

it's all about
mobile



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:	Close Brothers Seydler Bank AG equinet AG (bis 12.01.2010)
Per 31.12.2009:	
Grundkapital	2.717.621,00 EUR
Anzahl der Aktien	2.717.621
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
30.07.2009	2.445.859,00 EUR
18.12.2009	2.717.621,00 EUR
Entwicklung Aktie:	
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
Jahreshöchst-/tiefstkurs 2009	4,20 EUR/0,62 EUR
Eröffnungskurs 01.01.2009	0,70 EUR
Schlusskurs 31.12.2009	3,77 EUR
Marktkapitalisierung per 31.12.2009	10,25 Mio. EUR
Ansprechpartner Investor Relations:	
Stephanie Menn	
E-Mail: investorrelations@convisual.com	
Telefon: +49 (208) 97 69 5-807	

conVISUAL Finanzkalender

Termine 2010

9. August 2010: Hauptversammlung 2010

Voraus. September 2010: Halbjahresbericht 2010

Änderungen vorbehalten

Inhalt

- 04 Vorwort des Vorstands
- 06 Bericht des Aufsichtsrats

▸ **Lagebericht** für das Geschäftsjahr 2009

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

▸ **Jahresabschluss 2009**

- 19 Gewinn- und Verlustrechnung der conVISUAL AG
- 20 Bilanz der conVISUAL AG
- 22 Anhang zum 31. Dezember 2009
- 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,

seitdem Apple sein iPhone auf den Markt gebracht hat, sehen wir als conVISUAL AG ein deutlich gestiegenes Interesse und Verständnis von Unternehmen unterschiedlichster Sparten, das Handy als Marketinginstrument einzusetzen. So begeistert und mit so viel Spaß gehen die Nutzer mit ihrem iPhone um, dass nicht nur viele Handyhersteller ein wenig vom Apple-Hype mit eigenen Modellen profitieren möchten, sondern auch die Markenunternehmen und Marketingagenturen weltweit auf dieses neue Zugpferd setzen. Im Ernst, hätten Sie vor einem Jahr daran gedacht, dass das internationale Traditionsunternehmen Henkel aus Düsseldorf – bekannt unter anderem für etablierte Marken wie Persil und Pattex – sich für eine Kundenansprache via QR-Code entscheidet? So geschehen im letzten Jahr, als auf dem Deutschen Nachhaltigkeitstag die ersten Prototypen mit unserer Hilfe der Öffentlichkeit vorgestellt wurden. Oder wussten Sie, dass der belgische Dachverband für Naturkosmetik, NaTrue, sich enthusiastisch über mobile Internetportale zwecks Abruf von Produktinformationen in der Presse äußert? Auch hier wird auf unsere Lösungen gebaut und wir konnten NaTrue Anfang diesen Jahres ein schlüssiges Mobile Marketing-Konzept präsentieren, das in Bälde zur Markteinführung startet. Beide Beispiele zeigen sehr deutlich, dass das große Potential des Handys Einzug in die Köpfe der Marketing-Entscheider aller Branchen gehalten hat. Ausdrücklich möchten wir uns aber bei Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, bedanken: denn Sie haben uns in 2009 erneut die Treue gehalten und unsere Wertschätzung dafür wollen wir Ihnen hiermit in besonderer Weise ausdrücken.

Unser Geschäftsjahr 2009

Wie bei vielen anderen Unternehmen hinterließ das turbulente Jahr 2009 auch bei uns deutliche Spuren. Die weltweite Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise machte auch vor dem Mobilfunkmarkt nicht halt, avisierte Projekte wurden oftmals zurückgestellt. Daher freuen wir uns, Ihnen trotz dieses Marktumfelds einen Umsatzanstieg von rund 20% auf 16,4 Mio EUR (Vorjahr 13,6 Mio. EUR) für das Geschäftsjahr 2009 verkünden zu können.

Im Einzelnen haben sich unsere vier Geschäftsbereiche wie folgt entwickelt: Das Segment „Messaging & Voice Solutions“ bildete im Berichtsjahr mit einem Umsatzanteil von 44,3% die umsatzstärkste Produktgruppe. Mit den Produkten Payment Gateway, SMS Gateway, MMS Gateway und den Service-Rufnummern konnten wir 7,3 Mio. EUR Umsatz generieren (Vorjahr 9,7 Mio. EUR). Der Umsatzrückgang in diesem Segment resultiert im wesentlichen aus dem Einbruch des Chatmarktes, welcher sich bei uns im Bereich Payment Gateway widerspiegelt. Dieser Bereich beinhaltet im Wesentlichen die technische Anbindung von Dritten an die Abrechnungssysteme der Netzbetreiber (Mobilfunk und Festnetz).

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 5,4 Mio. EUR und einem Anteil von 32,7% (Vorjahr 1,8 Mio. EUR) zum Umsatz beigetragen. In diesem eher margenschwachen Segment konnten wir in 2009 mit namhaften Radiokunden wie Radio NRW und Antenne Bayern ein signifikant hohes Umsatzvolumen erzielen.

Mit unserem strategisch wichtigen Segment „Mobile Marketing & Campaigns“ verstärken wir für unsere Kunden die klassischen Werbemedien, ergänzen sie um Response Mechanismen, schaffen neue mobile Kommunikationsflächen und ermöglichen ihnen so den dauerhaften Kundendialog und erfolgreiches mobiles Customer Relationship Management (CRM). Daneben finden sich in diesem Bereich unsere SMS- und MMS-Bestandskundenkampagnen mit den Netzbetreibern sowie Dialogdienste für mobile Bank- und Ticketdienstleistungen wieder. In diesem sehr margenrelevanten Segment konnten wir einen Umsatz in Höhe von rund 2,4 Mio. EUR (14,9% am Gesamtumsatz) und somit eine Steigerung von 118% erreichen (Vorjahr 1,1 Mio. EUR).

Im Segment „Mobile Content & Licensing“ konnte in 2009 ein Umsatzwachstum um 0,3 Mio. EUR auf 1,3 Mio. EUR generiert werden, was einem Umsatzanteil von 8,1% entspricht. Davon wurden rund 0,6 Mio. EUR von dem Profit Center „Content“ und rund 0,7 Mio. EUR vom Profit Center „Information Services“ erwirtschaftet.



Dr. Thomas Wolf (CEO)
João Gonzaga (CTO)
Markus Hüßmann (CMO)

Unser Geschäft 2009 in den USA

Unsere conVISUAL US LLC konnte in 2009 weitere große Projekte realisieren. Aufgrund der Finanz- und Wirtschaftskrise kam es im zweiten Halbjahr 2009 allerdings zu einem Einbruch bei den Projektbeauftragungen und somit zu Projektverschiebungen bis in das zweite Quartal 2010.

Die LLC konnte in 2009 trotzdem auf Liquiditätstransfers durch die Muttergesellschaft verzichten. Sie erwirtschaftete in 2009 einen noch geringen Umsatz in Höhe von 395 TUSD. Ohne Einrechnung der von der conVISUAL AG bezogenen Leistungen beläuft sich der vorläufige Verlust der conVISUAL US LLC auf 112 TUSD. Wir sind für das laufende Geschäftsjahr optimistisch, hier eine deutliche Verbesserung realisieren zu können.

Unser starkes Team für 2010

Im vierten Quartal 2009 konnten wir der Öffentlichkeit eine erfreuliche Meldung präsentieren: Mit Corporate Finance Partners CFP & Founders Investments GmbH & Co. KGaA und Eckhard Spoerr, dem früheren Vorstandsvorsitzenden der freenet AG, haben wir ein starkes Investorenteam gewonnen, das uns mit Erfahrung und großer Marktkenntnis den Rücken stärkt und uns in die Zukunft begleiten wird.

Auch im operativen Geschäft haben wir mit der Neuschaffung des Vorstandressorts „Mobile Marketing & Mobile Internet“ die konsequente Ausrichtung auf die zukunftssträchtigen Geschäftsfelder untermauert. Seit dem 1. Mai 2010 wird dieses Ressort von Markus Hüßmann, einem anerkannten Marketing Spezialisten, der aus dem Hause freenet AG kommt, bekleidet: als Mitglied des Strategieteams hatte Hüßmann maßgeblich an der Zusammenführung der Telekommunikationsanbieter mobilcom und debitel und damit an der Neugestaltung der Service Provider Landschaft, mitgewirkt.

Unsere Produktpositionierung für 2010

Zu unseren wesentlichen Zielen gehört es, dass wir unsere Produkte und Dienstleistungen an den Bedürfnissen des Marktes und unserer Kunden konsequent ausrichten. Wir erkennen Trends und gestalten aktiv die mobile Produktlandschaft. Demzufolge konzentrieren wir uns für 2010 auf die aussichtsreichen Themen Mobile Marketing, Mobile Internet und Mobile Applications. Das dynamische Wachstum im Smartphone-Markt – für 2010 erwartet der Branchenverband BITKOM, dass bereits jedes dritte in Deutschland verkaufte Handy ein Smartphone sein wird – und speziell die große Beliebtheit von iPhone, Android und Co. forcieren einen Anstieg der Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen in diesem Umfeld. Das Verständnis der Unternehmen und Marketingagenturen, die das Handy jetzt als selbstverständliches Instrument in den Marketing-Mix integrieren, wächst stetig. Von dieser Entwicklung wollen wir nachhaltig profitieren.

Unsere ersten Monate in 2010 und Ausblick

Das Geschäftsjahr 2010 ist umsatzseitig auf dem hohen Niveau des Vorjahres gestartet. Wie bereits im letzten Jahr konnten wir eine große Hörerpromotion für eine namhafte Radiogruppe durchführen. Aufgrund längerer Entscheidungswege bei einigen Kunden hat der Bereich Mobile Marketing & Campaigns jedoch zunächst verhalten begonnen. Dieser Bereich zeichnet sich durch eine stark zunehmende Dynamik aus, was sich unter anderem durch sehr viele Anfragen von Agenturen und Kunden ausdrückt.

Für das laufende Geschäftsjahr 2010 erwarten wir erneut weitere Umsatz- und Ergebnissteigerungen in den Bereichen „Interactive TV, Print & Radio Services“ und „Mobile Marketing & Campaigns“.

Wir als Vorstand gehen davon aus, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2010 gegenüber dem Vorjahr weiter steigen wird. Auch das Ergebnis 2010 wird sich gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern, aber aufgrund des verhaltenen Jahresstarts voraussichtlich noch negativ bleiben.

Bei Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, möchten wir uns sehr herzlich für das Vertrauen bedanken, das Sie uns auf unserem gemeinsamen Weg entgegen bringen. Unser Dank gilt ebenso unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr großes Engagement, das sie täglich unter Beweis stellen.

Es grüßen Sie herzlich aus Oberhausen,

Dr. Thomas Wolf
CEO

João Gonzaga
CTO

Markus Hüßmann
CMO

Bericht des Aufsichtsrats

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

im Geschäftsjahr 2009 hat die conVISUAL AG das Wachstum des Vorjahres fortgesetzt. Der Umsatz stieg um 20% auf 16,4 Mio. EUR, der Jahresfehlbetrag belief sich in 2009 auf 386 TEUR und verbesserte sich damit um rund 56% gegenüber dem Jahresfehlbetrag in Höhe von 880 TEUR im vorangegangenen Geschäftsjahr. Der Hauptgrund für diese erneut deutliche Ergebnissteigerung ist die konsequente Fokussierung auf das Wachstumssegment Mobile Marketing, in dem die conVISUAL AG relevante neue Kunden gewinnen konnte. Auf der anderen Seite wurden Maßnahmen zu Kosteneinsparungen in allen Bereichen umgesetzt.

Das Geschäft in den USA hingegen war geprägt von der Finanz- und Wirtschaftskrise, welche zu einem Einbruch bei den Projektbeauftragungen und somit zu Projektverschiebungen bis in das zweite Quartal 2010 führte.

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr die ihm nach Satzung und Gesetz obliegenden Aufgaben stets wahrgenommen. Neben der ihm obliegenden Überwachungsfunktion stand der Aufsichtsrat dem Vorstand jederzeit 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 2009 hat der Aufsichtsrat insgesamt sechs Sitzungen abgehalten und zudem wichtige bzw. eilige Beschlüsse außerhalb dieser Sitzungen 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 so regelmäßig Ausführungen des Vorstands über den aktuellen Geschäftsverlauf, der Lage der Gesellschaft, zur Unternehmensstrategie sowie über Finanzierungsmaßnahmen im Mittelpunkt der Diskussionen.

Weitere Inhalte der Aufsichtsratsarbeit

Weiterer thematischer Schwerpunkt der gemeinsamen Sitzungen war der strategisch wichtige 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 Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen, Informationen zur aktuellen Auftragslage und dem jeweiligen Vertriebsstand und zu Investitionsvorhaben sowie Angaben zu Margen der Kunden-Umsätze und Produkte. Diese wichtigen Informationsunterlagen 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 regelmäßig im Umlaufverfahren gefasst.

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

Auf die Bildung von Ausschüssen hat der Aufsichtsrat aufgrund der Unternehmensgröße auch im Geschäftsjahr 2009 verzichtet.

Erteilung des Prüfungsauftrages

Die rewicon GmbH, Düsseldorf, wurde von den Aktionären auf der Hauptversammlung am 28. Juli 2009 als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2009 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 22.6.2010

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss und der Lagebericht über das Geschäftsjahr 2009 wurden von der rewicon GmbH, Düsseldorf, im Auftrag des Aufsichtsrats geprüft. Der Abschlussprüfer erteilte einen eingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Die Prüfung hat mit Ausnahme der folgenden Beschränkung zu keinen Einwendungen geführt: Die Gesellschaft weist unter den Forderungen gegen verbundene Unternehmen Forderungen gegenüber der amerikanischen Tochtergesellschaft in Höhe von TEUR 1.457 aus, deren Werthaltigkeit aufgrund der vorgelegten Unterlagen nicht mit hinreichender Sicherheit abschließend beurteilt werden kann. Der Vorstand und der Aufsichtsrat der conVISUAL AG gehen hingegen aufgrund des aktuellen Marktwachstums in den USA und den bereits erfolgten und anstehenden Vertragsabschlüssen bei der conVISUAL US LLC jedoch von der vollen Werthaltigkeit dieser Forderungen aus.

Rechtzeitig vor der bilanzfeststellenden Aufsichtsratssitzung am 22.06.2010 wurde allen Mitgliedern des Aufsichtsrats der vom Vorstand aufgestellte und mit dem eingeschränkten Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers versehene Jahresabschluss sowie der Lagebericht über das Geschäftsjahr 2009 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 2009 der conVISUAL AG als auch dem Lagebericht des Vorstands zu. Der Jahresabschluss 2009 der conVISUAL AG wurde vom Aufsichtsrat ohne Einwendungen gebilligt und ist damit festgestellt.

Im Jahr 2009 hat die conVISUAL AG erneut deutliche Verbesserungen in allen Bereichen erzielt und konnte das negative Ergebnis des Vorjahres mehr als halbieren. Die in 2008 begonnenen Anstrengungen zum stärkeren Ausbau des margenstarken Marktsegmentes Mobile Marketing tragen bereits spürbar Früchte. Wir sind daher optimistisch, dass die conVISUAL AG sich weiter entscheidende Anteile in dem stark wachsenden Mobile Marketing Markt in 2010 und in den Folgejahren sichern wird.

Unseren Kunden danken wir für die gute Zusammenarbeit im Geschäftsjahr 2009 und freuen uns auf viele gemeinsame Projekte im Geschäftsjahr 2010.

Ihnen, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihr Vertrauen und würden uns freuen, wenn Sie unser Unternehmen weiterhin auf seinem vielversprechenden Weg begleiten.

Oberhausen, im Juni 2010

Hartmut G. Korn
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Lagebericht

für das Geschäftsjahr 2009



Das mobile Surfen im Web wird zum festen Bestandteil des täglichen Lebens. In wenigen Jahren wird das mobile Internet häufiger genutzt als das stationäre Internet. Damit gewinnt es an Bedeutung als Vertriebskanal und Medium für die Kundenkommunikation.

A. Darstellung des Geschäftsverlaufs

1. Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die weltweite Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise hinterlässt auch im Jahr 2009 ihre Spuren. Die weltwirtschaftliche Produktion erfuhr einen Rückgang und die Arbeitslosenzahlen stiegen weltweit an. Durch die starke Integration Deutschlands in der globalen Finanz- und Wirtschaftswelt sind die Auswirkungen in Deutschland besonders stark.

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP preisbereinigt) sank um 5,0% gegenüber dem Vorjahr, was zum größten Teil auf den starken Einbruch im Exportgeschäft des Winterhalbjahres 2008/2009 zurückzuführen war. Die Ausfuhren sanken gegenüber dem Vorjahr um 14,7%.

Aufgrund der Zunahme des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts im Sommerhalbjahr 2009 erwartet die Bundesregierung in 2010 einen Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts in Höhe von 1,4% und ein deutliches Wachstum der deutschen Exporte. Auf dem bislang sehr widerstandsfähigen Arbeitsmarkt ist im Laufe des Jahres 2010 mit einem weiteren Rückgang der Beschäftigung zu rechnen, was sich wohl negativ auf das Konsumverhalten der privaten Haushalte auswirken wird.

Die deutsche Wirtschaft profitiert bei der Überwindung der globalen Krise von einer, im Vergleich zum vorangegangenen Konjunkturzyklus, beträchtlich besseren strukturellen Verfassung. Um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und ihre Eigenkapitalausstattung zu erhöhen, nutzen die Unternehmen den vorangegangenen Aufschwung. Arbeitsmarktreformen und eine verantwortungsvolle Tarifpolitik tragen dazu bei, dass die deutsche Arbeitslosigkeit im Vergleich zu allen anderen EU-Staaten weniger stark gestiegen ist.

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte sowie die Konsumausgaben der privaten Haushalte stiegen um 0,4% gegenüber dem Vorjahr an. Die gesamte Inlandsnachfrage ging jedoch aufgrund der sinkenden Bruttoanlageinvestitionen zurück. Die Sparquote der privaten Haushalte lag mit 11,2% auf Vorjahresniveau. (Jahreswirtschaftsbericht 2010, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Januar 2010)

2. Branchensituation und Marktumfeld

Die Telekommunikationsbranche bleibt auch 2009 eine der wichtigsten Teile der deutschen Wirtschaft. Von einem breiten Angebot preisgünstiger und immer leistungsfähigeren sowie vielfältigeren Kommunikationsmöglichkeiten profitieren Unternehmen und Haushalte gleichermaßen. Wirtschaftliche Prozesse werden effizienter und die Endverbraucher sparen Geld.

Bereits das dritte Mal in Folge erlebt der Gesamtmarkt der Telekommunikationsdienste einen Rückgang der Umsätze. Mit einem Rückgang um 3,6% zum Vorjahr werden die Umsätze mit Telekommunikationsdiensten auf 62 Milliarden Euro sinken, was im Wesentlichen auf weiter sinkende Endkundenpreise zurückzuführen ist. Eine Kompensation des Umsatzrückgangs gelingt den Telekommunikationsunternehmen durch weiterhin steigende Effizienz. Mit 5,9 Milliarden Euro investiert die TK-Branche in 2009 rund eine halbe Milliarde Euro weniger in Sachanlagen als im vorangegangenen Jahr. Wie schon im Jahr 2008 betragen die Investitionen der Wettbewerber der DTAG mehr als die Hälfte des Investments (58%) und gehören somit weiterhin zu den Innovationstreibern.

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 Content & Licensing	Content Creation & Licensing Information Services

Im Jahr 2009 erzielten die Telekommunikationsdienste von den Gesamtumsätzen in Höhe von 62 Milliarden Euro 34,2 Milliarden Euro auf dem Festnetzmarkt und 23,6 Milliarden Euro auf dem Mobilfunkmarkt. Gegenüber dem Vorjahr ergibt sich auf dem Mobilfunkmarkt ein Umsatzrückgang in Höhe von 7 % (1,8 Milliarden Euro).

Während das Verkehrsvolumen im Festnetz im letzten Jahr noch stagnierte, ging das Volumen in 2009 um 17 Millionen Verbindungsminuten am Tag zurück. Im Mobilfunkbereich nahm das Volumen der Verbindungsminuten am Tag um 23 Millionen zu und erreichte damit einen Wert von 253 Millionen Verbindungsminuten. Zum Ende des Jahres 2009 gab es in Deutschland über 109 Millionen Mobilfunkverträge, womit man sich nunmehr der Sättigungsgrenze nähert.

Der Umsatzanteil mit Non-Voice-Diensten im Mobilfunk steigt 2009 um 1,6%-Punkte auf 27% an. Mit einem Umsatzanteil von 13,7% resultieren dabei mehr als die Hälfte dieser Umsätze aus der Datenübertragung.

Aufgrund von Flatrates gehen die Umsätze beim SMS Versand leicht zurück. Die Zahl der täglich versendeten Kurznachrichten per Handy stieg jedoch 2009 um 4,4 Millionen auf fast 82 Millionen an. Das Versenden von MMS erlangt mit 640.000 versendeten MMS pro Tag keine nennenswerte Marktbedeutung. (Dialog Consult/VATM, 11. gemeinsame Marktanalyse 2009, November 2009)

Wie schon im letzten Jahr geht die Nutzung von Mehrwertdiensten über Servicrufnummern, welche von ca. 400.000 Unternehmen im Rahmen ihrer Geschäftsprozesse genutzt werden, leicht zurück. Die Anzahl der Minuten pro Tag sank von 20,7 Millionen auf 20,5 Millionen. Grund ist die zunehmende Möglichkeit der mobilen Auskunftsmöglichkeiten im Internet. Ebenfalls ist eine Reduktion der Televotumumsätze zu verzeichnen. Der Unklarheit über eine mögliche Aussortierung der Portaldienste, die in der 118-Gasse herrschte, konnte der VATM-Verband in 2009 positiv entgegenwirken, was den Unternehmen nun wieder mehr Planungssicherheit für ihre Geschäftsmodelle gibt. (VATM-Jahrbuch 2009/2010, Januar 2010)

Das Mobiltelefon als Medium, das fast jeder rund um die Uhr dabei hat und den ganzen Tag über benutzt, bietet weitaus mehr Möglichkeiten als das stationäre Internet. „Mobile 2.0“ verbindet das Social Web mit den essentiellen und einzigartigen Eigenschaften, die nur das mobile Endgerät bietet: persönlich, always-on, immer dabei und standorterkennend. Die daraus zunehmenden Möglichkeiten, die sich aus den sinnvollen und nützlichen

Diensten ergeben, werden zunehmend von Entwicklern, Unternehmen und selbstverständlich auch von den Usern erkannt. Die Anhängerschaft der User im Mobile Web wächst rapide an. Laut einer von mobile zeitgeistSPECIAL zitierten Morgan-Stanley-Studie soll bereits 2014 das Mobile Web zehn Mal häufiger genutzt werden als das stationäre Internet. Für viele gehört das mobile Surfen im Web bereits heute zu einem festen Bestandteil ihres täglichen Lebens. So werden die „klassischen“ Mobiltelefone schon bald vom Markt verdrängt und durch Smartphones abgelöst werden.

Damit gewinnt das Mobile Web als Vertriebskanal auch weiterhin an Bedeutung. Smartphone-Applikationen ermöglichen den Unternehmen ihren Kunden sowohl interessanten und relevanten Content zur Verfügung zu stellen als auch eine eigene Community aufzubauen. Apps werden als neue, mächtige Kommunikationstools fungieren, indem sie die Unternehmen beim zukünftigen Aufbau von maßgeschneiderten sozialen Netzwerken unterstützen. Durch die bereits bekannten Anwenderdaten können Unternehmen ihre Kunden sowohl orts- als auch interessenbasiert auf direktem Wege ansprechen. Somit ist es für Unternehmen enorm wichtig, den mobilen Trend nicht zu verpassen und somit Wettbewerbsvorteile zu sichern.

Die steigende Bedeutung von mobilen Datendiensten zeichnet sich ab, denn seit der Einführung des Apple iPhones 3GS durch T-Mobile kam es im Jahr 2009 zu insgesamt 1,5 Millionen Auslieferungen des derzeit leistungsstärksten iPhones. Gegenüber dem Vorjahr stieg der Datenumsatz von T-Mobile somit um 46% an.

Die Einführung des Apple iPhones und des Apple App Stores (58 Millionen User) versprechen eine hohe Nutzungsintensität sowie aus kommerzieller Sicht ein großer Erfolg zu werden. Mit dem Kauf des Werbevermarkters Quattro Wireless hat Apple zukünftig auch die Möglichkeit Werbung nicht nur im App Store zu vermarkten, sondern auch auf einem Apple iPad. Apple macht sich damit flexibler, und zwar nicht nur in App Store-Inhalten, sondern auch in mobilen Werbeanwendungen. Denn diese werden aktuell häufig von Google ausgeliefert, die mit dem Kauf von AdMob, einem auf mobile Display-Werbung spezialisierten Anbieter, ebenfalls eine mobile Werbeplattform ihr Eigen nennen.

Da die Mobilfunknetzbetreiber nur in sehr geringem Maße an dem „Hype“ um das iPhone und den App Store partizipieren, gibt es durchaus Bestrebungen der Mobilfunknetzbetreiber, sich als Anbieter mobiler Applikationen zu positionieren. Denn mit dem vorhandenen Vermarktungs-Know-How im mobilen Umfeld bietet sich auch für Mobilfunknetzbetreiber die Chance den wachsenden Markt für sich zu erschließen. (mobile zeitgeistSPECIAL, Januar 2010)

3. Geschäftsentwicklung

Der Umsatz der conVisual AG im Jahr 2009 belief sich auf 16,4 Mio. EUR und konnte damit um mehr als 2,7 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Dies entspricht einer Steigerung um rund 20%.

Im Einzelnen haben sich die Geschäftsbereiche wie folgt entwickelt:

Das Segment „Messaging & Voice Solutions“ bildete im Berichtsjahr mit einem Umsatzanteil von 44,3% die umsatzstärkste Produktgruppe. Mit den Produkten Payment Gateway, SMS Gateway, MMS Gateway und den Service-Rufnummern konnten rund 7,3 Mio. EUR Umsatz generiert werden (Vorjahr 9,7 Mio. EUR). Der Umsatzrückgang in diesem Segment resultiert aus dem Einbruch des Chatmarktes, welcher sich bei conVisual im Bereich Payment Gateway widerspiegelt. Dieser Bereich beinhaltet im Wesentlichen die technische Anbindung von Dritten an die Abrechnungssysteme der Netzbetreiber (Mobilfunk + Festnetz).

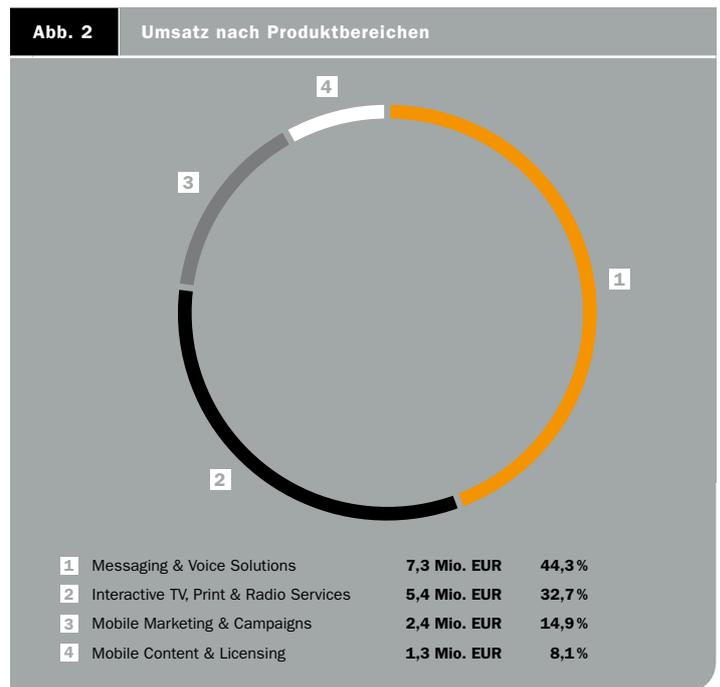
Das Segment „Interactive TV, Print & Radio Services“, zu dem die Download- und Abo Services sowie die On-Screen-Services und die Participation Services gehören, hat mit rund 5,4 Mio. EUR und einem Anteil von 32,7% (Vorjahr 1,8 Mio. EUR) zum Umsatz beigetragen. In diesem eher margenschwachen Segment konnte in 2009 mit namhaften Radio Kunden ein hohes Umsatzvolumen generiert werden.

Mit dem strategisch wichtigen Segment „Mobile Marketing & Campaigns“ verstärkt die conVisual AG für ihre Kunden die klassischen Werbemedien, ergänzt sie um Response Mechanismen, schafft neue mobile Kommunikationsflächen und ermöglicht so den dauerhaften Kundendialog und erfolgreiches mobiles CRM. Daneben finden sich in diesem Bereich SMS und MMS Bestandskundenkampagnen mit den Netzbetreibern und Dialogdienste für mobile Bank- und Ticketdienstleistungen wieder. In diesem sehr margenrelevanten Segment konnte ein Umsatz in Höhe von rund 2,4 Mio. EUR erreicht werden (Vorjahr 1,1 Mio. EUR). Dies macht einen Anteil von 14,9% am Gesamtumsatz aus.

Im Segment „Mobile Content & Licensing“ konnte in 2009 ein Umsatzwachstum um 0,3 Mio. EUR auf rund 1,3 Mio. EUR generiert werden, was einem Umsatzanteil von 8,1% entspricht. Davon wurden rund 0,6 Mio. EUR von dem Profit Center „Content“ und rund 0,7 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, die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung nicht aktiviert, sondern gemäß HGB vollständig im Aufwand erfasst. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte die Gesellschaft 13 (Vorjahr 13) Mitarbeiter in der Technik.



B. Darstellung der Lage

1. Vermögenslage

Im Juli und November 2009 hat der Vorstand der conVisual AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates von der Ermächtigung gemäß § 4 Absatz 8 der Satzung der Gesellschaft Gebrauch gemacht und das Grundkapital durch Ausgabe neuer Aktien erhöht.

Durch die Ausgabe von 222.350 neuen Aktien zum Preis von 2,27 EUR je Stückaktie und 271.762 neuen Aktien zu einem Preis von 3,00 EUR je Stückaktie, flossen der conVisual AG im Jahr 2009 insgesamt liquide Mittel in Höhe von 1.320 TEUR zu. Das Grundkapital der Gesellschaft hat sich damit auf 2.717.621 Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 EUR im Jahr 2009 erhöht.

Vermögensstruktur	31.12.2009 TEUR	31.12.2008 TEUR
Immaterielle Vermögensgegenstände	201	228
Sachanlagevermögen	138	160
Anlagevermögen	339	388
Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten	4.633	4.233
Bilanzsumme	4.972	4.621

Kapitalstruktur	31.12.2009 TEUR	31.12.2008 TEUR
Grundkapital	2.718	2.224
Genussrechtskapital	100	100
Kapitalrücklagen	11.371	10.545
Bilanzverlust	-11.761	-11.375
Eigenkapital	2.428	1.494
Rückstellungen	266	506
Verbindlichkeiten	2.278	2.621
Bilanzsumme	4.972	4.621

Zum Jahresende wies die Gesellschaft eine Bilanzsumme von 4.972 TEUR (Vorjahr 4.621 TEUR) aus. Das Eigenkapital belief sich auf 2.428 TEUR nach 1.494 TEUR im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote ist von 32,3% auf 48,8% gestiegen, was aus den beiden Kapitalerhöhungen in 2009 resultiert.

Zum 31. Dezember 2009 betrug das Anlagevermögen 339 TEUR. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich auf 2.141 TEUR. Der Forderungsrückgang gegenüber dem Vorjahr um 521 TEUR erklärt sich im Wesentlichen aus dem Rückgang des vormals umsatzstarken Chatgeschäfts. Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen beliefen sich auf 1.457 TEUR (Vorjahr 1.275 TEUR). Der Zahlungsmittelbestand hat sich um 738 TEUR auf 972 TEUR erhöht, was auf die Kapitalerhöhung im Dezember 2009 zurückzuführen ist.

Die Passivseite der Bilanz setzte sich neben dem Eigenkapital im Wesentlichen aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 2.068 TEUR sowie Rückstellungen in Höhe von 266 TEUR zusammen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind im Vergleich zum Vorjahr um 371 TEUR gesunken 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 511 TEUR und Mittelabflüssen aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 71 TEUR standen Mittelzuflüsse aus den Kapitalerhöhungen gegenüber, so dass sich am Ende des Geschäftsjahres ein Finanzmittelbestand von rund 972 TEUR ergibt. Damit ist der Finanzmittelbestand gegenüber dem Vorjahr um 738 TEUR gestiegen.

3. Ertragslage

Der Jahresfehlbetrag der conVisual AG belief sich in 2009 auf 386 TEUR und konnte gegenüber dem Vorjahr um rund 494 TEUR verbessert werden. Das EBITDA vor der Diskontierung der USA Forderungen beläuft sich auf minus 40 TEUR und liegt damit auf Break-even-Niveau. Wesentliche Gründe für diese deutliche Ergebnissteigerung sind die Akquisition von margenstarkem Neukundengeschäft im Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“ und der Ausbau bestehender Kundenbeziehungen, insbesondere im Netzbetreiber-geschäft. 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 16.387 TEUR betriebliche Aufwendungen in Höhe von insgesamt 17.047 TEUR gegenüber, die aus Umsatzkosten, Vertriebskosten und allgemeinen Verwaltungskosten resultierten. Zusätzlich werden sonstige betriebliche Erträge in Höhe von 546 TEUR und sonstige betriebliche Aufwendungen in Höhe von 268 TEUR ausgewiesen.

Den größten Teil dieser Kosten machten die Umsatzkosten in Höhe von 14.622 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 rund 11%, womit die Bruttomarge gegenüber dem Vorjahr in Höhe von rund 9% erneut deutlich gesteigert werden konnte. Grund hierfür ist im Wesentlichen der Ausbau von margenstarkem Geschäft.

Die Vertriebskosten konnten gegenüber dem Vorjahr mit rund 1.323 TEUR (Vorjahr 1.489 TEUR) um rund 11,2% reduziert werden. Einsparungen wurden hauptsächlich bei den Personalkosten und den Reisekosten erzielt. Die Anzahl der Marketing- und Vertriebsmitarbeiter (Vollzeit, inklusive 1 Auszubildende) betrug im Berichtszeitraum durchschnittlich 13 Mitarbeiter (ohne Berücksichtigung des CEO).

Die Verwaltungskosten haben sich in 2009 mit 1.102 TEUR (Vorjahr 1.184 TEUR) um rund 6,9% reduziert. Hier wurden insbesondere bei den Personalkosten sowie den Kapitalmarktkosten Einsparungen realisiert.

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (Vollzeit, inklusive 3 Auszubildende) in diesem Bereich betrug im Berichtszeitraum 21 Mitarbeiter und setzte sich aus technischen Mitarbeitern sowie den Mitarbeitern im Bereich Finanzen/Verwaltung zusammen. Produkt- und projektbezogene Personalkosten wurden von den allgemeinen Verwaltungskosten in die Entwicklungs- und Herstellungskosten umgegliedert.

Kapitalflussrechnung	2009 TEUR	2008 TEUR
1. Jahresfehlbetrag	-386	-880
2. Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	119	130
3. Zunahme/Abnahme der unfertigen Erzeugnisse	-12	0
4. Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	521	-720
5. Zunahme/Abnahme der Forderungen ggü. verbundenen Unternehmen	-181	-576
6. Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-371	708
7. Zunahme/Abnahme der kurzfristigen Rückstellungen	-240	17
8. Zunahme/Abnahme der sonstigen Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	11	-12
9. Zunahme/Abnahme der sonstigen Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	28	67
10. Mittelabfluss aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-511	-1.266
11. Auszahlungen für Investitionen im Anlagevermögen	-71	-289
12. Mittelabfluss/-zufluss aus der Investitionstätigkeit	-71	-289
13. Einzahlungen aus der Kapitalerhöhung	1.320	0
14. Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	1.320	0
15. Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands (= 10. + 12. + 14.)	738	-1.555
16. Finanzmittelbestand am Periodenanfang	234	1.789
17. Finanzmittelbestand am Periodenende	972	234

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 2009 von der conVisual AG erbracht wurden, in Höhe von 389 TEUR an die conVisual US LLC weiterberechnet. Weitere Positionen sind die Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 59 TEUR, die Herabsetzung von Einzelwertberichtigungen in Höhe von 53,1 TEUR, die Erträge aus Schadenersatzleistungen in Höhe von 25,4 TEUR, die Erträge aus Kursdifferenzen in Höhe von 10,0 TEUR sowie die Bearbeitungsgebühr für vorzeitige Kundenausschüttungen in Höhe von 9,8 TEUR.

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben den Wertberichtigungen von Forderungen in Höhe von 28 TEUR auch Währungsverluste in Höhe von 18 TEUR aus Kursdifferenzen enthalten.

Des Weiteren entfallen 222 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 sechs Jahre erfolgen soll.

4. USA Geschäft

Die conVisual US LLC konnte auch in 2009 weitere große Projekte realisieren. Aufgrund der auch in den USA herrschenden Finanz- und Wirtschaftskrise kam es im zweiten Halbjahr 2009 allerdings zu einem Einbruch bei den Projektbeauftragungen und somit zu Projektverschiebungen bis in das zweite Quartal 2010. Seit der Gründung der conVisual US LLC am 1. April 2007, konnte die LLC in 2009 trotz dieser Entwicklung erstmals auf Liquiditätstransfers durch die Muttergesellschaft verzichten.

Die conVisual US LLC erwirtschaftete in 2009 einen Umsatz in Höhe von 395 TUSD. Die Umsatzkosten, Vertriebskosten und Verwaltungskosten betragen 1.047 TUSD. Ohne Einrechnung der von der conVisual AG bezogenen Leistungen beläuft sich der vorläufige Verlust der conVisual US LLC auf 112 TUSD. Unter Einrechnung der Verrechnungspreise in Höhe von 540 TUSD beläuft sich der vorläufige Verlust auf 652 TUSD. Dieser vorläufige Jahresabschluss ergibt sich aus der Aufsummierung der Monatsabschlüsse der conVisual US LLC.

Die Anlaufkosten werden von der conVisual AG vorfinanziert. Erste Rückführungen wurden bereits im Dezember 2008 vorgenommen, im Jahr 2009 wurden aufgrund der beschriebenen Entwicklung keine weiteren Rückführungen vorgenommen.

C. Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung

Die Gesellschaft versucht im Rahmen der Unternehmensstrategie unangemessene Risiken zu vermeiden. Trotzdem ergeben sich aus der operativen Tätigkeit sowie aus Veränderungen im Umfeld unvermeidliche 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 durch hohe Dynamik und ein sich schnell veränderndes Umfeld geprägt. 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

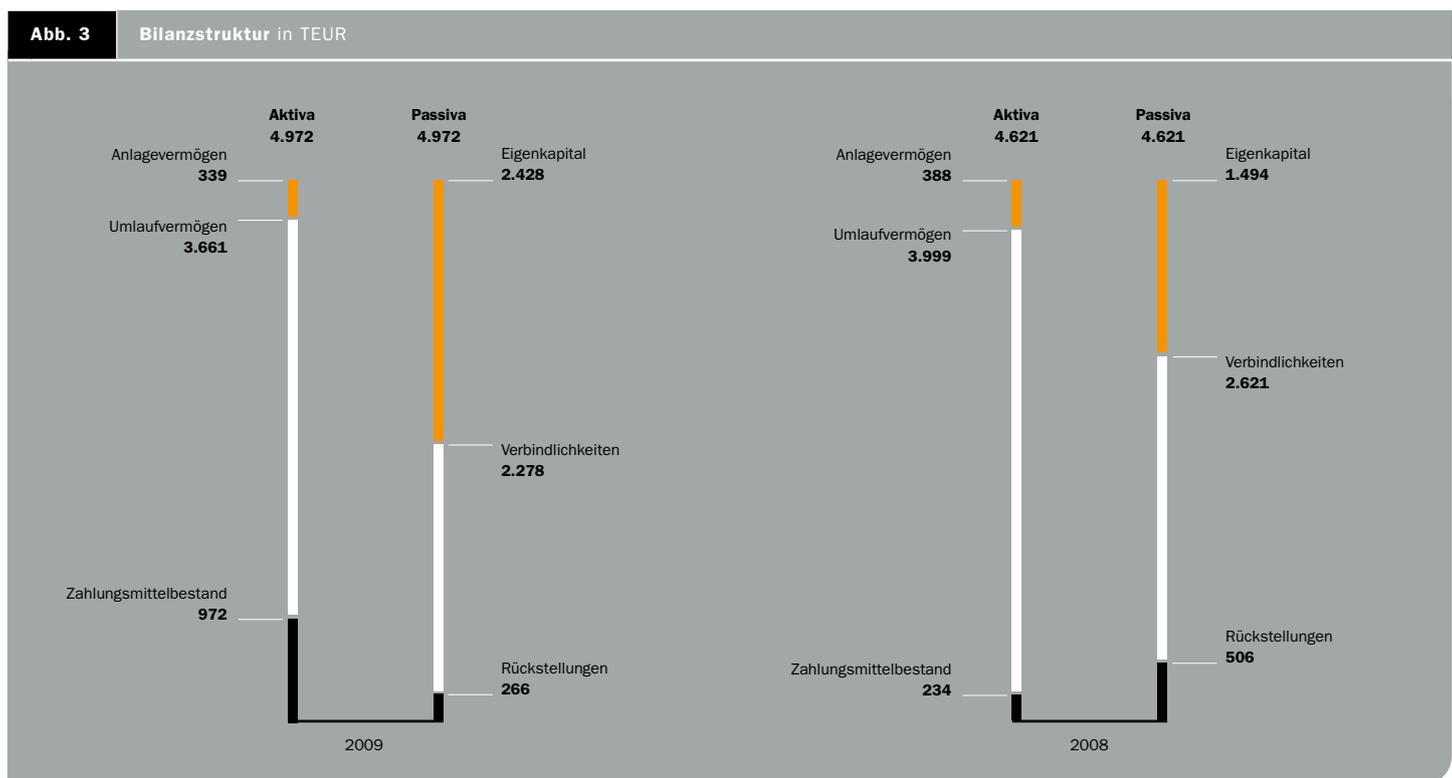
Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit der conVisual AG liegt bislang in Deutschland. Die conVisual AG plant auch weiterhin eine verstärkte Internationalisierung ihrer geschäftlichen Aktivitäten durch die Ausweitung des ausländischen Vertriebsnetzes in Form von Vertriebskooperationen und durch die Tochtergesellschaft 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 beziehungsweise 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 Mobilfunknummern (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 stellte fest, dass die Branche von der in 2008 einsetzenden und in 2009 sich vertiefenden Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise weitestgehend verschont geblieben ist. 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 die conVisual AG nicht auszuschließen sind.

Risiken aus den Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen

Die conVisual AG weist gegenüber der conVisual US LLC eine Forderung in Höhe von 1.457 TEUR aus. Die Forderungen wurden per 31. Dezember 2009 um 568 TEUR abgezinst, da diese Forderungen unverzinslich sind und die Rückzahlung der Forderungen durch die conVisual US LLC innerhalb der nächsten sechs Jahre erfolgen soll. Die Abzinsung wurde in den Jahren 2007 bis 2009 aufwandswirksam verbucht.

Der Vorstand der conVisual AG geht davon aus, dass die Forderungen voll werthaltig sind. Sollte jedoch der geplante Geschäftserfolg in den folgenden Jahren bei der conVisual US LLC ausbleiben, muss eine teilweise oder vollständige Abschreibung der Forderungen im Hinblick auf die Werthaltigkeit erfolgen.

2. Finanzielle Risiken

Der Finanzmittelbestand zum 31. Dezember 2009 betrug rund 972 TEUR. Die Planung sieht auf der Grundlage der geplanten Umsatz- und Ergebnissteigerungen nachhaltige positive Zuflüsse von Finanzmitteln im 2. Halbjahr 2010 vor. Darüber hinaus kann die Generierung von Zusatzgeschäft durch organisches und anorganisches Wachstum zu weiteren Finanzmittelzuflüssen führen. Um ein finanzwirtschaftliches Risiko aus Anlagen zu vermeiden, erfolgen Anlagen der Mittel der Gesellschaft ausschließlich im Rahmen von Termingeldanlagen bei Banken mit hoher Bonität. Bei den Termingeldanlagen handelt es sich um täglich kündbare Geldanlagen.

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 2009 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 2009 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 2009 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

Das Geschäftsjahr 2010 ist umsatzseitig auf dem hohen Niveau des Vorjahres gestartet. Wie bereits im letzten Jahr konnte die conVisual AG eine große Hörerpromotion für eine namhafte Radiogruppe durchführen.

Im Bereich Mobile Marketing & Campaigns hat das Jahr aufgrund längerer Entscheidungswege bei einigen Kunden verhalten begonnen, so dass die fakturierten Umsätze in diesem Bereich in den ersten Monaten des laufenden Jahres noch unter den Erwartungen liegen. Trotzdem zeichnet sich dieser Bereich durch eine stark zunehmende Dynamik aus, was sich unter anderem durch sehr viele Anfragen von Agenturen und namhaften Kunden ausdrückt. Dieser Trend hat sich nach den Übernahmen von AdMob durch Google und Quattro Wireless durch Apple nochmals verstärkt.

Die klare Ausrichtung und Fokussierung auf diesen Bereich unterstreicht die conVisual AG auch durch die Schaffung des neuen Vorstandsressorts „Mobile Marketing & Mobile Internet“. Zum 1. Mai 2010 hat mit Markus Hüßmann ein erfahrener Marketing Manager aus der Mobilfunkbranche dieses Ressort übernommen.

Zur Finanzierung des weiteren Wachstums der Gesellschaft hat der Vorstand der conVisual AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates am 31. Mai 2010 beschlossen, das Grundkapital um bis zu 612.379,00 EUR auf bis zu 3.330.000,00 EUR zu erhöhen. Die Erhöhung erfolgt unter teilweiser Ausnutzung des genehmigten Kapitals gemäß § 4 Absatz 8 der Satzung. Der Bezugspreis der neuen Aktien liegt bei 2,75 EUR, damit wird der Gesellschaft zum Ende des zweiten Quartals 2010 voraussichtlich Liquidität in Höhe von rund 1,6 Mio EUR zufließen.

E. Ausblick

Für das laufende Geschäftsjahr 2010 erwartet die Gesellschaft erneut weitere Umsatz- und Ergebnissteigerungen in den Bereichen „Interactive TV, Print & Radio Services“ und „Mobile Marketing & Campaigns“.

Der Gesellschaft sind keine Verpflichtungen oder Vorfälle bekannt, die die voraussichtlichen Aussichten im laufenden Geschäftsjahr 2010 wesentlich beeinflussen dürften. conVisual erwartet, dass die Kosten im Geschäftsjahr 2010 gegenüber den Vorjahreskosten aufgrund der gezielten personellen Verstärkungen in den Bereichen Marketing und Vertrieb im geplanten Maße steigen werden.

Im deutschen Markt wird die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2010 ihren Fokus weiter auf den Bereich Mobile Marketing legen. Dabei gilt es, bestehende Key Accounts weiter auszubauen und neue Key Accounts entweder direkt oder indirekt über Agenturen zu gewinnen. Ziel ist es, die Kunden durch einen ganzheitlichen mobilen/digitalen Strategieansatz zu überzeugen und somit langfristig an die conVisual AG zu binden.

Die conVisual US LLC wird sich im US-amerikanischen Markt ebenfalls weiter auf den Mobile Marketing Bereich konzentrieren. Nach einem durch die Finanz- und Wirtschaftskrise bedingten sehr schwierigen Jahr 2009 zeichnet es sich im zweiten Quartal 2010 ab, dass die Marketingbudgets der Kunden wieder aktiviert werden und dadurch die Nachfrage nach Mobile Marketing Lösungen in dem laufenden Geschäftsjahr wieder steigen wird.

Die Übernahmen von AdMob durch Google und Quattro Wireless durch Apple haben dem Weltmarkt signalisiert, dass das Thema Mobile Marketing & Mobile Advertising ein strategisches Zukunftsthema mit sehr starken prognostizierten Wachstumsraten ist. Die conVisual AG prüft zurzeit ebenfalls verschiedene Optionen im Bereich M&A, um neben dem organischen Wachstum gegebenenfalls wichtige Impulse durch anorganisches Wachstum setzen zu können.

Der Vorstand geht davon aus, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2010 gegenüber dem Vorjahr weiter steigen wird. Das Ergebnis 2010 wird sich gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern und wird aufgrund des verhaltenen Jahresstarts voraussichtlich noch negativ bleiben.

Für 2011 wird ein weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum erwartet.

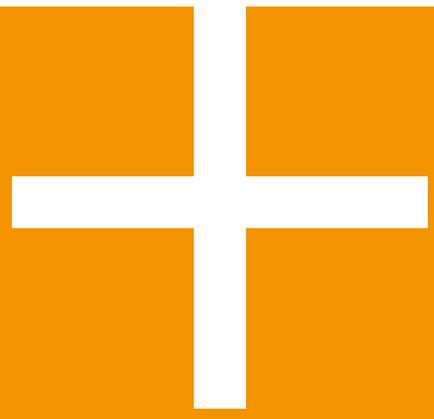
Die tatsächlichen Ergebnisse können wesentlich von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen, wenn sich die Annahmen als unzutreffend erweisen.

Oberhausen, den 15. Juni 2010

Dr. Thomas Wolf
CEO

João Gonzaga
CTO

Markus Hüßmann
CMO



Abschluss

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

	01.01.2009 - 31.12.2009	01.01.2008 - 31.12.2008
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse	16.386.845,05	13.632.597,55
2. Umsatzkosten	-14.621.693,04	-12.422.168,46
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	1.765.152,01	1.210.429,09
4. Vertriebskosten	-1.322.632,36	-1.488.876,59
5. Allgemeine Verwaltungskosten	-1.102.335,11	-1.184.181,32
6. Sonstige betriebliche Erträge	546.269,47	864.664,29
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-268.018,79	-340.413,96
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.072,23	73.188,69
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-2.498,43	-10.163,69
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-381.990,98	-875.353,49
11. Sonstige Steuern	-3.613,00	-4.253,00
12. Jahresfehlbetrag	-385.603,98	-879.606,49
13. Verlustvortrag	-11.374.788,93	-10.495.182,44
14. Bilanzverlust	-11.760.392,91	-11.374.788,93

Bilanz zum 31. Dezember 2009

Aktiva	31.12.2009	31.12.2008
	EUR	EUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	201.381,00	227.770,00
II. Sachanlagen	137.305,00	159.690,00
	338.686,00	387.460,00
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
Unfertige Leistungen	12.138,00	0,00
	12.138,00	0,00
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.141.145,93	2.661.658,42
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen		
– davon aus Lieferungen und Leistungen	1.456.762,84	1.274.958,19
EUR 1.178.351,53 (i. Vj. TEUR 974)		
– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr		
EUR 1.213.969,03 (i. Vj. TEUR 699) –		
3. Sonstige Vermögensgegenstände	25.799,01	43.152,61
	3.623.707,78	3.979.769,22
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	972.171,29	234.241,28
	4.608.017,07	4.214.010,50
C. Rechnungsabgrenzungsposten	25.156,00	19.235,50
	4.971.859,07	4.620.706,00

Passiva**31.12.2009****31.12.2008****EUR****EUR****A. Eigenkapital**

I. Grundkapital

2.717.621,00

2.223.509,00

[Bedingtes Kapital EUR 1.111.754,00 (i.Vj. TEUR 1.011)]

II. Genussrechtkapital

100.000,00

100.000,00

III. Kapitalrücklage

11.371.215,18

10.545.306,68

IV. Bilanzverlust

-11.760.392,91

-11.374.788,93

2.428.443,27**1.494.026,75****B. Rückstellungen**

Sonstige Rückstellungen

265.818,00**506.093,00****C. Verbindlichkeiten**

1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

2.067.618,47

2.439.111,57

– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr
EUR 2.067.618,47 (i.Vj. TEUR 2.439) –

2. Sonstige Verbindlichkeiten

209.979,33

181.474,68

– davon aus Steuern EUR 136.533,72 (i. Vj. TEUR 99) –

– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr
EUR 209.979,33 (i.Vj. TEUR 181) –**2.277.597,80****2.620.586,25****4.971.859,07****4.620.706,00**

Anhang zum 31. Dezember 2009

Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2009 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 angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden gehen von der Fortführung des Unternehmens aus.

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

Die Bewertung des Sachanlagevermögens erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer. Die Abschreibungen erfolgen im Rahmen der nach steuerlichen Richtlinien zulässigen Sätze nach der linearen Abschreibungsmethode.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind grundsätzlich zum Nennwert angesetzt. Unverzinsliche Forderungen werden abgezinst. Einzelwertberichtigungen für bestehende Forderungen werden je nach Ausfallrisiko

Entwicklung des Anlagevermögens	Anschaffungs- und Herstellungskosten			Stand 31.12.2009 EUR
	Stand 01.01.2009 EUR	Zugänge EUR	Umbuchungen EUR	
Immaterielle Vermögensgegenstände				
Rechte und Lizenzen	257.518,05	13.607,59	31.434,00	302.559,64
Kundenstamm	150.000,00	0,00	0,00	150.000,00
Geleistete Anzahlungen	31.434,00	9.764,00	-31.434,00	9.764,00
	438.952,05	23.371,59	0,00	462.323,64
Sachanlagen				
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	719.844,81	47.105,91	0,00	766.950,72
	719.844,81	47.105,91	0,00	766.950,72
Gesamt	1.158.796,86	70.477,50	0,00	1.229.274,36

vorgenommen. Das allgemeine Ausfallrisiko für die bestehenden Forderungen ist in ausreichender Höhe durch eine Pauschalwertberichtigung berücksichtigt.

Unfertige Leistungen werden zu Herstellungskosten bewertet.

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

Die Bewertung der Verbindlichkeiten erfolgt zum Rückzahlungsbetrag.

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

Der Wertansatz der Anlagegüter mit zeitlich begrenzter Nutzung wurde um planmäßige Abschreibung vermindert. Die zugrunde liegenden Nutzungsdauern orientieren sich an der amtlichen Abschreibungstabelle. Sie betragen für

Immaterielle Vermögensgegenstände	3-10 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3-13 Jahre.

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

Zugänge des Geschäftsjahres wurden grundsätzlich linear pro rata temporis abgeschrieben.

Abschreibungen			Buchwerte		
Stand 01.01.2009 EUR	Zugänge EUR	Stand 31.12.2009 EUR	Stand 31.12.2009 EUR	Stand 31.12.2008 EUR	
201.182,05	34.760,59	235.942,64	66.617,00	56.336,00	
10.000,00	15.000,00	25.000,00	125.000,00	140.000,00	
0,00	0,00	0,00	9.764,00	31.434,00	
211.182,05	49.760,59	260.942,64	201.381,00	227.770,00	
560.154,81	69.490,91	629.645,72	137.305,00	159.690,00	
560.154,81	69.490,91	629.645,72	137.305,00	159.690,00	
771.336,86	119.251,50	890.588,36	338.686,00	387.460,00	

Geringwertige Wirtschaftsgüter wurden ab 2008 der steuerlichen Neuregelung folgend abgeschrieben: Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten bis 150 EUR wurden sofort abgeschrieben. Für Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten von 150,01 EUR bis 1.000,00 EUR wurde ein Pool gebildet, der über 5 Jahre abgeschrieben wird.

Die Zugänge des Anlagevermögens in Höhe von 70 TEUR betreffen im Wesentlichen Lizenz- und Nutzungsrechte, EDV-Anlagen sowie sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung.

2 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2.141 TEUR (i.Vj. 2.662 TEUR). In den Forderungen sind Wertberichtigungen in Höhe von 57 TEUR (i.Vj. 110 TEUR) enthalten.

3 Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen

Auf Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen entfallen 1.457 TEUR (i.Vj. 1275 TEUR). Dieser Betrag setzt sich im Wesentlichen aus weiterbelasteten Kosten, Verrechnungspreisen sowie zur Verfügung gestellter Liquidität zusammen. Die Forderungen sind zinsfrei. Geplant ist, dass die conVisual US LLC die Forderungen zum Ende des Wirtschaftsjahres 2015 getilgt haben wird. Daher erfolgte eine Abzinsung von insgesamt 568 TEUR. Wegen der bereits in Vorjahren vorgenommenen Abzinsung in Höhe von 346 TEUR, sind im laufenden Geschäftsjahr nur 222 TEUR ergebniswirksam.

4 Sonstige Vermögensgegenstände

Die Sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von 26 TEUR (i.Vj. 43 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Steuererstattungsansprüche.

5 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten

Die liquiden Mittel in Höhe von 972 TEUR (i.Vj. 234 TEUR) beinhalten den Kassenbestand und die laufenden Bankguthaben.

6 Eigenkapital

Das Grundkapital der conVisual AG beträgt 2.718 TEUR (i.Vj. 2.223 TEUR).

Das Grundkapital ist eingeteilt in 2.717.621 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien.

Im Zusammenhang mit der Einzahlung aus den Kapitalerhöhungen erhöhte sich die Kapitalrücklage von 10.545 TEUR um 826 TEUR auf 11.371 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 11.760 TEUR setzt sich aus dem bestehenden Verlustvortrag in Höhe von 11.375 TEUR und einem Jahresfehlbetrag in Höhe von 386 TEUR zusammen.

Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital

Mit Beschluss des Vorstands unter Zustimmung des Aufsichtsrates am 20. Juli 2009 wurde das Grundkapital der Gesellschaft unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals gemäß § 4 Absatz 8 der Satzung gegen Bareinlage durch Ausgabe von 222.350 neuen auf den Inhaber lautende Stückaktien zum Ausgabebetrag von 1,00 EUR je Aktie auf 2.446 TEUR erhöht. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister erfolgte am 30. Juli 2009 (URNr. 539/2009 des Notars Ulrich Blumberg, Oberhausen).

Mit Beschluss des Vorstands unter Zustimmung des Aufsichtsrates am 25. November 2009 wurde das Grundkapital der Gesellschaft unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals gemäß § 4 Absatz 8 der Satzung gegen Bareinlage durch Ausgabe von 271.762 neuen auf den Inhaber lautende Stückaktien zum Ausgabebetrag von 1,00 EUR je Aktie auf 2.718 TEUR erhöht. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister erfolgte am 18. Dezember 2009 (URNr. 961/2009 des Notars Ulrich Blumberg, Oberhausen).

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 Aktienaussgabe, insbesondere den Ausgabebetrag, festzulegen. Die Eintragung der Beschlussfassung zur Schaffung eines genehmigten Kapitals in das Handelsregister erfolgte am 6. August 2008. Nach der Kapitalerhöhung am 15. Dezember 2009 verbleibt noch ein genehmigtes Kapital von 618 TEUR.

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. Mit Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 28. Juli 2009 wird der Ermächtigungsbeschluss vom 09. Juli 2007 aufgehoben. Bis zu diesem Zeitpunkt wurde von der Schaffung eines diesbezüglichen Kapitals kein Gebrauch gemacht.

Des Weiteren ist das Grundkapital durch den Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 28. Juli 2009 (URNr. 542/2009 des Notars Ulrich Blumberg, Oberhausen) um bis zu 862 TEUR durch die Ausgabe von bis zu 862.365 Aktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital IV). Diese bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten aus Schuldverschreibungen, die die conVisual AG oder deren Konzernunternehmen aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 28. Juli 2009 ausgegeben haben, 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 Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Bedingten Kapital 2009 festzulegen. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung dem Umfang der Ausgabe von Bezugsaktien entsprechend anzupassen.

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 266 TEUR (i.Vj. 506 TEUR) bestehen im Wesentlichen für ausstehende Rechnungen, Urlaubsrückstellungen und Jahresabschlusskosten.

8 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2.068 TEUR (i.Vj. 2.439 TEUR).

9 Sonstige Verbindlichkeiten

Die Sonstigen Verbindlichkeiten in Höhe von 210 TEUR (i.Vj. 181 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Steuerverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kreditorischen Debitoren.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

10 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse betragen im Berichtszeitraum 16.387 TEUR (i.Vj. 13.633 TEUR). Ein Großteil des Umsatzes mit rund 7.279 TEUR (i.Vj. 9.654 TEUR) kommt aus dem Bereich „Messaging & Voice Solutions“, zu dem neben den Produktgruppen SMS Gateway, MMS Gateway, Payment Gateway auch der Bereich der Service-Rufnummern gehört. Der Produktbereich „Interactive TV, Print & Radio Services“ hat mit rund 5.359 TEUR (i.Vj. 1.812 TEUR) zum Umsatz beigetragen. Der Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“ weist im Berichtszeitraum einen Umsatz in Höhe von 2.454 TEUR (i.Vj. 1.130 TEUR) aus. Die Bereiche „Content Licensing“ und „Information Services“ liefern in 2009 einen Umsatzbeitrag von rund 1.295 TEUR (i.Vj. 1.036 TEUR).

11 Umsatzkosten

Die Umsatzkosten in Höhe von 14.622 TEUR (i.Vj. 12.422 TEUR) betreffen überwiegend Kundenanteile, Billing- und Transportkosten der Netzbetreiber, Entwicklungskosten und Contentkosten.

12 Vertriebskosten

Die Vertriebskosten in Höhe von 1.323 TEUR (i.Vj. 1.489 TEUR) setzen sich im Wesentlichen aus Personalaufwendungen, Reisekosten, Marketingkosten und sonstigen Vertriebskosten zusammen.

13 Allgemeine Verwaltungskosten

In den Allgemeinen Verwaltungskosten in Höhe von 1.102 TEUR (i.Vj. 1.184 TEUR) sind Personalaufwendungen, Mietaufwendungen, Kapitalmarktkosten und sonstige Verwaltungskosten enthalten.

14 Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 546 TEUR (i.Vj. 865 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 268 TEUR (i.Vj. 340 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 Joao Gonzaga, Vorstand Technik, Düsseldorf

Die Bezüge des Vorstands betragen im Geschäftsjahr 424 TEUR (i.Vj. 398 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)

Herr Wolfgang Bruhn, Diplom-Kaufmann, Bad Oldesloe
(Niederlegung zum 31. Dezember 2009)

Herr Falk Müller-Veerse, Corporate Finance Berater, München
(Niederlegung zum 31. Dezember 2009)

Herr Christian Stöppler, Geschäftsführer, Frankfurt/Main
(seit dem 31. Dezember 2009)

Herr Ole L. Wegner, Kaufmann, Jesteburg
(seit dem 31. Dezember 2009)

21 Bezüge des Aufsichtsrates

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhielten für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr Vergütungen in Höhe von insgesamt 39 TEUR (i.Vj. 45 TEUR).

22 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Lizenzverträgen	TEUR
fällig 2010	317
fällig 2011 bis 2014	195
fällig nach 2014	0

23 Personalaufwand

Der Personalaufwand gemäß § 275 Absatz 2 HGB des Geschäftsjahres betrug 2.167 TEUR (i.Vj. 2.438 TEUR) für Löhne und Gehälter sowie 350 TEUR (i.Vj. 374 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 13.538 TEUR (i.Vj. 11.228 TEUR).

25 Anzahl der Mitarbeiter

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter im Berichtsjahr betrug 32 (i.Vj. 34) Festangestellte und 25 (i.Vj. 24) Teilzeitarbeitskräfte. Per 31. Dezember 2009 beschäftigte die conVisual AG 4 (i.Vj. 4) Auszubildende.

26 Beteiligungen

Im Jahr 2009 hat die conVisual AG die Beteiligung an der Tochtergesellschaft conVisual US LLC gehalten. Diese Gesellschaft ist mit keinem Eigenkapital ausgestattet. Das Wirtschaftsjahr 2009 schloss die Gesellschaft mit einem vorläufigen Verlust von 652 TUSD ab.

Oberhausen, den 15. Juni 2010

conVisual AG

Der Vorstand

Dr. Thomas Wolf

João Gonzaga

Markus Hüßmann

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 2009 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.

Mit Ausnahme des im folgenden Absatz dargestellten Prüfungshemmnisses haben wir 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 mit der im nachfolgenden Absatz dargestellten Ausnahme eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat mit Ausnahme der folgenden Einschränkung zu keinen Einwendungen geführt: Die Gesellschaft weist unter den Forderungen gegen verbundene Unternehmen Forderungen gegenüber der amerikanischen Tochtergesellschaft in Höhe von TEUR 1.457 aus, deren Werthaltigkeit aufgrund der vorgelegten Unterlagen nicht mit hinreichender Sicherheit abschließend beurteilt werden kann. Es kann daher aus heutiger Sicht nicht ausgeschlossen werden, dass der Jahresabschluss in Bezug auf die Forderungen gegen verbundene Unternehmen fehlerhaft ist.

Mit dieser Einschränkung 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. Mit der genannten Einschränkung steht der Lagebericht 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.

Düsseldorf, 22. Juni 2010

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