

# Creative Technology



## conVISUAL Aktie

<b>ISIN/WKN:</b>	DE0006204589
<b>Gattung:</b>	Inhaber-Aktien o.N.
<b>Börsenkürzel:</b>	C1V
<b>Geschäftsjahr:</b>	31.12.
<b>Erstnotiz:</b>	13. Januar 2006
<b>Notierungen:</b>	Entry Standard (Open Market Frankfurt), Xetra sowie Freiverkehr (Berlin-Bremen, Düsseldorf, Stuttgart)
<b>Designated Sponsor:</b>	Close Brothers Seydler Bank AG equinet AG (bis 12.01.2010)
<b>Per 31.12.2010:</b>	
Grundkapital	3.385.125,00 EUR
Anzahl der Aktien	3.385.125
<b>Entwicklung Grundkapital:</b>	
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
18.06.2010	3.330.000,00 EUR
30.09.2010	3.385.125,00 EUR
<b>Entwicklung Aktie:</b>	
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
Jahreshöchst-/tiefstkurs 2010	4,60 EUR/1,95 EUR
Eröffnungskurs 01.01.2010	3,81 EUR
Schlusskurs 31.12.2010	2,05 EUR
Marktkapitalisierung per 31.12.2010	6,94 Mio. EUR
<b>Ansprechpartner Investor Relations:</b>	
Florian Gather	
E-Mail: investorrelations@convisual.com	
Telefon: +49 (208) 97 69 5-807	

## conVISUAL Finanzkalender

### Termine 2011

Voraussichtlich Juli 2011: Hauptversammlung 2011

Voraussichtlich August/September 2011: Halbjahresbericht 2011

Änderungen vorbehalten

# Inhalt

- 04 Vorwort des Vorstands
- 06 Bericht des Aufsichtsrats

## ▾ **Lagebericht** für das Geschäftsjahr 2010

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

## ▾ **Jahresabschluss 2010**

- 19 Gewinn- und Verlustrechnung der conVISUAL AG
- 20 Bilanz der conVISUAL AG
- 22 Anhang zum 31. Dezember 2010
- 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,

Mobile Marketing und Mobile Internet gehören zu den großen Boom-Themen. Bezahlbare Datentarife und eine breite Palette an hochwertigen Endgeräten haben die Nutzung von mobilen Angeboten weiter stark steigen lassen, so dass mittlerweile auch bei den meisten Markenunternehmen die Erkenntnis gereift ist, dass Mobile nicht nur eine Mode ist, sondern ein immer wichtiger werdender Kanal in einem erfolgreichen Marketing-Mix. Der Griff zum Smartphone in fast jeder Lebenslage ist für viele Menschen inzwischen selbstverständlich. Mit dem Start des iPads hat sich zudem eine Geräteklasse am Markt etabliert, die von vielen schon im Vorfeld abgeschrieben wurde: mobile Internet-Tablets. Die Verkaufszahlen sprechen jedoch eine deutliche Sprache. Starke Absatzzahlen und eine rasant wachsende Modellpalette haben die potenzielle Zielgruppe für mobile Kundenansprache weiter vergrößert. Die Konsequenz ist ein sehr lebendiger und innovationsfreudiger Markt, in dem die conVISUAL AG sich als ebenso zuverlässiger wie leistungsfähiger Partner einen Namen gemacht hat. Wir legen großen Wert darauf, für individuelle Problemstellungen keine Lösungen von der Stange zu bieten. Dementsprechend treiben wir unsere strategische Weiterentwicklung durch unsere konsequente Fokussierung auf Mobile Marketing und Mobile Internet weiter voran. So konnten wir nicht nur unser leistungsfähiges Partner-Netzwerk ausbauen, sondern uns auch im personellen Bereich deutlich verstärken. Neue technologische Lösungen wie unsere Multi-Platform-Lösung crOSs-App sowie strategische Instrumente wie die performance-basierte Vermarktung von digitalen Produkten und Dienstleistungen sind bereits ein Ausblick auf das, was die conVISUAL AG 2011 bewegen wird.

## Unser Geschäftsjahr 2010

Das Jahr 2010 begann, wie das Jahr zuvor geendet hatte. Geprägt von der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise, blieb das erste Halbjahr 2010 deutlich hinter den Erwartungen zurück. Kunden, mit denen über Jahre zahlreiche umfangreiche Projekte realisiert wurden, stellten Budgets und Projekte zunächst zurück. Dank einer erfolgreichen Neupositionierung unserer Produkte und intensiver Vertriebsarbeit konnten wir die Umsatzentwicklung trotz des sehr verhaltenen Jahresbeginns positiv gestalten. Mit einer Steigerung von rund 13,8% erhöhte sich der Umsatz der conVISUAL AG um mehr als 2,3 Mio. EUR auf 18,6 Mio. EUR (Vorjahr 16,4 Mio. EUR).

Unsere Geschäftsbereiche haben sich im Einzelnen wie folgt entwickelt: Entgegen dem Vorjahr bildet das Produktsegment „Messaging & Voice Solutions“ im Berichtsjahr mit einem Umsatzanteil von 35,4% nur noch die zweitumsatzstärkste Produktgruppe. Mit den Produkten Payment Gateway, SMS Gateway, MMS Gateway und Service-Rufnummern wurden 6,6 Mio. EUR Umsatz generiert (Vorjahr 7,3 Mio. EUR). Der Umsatzrückgang in diesem Segment resultiert im Wesentlichen aus einem verringerten Volumen im Bereich SMS Entertainment unserer Kunden, der im Vorjahr einen deutlichen Einbruch erlitten hatte.

Das Segment „Interactive TV, Print & Radio Services“, das Download- und Abo-Services, sowie die On-Screen-Services und die Participation Services umfasst, hat sich mit rund 9,0 Mio. EUR (Vorjahr 5,4 Mio. EUR) und einem Umsatzanteil von 48,4% zum umsatzstärksten Segment entwickelt.

In dem margenrelevanten und strategisch bedeutenden Segment „Mobile Marketing & Campaigns“ finden sich neben Mobile Marketing und Mobile Internet Lösungen für Markenartikler auch Mobile Customer Relationship Management Lösungen mit den Netzbetreibern und Transaktionsdienste für mobile Bank- und Ticketdienstleistungen wieder. In diesem Bereich konnte ein Umsatz von 2,0 Mio. EUR und ein Anteil am Gesamtumsatz von 10,8% erreicht werden. Dies entspricht einem Rückgang von 0,4 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr. Die negative Entwicklung in diesem Bereich liegt in dem sehr verhaltenen Jahresbeginn begründet, dessen Verluste wir trotz der merklich anziehenden Konjunktur im zweiten Halbjahr nicht komplett auffangen konnten. Durch intensives Key Account Management und gesteigerten Vertriebsaufwand konnten jedoch im zweiten Halbjahr bestehende Kunden wieder aktiviert und einige neue Key Accounts im Wesentlichen aus dem Bereich Fast Moving Consumer Goods akquiriert werden.



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

Das Segment „Mobile Content & Licensing“ verzeichnet in 2010 einen Umsatzrückgang von 0,3 Mio. EUR auf rund 1,0 Mio. EUR, was einem Umsatzanteil von 5,4% entspricht. Der Umsatz verteilt sich mit ca. 0,6 Mio. EUR auf das Profit Center „Information Services“ und ca. 0,4 Mio. EUR auf das Profit Center „Content“.

#### Unser US-Geschäft 2010

Eine positive Entwicklung nahm unser Geschäft in den USA. Nachdem die Nachwirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise bis in das erste Halbjahr 2010 deutlich zu spüren waren, stieg mit Beginn des zweiten Halbjahres die Nachfrage am Markt stark und anhaltend an. Die große Unsicherheit und Zurückhaltung am Markt in der ersten Jahreshälfte führte dazu, dass wir unsere Ziele für diesen Zeitraum klar verfehlt haben. Durch intensive Arbeit an neuen und bestehenden Accounts konnten wir jedoch für das zweite Halbjahr die Wende einleiten. Als neuer Preferred Partner für die großen Agenturen Digita und Razorfish können wir nun mit festen Etats für das Jahr 2011 rechnen. Trotz des schwierigen ersten Halbjahres 2010 konnte der Umsatz der conVISUAL US LLC um rund 5,5% auf 417 TUSD gesteigert werden. Ohne Einrechnung der von der conVISUAL AG bezogenen Leistungen beläuft sich der vorläufige Verlust der conVISUAL US LLC auf 59 TUSD und konnte damit weiter gesenkt werden. Für das Jahr 2011 sind unsere Erwartungen überaus positiv, da wir dank dedizierter Budgets und ungebrochen starker Projektanfragen davon ausgehen können, weiterhin stark am kräftigen Aufschwung des US-Marktes zu partizipieren.

#### Struktureller Umbau und konsequente Fokussierung

Die schwache Konjunktur Ende 2009 und Anfang 2010 als Auswirkung der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise hat sich auch in der Mobile-Branche deutlich niedergeschlagen. Wir sind den negativen Zahlen in diesem Zeitraum entschlossen begegnet, indem wir einen umfassenden strukturellen Umbau und die konsequente Ausrichtung unseres Kerngeschäftes auf das große Wachstumssegment Mobile Marketing und Mobile Internet forciert haben. Bereits im Mai 2010 haben wir für diesen Umbau durch Schaffung eines entsprechenden Vorstandsressorts und die Besetzung mit dem erfahrenen Marketing Manager Markus Hüßmann eine wichtige Grundlage gelegt. Es folgten weitreichende Optimierungen unserer Organisationsstruktur und die nachhaltige Überarbeitung unseres Produkt-Portfolios. Mit der Ausgründung der MoCoPay GmbH im September 2010 als 100% Tochter der conVISUAL AG werden zudem im ersten Halbjahr 2011 die Segmente „Messaging & Voice Solutions“ und „Interactive TV, Print & Radio Services“

in ein eigenes Unternehmen überführt. Ergänzt wird das Geschäftsfeld durch zusätzliche Angebote im Bereich Mobile Payment. Dank dieser tiefgreifenden Maßnahmen war es uns möglich, den Negativtrend der beiden vorangegangenen Halbjahre nicht nur zu stoppen, sondern am deutlichen Aufschwung der zweiten Jahreshälfte teilzuhaben.

#### Das erste Quartal 2011 und Ausblick

Die positiven Effekte unseres konstruktiven Umbruchs sind auch im ersten Quartal 2011 nachhaltig spürbar. Das intensivierete Key Account Management hat zu einer deutlichen Steigerung in Anzahl und Güte bei den für die Netzbetreiber realisierten Kampagnen geführt. Diese margenstarken Umsätze werden zu einem deutlichen Wachstumssprung gegenüber dem Vorjahresquartal signifikant beitragen. Auch auf dem überaus dynamischen und starken US-Markt zeichnet sich eine positive Umsatzentwicklung ab. Durch unsere Positionierung als bevorzugter Realisierungspartner für namhafte Digitalagenturen vollzieht die conVISUAL US LLC einen wichtigen Entwicklungsschritt und kann durch fest allokierte Budgets mit einem erfreulichen Geschäftsverlauf rechnen.

Wir als Vorstand gehen davon aus, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2011 gegenüber dem Vorjahr weiter steigen wird. Das Ergebnis 2011 wird sich gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern und auf Break Even Niveau liegen.

Darüber hinaus erwarten wir, dass eine geplante M&A Transaktion zur Jahresmitte erfolgreich abgeschlossen wird. Durch diese wichtige strategische Weiterentwicklung werden wir unsere Positionierung weiter stärken und nachhaltig wachsen.

Für das anhaltende Vertrauen, das Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, uns und unserer Arbeit entgegen bringen, möchten wir Ihnen ausdrücklich und herzlich danken. Wir blicken zusammen gut gerüstet in die Zukunft und freuen uns darauf, unseren Weg weiter gemeinsam mit Ihnen zu gehen.

Es grüßen Sie herzlich aus Oberhausen,

Dr. Thomas Wolf  
CEO

João Gonzaga  
COO

Markus Hüßmann  
CMO

# Bericht des Aufsichtsrats

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

im Geschäftsjahr 2010 konnte die conVISUAL AG das Wachstum der Vorjahre nur auf der Umsatzseite fortsetzen. Der Umsatz stieg um knapp 14% auf 18,6 Mio. EUR, der Jahresfehlbetrag belief sich in 2010 auf 1.537 TEUR und verschlechterte sich damit deutlich gegenüber dem Jahresfehlbetrag in Höhe von 386 TEUR im vorangegangenen Geschäftsjahr. Die Hauptgründe für diesen unerwarteten Einbruch liegen in dem deutlichen Auftragsrückgang von Bestandskunden im Bereich Mobile Marketing & Campaigns und parallel dazu in der verzögerten Beauftragung von Neukunden in diesem wichtigsten Geschäftssegment. Auch die anderen beiden Geschäftssegmente Messaging & Voice Solutions und Mobile Content & Licensing verzeichneten Rückgänge in 2010. Wir haben zusammen mit dem Vorstand in diesen wirtschaftlich schwierigen Monaten den strukturellen Umbau der Gesellschaft eingeleitet und notwendige Anpassungen in der Organisationsstruktur vorgenommen, um den Anforderungen an ein zukunftsgerichtetes Unternehmen im Wachstumsmarkt Mobile Marketing gerecht zu werden. In diesem Zusammenhang wurde zum 1. Mai das neue Vorstandsressort Mobile Marketing & Mobile Internet geschaffen. Darüber hinaus wurde die MoCoPay GmbH als 100% Tochter der conVISUAL AG gegründet, welche künftig neben Bestandsgeschäft der conVISUAL AG aus den Segmenten Messaging & Voice Solutions und Interactive TV, Print & Radio Services auch relevantes Neugeschäft durch neue Produkte wie Mobile Internet und Web Billing generieren soll. Ab dem 3. Quartal setzte dann im Deutschland-Geschäft ein Aufwärtstrend ein, der sich erfreulicherweise im ersten Quartal mit weiteren deutlichen Wachstumsraten fortgesetzt hat.

Das Geschäft in den USA war im ersten Halbjahr 2010 noch stark geprägt von der Finanz- und Wirtschaftskrise, welche seit Mitte 2009 zu einem drastischen Einbruch bei den Projektbeauftragungen und somit zu Projektverschiebungen bis in das zweite Quartal 2010 führte. Ab Mitte 2010 zog das Geschäft in den USA dann deutlich an, mehr als 97% der Umsätze in Höhe von rd. 417 TUSD wurden im 2. Halbjahr erwirtschaftet.

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 2010 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 regelmäßige Ausführungen des Vorstands über den aktuellen Geschäftsverlauf, die Lage der Gesellschaft, zur Unternehmensstrategie sowie über Finanzierungsmaßnahmen im Mittelpunkt der Diskussionen.

#### **Weitere Inhalte der Aufsichtsratsarbeit**

Weiterer thematischer Schwerpunkt der gemeinsamen Sitzungen war die Diskussion und Prüfung strategisch relevanter M&A Maßnahmen.

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 die 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 2010 verzichtet.

#### **Erteilung des Prüfungsauftrages**

Die Warth & Klein Grant Thornton AG, Düsseldorf, wurde von den Aktionären auf der Hauptversammlung am 9. August 2010 als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2010 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 11.04.2011**

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss und der Lagebericht über das Geschäftsjahr 2010 wurden von der Warth & Klein Grant Thornton AG, Düsseldorf, im Auftrag des Aufsichtsrats geprüft. Der Abschlussprüfer erteilte einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

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 2010 der conVISUAL AG als auch dem Lagebericht des Vorstands zu. Der Jahresabschluss 2010 der conVISUAL AG wurde vom Aufsichtsrat ohne Einwendungen gebilligt und ist damit festgestellt.

Die conVISUAL AG hat das Jahr 2010 dazu genutzt, notwendige Umbaumaßnahmen durchzuführen. Im ersten Quartal des laufenden Jahres 2011 trägt dies schon spürbare Früchte. Die klare Fokussierung der conVISUAL AG auf den Wachstumsmarkt Mobile Marketing und die Ausrichtung der MoCoPay GmbH auf den Bereich Mobile Payment lassen uns optimistisch in das Jahr 2011 und die Folgejahre blicken.

Unseren Kunden danken wir für die gute Zusammenarbeit im Geschäftsjahr 2010 und freuen uns auf viele gemeinsame Projekte im Geschäftsjahr 2011.

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 April 2011

Franziska Oelte  
Vorsitzende des Aufsichtsrats

# Lagebericht

für das Geschäftsjahr 2010





Die mobile Kundenansprache gehört längst nicht mehr nur zum guten Ton, sondern wird immer mehr zu einem zusätzlichen Vertriebskanal und einem wichtigen Faktor bei der Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb und dem Aufbau einer ganz neuen Brand Experience.

**A. Darstellung des Geschäftsverlaufs**

**1. Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen**

Im Jahr 2010 ist die weltwirtschaftliche Erholung von der im Winterhalbjahr 2008/2009 einsetzenden weltweiten Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise deutlich spürbar. Deutschland kann an frühere Exporterfolge anknüpfen. Zudem springt der außenwirtschaftliche Impuls auch auf die Binnennachfrage über, die sich zunehmend als treibende Kraft der Wirtschaftsentwicklung darstellt. Der deutsche Aufschwung steht somit auf einer breiten Basis.

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP, preisbereinigt) steigt gegenüber dem Vorjahr um 3,6% und verzeichnet den größten Zuwachs seit der Wiedervereinigung. Die wirtschaftliche Erholung ist insbesondere ein Beschäftigungsaufschwung. Durch das von der Bundesregierung eingesetzte Instrumentarium der Kurzarbeit können Unternehmen Entlassungen weitgehend vermeiden und Produktionskapazitäten erhalten. Damit profitiert die deutsche Wirtschaft von der in 2010 anziehenden weltweiten Nachfrage und die Exporte wachsen gegenüber dem Vorjahr um 14,2%.

Die Beschäftigung erreicht mit 40,5 Millionen Personen ein Rekordniveau und liegt auf dem höchsten Stand seit der Wiedervereinigung. Der Zuwachs entsteht erfreulicherweise zum größten Teil aus sozialversicherungspflichtiger Vollzeitbeschäftigung. Die daraus folgende Zunahme der Arbeitseinkommen sowie die moderate Entwicklung des Preisniveaus führen zu steigenden privaten Konsumausgaben, die ein Plus von 0,5% gegenüber dem Vorjahr verzeichnen.

Für das Jahr 2011 erwartet die Bundesregierung eine Fortsetzung des Aufschwungs. Ziel ist es, die langfristigen Wachstumskräfte in der Binnenwirtschaft zu stärken und somit weiteren Beschäftigungszuwachs und damit verbundenen zunehmenden privaten Konsum zu ermöglichen. Aus der Konsolidierung der öffentlichen Finanzen soll sich kurzfristig Spielraum für steuerliche Entlastungen ergeben. Die international stark verflochtene deutsche Volkswirtschaft wird weiterhin von der Entwicklung der Weltwirtschaft beeinflusst. Auf Grund von weltweit laufenden krisenbedingten Nachholprozessen wird das Weltwirtschaftswachstum im Jahr 2011 etwas weniger dynamisch verlaufen, so dass der Außenhandel weniger stark zur deutschen Wirtschaftsentwicklung beitragen könnte. (Jahreswirtschaftsbericht 2011, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Januar 2011)

**2. Branchensituation und Marktumfeld**

Die Telekommunikationsbranche ist und bleibt ein Wachstumsmotor in Deutschland und Europa. Im Jahreswirtschaftsbericht 2011 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie stehen die Telekommunikationsmärkte als ein vorbildliches Beispiel dafür, dass eine Marktöffnung zu einem intensiveren Wettbewerb führt, der Innovationen und Investitionen sowie steigende Produktivität und Beschäftigungszuwachs nach sich zieht und damit wesentlich dazu beiträgt, die Effizienz des Wirtschaftssystems zu verbessern und die Widerstandsfähigkeit gegen externe Schocks zu steigern.

Seit der Liberalisierung vor 13 Jahren sind die Umsatzerlöse der Branche um 35% gestiegen, obwohl die Preise für die Konsumenten deutlich gesunken sind. Der Branche gelingt es außerordentlich gut, den neuen technischen Möglichkeiten und den hohen Erwartungen der Endverbraucher schnell und kundenorientiert zu begegnen.

Der Gesamtmarkt der Telekommunikationsdienste erwirtschaftet im Jahr 2010 rund 61,0 Milliarden Euro, was einem leichten Rückgang von 1,3% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Davon werden 24,3 Milliarden Euro im Mobilfunkmarkt erzielt, der erfreulicherweise seit 2005 zum ersten Mal wieder einen Zuwachs von 0,8% vorweisen kann. Die Festnetzumsätze gehen weiter zurück, verzeichnen aber mit einem Umsatzanteil von 33,0 Milliarden Euro noch über 54% des Gesamtmarktes.

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

Mit 6,3 Milliarden Euro investiert die Telekommunikationsbranche im Jahr 2010 rund 200 Millionen Euro mehr als im vorangegangenen Jahr. Erneut bleiben die Wettbewerber der Telekom die Innovationstreiber; sie steigern ihren Anteil an den Investitionen kontinuierlich auf im Jahr 2010 59%. Seit der Marktöffnung haben sie insgesamt 48,5 Milliarden Euro in Telekommunikations-Sachanlagen investiert. Zusätzlich schaffen sie neue und sichere Arbeitsplätze, wohingegen sich der Mitarbeiterabbau bei der Telekom fortsetzt.

Das Verkehrsvolumen der Branche erhöht sich um 4 Millionen auf 903 Millionen Sprachminuten pro Tag. Dabei nimmt der von Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverkehr um 8 Millionen Minuten am Tag zu und die Festnetznutzung reduziert sich um 4 Millionen Sprachminuten am Tag. Im Verhältnis werden Mobilfunk und Festnetz zu 29 beziehungsweise 71% für Sprachdienste genutzt.

Der Umsatzanteil mit Non-Voice-Diensten im Mobilfunk steigt 2010 um 1,5%-Punkte auf 28,5% an. Durch die zunehmende Ausbreitung von mobilen Internetzugängen entfällt mehr als die Hälfte dieser Umsätze auf den Datenverkehr. Der Anteil von SMS und MMS ist weiterhin rückläufig, wobei die Zahl der täglich versendeten Kurznachrichten per Handy um 6,6 auf 99,2 Millionen ansteigt. Das mobile Datenübertragungsvolumen ist in den vergangenen fünf Jahren stark gestiegen und liegt im Jahr 2010 bei rund 121,0 Millionen Gigabyte. Je Nutzer entspricht dies jedoch lediglich einem Gebrauch von unter zwei Prozent des Festnetz-Internets, woraus sich ein deutliches Potenzial für die Zukunft ergibt. (Dialog Consult/VATM, 12. gemeinsame TK-Marktanalyse 2010, Oktober 2010)

Eine Studie im Auftrag des VATM zur Bedeutung der Auskunft- und Mehrwertdienste zeigt den wichtigen und positiven Einfluss der hier tätigen Unternehmen für eine verbraucherorientierte und verbraucherfreundliche Servicelandschaft in Deutschland. Die Nutzung der von den Wettbewerbern angebotenen Mehrwertdienste liegt wie im Vorjahr bei 20,2 Millionen Minuten am Tag. Auch der Umsatz mit Intelligent Network- und Auskunftsdiensten der Wettbewerber entspricht mit 1,0 Milliarden Euro dem Vorjahreswert. Leider lähmen die strengen Regulierungen durch die Bundesnetzagentur und die deutlich erhöhten Anforderungen an den Verbraucherschutz die Entwicklung dieser Teilbranche. Ein intensiv diskutiertes Thema ist die kostenlose Warteschleife für den Verbraucher, die technische und wirtschaftliche Probleme auf Seiten der Anbieter nach sich zieht. Da die Warteschleife auch als eine erbrachte Leistung, nämlich die Bearbeitung des Anrufes in der eingehenden Reihenfolge, angesehen werden kann, arbeiten betroffene Unternehmen und Branchenverbände intensiv an einer marktgerechten Anpassung. Neue Chancen gibt es trotzdem, beispielsweise bei der Verknüpfung von Servicrufnummern und intelligenten Anwendungen oder Wissensdatenbanken, womit das Dienstleistungsspektrum für den Anrufer erweitert werden kann. (VATM-Jahrbuch 2010/2011, Januar 2011)

Das mobile Internet steht vor dem nächsten Boom: während sich im Jahr 2009 noch 9% der Internetnutzer per Handy einwählten, stieg der Anteil der mobilen Internetnutzer im Jahr 2010 schon auf 16%. Im Jahr 2011 soll auf Basis der neuen LTE-Technologie ein mobiles breitbandiges und damit hochleistungsfähiges Internet eingeführt und verbreitet werden. Die Netzbetreiber propagieren ‚Mobiles Surfen für alle‘ in 2011 und versorgen die Kunden vor allem mit für Smartphones optimierten Tarifen mit Datenoptionen, die den Handynutzern die Datennutzung zu einem verlässlich niedrigen Preis ohne Angst vor unkalkulierbaren Kosten ermöglichen sollen. Auch die Endgerätehersteller entwickeln fleißig. Das Smartphone hat bereits den Massenmarkt erobert, in 2011 sollen in Deutschland 10 Millionen Stück verkauft werden, womit jedes dritte neue Handy ein Smartphone sein wird. Daneben gewinnen tragbare Computer wie Netbooks und jetzt auch Tablet-PCs an steigender Bedeutung. Sie haben einen größeren Bildschirm als ein Smartphone und eignen sich damit noch besser zum mobilen Surfen, E-Mails lesen oder für datenintensive Anwendungen wie Videostreamings. Außerdem unterstützen sie neben W-Lan auch die Mobilfunkstandards UMTS oder HSDPA und ermöglichen die Nutzung des mobilen Internets an nahezu jedem Ort in Deutschland. (BITKOM Presseinformation Das mobile Internet boomt, Februar 2011)

Zusätzlich transportiert das wachsende Content-Thema Apps den Spaß am mobilen Internet und trägt zur Steigerung der Nutzungsintensität bei. Am 7. April 2011 zählt die App 1.000 Tage und hat in dieser Zeit eine rasante Entwicklung vollzogen. Nach 924 Tagen wurde die 10 Milliardste App installiert, allerdings konnten sich von den über 300 Tausend Apps im Apple Store nur 219 der kleinen nativen Programme für mindestens 12 Monate in den Top 1.000 halten. Diese Quote von kleiner als 0,1% wirft nun auch die Frage nach der weiteren Entwicklung auf. Viele Firmen sind schnell und begeistert in das neue Medium eingestiegen ohne sich mit Nachhaltigkeit oder Wertigkeit ihrer App zu beschäftigen. Ohne Frage nimmt die Business Relevanz stetig zu. Nun scheint es jedoch an der Zeit, dass die App erwachsen wird. Neuentwicklungen sollten sich sorgfältig mit den technischen Möglichkeiten, auch unter Berücksichtigung der unterschiedlichen mobilen Plattformen von Apple und Google, aber auch von Microsoft, RIM oder HP und Nokia auseinander setzen und auf jeden Fall eine große Aufmerksamkeit auf die Kundenakzeptanz legen, die sich vorrangig über Emotion und Wertigkeit sowie eine einfache Struktur und Navigation steuern lässt. (<http://www.mobilezeitgeist.com/2011/02/03/die-app-wird-1000-tagealt-und-nun/>)

### 3. Geschäftsentwicklung

Der Umsatz der conVisual AG im Jahr 2010 belief sich auf 18,6 Mio. EUR und konnte damit um mehr als 2,3 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Dies entspricht einer Steigerung um 13,8%.

Im Einzelnen haben sich die Geschäftsbereiche wie folgt entwickelt:

Das Segment „Messaging & Voice Solutions“ bildete im Berichtsjahr mit einem Umsatzanteil von 35,4% nur noch die zweitumsatzstärkste Produktgruppe. Mit den Produkten Payment Gateway, SMS Gateway, MMS Gateway und den Service-Rufnummern konnten rund 6,6 Mio. EUR Umsatz generiert werden (Vorjahr 7,3 Mio. EUR). Dieser Bereich beinhaltet im Wesentlichen die technische Anbindung von Dritten an die Abrechnungssysteme der Netzbetreiber (Mobilfunk + Festnetz). Der Umsatzrückgang in diesem Segment resultiert im Wesentlichen aus einem verringerten Volumen im Bereich SMS Entertainment unserer Kunden, der im Vorjahr einen deutlichen Einbruch erlitten hatte.

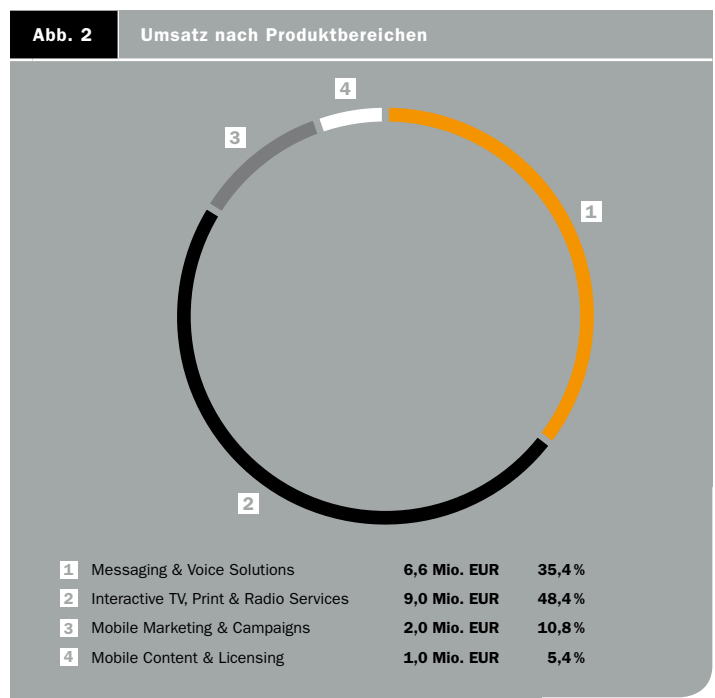
Das Segment „Interactive TV, Print & Radio Services“, zu dem die Download- und Abo Services sowie die On-Screen-Services und die Participation Services gehören, hat mit rund 9,0 Mio. EUR und einem Anteil von 48,4% (Vorjahr 5,4 Mio. EUR) zum Umsatz beigetragen. Es hat sich zum umsatzstärksten Segment des Berichtsjahres entwickelt, was im Wesentlichen auf sehr erfolgreich umgesetzte Hörerpromotionen mit einer namhaften Radiogruppe zurückzuführen ist. In dem margenrelevanten und strategisch wichtigen Segment „Mobile Marketing & Campaigns“ finden sich neben Mobile Marketing und Mobile Internet Lösungen für Markenartikler Kunden auch mobiles Customer Relationship Management mit den Netzbetreibern und Transaktionsdienste für mobile Bank- und Ticketdienstleistungen wieder. In diesem Bereich konnte ein Umsatz in Höhe von rund 2,0 Mio. EUR und ein Anteil am Gesamtumsatz von 10,8% erreicht werden. Gegenüber dem Vorjahr ist hier ein Umsatzrückgang von 0,4 Mio. EUR zu verzeichnen. Als Folge der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise haben wesentliche Bestandskunden am Ende des Geschäftsjahres 2009 ihre Budgets für das Jahr 2010 deutlich heruntergefahren und teilweise sogar ganz eingefroren. Diese wurden im Laufe des Geschäftsjahres 2010 nur zögerlich wieder freigegeben, so dass der verhaltene Start in das Jahr auch bei anziehender Konjunktur nicht mehr aufgeholt werden konnte. Einige bestehende Key Accounts, darunter auch die Netzbetreiber, haben sich daraufhin nur geringfügig weiterentwickelt bzw. sind sogar vom Geschäftsvolumen gesunken. Um dem entgegenzuwirken, wurde das Key Account Management bei den wichtigsten Kunden intensiviert, um die Organisationen dieser Unternehmen noch besser durchdringen und somit mehr Geschäftsvolumen generieren zu können. Im Neukundengeschäft verzögerten längere Entscheidungswege die Beauftragung von Mobile Marketing Projekten. Trotzdem konnten auch einige neue Key Accounts im Wesentlichen aus dem Bereich Fast Moving Consumer Goods akquiriert werden. Zum 1. Mai 2010 wurde zur Stärkung dieses Bereichs das neue Vorstandsressort Mobile Marketing und Mobile Internet geschaffen, das mit einem erfahrenen Marketing Manager aus der Mobilfunkbranche besetzt ist.

Im Segment „Mobile Content & Licensing“ wird in 2010 ein Umsatzrückgang um 0,3 Mio. EUR auf rund 1,0 Mio. EUR verzeichnet. Dies entspricht einem Umsatzanteil von 5,4%. Davon wurden rund 0,4 Mio. EUR von dem Profit Center „Content“ und rund 0,6 Mio. EUR vom Profit Center „Information Services“ generiert.

Nach zehnjährigem Bestehen steht die conVisual AG vor einem entscheidenden Umbruch. Mit der konsequenten Ausrichtung des Kerngeschäftes auf Mobile Marketing und Mobile Internet wurde im Jahr 2010 auch der strukturelle Umbau der Gesellschaft begonnen. Die Organisationsstruktur der conVisual AG wurde auf den Prüfstein gestellt und notwendige Anpassungen in allen Bereichen an die Anforderungen an ein Mobile Marketing Unternehmen der neuen Generation wurden begonnen. Um diese Ausrichtung zu unterstreichen, wurde im September 2010 die Gründung der MoCoPay GmbH, einer 100% Tochter der conVisual AG, vorgenommen, mit dem Ziel, das ‚alte‘ Kerngeschäft in den Segmenten „Messaging & Voice Solutions“ und „Interactive TV, Print & Radio Services“ ab 2011 sukzessive auszugliedern und neues Geschäft im Bereich des mobilen Payments zu generieren.

### 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 die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung gemäß HGB vollständig im Aufwand erfasst. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte die Gesellschaft 13 (Vorjahr 13) Mitarbeiter in der Technik.



## B. Darstellung der Lage

### 1. Vermögenslage

Im Juni 2010 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. Zusätzlich konnten im Oktober 2010 die im Jahr 2008 ausgegebenen Mitarbeiter-Optionen erstmals ausgeübt werden.

Durch die Ausgabe von 612.379 neuen Aktien zum Preis von 2,75 EUR je Stückaktie und 55.125 neuen Aktien zum Preis von 1,19 EUR je Stückaktie flossen der conVisual AG im Jahr 2010 insgesamt liquide Mittel in Höhe von 1,75 Mio. EUR zu. Das Grundkapital der Gesellschaft hat sich damit auf 3.385.125 Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 EUR im Jahr 2010 erhöht.

Vermögensstruktur	31.12.2010 TEUR	31.12.2009 TEUR
Immaterielle Vermögensgegenstände	193	201
Sachanlagevermögen	126	138
Finanzanlagen	25	0
Anlagevermögen	344	339
Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten	5.037	4.633
<b>Bilanzsumme</b>	<b>5.381</b>	<b>4.972</b>

Kapitalstruktur	31.12.2010 TEUR	31.12.2009 TEUR
Grundkapital	3.385	2.718
Genussrechtskapital	100	100
Kapitalrücklagen	12.453	11.371
Bilanzverlust	-13.297	-11.761
<b>Eigenkapital</b>	<b>2.641</b>	<b>2.428</b>
Rückstellungen	338	266
Verbindlichkeiten	2.402	2.278
<b>Bilanzsumme</b>	<b>5.381</b>	<b>4.972</b>

Zum Jahresende wies die Gesellschaft eine Bilanzsumme von 5.381 TEUR (Vorjahr 4.972 TEUR) aus. Das Eigenkapital belief sich auf 2.641 TEUR nach 2.428 TEUR im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote liegt mit 49,1% auf Vorjahresniveau (48,8%).

Zum 31. Dezember 2010 betrug das Anlagevermögen 344 TEUR. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich auf 2.346 TEUR. Der Forderungsanstieg gegenüber dem Vorjahr um 205 TEUR erklärt sich im Wesentlichen aus dem Anstieg des Projektgeschäftes, bei dem längere Zahlungsziele üblich sind. Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen beliefen sich auf 2.022 TEUR (Vorjahr 1.457 TEUR). Der Zahlungsmittelbestand hat sich um 408 TEUR auf 564 TEUR verringert, was zum einen auf den Ausbau der Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen zurückzuführen ist. Zum anderen ist der für 2010 ausgewiesene Jahresfehlbetrag eine weitere Ursache.

Die Passivseite der Bilanz setzte sich neben dem Eigenkapital im Wesentlichen aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 2.016 TEUR sowie Rückstellungen in Höhe von 338 TEUR zusammen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind im Vergleich zum Vorjahr nahezu konstant geblieben.

### 2. Finanzlage

Mittelabflüssen aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit in Höhe von 2.041 TEUR und Mittelabflüssen aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 117 TEUR standen Mittelzuflüsse aus den Kapitalerhöhungen gegenüber, so dass sich am Ende des Geschäftsjahres ein Finanzmittelbestand von rund 564 TEUR ergibt. Damit ist der Finanzmittelbestand gegenüber dem Vorjahr um 408 TEUR gesunken.

### 3. Ertragslage

Der Jahresfehlbetrag der conVisual AG belief sich in 2010 auf 1.537 TEUR und liegt damit um 1.151 TEUR über dem Vorjahr. Wichtigster Grund ist die verzögerte Beauftragung von Mobile Marketing Projekten, zum einen durch eingefrorene Budgets der Bestandskunden, zum anderen durch Projektstartverschiebungen bei Neukunden. Daneben führt der begonnene strukturelle Umbau der Gesellschaft zu höheren Vertriebs- und Verwaltungskosten.

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 18.644 TEUR betriebliche Aufwendungen in Höhe von insgesamt 20.537 TEUR gegenüber, die aus Umsatzherstellkosten, Vertriebskosten und allgemeinen Verwaltungskosten resultierten. Zusätzlich werden sonstige betriebliche Erträge in Höhe von 457 TEUR und sonstige betriebliche Aufwendungen in Höhe von 46 TEUR sowie ein Zinsaufwand (Saldo) in Höhe von 51 TEUR ausgewiesen.

Den größten Teil dieser Kosten machten die Umsatzherstellkosten in Höhe von 17.790 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 5%, womit die Bruttomarge gegenüber dem Vorjahr in Höhe von rund 11% nicht wieder erreicht werden konnte. Auch hier liegt die wesentliche Ursache in der verzögerten Beauftragung der margenstarken Mobile Marketing Projekte.

Die Vertriebskosten liegen mit rund 1.512 TEUR (Vorjahr 1.323 TEUR) um rund 14,3% über dem Vorjahr. Die Gründe liegen in gestiegenen Personal- und Reisekosten sowie zusätzlichen Aufwendungen für Recruiting. Außerdem führten verstärkte Marketing und Vertriebsaktivitäten zu höheren Kosten. Die Anzahl der Marketing- und Vertriebsmitarbeiter (Vollzeit, inklusive 1 Auszubildende) betrug im Berichtszeitraum durchschnittlich 14 Mitarbeiter (ohne Berücksichtigung des CEO).

Die Verwaltungskosten haben sich in 2010 mit 1.235 TEUR (Vorjahr 1.102 TEUR) um rund 12,1% erhöht. Hier wurden ebenfalls bei den Personal- und

Reisekosten höhere Ausgaben getätigt. Des Weiteren liegen die Kapitalmarktkosten in Folge der zwei durchgeführten Kapitalerhöhungen höher als im Vorjahr. Dafür wurden bei den Aufwendungen für Miete, externe Unterstützung und Beratung deutliche Einsparungen erzielt.

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (Vollzeit, inklusive 2 Auszubildende) in diesem Bereich betrug im Berichtszeitraum 22 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.

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 2010 von der conVisual AG erbracht wurden, in Höhe von 392 TEUR an die conVISUAL US LLC weiterberechnet. Weitere Positionen sind die Ausbuchung alter Verbindlichkeiten in Höhe von 36 TEUR, die Erträge aus Kursdifferenzen in Höhe von 23 TEUR sowie die Bearbeitungsgebühr für vorzeitige Kundenausschüttungen in Höhe von 6 TEUR.

Kapitalflussrechnung	2010 TEUR	2009 TEUR
1. Jahresfehlbetrag	-1.537	-386
2. Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	112	119
3. Zunahme/Abnahme der unfertigen Erzeugnisse	12	-12
4. Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-205	521
5. Zunahme/Abnahme der Forderungen ggü. verbundenen Unternehmen	-565	-181
6. Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-52	-371
7. Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten ggü. verbundenen Unternehmen	17	0
8. Zunahme/Abnahme der kurzfristigen Rückstellungen	72	-240
9. Zunahme/Abnahme der Anzahlungen	30	0
10. Zunahme/Abnahme der sonstigen Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	-55	11
11. Zunahme/Abnahme der sonstigen Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	130	28
<b>12. Mittelabfluss aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-2.041</b>	<b>-511</b>
13. Auszahlungen für Investitionen im Anlagevermögen	-117	-71
<b>14. Mittelabfluss/-zufluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-117</b>	<b>-71</b>
15. Einzahlungen aus der Kapitalerhöhung	1.750	1.320
<b>16. Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>1.750</b>	<b>1.320</b>
17. Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands (= 12. + 14. + 16.)	-408	738
18. Finanzmittelbestand am Periodenanfang	972	234
<b>19. Finanzmittelbestand am Periodenende</b>	<b>564</b>	<b>972</b>

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben den Wertberichtigungen von Forderungen in Höhe von 30 TEUR auch Währungsverluste in Höhe von 4 TEUR aus Kursdifferenzen sowie die Nachzahlung aus einer Sozialversicherungsprüfung in Höhe von 11 TEUR enthalten.

Die Zinsaufwendungen verteilen sich auf 7 TEUR Zinsen auf gewährte Lieferantenkredite sowie auf 63 TEUR aus der 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**

In den USA zog das Geschäft in 2010 nach einem verhaltenen Start deutlich an. Das erste Halbjahr 2010 war geprägt durch die Unsicherheit und die Nachwirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise. Durch eingefrorene Budgets bei Kunden wurden die Ziele im ersten Halbjahr deutlich verfehlt. Mit Beginn des zweiten Halbjahres wurde die Wende eingeleitet: seit Juli 2010 konnte ein anhaltend starker Anstieg der Projektanfragen verzeichnet werden. Im zweiten Halbjahr 2010 wurden bereits einige Projekte mit relevanten Auftragswerten im sechsstelligen Bereich umgesetzt. Erstmals konnten auch Aufträge platziert werden, die neben einmaligen Projektvergütungen auch regelmäßige monatliche Umsätze für das Hosting und den Betrieb der Lösungen beinhalten.

Diese vielversprechende Entwicklung seit dem zweiten Halbjahr 2010 ist im Wesentlichen auf die intensive Accountarbeit bei den Agenturkunden und -partnern zurückzuführen. Erstmals ist es der conVISUAL US LLC gelungen, sich als Preferred Partner mit einem dediziert eingeplanten Budget bei namhaften Agenturen wie Digitas und Razorfish zu platzieren. Die mit den Kunden der Agenturen verhandelten Etats sind somit für den mobilen Teil im Vorfeld auf conVISUAL allokiert. Im Rahmen dieser intensiven Zusammenarbeit mit den Agenturen arbeitet die conVISUAL US LLC somit als Spezial-Dienstleister für Mobile in direktem Kontakt mit den Kunden der Agenturen.

Die conVISUAL US LLC erwirtschaftete in 2010 einen Umsatz in Höhe von 417 TUSD und konnte damit gegenüber Vorjahr um rund 5,5% gesteigert werden, obwohl der Großteil des Geschäfts in 2010 erst im zweiten Halbjahr generiert wurde. Die Umsatzkosten, Vertriebskosten und Verwaltungskosten betragen exklusive der von der conVisual AG bezogenen Verrechnungspreise 476 TUSD. Ohne Einrechnung der von der conVisual AG bezogenen Leistungen beläuft sich der vorläufige Verlust der conVISUAL US LLC auf 59 TUSD. Unter Einrechnung der Verrechnungspreise in Höhe von 548 TUSD beläuft sich der vorläufige Verlust auf 607 TUSD.

#### **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. Ne-

ben den allgemeinen Risiken wirtschaftlichen Handelns sind insbesondere folgende Risiken zu berücksichtigen:

##### **1. Geschäftsentwicklung**

Das Marktumfeld, in dem die conVisual AG als Mobile Marketing Agentur und 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 ergibt sich zudem eine Reihe von Risiken. Dazu zählen vor allem Risiken

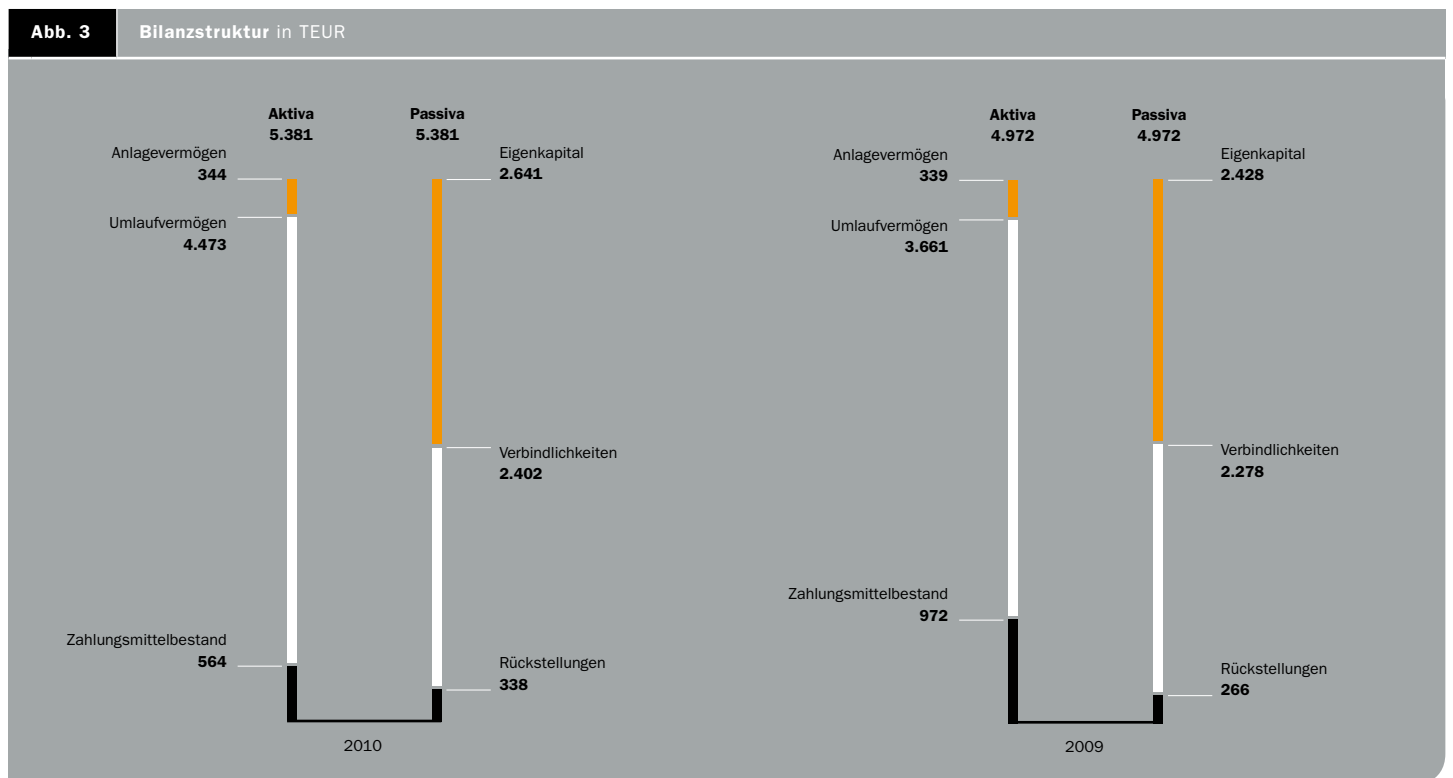
durch die in den verschiedenen Ländern herrschenden allgemeinen wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen, unerwartete regulatorische Änderungen, Wechselkursrisiken, spezielle technologische Gegebenheiten, spezifische Anforderungen der Mobilfunknetzbetreiber sowie die Notwendigkeit 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 Applikations- und Internetdiensten, 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, Mobile Internetseiten 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 Mobilfunk-

rufnummern (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 Bild- und 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. Bei der in 2010 einsetzenden Erholung der Wirtschaft, erweist sich die Telekommunikationsbranche als ein Wachstumsmotor. 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. Es ist nicht auszuschließen, dass sich negative Entwicklungen in der Telekommunikationsbranche und auch auf die conVisual AG auswirken können.

#### **Risiken aus den Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen**

Die conVisual AG weist gegenüber der conVISUAL US LLC eine Forderung in Höhe von 2.022 TEUR aus. Die Forderungen wurden per 31. Dezember 2010 um 631 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 2010 aufwandswirksam verbucht.

Der Vorstand der conVisual AG geht davon aus, dass die Forderungen voll wertaltig 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 2010 betrug rund 564 TEUR. Die Planung sieht auf der Grundlage der geplanten Umsatz- und Ergebnissteigerungen nachhaltige positive Zuflüsse von Finanzmitteln im 2. Halbjahr 2011 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 2010 rund 0,6% ihrer Umsätze und sonstigen betrieblichen Erträge in einer anderen Währung als dem Euro, insbesondere in US-Dollar. Gleichzeitig wurde der Großteil der Aufwendungen (rund 99,8%) im Geschäftsjahr 2010 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 2010 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**

Der im vergangenen Geschäftsjahr begonnene Umbau des Unternehmens hin zu einem zukunftsgerichteten Mobile Marketing Unternehmen wurde im ersten Quartal 2011 durch eine Re-Organisation und Integration der Bereiche Vertrieb und Marketing fortgesetzt. Die neu eingeführte Accountstruktur ist an die Kundenbedürfnisse angepasst und wird gleichzeitig die Effizienz der internen Prozesse steigern. In diesem Zusammenhang wurde die Position des Director Business Development geschaffen, die seit dem 1. April 2011 von einem erfahrenen Manager aus einer bekannten Agentur besetzt ist.

Die Ausgliederung von Bestandsgeschäft in die MoCoPay GmbH wurde im Laufe des ersten Quartals 2011 weiter mit Hochdruck vorangetrieben, die kommerziellen und technischen Anbindungen an die Netzbetreiber sind zu großen Teilen eingerichtet. Im Laufe des zweiten Quartals wird die MoCoPay ihren Geschäftsbetrieb für Neu- und Bestandskunden aufnehmen und zusätzlich neue Produkte im Bereich des mobilen Payments, wie etwa Mobile Internet Billing und Web Billing, anbieten.



Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2011 hat sich die im 2. Halbjahr 2010 begonnene Intensivierung des Key Account Managements bei den Netzbetreibern spürbar bemerkbar gemacht. Die Anzahl und die Güte der mit und für die Netzbetreiber durchgeführten Kampagnen ist deutlich gestiegen; diese margenstarken Umsätze werden dazu beitragen, dass im ersten Quartal 2011 ein deutlicher Wachstumssprung gegenüber dem Vorjahresquartal zu verzeichnen sein wird.

Im Januar 2011 hat sich die bisherige Zusammenarbeit mit einer namhaften Radiogruppe zur Durchführung der großen Hörerpromotionen verändert. conVisual ist weiterhin als Dienstleister für diese Projekte tätig und kann einen ähnlich hohen Margenbetrag verbuchen wie im Vorjahr, jedoch wird der Bruttoumsatz nicht mehr in den Büchern von conVisual ausgewiesen. Es ist aber davon auszugehen, dass der Wegfall dieser Bruttoumsätze durch Neugeschäft im Payment Bereich kompensiert werden kann.

In den USA hat die Agentur Digitas, mit der die conVISUAL US LLC sehr eng zusammen arbeitet, ein Budget für die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2011 in nennenswerter Höhe allokiert. Dies ist ein wichtiger Meilenstein für das US Geschäft im laufenden und in den kommenden Geschäftsjahren und verdeutlicht das starke Commitment und die Zufriedenheit der Kunden. Darüber hinaus konnte die conVISUAL US LLC mit den beiden namhaften Digitalagenturen Razorfish und Saatchi & Saatchi das Geschäft intensivieren und ebenfalls wie mit Digitas den Preferred Partner Status erreichen. Weitere Rahmenverträge mit namhaften Agenturen sind darüber hinaus in Verhandlung.

Auf der strategischen Seite soll das Wachstum der conVisual AG durch eine gezielte M&A Maßnahme untermauert werden. Im zweiten Halbjahr des Jahres 2010 wurden Gespräche mit einem Unternehmen aus dem Online-Bereich begonnen, welches aufgrund seiner Erfahrung im stationären Internet sehr gut in das Portfolio der conVisual AG passt und zu starken Synergieeffekten auf der Produkt- und Marktseite führen wird. Dieser im vergangenen Jahr begonnene Prozess hat im März 2011 bereits LOI Status unter Gremienvorbehalt erreicht und wird vom Management weiter mit Hochdruck vorangetrieben.

## E. Ausblick

Für das laufende Geschäftsjahr 2011 erwartet die Gesellschaft nach dem enttäuschenden Vorjahr wiederum deutliche Margen- und Ergebnissteigerungen, die vornehmlich aus dem fokussierten Kerngeschäft Mobile Marketing und Mobile Internet resultieren.

Die vertrieblichen Aktivitäten von conVisual richten sich anhaltend darauf, neben der Weiterentwicklung von bestehenden Kundenbeziehungen auch neue Key Accounts aufzubauen. Die Diversifizierung des Kundenportfolios trägt zur Risikominimierung bei. In Deutschland wird sich im Jahr 2011 nach der beschriebenen Intensivierung des Key Account Managements das Netzbetreibergeschäft weiter beleben. Das erfolgreiche Kampagnengeschäft im

letzten Quartal des Vorjahres und im ersten Quartal 2011 soll auch im Jahresverlauf 2011 weiter fortgesetzt werden.

Die Aufnahme des Geschäftsbetriebes der MoCoPay GmbH wird zu einem erweiterten Produktangebot im Bereich Payment führen. Neue Bezahlverfahren wie das Mobile Internet Billing und das Web Billing werden zusammen mit den bestehenden Payment Produkten zu weiterem Umsatz- und Ergebniswachstum führen.

In den USA wird die bisher äußerst erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Agentur Digitas fortgeführt. Auch mit der Agentur Razorfish, die bereits in 2008 und 2009 erfolgreich mehrere Projekte mit conVISUAL durchgeführt hat, wird wieder intensiver zusammengearbeitet. Zusätzlich werden die Rahmenverträge mit weiteren namhaften Agenturen geschlossen, die für weiteres Geschäft sorgen sollen. Für den Aufbau von direkten Kundenbeziehungen zu namhaften Markenartiklern konnte Goren Dillard als Director Sales and Account Management im vergangenen Jahr gewonnen werden. Wir erwarten über diesen erweiterten Vertriebsansatz erste relevante Abschlüsse in 2011. Insgesamt stellt sich der US-Markt für mobile Internetnutzung und die Entwicklung von mobilen Marketing Kampagnen sehr positiv und dynamisch dar.

Der Vorstand erwartet, dass die beschriebene M&A Transaktion Mitte 2011 erfolgreich abgeschlossen wird. Das dann entstehende Konstrukt wird für die conVisual AG zu einem wichtigen Wachstumsschub führen und die Positionierung des Unternehmens nachhaltig stärken.

Der Gesellschaft sind keine Verpflichtungen oder Vorfälle bekannt, die die voraussichtlichen Aussichten im laufenden Geschäftsjahr 2011 wesentlich beeinflussen dürften. conVisual erwartet, dass die Kosten im Geschäftsjahr 2011 gegenüber den Vorjahreskosten aufgrund der mit dem Umbau der Gesellschaft verbundenen gezielten internen Neuausrichtung von Ressourcen und Prozessen in geplantem Maß steigen werden.

Der Vorstand geht davon aus, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2011 gegenüber dem Vorjahr steigen wird. Das Ergebnis 2011 wird sich gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern und auf Break Even Niveau liegen.

Für 2012 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 11. April 2011

Dr. Thomas Wolf  
CEO

João Gonzaga  
CTO

Markus Hüßmann  
CMO



Abschluss

## Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

	<b>01.01.2010 - 31.12.2010</b>	<b>01.01.2009 - 31.12.2009</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>
<b>1. Umsatzerlöse</b>	<b>18.644.061,90</b>	<b>16.386.845,05</b>
2. Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-17.789.795,16	-14.621.693,04
<b>3. Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>854.266,74</b>	<b>1.765.152,01</b>
4. Vertriebskosten	-1.512.064,25	-1.322.632,36
5. Allgemeine Verwaltungskosten	-1.235.548,88	-1.102.335,11
6. Sonstige betriebliche Erträge	456.952,96	546.269,47
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-45.501,42	-268.018,79
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	19.286,54	2.072,23
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-70.328,77	-2.498,43
– davon aus der Abzinsung 63.000,00 EUR (i. Vj. kein Ausweis) –		
<b>10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-1.532.937,08</b>	<b>-381.990,98</b>
11. Sonstige Steuern	-4.281,47	-3.613,00
<b>12. Jahresfehlbetrag</b>	<b>-1.537.218,55</b>	<b>-385.603,98</b>
13. Verlustvortrag	-11.760.392,91	-11.374.788,93
<b>14. Bilanzverlust</b>	<b>-13.297.611,46</b>	<b>-11.760.392,91</b>

## Bilanz zum 31. Dezember 2010

Aktiva	31.12.2010	31.12.2009
	EUR	EUR
<b>A. Anlagevermögen</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	193.225,25	201.381,00
II. Sachanlagen	125.962,00	137.305,00
III. Finanzanlagen	25.000,00	0,00
	<b>344.187,25</b>	<b>338.686,00</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
I. Vorräte		
Unfertige Leistungen	0,00	12.138,00
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.346.314,83	2.141.145,93
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen		
– davon aus Lieferungen und Leistungen	2.021.541,90	1.456.762,84
EUR 1.452.629,12 (i. Vj. TEUR 1.178)		
– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr		
EUR 1.452.629,12 (i. Vj. TEUR 1.214) –		
3. Sonstige Vermögensgegenstände	77.358,14	25.799,01
	4.445.214,87	3.623.707,78
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	563.926,49	972.171,29
	<b>5.009.141,36</b>	<b>4.608.017,07</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>27.659,00</b>	<b>25.156,00</b>
	<b>5.380.987,61</b>	<b>4.971.859,07</b>

**Passiva****31.12.2010****31.12.2009****EUR****EUR****A. Eigenkapital**

I. Grundkapital [Bedingtes Kapital EUR 1.260.994,00 (i.Vj. TEUR 1.112)]	3.385.125,00	2.717.621,00
II. Genussrechtskapital	100.000,00	100.000,00
III. Kapitalrücklage	12.453.352,18	11.371.215,18
IV. Bilanzverlust	-13.297.611,46	-11.760.392,91
	<b>2.640.865,72</b>	<b>2.428.443,27</b>

**B. Rückstellungen**

Sonstige Rückstellungen	<b>338.087,00</b>	<b>265.818,00</b>
-------------------------	-------------------	-------------------

**C. Verbindlichkeiten**

1. Erhaltene Anzahlungen	29.600,00	0,00
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 2.016.221,37 (i.Vj. TEUR 2.068) --	2.016.221,37	2.067.618,47
3. Verbindlichkeiten ggb. verbunden Unternehmen	16.772,10	0,00
4. Sonstige Verbindlichkeiten – davon aus Steuern EUR 183.060,22 (i. Vj. TEUR 137) – – davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr EUR 339.441,42 (i.Vj. TEUR 209) --	339.441,42	209.979,33
	<b>2.402.034,89</b>	<b>2.277.597,80</b>

**5.380.987,61****4.971.859,07**

# Anhang zum 31. Dezember 2010

## Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2010 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.

Dabei wurden im Geschäftsjahr 2010 erstmals die handelsrechtlichen Vorschriften nach dem Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG), für die eine verpflichtende Beachtung im Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2010 vorgesehen ist, angewendet. Eine Anpassung der Vorjahreszahlen wurde in Übereinstimmung mit Art. 67 Abs. 8 EGHGB nicht vorgenommen.

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 wirtschaftliche Nutzungsdauer. Selbst erstellte immaterielle Vermögensgegenstände werden in Ausübung des Wahlrechts nicht aktiviert.

Die Bewertung des Sachanlagevermögens erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen über die wirtschaftliche 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 vorgenommen. Das allgemeine Ausfallrisiko für die bestehenden Forderungen ist in ausreichender Höhe durch eine Pauschalwertberichtigung berücksichtigt.

Unfertige Leistungen werden zu Herstellungskosten bewertet.

Entwicklung des Anlagevermögens	Anschaffungs- und Herstellungskosten		
	Stand 01.01.2010 EUR	Zugänge EUR	Stand 31.12.2010 EUR
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche echte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten			
Rechte und Lizenzen	302.559,64	1.699,00	304.258,64
Kundenstamm	150.000,00	0,00	150.000,00
2. Geleistete Anzahlungen	9.764,00	44.516,25	54.280,25
	<b>462.323,64</b>	<b>46.215,25</b>	<b>508.538,89</b>
<b>Sachanlagen</b>			
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	766.950,72	45.800,66	812.751,38
	<b>766.950,72</b>	<b>45.800,66</b>	<b>812.751,38</b>
<b>Finanzanlagen</b>	0,00	25.000,00	25.000,00
Finanzanlagen	<b>0,00</b>	<b>25.000,00</b>	<b>25.000,00</b>
<b>Gesamt</b>	<b>1.229.274,36</b>	<b>117.015,91</b>	<b>1.346.290,27</b>

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

Die Bewertung der Verbindlichkeiten erfolgt zum Erfüllungsbetrag.

Latente Steuern werden ab 2010 für zeitliche Unterschiede zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten ermittelt. Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt auf Basis des für die conVISUAL AG maßgeblichen Ertragsteuersatzes.

Passive latente Steuern bestehen mangels zu versteuernder temporärer Differenzen nicht. Aktive latente Steuern auf die am Bilanzstichtag bestehenden steuerlichen Verlustvorträge werden in Ausübung des Wahlrechts des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB nicht aktiviert.

#### Währungsumrechnung

Vermögensgegenstände in Fremdwährung werden grundsätzlich zum Anschaffungskurs bzw. mit dem niedrigeren Devisenkassamittelkurs angesetzt. Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden grundsätzlich zum Entstehungskurs bzw. mit dem höheren Devisenkassamittelkurs angesetzt. Bei einer Restlaufzeit der Vermögensgegenstände und Schulden von einem Jahr oder weniger werden auch unrealisierte Währungsgewinne ausgewiesen.

#### Erläuterungen zur Bilanz

##### 1 Anlagevermögen

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

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

Zugänge des Geschäftsjahres wurden grundsätzlich linear pro rata temporis abgeschrieben.

Geringwertige Wirtschaftsgüter werden wie folgt 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 92 TEUR betreffen im Wesentlichen Lizenz- und Nutzungsrechte, EDV-Anlagen sowie sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Abschreibungen			Buchwerte		
Stand 01.01.2010 EUR	Zugänge EUR	Stand 31.12.2010 EUR	Stand 31.12.2010 EUR	Stand 31.12.2009 EUR	
235.942,64	39.371,00	275.313,64	28.945,00	66.617,00	
25.000,00	15.000,00	40.000,00	110.000,00	125.000,00	
0,00	0,00	0,00	54.280,25	9.764,00	
<b>260.942,64</b>	<b>54.371,00</b>	<b>315.313,64</b>	<b>193.225,25</b>	<b>201.381,00</b>	
629.645,72	57.143,66	686.789,38	125.962,00	137.305,00	
<b>629.645,72</b>	<b>57.143,66</b>	<b>686.789,38</b>	<b>125.962,00</b>	<b>137.305,00</b>	
0,00	0,00	0,00	25.000,00	0,00	
<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>25.000,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>890.588,36</b>	<b>111.514,66</b>	<b>1.002.103,02</b>	<b>344.187,25</b>	<b>338.686,00</b>	

## **2 Vorräte**

Die Bewertung der Vorräte erfolgt zu durchschnittlichen Anschaffungs- oder Herstellungskosten bzw. zum niedrigeren beizulegenden Wert am Bilanzstichtag. In die Herstellungskosten werden neben den direkt zurechenbaren Kosten auch Fertigungs- und Materialgemeinkosten sowie anteilige Abschreibungen auf das Anlagevermögen einbezogen. Zum Bilanzstichtag 2010 sind keine Vorräte vorhanden.

## **3 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen**

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2.346 TEUR (i.Vj. 2.141 TEUR). In den Forderungen sind Wertberichtigungen in Höhe von 30 TEUR (i.Vj. 57 TEUR) enthalten.

## **4 Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen**

Auf Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen entfallen 2.022 TEUR (i.Vj. 1.457 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 2016 getilgt haben wird. Daher erfolgte eine Abzinsung von insgesamt 631 TEUR, davon im laufenden Geschäftsjahr 63 TEUR.

## **5 Sonstige Vermögensgegenstände**

Die Sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von 77 TEUR (i.Vj. 26 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Vorabauschüttungen und Steuererstattungsansprüche.

## **6 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten**

Die liquiden Mittel in Höhe von 564 TEUR (i.Vj. 972 TEUR) beinhalten den Kassenbestand und die laufenden Bankguthaben.

## **7 Eigenkapital**

Das Grundkapital der conVisual AG beträgt 3.385 TEUR (i.Vj. 2.718 TEUR).

Das Grundkapital ist eingeteilt in 3.385.125 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien.

Im Zusammenhang mit der Einzahlung aus den Kapitalerhöhungen erhöhte sich die Kapitalrücklage von 11.371 TEUR um 1.082 TEUR auf 12.453 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 13.297 TEUR setzt sich aus dem bestehenden Verlustvortrag in Höhe von 11.760 TEUR und einem Jahresfehlbetrag in Höhe von 1.537 TEUR zusammen.



### Kapitalerhöhungen

Mit Beschluss des Vorstands unter Zustimmung des Aufsichtsrates am 18. Juni 2010 wurde das Grundkapital der Gesellschaft unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals gemäß § 4 Absatz 8 der Satzung gegen Bareinlage durch Ausgabe von 612.379 neuen auf den Inhaber lautende Stückaktien zum Ausgabebetrag von 2,75 EUR (Nennwert 1,00 EUR) je Aktie auf 3.330 TEUR erhöht. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister erfolgte am 24. Juni 2010 (URNr. 494/2010 des Notars Ulrich Blumberg, Oberhausen).

Im Zeitraum vom 17. bis 30. September 2010 konnten erstmals die Aktienoptionen der zweiten Tranche von den Mitarbeitern und dem Vorstand ausgeübt werden. Insgesamt wurden 55.125 Aktienoptionen mit einem Basispreis von 1,19 EUR ausgeübt. Damit erhöhte sich das Grundkapital der Gesellschaft aus bedingtem Kapital um 55.125 EUR auf 3.385 TEUR.

### Genehmigtes Kapital

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 9. August 2010 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 31. Juli 2015 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmalig um bis zu insgesamt 1.665 TEUR zu erhöhen. Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Das Bezugsrecht kann den Aktionären auch mittelbar gemäß § 186 Abs. 5 AktG gewährt werden. Der Vorstand wird jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre zu folgenden Zwecken auszuschließen:

- 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 31. August 2010. Zum 31. Dezember 2010 beträgt das verbleibende genehmigte Kapital 1.665 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. In der Hauptversammlung vom 9. August 2010 wurde festgestellt, dass das bedingte Kapital II nur in der Höhe von 110.250 Bezugsrechten benötigt wird. Die Differenz von 73.510 Stück wurde aufgehoben. Das neue bedingte Kapital II beträgt somit 110 TEUR.

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.

Des Weiteren ist das Grundkapital durch den Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 9. August 2010 (URNr. 599/2010 des Notars Ulrich Blumberg, Oberhausen) um bis zu 223 TEUR durch die Ausgabe von bis zu 222.750 Aktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital V). 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 9. August 2010 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 2010 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.

## **8 Sonstige Rückstellungen**

Die Sonstigen Rückstellungen in Höhe von 338 TEUR (i.Vj. 266 TEUR) bestehen im Wesentlichen für ausstehende Rechnungen, Urlaubsrückstellungen und Jahresabschlusskosten.

## **9 Erhaltene Anzahlungen**

Die erhaltenen Anzahlungen beinhalten Zahlungen für im Januar 2011 abgewickelte Projekte.

### 10 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2.016 TEUR (i.Vj. 2.068 TEUR).

### 11 Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen bestehen gegenüber der MoCoPay GmbH, insbesondere aus dem noch nicht eingezahlten Stammkapital.

### 12 Sonstige Verbindlichkeiten

Die Sonstigen Verbindlichkeiten in Höhe von 339 TEUR (i.Vj. 210 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Steuerverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kreditorischen Debitoren.

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 13 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse betragen im Berichtszeitraum 18.644 TEUR (i.Vj. 16.387 TEUR). Ein Großteil des Umsatzes mit rund 6.594 TEUR (i.Vj. 7.279 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 9.012 TEUR (i.Vj. 5.359 TEUR) zum Umsatz beigetragen. Der Bereich „Mobile Marketing & Campaigns“ weist im Berichtszeitraum einen Umsatz in Höhe von 2.019 TEUR (i.Vj. 2.454 TEUR) aus. Die Bereiche „Content Licensing“ und „Information Services“ liefern in 2010 einen Umsatzbeitrag von rund 1.019 TEUR (i.Vj. 1.295 TEUR).

### 14 Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen

Die Herstellungskosten der zur Erzielung des Umsatzerlöse erbrachten Leistungen in Höhe von 17.790 TEUR (i.Vj. 14.622 TEUR) betreffen überwiegend Kundenanteile, Billing- und Transportkosten der Netzbetreiber, Entwicklungskosten und Contentkosten.

### 15 Vertriebskosten

Die Vertriebskosten in Höhe von 1.512 TEUR (i.Vj. 1.323 TEUR) setzen sich im Wesentlichen aus Personalaufwendungen, Reisekosten, Marketingkosten und sonstigen Vertriebskosten zusammen.

### 16 Allgemeine Verwaltungskosten

In den Allgemeinen Verwaltungskosten in Höhe von 1.236 TEUR (i.Vj. 1.102 TEUR) sind Personalaufwendungen, Mietaufwendungen, Kapitalmarktkosten und sonstige Verwaltungskosten enthalten.

### 17 Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 457 TEUR (i.Vj. 546 TEUR) betreffen im Wesentlichen Erträge aus Leistungen an die conVisual US LLC sowie Erträge aus Kursgewinnen.

### 18 Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 46 TEUR (i.Vj. 268 TEUR) enthalten im Wesentlichen den Aufwand für Einzelwertberichtigungen und Währungsverluste. Im Vorjahr wurden die Aufwendungen für die Abzinsung der Forderung gegenüber der conVisual US LLC auch hier ausgewiesen.

### 19 Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

Hierbei handelt es sich um Zinserträge auf Forderungen aus Lieferung und Leistungen sowie Zinserträge aus Festgeldern und Kontokorrentguthaben.

### 20 Zinsen und ähnliche Aufwendungen

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

### 21 Sonstige Steuern

Die Sonstigen Steuern beinhalten im Wesentlichen die Kraftfahrzeugsteuer.

## Sonstige Angaben

### 22 Vorstand

Mitglieder des Vorstands waren während des Berichtszeitraums

Herr Dr. Thomas Wolf, Vorsitzender des Vorstands, Düsseldorf

Herr Joao Gonzaga, Vorstand Technik, Düsseldorf

Herr Markus Hüßmann, Vorstand Marketing, Hamburg (seit 01.05.2010)

Die Bezüge des Vorstands betragen im Geschäftsjahr 492 TEUR (i.Vj. 424 TEUR).

### 23 Aufsichtsrat

Mitglieder des Aufsichtsrats waren während des Berichtszeitraums

Frau Franziska Oelte, Rechtsanwältin, Vorsitzende des Aufsichtsrates, Hamburg (seit dem 09. August 2010)

Herr Matthias Felder, Unternehmer, Berlin, (seit dem 09. August 2010)

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

Herr Hartmut G. Korn, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Diplom-Ingenieur, Diplom-Wirtschafts-Ingenieur, Burscheid (niedergelegt zum 09. August 2010)

Herr Ole L. Wegner, Kaufmann, Jesteburg (niedergelegt zum 09. August 2010)

### 24 Bezüge des Aufsichtsrates

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhielten für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr Vergütungen in Höhe von insgesamt 32 TEUR (i.Vj. 39 TEUR).

### 25 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Lizenzverträgen	TEUR
fällig 2011	310
fällig 2012 bis 2014	456
fällig nach 2014	0

### 26 Personalaufwand

Der Personalaufwand gemäß § 275 Absatz 2 HGB des Geschäftsjahres betrug 2.404 TEUR (i.Vj. 2.167 TEUR) für Löhne und Gehälter sowie 407 TEUR (i.Vj. 350 TEUR) für soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung.

### 27 Materialaufwand

Die Umsatzkosten beinhalten Materialaufwand gem. § 275 Abs. 2 HGB (Aufwendungen für bezogene Leistungen) in Höhe von 16.676 TEUR (i.Vj. 13.538 TEUR).

## 28 Anzahl der Mitarbeiter

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter im Berichtsjahr betrug 35 (i.Vj. 32) Festangestellte und 22 (i.Vj. 25) Teilzeitarbeitskräfte. Per 31. Dezember 2010 beschäftigte die conVisual AG 3 (i.Vj. 4) Auszubildende.

## 29 Nahe stehende Unternehmen und Personen

Nahe stehende Unternehmen und Personen sind juristische oder natürliche Personen, die auf die conVisual AG Einfluss nehmen können oder der Kontrolle oder einem maßgeblichen Einfluss durch die conVisual AG unterliegen. Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen werden insbesondere mit Tochterunternehmen der conVisual AG abgeschlossen. Es handelt sich vor allem um Liefer-, Miet-, Dienstleistungs- und Finanzierungsgeschäfte. Sofern für derartige Geschäfte ein entsprechender Markt besteht, werden sie zu auf dem jeweiligen Markt üblichen Konditionen abgeschlossen.

Im Jahr 2010 hat die conVisual AG die 100%-Beteiligung an der Tochtergesellschaft conVisual US LLC gehalten. Diese Gesellschaft ist mit keinem Eigenkapital ausgestattet. Das Wirtschaftsjahr 2010 schloss die Gesellschaft mit einem vorläufigen Verlust von 607 TUSD (inklusive Verrechnungspreisen) ab.

Im September 2010 hat die conVisual AG die MoCoPay GmbH gegründet und hält 100% der Anteile. Dieses Tochterunternehmen verfügte in 2010 noch über kein operatives Geschäft.

Da die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des US-Tochterunternehmens conVisual US LLC im Wesentlichen durch die Forderung gegen dieses verbundene Unternehmen in Höhe von 2.022 TEUR im Jahresabschluss der conVisual AG widerspiegelt wird, wurde aufgrund der Größenkriterien ein Konzernabschluss unter Einbeziehung dieser beiden Tochterunternehmen zum 31. Dezember 2010 nicht aufgestellt.

## 30 Gesamthonorar des Abschlussprüfers

Das vom Abschlussprüfer des Jahresabschlusses im Geschäftsjahr berechnete Gesamthonorar beinhaltet Honorare für:

	Gesamt TEUR	davon für 2010 TEUR	davon für das Vorjahr TEUR
Abschlussprüfungsleistungen	17	15	2
Steuerberatungsleistungen	0	0	0
Sonstige Leistungen	5	5	0

Oberhausen, den 11. April 2011

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 01.12.2010 bis 31.12.2010 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter 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 der Gesellschaft 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 der gesetzlichen Vertreter 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 der conVisual AG, Oberhausen, für das Geschäftsjahr vom 01.1.2010 bis 31.12.2010 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 ein zutreffendes Bild von der Lage der conVisual AG, Oberhausen, und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Düsseldorf, den 11. April 2011

Warth & Klein Grant Thornton AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Rolf Rombock  
Wirtschaftsprüfer

Ulrich Diersch  
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](http://www.convisual.de)  
[investorrelations@convisual.com](mailto:investorrelations@convisual.com)