kundenausschüttungen in Höhe von 50 TEUR.

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben den Wertberichtigungen von Forderungen in Höhe von 125 TEUR auch Währungsverluste in Höhe von 74 TEUR aus der Umrechnung von US Dollar in EUR sowie weitere sonstige betriebliche Aufwendungen in Höhe von 8 TEUR enthalten.

Des Weiteren entfallen 133 TEUR auf die Abzinsung der Forderungen der conVisual AG gegenüber der conVisual US LLC, da diese Forderungen unverzinslich sind und die Rückzahlung der Forderungen durch die conVisual US LLC innerhalb der nächsten fünf Jahre erfolgen soll.

4. USA Geschäft

Nachdem im Gründungsjahr 2007 der conVisual US LLC viel Aufbauarbeit, insbesondere im Bereich Netzzugänge geleistet wurde, konnten im Geschäftsjahr 2008 erste große Projekte realisiert werden. Eingehende Marktanalysen haben gezeigt, dass auch in den USA erhebliche Potentiale im Bereich des Mobile Marketing liegen. Darauf wurde das Geschäft der conVisual US LLC im zweiten Halbjahr 2008 erfolgreich ausgerichtet. Es konnten unter anderem mehrere mobile, interaktive Kampagnen für eine der TOP 5 US-amerikanischen Warenhausketten umgesetzt werden.

Die conVisual US LLC erwirtschaftete in 2008 einen Umsatz in Höhe von 270 TEUR, davon 236 TEUR im zweiten Halbjahr 2008. Die Herstellungskosten, Vertriebskosten und Verwaltungskosten betrugen 436 TEUR. Ohne Einrechnung der von der conVisual AG bezogenen Leistungen beläuft sich der vorläufige Verlust der conVisual US LLC auf 165 TEUR. Unter Einrechnung der Verrechnungspreise in Höhe von 504 TEUR beläuft sich der vorläufige Verlust auf 670 TEUR. Dieser vorläufige Jahresabschluss ergibt sich aus der Aufsummierung der Monatsabschlüsse der conVisual US LLC. Die Umrechnung von US-Dollar in Euro erfolgte dabei zu den jeweiligen Monatschlusskursen.

Die Anlaufkosten werden von der conVisual AG vorfinanziert. Erste Rückführungen wurden bereits im Dezember 2008 vorgenommen.

C. Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung

Die Gesellschaft versucht im Rahmen der Unternehmensstrategie ungemessene Risiken zu vermeiden. Trotzdem ergeben sich aus der operativen Tätigkeit sowie aus Veränderungen im Umfeld unvermeidlich Risiken. Neben den allgemeinen Risiken wirtschaftlichen Handelns sind insbesondere folgende Risiken zu berücksichtigen:

1. Geschäftsentwicklung

Das Marktumfeld, in dem die conVisual AG als Full Service Provider tätig ist, ist nach wie vor ein schnell wachsendes und auch sich schnell veränderndes Umfeld. Die daraus resultierenden Risiken müssen frühzeitig erkannt werden, um die Unternehmensziele der conVisual AG (nachhaltiges Erreichen des Break-Even sowie Ausbau der nationalen und internationalen Wettbewerbsposition) zu erreichen.

Technologie- und Innovationsrisiko

Um die erarbeitete Marktstellung – technologisch und produktinnovativ – zu erhalten und auszubauen, erfolgt eine Risikominimierung im Wesentlichen durch eine ausgewogene Allokation der Mittel auf die verschiedenen Kunden-, Produkt- und Marktkombinationen sowie durch regelmäßige Beobachtungen

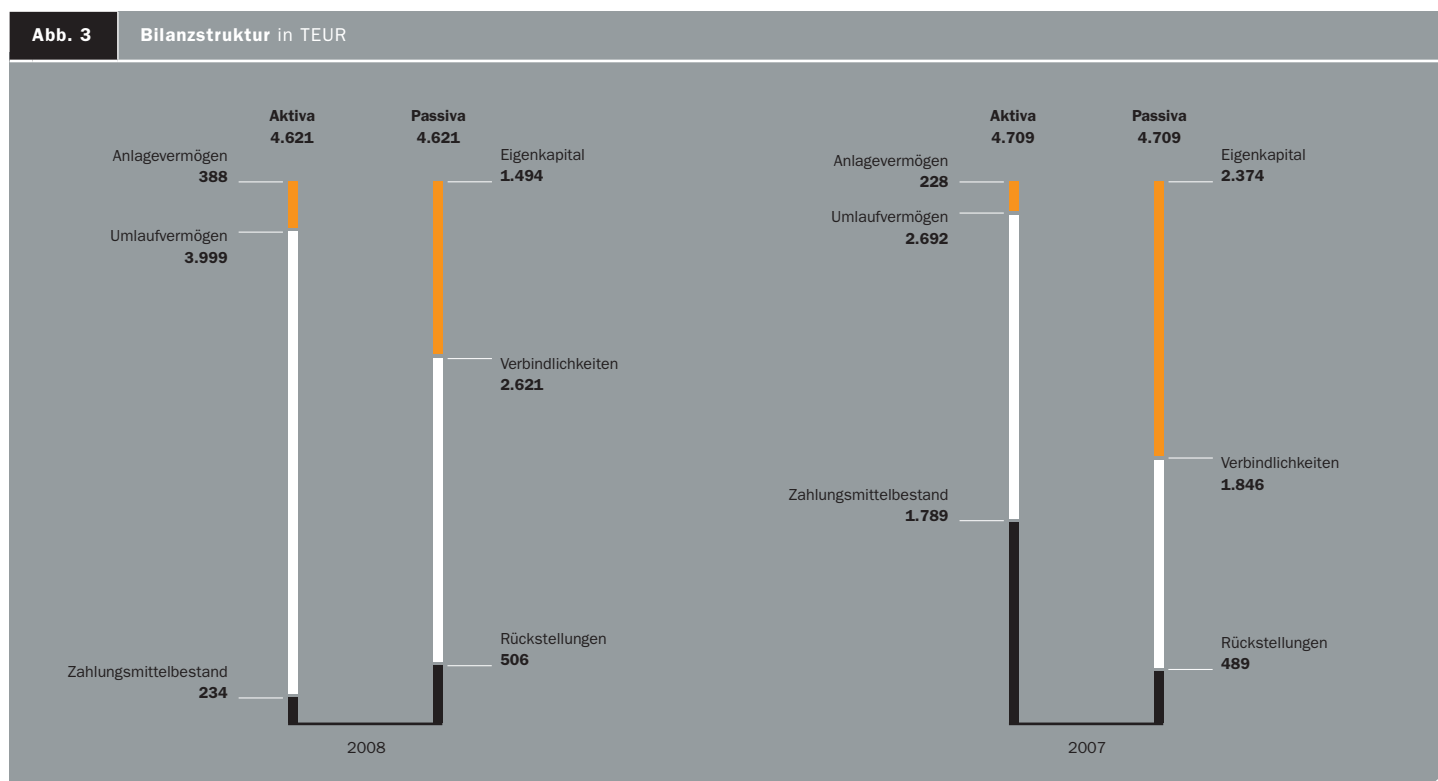
des internationalen Marktes. Im Rahmen von regelmäßigen Management Workshops und Markt- und Wettbewerbsanalysen werden die Mittel nach strategischen und ergebnisorientierten Gesichtspunkten analysiert und priorisiert.

Risiken aus der Nutzungsentwicklung

Der Umsatz der conVisual AG ist zu einem großen Teil von der Intensität der Nutzung der bereitgestellten Dienste durch Endkunden abhängig. Mit den Kunden werden bei Vertragsabschluss meist Umsatzbeteiligungen vereinbart. Im Medienbereich ist ein verstärkter Einsatz von mobilen interaktiven Diensten und somit eine erhöhte Teilnahme von Endkunden zu verzeichnen. Die Nutzungsentwicklung kann durch die Art und den Umfang einer Werbemaßnahme im Medien- oder Print-Bereich durch die Kunden der conVisual AG beeinflusst werden. Die conVisual AG hat nur mittelbaren Einfluss auf die Werbemaßnahmen durch gezielte und spezielle Kundenberatung. Wann immer es möglich und sinnvoll ist, verhandelt die conVisual AG daher Einrichtungsgebühren, fixe Monatsgebühren und/oder Mindestumsätze mit ihren Kunden.

Risiken im Zusammenhang mit der Internationalisierung

Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit der conVisual AG liegt bislang in Deutschland. Die conVisual AG plant auch weiterhin eine verstärkte Interna-



tionalisierung ihrer geschäftlichen Aktivitäten durch die Ausweitung des ausländischen Vertriebsnetzes in Form von Vertriebskooperationen und durch die Tochtergesellschaft in den USA.

Die zukünftigen Umsatzerwartungen der conVisual AG beruhen zu einem Teil auf der Umsetzung der Internationalisierungsstrategie. Die Gesellschaft kann jedoch keine Gewähr dafür leisten, dass diese erfolgreich sein wird. Dies könnte dazu führen, dass das anvisierte Umsatzwachstum nicht erreicht wird und sogar Marktanteile eingebüßt werden.

Aus diesen geplanten Internationalisierungsbestrebungen der conVisual AG ergeben sich zudem eine Reihe von Risiken. Dazu zählen vor allem Risiken durch die in den verschiedenen Ländern herrschenden allgemeinen wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen, unerwartete regulatorische Änderungen, Wechselkursrisiken, spezielle technologische Gegebenheiten, spezifische Anforderungen der Mobilfunknetzbetreiber sowie die Notwendigkeit der Einhaltung einer Vielzahl ausländischer Gesetze und Vorschriften. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass diese Faktoren bzw. Änderungen dieser Faktoren wesentlich nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der conVisual AG haben könnten.

Abhängigkeit von Kooperationen und wichtigen Partnern

Zur Durchführung der Geschäftstätigkeit ist die conVisual AG davon abhängig, dass sie den Versand von mobilen Applikationsdiensten, wie Kurzmitteilungen, Multimedienachrichten sowie mobile Inhalte (Content), in Mobilfunknetzen realisieren kann. Die conVisual AG ist auf die Zusammenarbeit mit Mobilfunknetzbetreibern und Mobilfunk-Service-Providern angewiesen, da diese technische Zugriffs- und Versandmöglichkeiten für Kurzmitteilungen, Multimedienachrichten und mobile Inhalte (Content) ermöglichen und den Zugang zum Endkunden herstellen. Die conVisual AG benötigt darüber hinaus für das Betreiben des Geschäftsbetriebs bestimmte Informationen und Kundendaten von den Mobilfunknetzbetreibern und Service Providern wie zum Beispiel Abrechnungsdaten, Statusinformationen oder Zugriff auf die Datenbank für portierte Mobilfunkrufnummern (Mobile Number Portability Datenbank). Sollten die zugrunde liegenden Verträge, die überwiegend entweder eine unbegrenzte Laufzeit mit einer kurzen Kündigungsfrist oder eine kurze Laufzeit vorsehen, gekündigt werden oder sonstige Leistungsbedingungen mit der Gesellschaft verändert werden oder sollte sich der Geschäftsverlauf einer oder mehrerer der Mobilfunknetzbetreiber oder Mobilfunk-Service-Provider verschlechtern, könnte dies wesentliche nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

Die conVisual AG bedient sich im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit beim Vertrieb ihrer Produkte auch einer Reihe von Kooperations- und Vertriebspartnern, die die conVisual AG in der Vermarktung und der technischen Infrastruktur unterstützen. Die Kooperations- und Vertriebspartner wie beispielsweise Mobilfunk-Service-Provider, Internet-Provider, Festnetzbetreiber, Betreiber von Online-Portalen oder Hersteller von mobilen Endgeräten verfügen meist

über besondere Marketingstrategien oder technologische Kenntnisse, die für die Geschäftstätigkeit der conVisual AG wesentlich sind. Sollten die genannten Kooperationspartner oder Vertriebspartner die zugrunde liegenden Verträge, die vielfach entweder eine unbegrenzte Laufzeit mit einer kurzen Kündigungsfrist oder eine kurze Laufzeit vorsehen, kündigen oder sonstige Leistungsbedingungen mit der Gesellschaft ändern oder sollte sich der Geschäftsverlauf einer oder mehrerer der Vertriebs- oder Kooperationspartner verschlechtern, könnte dies wesentliche nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

Überdies ist die conVisual AG hinsichtlich des Angebotes von Content-Diensten (zum Beispiel Klingeltöne, Musikinhalte, Videoinhalte, Handy-Spiele) auch aufgrund der starken Konzentration unter den Lizenzgebern auf einige wenige Vertragspartner angewiesen, die der conVisual AG die erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte einräumen können. Hierbei handelt es sich zum Beispiel um Unternehmen aus der Musikindustrie, der Filmindustrie und der Unterhaltungsindustrie. Sollten die zugrunde liegenden Verträge, die vielfach entweder eine unbegrenzte Laufzeit mit einer kurzen Kündigungsfrist oder eine kurze Laufzeit vorsehen, gekündigt werden oder sonstige Leistungsbedingungen mit der Gesellschaft verändert werden oder sollte sich der Geschäftsverlauf einer oder mehrerer der Vertragspartner verschlechtern, könnte dies wesentliche nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

Risiken aus der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise

Der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten VATM sieht die Branche von der in 2008 einsetzenden und in 2009 sich vertiefenden Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise derzeit noch nicht betroffen. Geplante Investitionen in die Infrastruktur und der weitere Ausbau des Wettbewerbs sind ein klares Ziel der Unternehmen. Diese müssen jedoch durch entsprechende politische und regulatorische Rahmenbedingungen unterstützt werden. Auch ist die weitere Entwicklung der wirtschaftlichen Situation nur schwer prognostizierbar, so dass negative Auswirkungen auf die Telekommunikationsbranche und auch auf conVisual nicht auszuschließen sind.

2. Finanzielle Risiken

Der Finanzmittelbestand zum 31. Dezember 2008 betrug 234 TEUR.

Die Planung sieht auf der Grundlage der geplanten Umsatz- und Ergebnissteigerungen ab dem 1. Quartal 2009 erste positive Zuflüsse von Finanzmitteln vor. Nachhaltige positive Finanzmittelzuflüsse werden ab dem 1. Quartal 2010 erwartet. Basis für die Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit und damit den Fortbestand der Gesellschaft bildet zum einen das Erreichen der geplanten Umsatz- und Ergebnisziele der conVisual AG und der conVisual US LLC. Zum anderen muss sicher gestellt sein, dass der in 2009

vorhandene Kapitalbedarf gedeckt wird. Dieses kann entweder durch eine Kapitalmaßnahme mit Investoren erreicht werden oder durch den Ausbau von Kreditlinien bei den Banken. Darüber hinaus kann die Generierung von Zusatzgeschäft durch organisches und anorganisches Wachstum zu weiteren Finanzmittelzuflüssen führen. Ansonsten ist der Fortbestand der Gesellschaft gefährdet und von der Zuführung weiterer finanzieller Mittel beziehungsweise anderen geeigneten Maßnahmen abhängig. Um ein finanzwirtschaftliches Risiko aus Anlagen zu vermeiden, erfolgen Anlagen der Mittel der Gesellschaft ausschließlich im Rahmen von Termingeldanlagen bei Banken mit hoher Bonität.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden hinsichtlich ihrer Realisierbarkeit kontinuierlich bewertet und bei Auffälligkeiten entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen.

3. Währungsrisiken

Die Abschlüsse der Gesellschaft werden in Euro erstellt. Die conVisual AG erzielte im Geschäftsjahr 2008 rund 1,5% ihrer Umsätze und sonstigen betrieblichen Erträge in einer anderen Währung als dem Euro, insbesondere in US-Dollar. Gleichzeitig wurde der Großteil der Aufwendungen (rund 99,5%) im Geschäftsjahr 2008 der conVisual AG in Euro getätigt. Der Fremdwährungsanteil an den Umsätzen der conVisual AG wird im Zuge ihrer geplanten Internationalisierung voraussichtlich weiter zunehmen. Außerdem werden weiterhin Forderungen gegenüber der conVisual US LLC in US-Dollar bestehen. Aus diesem Grund sinkt die Rentabilität von conVisual in Zeiten einer Abwertung des US-Dollars gegenüber dem Euro. Ein weiterer Anstieg des Euro gegenüber dem US-Dollar und anderen Währungen als dem Euro, in denen die Gesellschaft Umsatzerlöse erzielt, könnte sich daher nachteilig auf die Umsatzrendite und den Cashflow auswirken. Die gegenwärtigen und zukünftigen Umsatzerlöse von conVisual unterliegen damit Wechselkursschwankungen, während die Kosten nahezu ausschließlich in Euro anfallen. Wechselkursschwankungen haben damit unmittelbar einen Einfluss auf die Profitabilität und das Geschäftsergebnis der conVisual AG. In dem am 31. Dezember 2008 beendeten Geschäftsjahr wurden keine Kurssicherungsinstrumente eingesetzt. Im Rahmen der Internationalisierungsstrategie – insbesondere in den USA – plant die conVisual AG jedoch geeignete Währungsabsicherungsinstrumente einzusetzen, sobald das Umsatzvolumen in US-Dollar deutlich ansteigt.

D. Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres

Trotz der schwelenden Wirtschaftskrise konnte die conVisual AG den positiven Trend aus dem Geschäftsjahr 2008 weiter fortsetzen. Die Umsetzung einer großen Hörerpromotion für eine große Radiogruppe führte direkt im Januar zu dem mit Abstand größten Monatsumsatz der Firmengeschichte im Geschäftsbereich „Interactive TV, Print & Radio Services“. Im strategisch wichtigen Bereich Mobile Marketing & Campaigns wurde die conVisual AG im ersten Quartal 2009 mit der Durchführung einer großen Mobile Marketing- und Advertising Kampagne für einen bekannten Markenartikler betraut.

Auch die conVisual US LLC konnte bereits mit einem weiteren Mobile Marketing Projekt für eine der größten Einzelhandelsketten in den USA im Januar einen guten Start verzeichnen. Im Rahmen der laufenden Vertriebsarbeiten zeichnen sich in diesem Markt weitere relevante Projekte ab.

Das Management befindet sich trotz der positiven Geschäftsentwicklung weiter in Gesprächen mit potenziellen strategischen Investoren, die durch Einbringung von zusätzlichen Aufträgen und neuen Märkten bzw. Kunden das conVisual Geschäft nachhaltig stärken können. Es ist davon auszugehen, dass eine Entscheidung in diesem Zusammenhang spätestens im zweiten Quartal fallen wird.

E. Ausblick

Für das laufende Geschäftsjahr 2009 erwartet die Gesellschaft weitere Umsatz- und Ergebnissteigerungen, hauptsächlich in den Segmenten „Mobile Marketing & Campaigns“ und „Interactive TV, Print & Radio Services“.

Der Gesellschaft sind keine Verpflichtungen oder Vorfälle bekannt, die die voraussichtlichen Aussichten im laufenden Geschäftsjahr wesentlich beeinflussen dürften. conVisual erwartet, dass die Kosten im Geschäftsjahr 2009 gegenüber den Vorjahreskosten aufgrund der umgesetzten Kostenmaßnahmen weiter sinken werden.

Im deutschen Markt plant die Gesellschaft auch im Geschäftsjahr 2009 ihre Vertriebsaktivitäten weiter auf die Bearbeitung der margenstarken Kundensegmente zu legen. Dabei steht die Akquise und Umsetzung von Projekten im Bereich des Mobile Marketing und Advertising klar im Vordergrund. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr geknüpften Kontakte und das entwickelte Know-How sind wichtige Grundlagen, um die geplanten Ziele in 2009 zu erreichen.

Dabei können auch die beiden Profit Center „Content“ und „Information Services“ sehr gut eingebunden werden, die mit Gestaltung, Grafik, Layout und redaktionellen Dienstleistungen wertvolle Unterstützung liefern. Zusätzlich sind beide Profit Center in intensiven Verhandlungen mit neuen Partnern und Kunden.

Auch in den USA legt die conVisual US LLC den Fokus weiter auf das Geschäftsfeld des Mobile Marketing. Die im Jahr 2008 gestartete erfolgreiche Zusammenarbeit mit einer der größten internationalen Digital Media Agenturen wird in 2009 mit der Durchführung neuer Projekte weiter intensiviert. Parallel dazu werden im Rahmen der Kundendiversifizierung weitere Kundenbeziehungen mit Agenturen und Markenartiklern aufgebaut.

conVisual erwartet, dass sich die Wirtschafts- und Finanzmarktkrise nur wenig auf das Unternehmen auswirken wird. Eine erkennbare Tendenz zeigt, dass Markenartikler ihre Werbebudgets zunehmend für weniger kostenintensive kleine und mittlere Kampagnen im Bereich Mobile Marketing und Advertising ausgeben. Diese Nachfrage kann conVisual aufgrund guter Kontakte und entsprechendem Know-How sehr gut bedienen und damit eventuelle, derzeit noch nicht erkennbare Umsatzzwankungen in anderen Geschäftsfeldern ausgleichen.

Der Vorstand geht davon aus, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2009 gegenüber dem Vorjahr deutlich steigen wird. Das Ergebnis 2009 wird sich für die conVisual AG gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern, aber noch leicht negativ sein.

Für 2010 wird ein weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum erwartet.

Die tatsächlichen Ergebnisse können wesentlich von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen, wenn sich die Annahmen als unzutreffend erweisen.

Oberhausen, den 30. April 2009

Dr. Thomas Wolf
CEO

João Gonzaga
CTO



Abschluss

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2008

	01.01.2008 - 31.12.2008	01.01.2007 - 31.12.2007
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse	13.632.597,55	11.601.995,53
2. Umsatzkosten	-12.422.168,46	-10.965.406,47
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	1.210.429,09	636.589,06
4. Vertriebskosten	-1.488.876,59	-1.596.749,46
5. Allgemeine Verwaltungskosten	-1.184.181,32	-1.395.456,92
6. Sonstige betriebliche Erträge	864.664,29	994.896,73
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-340.413,96	-456.873,59
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	73.188,69	45.154,40
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-10.163,69	-3.838,79
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-875.353,49	-1.776.278,57
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,00	-31,56
12. Sonstige Steuern	-4.253,00	-8.533,16
13. Jahresfehlbetrag	-879.606,49	-1.784.843,29
14. Verlustvortrag	-10.495.182,44	-8.710.339,15
15. Bilanzverlust	-11.374.788,93	-10.495.182,44

Bilanz zum 31. Dezember 2008

Aktiva	31.12.2008	31.12.2007
	EUR	EUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	227.770,00	51.457,08
II. Sachanlagen	159.690,00	176.920,00
	387.460,00	228.377,08
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
– sämtlich mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr –		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.661.658,42	1.941.495,23
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen		
– davon aus Lieferungen und Leistungen EUR 973.819,23	1.274.958,19	699.518,93
(i. Vj. EUR 698.290,08) –		
– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr EUR 936.756,59		
(i. Vj. EUR 699.518,93) –		
3. Sonstige Vermögensgegenstände	43.152,61	33.239,44
	3.979.769,22	2.674.253,60
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	234.241,28	1.788.702,47
	4.214.010,50	4.462.956,07
C. Rechnungsabgrenzungsposten	19.235,50	17.328,88
	4.620.706,00	4.708.662,03

Passiva**31.12.2008****31.12.2007****EUR****EUR****A. Eigenkapital**

I. Grundkapital

2.223.509,00

2.223.509,00

II. Genussrechtkapital

100.000,00

100.000,00

III. Kapitalrücklage

10.545.306,68

10.545.306,68

IV. Bilanzverlust

-11.374.788,93

-10.495.182,44

1.494.026,75**2.373.633,24****B. Rückstellungen**

Sonstige Rückstellungen

506.093,00**488.630,00****C. Verbindlichkeiten**

– sämtlich mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr –

1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

2.439.111,57

1.732.012,67

2. Sonstige Verbindlichkeiten

181.474,68

114.386,12

– davon aus Steuern EUR 99.085,12 (i. Vj. EUR 80.685,06) –

2.620.586,25**1.846.398,79****4.620.706,00****4.708.662,03**

Anhang für den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008

Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008 wurde nach den allgemeinen Vorschriften der §§ 238 ff. HGB, den für Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften der §§ 264 ff. HGB unter Berücksichtigung der besonderen Vorschriften für Aktiengesellschaften sowie gemäß der Satzung aufgestellt.

Die conVisual AG ist eine mittelgroße Kapitalgesellschaft im Sinne des § 267 Abs. 2 HGB.

Für die Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Umsatzkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 3 HGB beibehalten.

Die Bilanz ist auf der Passivseite um den Posten Genussrechtkapital (A II) erweitert worden.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bewertung der immateriellen Vermögensgegenstände erfolgte zu Anschaffungskosten unter Berücksichtigung von planmäßigen Abschreibungen über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer.

Der im Berichtsjahr erworbene Kundenstamm wird über 10 Jahre abgeschrieben, da man davon ausgeht, dass sich seine Nutzungsmöglichkeit in diesem Zeitraum erschöpft.

Die Bewertung des Sachanlagevermögens erfolgte zu Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer. Die Abschreibungen erfolgen im Rahmen der nach steuerlichen Richtlinien zulässigen Sätze nach der linearen Abschreibungs-Methode. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe abgeschrieben.

Entwicklung des Anlagevermögens	Anschaffungs- und Herstellungskosten				
	Stand 01.01.2008 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	Stand 31.12.2008 EUR
Immaterielle Vermögensgegenstände					
Rechte und Lizenzen	388.093,40	35.181,74	198.417,17	32.660,08	257.518,05
Kundenstamm	0,00	150.000,00	0,00	0,00	150.000,00
Geleistete Anzahlungen	32.660,08	31.434,00	0,00	-32.660,08	31.434,00
	420.753,48	216.615,74	198.417,17	0,00	438.952,05
Sachanlagen					
Andere Anlagen, Betriebs- und	803.853,49	72.912,32	156.921,00	0,00	719.844,81
Geschäftsausstattung	803.853,49	72.912,32	156.921,00	0,00	719.844,81
Gesamt	1.224.606,97	289.528,06	355.338,17	0,00	1.158.796,86

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Einzelwertberichtigungen für bestehende Forderungen werden je nach Ausfallrisiko vorgenommen. Das allgemeine Ausfallrisiko für die bestehenden Forderungen ist in ausreichender Höhe durch eine Pauschalwertberichtigung berücksichtigt. Die Umrechnung von Fremdwährungsforderungen erfolgte zum Einbuchungs- oder niedrigeren Stichtagskurs.

Die sonstigen Rückstellungen tragen allen ungewissen Verbindlichkeiten und erkennbaren Risiken in ausreichendem Umfang Rechnung.

Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in fremder Währung werden mit dem Kurs zum Zeitpunkt der erstmaligen Erfassung bewertet. Bis zum Bilanzstichtag eingetretene Kursverluste aus der Bewertung von Forderungen bzw. Verbindlichkeiten werden berücksichtigt. Gewinne und Verluste aus Kursänderungen werden ergebniswirksam berücksichtigt.

Erläuterungen zur Bilanz

1 Anlagevermögen

Die Zugänge des Anlagevermögens in Höhe von 290 TEUR betreffen im Wesentlichen den Kaufpreis für die Unit „Information Service“, Lizenz- und Nutzungsrechte, EDV-Anlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Im Jahr 2008 sind keine wesentlichen Abgänge im Anlagevermögen zu verzeichnen. Es wurden lediglich einige, bereits voll abgeschriebene Anlagegüter, verschrottet.

Die Entwicklung der Anschaffungs- und Herstellungskosten sowie der Abschreibungen ist in der „Entwicklung des Anlagevermögens“ dargestellt:

Abschreibungen				Buchwerte	
Stand 01.01.2008 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31.12.2008 EUR	Stand 31.12.2008 EUR	Stand 31.12.2007 EUR
369.296,40	30.272,82	198.387,17	201.182,05	56.336,00	18.797,00
0,00	10.000,00	0,00	10.000,00	140.000,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	31.434,00	32.660,08
369.296,40	40.272,82	198.387,17	211.182,05	227.770,00	51.457,08
626.933,49	90.098,32	156.877,00	560.154,81	159.690,00	176.920,00
626.933,49	90.098,32	156.877,00	560.154,81	159.690,00	176.920,00
996.229,89	130.371,14	355.264,17	771.336,86	387.460,00	228.377,08

2 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2.662 TEUR (i.Vj. 1.941 TEUR). In den Forderungen sind Wertberichtigungen in Höhe von 110 TEUR (i.Vj. 220 TEUR) enthalten.

3 Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen

Auf Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen entfallen 1.275 TEUR (i.Vj. 700 TEUR). Dieser Betrag setzt sich im Wesentlichen aus weiterbelasteten Kosten, Verrechnungspreisen sowie zur Verfügung gestellten Liquidität zusammen. Die Forderungen sind zinsfrei. Geplant ist, dass die conVisual US LLC die Forderungen zum Ende 2013 getilgt haben wird. Daher erfolgte eine Abzinsung von insgesamt 346 TEUR. Wegen der bereits im Vorjahr vorgenommenen Abzinsung i.H.v. 213 TEUR, sind nur 133 TEUR ergebniswirksam.

Die Weiterbelastung der Personalaufwendungen erfolgte monatlich pauschal auf Vorschussbasis. Diesem Vorschuss liegen die durchschnittlichen Sätze des Jahres 2007 zu Grunde. Die Schlussrechnung für das Geschäftsjahr 2008 wurde noch nicht erteilt. Der Vorstand geht jedoch davon aus, dass auszugleichende Spitzenbeträge in materieller Höhe nicht anfallen werden.

4 Sonstige Vermögensgegenstände

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von 43 TEUR (i.Vj. 33 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Steuererstattungsansprüche.

5 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten

Die liquiden Mittel in Höhe von 234 TEUR (i.Vj. 1.789 TEUR) beinhalten den Kassenbestand und die laufenden Bankguthaben.

6 Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der conVisual AG beträgt 2.223 TEUR (i.Vj. 2.223 TEUR).

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 2.223.509 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien.

Die Kapitalrücklage beträgt unverändert zum Vorjahr 10.545 TEUR.

Darüber hinaus wurde in der außerordentlichen Hauptversammlung vom 2. November 2005 beschlossen, 5 Genussrechte von je 50 TEUR, im Gesamtgrundbetrag von 250 TEUR verbunden mit Wandelrechten auf Aktien der conVisual AG auszugeben. Die Genussrechte wurden unter Verzicht der Aktionäre auf ihr Bezugsrecht ausschließlich Herrn Manfred Wagner, Essen, angeboten. Am 9. November 2005 hat die Gesellschaft zwei eigenkapitalwirksame Wandelgenussrechte zu einem Nennbetrag in Höhe von jeweils 50 TEUR ausgegeben. Die Inhaber der Wandelgenussrechte erhalten eine Ausschüttung von 8% des Grundbetrages der Genussrechte aus dem Bilanzgewinn, soweit dieser für die Zahlung der Ausschüttung zur Verfügung steht. Die Wandelgenussrechte sind vom 1. Januar 2006 an ausschüttungsberechtigt. Das Wandlungsrecht kann grundsätzlich bis 2010 ausgeübt werden. Die Rückzahlung erfolgt nach der ordentlichen Hauptversammlung, auf der der Jahresabschluss des am 31. Dezember 2010 endenden Geschäftsjahres vorgelegt wird, jedoch nicht vor Ablauf von 5 Jahren nach der Ausgabe der Genussrechte. Der Ausweis der Genussrechte erfolgt unter dem Eigenkapital (Passivseite Posten A II).

Der Bilanzverlust von 11.375 TEUR setzt sich aus dem bestehenden Verlustvortrag in Höhe von 10.495 TEUR und einem Jahresfehlbetrag in Höhe von 880 TEUR zusammen.

Genehmigtes Kapital

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 4. August 2008 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 4. August 2013 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmalig um bis zu insgesamt 1.112 TEUR zu erhöhen. Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist mit Zustimmung des Aufsichtsrates zum Abschluss des Bezugsrechts der Aktionäre zu folgenden Zwecken berechtigt:

- Ausgleich von Spitzenbeträgen
- Ausgabe von Aktien gegen Sacheinlagen im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen oder Teilen daran
- Wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen 10% des Grundkapitals nicht übersteigt und der Ausgabebetrag den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises nicht wesentlich unterschreitet (§ 203 Abs. 1 Satz 1 i.V.m. § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG)

Der Vorstand ist mit Zustimmung des Aufsichtsrates ermächtigt, die Einzelheiten der Kapitalerhöhung sowie die Bedingungen der Aktienausgabe, insbesondere den Ausgabebetrag, festzulegen. Die Eintragung der Beschlussfassung zur Schaffung eines genehmigten Kapitals in das Handelsregister erfolgte am 6. August 2008.

Bedingtes Kapital

Das Grundkapital ist durch den Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 2. November 2005 und 24. November 2005 (URNr. 1007/2005 und 1306/2005 der Notarin Imke Glücks, Essen) um 65 TEUR durch die Ausgabe von 65.629 Stück nennwertlose Stammaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 EUR bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, als die Inhaber der Wandelgenussrechte, die aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung am 2. November 2005 ausgegeben wurden, von ihrem Wandelrecht Gebrauch machen. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch die Ausübung des Wandelrechts entstehen, am Gewinn der Gesellschaft teil. Die Eintragung des bedingten Kapitals in das Handelsregister erfolgte am 14. Dezember 2005.

Des Weiteren ist das Grundkapital durch den Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 5. Januar 2006 (URNr. 88/2006 der Notarin Imke Glücks, Essen) um bis zu 184 TEUR durch die Ausgabe von bis zu 183.760 neuen Aktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Erfüllung von Bezugsrechten, die an Mitglieder der Geschäftsführung und Arbeitnehmer der Gesellschaft und mit der Gesellschaft verbundener Unternehmen nach Maßgabe des Beschlusses der Hauptversammlung vom 5. Januar 2006 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber der ausgegebenen Bezugsrechte ihr Bezugsrecht ausüben. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres, für das zum Zeitpunkt der Ausgabe noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Gewinnverwendung gefasst wurde, am Gewinn teil. Die Eintragung des bedingten Kapitals in das Handelsregister erfolgte am 12. Januar 2006.

Des Weiteren ist das Grundkapital durch den Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 9. Juli 2007 (URNr. 486/2007 des Notars Ulrich Blumberg, Oberhausen) um bis zu 761 TEUR durch die Ausgabe von bis zu 761.297 neuen Aktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Gläubiger von Schuldverschreibungen, die die conVisual AG oder deren Konzernunternehmen aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 9. Juli 2007 ausgeben kann, ihre Wandlungs- oder Optionsrechte ausüben oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- oder Optionsrechten bzw. durch Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Bedingten Kapital festzulegen. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung dem Umfang der Ausgabe von Bezugsaktien entsprechend anzupassen. Die Eintragung des bedingten Kapitals in das Handelsregister erfolgte am 09. Juli 2007. Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 08. Juli 2012 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber oder Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von insgesamt bis zu 10.000 TEUR mit oder ohne Laufzeitbegrenzung zu begeben.

Die Gesellschaft hat von der Ermächtigung Gebrauch gemacht, die die Hauptversammlung am 5. Januar 2006 beschlossen hat und auf dieser Grundlage insgesamt 59.535 Aktienoptionen auf den Bezug von ebensoviel auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag ausgegeben. Im Einzelnen teilen sich die Aktienoptionen wie folgt auf: 44.835 Aktienoptionen wurden an die Arbeitnehmer der conVisual AG und 14.700 Aktienoptionen wurden an den Vorstand der conVisual AG ausgegeben. Die Aktienoptionen wurden den Mitarbeitern ohne Gegenleistung gewährt; bei Ausübung der Aktienoptionen ist für jede ausgeübte Option – vorbehaltlich etwaiger Anpassungen im Rahmen von Kapitalerhöhungen aus Gesellschaftsmitteln oder Kapitalherabsetzungen – ein Betrag in Höhe des Platzierungspreis je Aktie beim Börsengang der Gesellschaft, also in Höhe von 6,10 EUR zu zahlen. Im Übrigen entsprechen die Bedingungen der Aktienoptionen den in dem Hauptversammlungsbeschluss vom 5. Januar 2006 festgelegten Bedingungen.

Im Jahr 2008 hat die Gesellschaft von der Ermächtigung Gebrauch gemacht, die die Hauptversammlung am 5. Januar 2006 beschlossen hat und auf dieser Grundlage eine zweite Tranche von insgesamt 66.885 Aktienoptionen auf den Bezug von ebensoviel auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag ausgegeben. Im Einzelnen teilen sich die Aktienoptionen wie folgt auf: 52.185 Aktienoptionen wurden an die Arbeitnehmer der conVisual AG und 14.700 Aktienoptionen wurden an den Vorstand der conVisual AG ausgegeben. Die Aktienoptionen wurden den Mitarbeitern ohne Gegenleistung gewährt; bei Ausübung der Aktienoptionen ist für jede ausgeübte Option – vorbehaltlich etwaiger Anpassungen im Rahmen von Kapitalerhöhungen aus Gesellschaftsmitteln oder Kapitalherabsetzungen – ein Betrag in Höhe von 1,19 EUR je Aktie zu zahlen. Im Übrigen entsprechen die Bedingungen der Aktienoptionen den in dem Hauptversammlungsbeschluss vom 5. Januar 2006 festgelegten Bedingungen.

7 Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 506 TEUR (i.Vj. 489 TEUR) bestehen im Wesentlichen für Bonuszahlungen, ausstehende Rechnungen, Urlaubsrückstellungen und Jahresabschlusskosten.

8 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2.439 TEUR (i.Vj. 1.732 TEUR).

9 Sonstige Verbindlichkeiten

Die Sonstigen Verbindlichkeiten in Höhe von 181 TEUR (i.Vj. 114 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Steuerverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus dem Erwerb des Mehrwertdienstesgeschäftes der econoMedia GmbH.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

10 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse betragen im Berichtszeitraum 13.633 TEUR (i.Vj. 11.602 TEUR). Nach der bisherigen Segmentberichterstattung bilden einen großen Teil des Umsatzes mit rd. 10.784 TEUR (i.Vj. 8.680 TEUR) die „Enabling Products“, zu denen neben den Produktgruppen SMS Gateway, MMS Gateway, Payment Gateway auch der Bereich der Service-Rufnummern gehören. Der Produktbereich „Interactive Mobile & Voice Applications“ hat mit rund 1.812 TEUR (i.Vj. 2.212 TEUR) zum Umsatz beigetragen. Die Bereiche „Content Licensing“ und „Information Services“ lieferten in 2008 einen Umsatzbeitrag von rd. 1.036 TEUR (i.Vj. 709 TEUR).

Im Rahmen der Neustrukturierung der Segmentberichterstattung wird nunmehr der neue Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“ separat ausgewiesen, der vorher in den „Enabling Products“ enthalten war. Diese werden nunmehr als „Messaging & Voice Solutions“ bezeichnet und weisen im Berichtszeitraum einen Umsatz von 9.654 TEUR aus. Die „Interactive TV, Print & Radio Services“, ehemals „Interactive Mobile & Voice Applications“, folgen mit einem Umsatz in Höhe von 1.812 TEUR. Der neue Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“ weist im Berichtszeitraum einen Umsatz in Höhe von 1.130 TEUR aus. Der Bereich „Mobile Content & Licensing“, welcher die Profit Center „Content Licensing“ und „Information Services“ umfasst, weist im Berichtszeitraum einen Umsatz in Höhe von 1.036 TEUR aus.

11 Umsatzkosten

Die Umsatzkosten in Höhe von 12.422 TEUR (i.Vj. 10.965 TEUR) betreffen überwiegend Kundenanteile, Billing- und Transportkosten der Netzbetreiber, Entwicklungskosten und Contentkosten.

12 Vertriebskosten

Die Vertriebskosten in Höhe von 1.489 TEUR (i.Vj. 1.597 TEUR) setzen sich im Wesentlichen aus Personalaufwendungen, Reisekosten, Marketingkosten und sonstigen Vertriebskosten zusammen.

13 Allgemeine Verwaltungskosten

In den Allgemeinen Verwaltungskosten in Höhe von 1.204 TEUR (i.Vj. 1.395 TEUR) sind Personalaufwendungen, Mietaufwendungen, Kapitalmarktkosten und sonstige Verwaltungskosten enthalten.

14 Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 865 TEUR (i.Vj. 995 TEUR) betreffen im Wesentlichen Erträge aus Leistungen an die conVisual US LLC sowie Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Kursgewinne und Auflösungen von Einzelwertberichtigungen.

15 Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 340 TEUR (i.Vj. 457 TEUR) enthalten im Wesentlichen den Aufwand aus der Abzinsung der Forderung gegenüber der conVisual US LLC, Forderungsverluste und Währungsverluste.

16 Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

Hierbei handelt es sich um Zinserträge aus Festgeldern und Kontokorrentguthaben.

17 Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Avalprovisionen und sonstige Zinsen.

18 Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern beinhalten im Wesentlichen die Kraftfahrzeugsteuer.

Sonstige Angaben

19 Vorstand

Mitglieder des Vorstands waren während des Berichtszeitraums

Herr Dr. Thomas Wolf, Vorsitzender des Vorstands, Düsseldorf

Herr João Gonzaga, Vorstand Technik, Düsseldorf

Die Bezüge des Vorstands betrugen im Geschäftsjahr 398 TEUR (i.Vj. 369 TEUR).

20 Aufsichtsrat

Mitglieder des Aufsichtsrats waren während des Berichtszeitraums

Herr Hartmut G. Korn, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Diplom-Ingenieur, Diplom-Wirtschafts-Ingenieur, Burscheid
(Vorsitzender ab 11. Mai 2006, wiedergewählt am 2. November 2006)

Herr Wolfgang Bruhn, Diplom-Kaufmann, Bad Oldesloe
(seit 28. August 2006, stellvertretender Vorsitzender seit 2. November 2006)

Herr Falk Müller-Veerse, Corporate Finance Berater, München
(seit 28. August 2006)

21 Bezüge des Aufsichtsrates

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhielten für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr Vergütungen in Höhe von insgesamt 45 TEUR (i.Vj. 45 TEUR).

22 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Lizenzverträgen	TEUR
fällig 2009	167
fällig 2010 bis 2013	337
fällig nach 2013	13

23 Personalaufwand

Der Personalaufwand gem. § 275 Abs. 2 HGB des Geschäftsjahres betrug 2.438 TEUR (i.Vj. 2.471 TEUR) für Löhne und Gehälter inkl. Mitarbeiterprämien sowie 374 TEUR (i.Vj. 386 TEUR) für soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung.

24 Materialaufwand

Die Umsatzkosten beinhalten Materialaufwand gem. § 275 Abs. 2 HGB (Aufwendungen für bezogene Leistungen) in Höhe von 11.228 TEUR (i.Vj. 9.713 TEUR).

25 Anzahl der Mitarbeiter

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter im Berichtsjahr betrug 34 (i.Vj. 35) Festangestellte und 24 (i.Vj. 32) Teilzeitarbeitskräfte. Per 31. Dezember 2008 beschäftigte die conVisual AG 4 (i.Vj. 3) Auszubildende.

26 Beteiligungen

Im Jahr 2008 hat die conVisual AG die Beteiligung an der Tochtergesellschaft conVisual US LLC gehalten. Diese Gesellschaft ist mit keinem Eigenkapital ausgestattet. Das Wirtschaftsjahr 2008 schloss die Gesellschaft mit einem vorläufigen Verlust von 670 TEUR ab.

Oberhausen, den 30. April 2009

conVisual AG

Der Vorstand

Dr. Thomas Wolf

João Gonzaga

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

„Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der conVisual AG, Oberhausen, für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2008 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen und den ergänzenden Regelungen in der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht 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 der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. 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 Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Ohne die Beurteilung einzuschränken, weisen wir auf die Ausführungen im Lagebericht hin. Dort ist in Abschnitt „C. Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung“ unter Punkt „2. Finanzielle Risiken“ ausgeführt, dass zur Sicherung des Fortbestands der Gesellschaft diese selbst bei Erreichung der geplanten Umsatz- und Ertragsziele der conVisual AG und ihrer Tochtergesellschaft conVisual US LLC von der Zuführung weiterer finanzieller Mittel bzw. anderen geeigneten Maßnahmen abhängig ist oder ansonsten der Bestand der Gesellschaft gefährdet ist.“

Düsseldorf, 30. April 2009

rewicon GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Achim Jacobs
Wirtschaftsprüfer



conVISUAL AG
Essener Straße 99
46047 Oberhausen
Telefon: +49 (208) 97 69 5-100
Telefax: +49 (208) 97 69 5-134
www.convisual.de
investorrelations@convisual.com