Geschäftsbericht 2007

DCI Database for Commerce and Industry AG

Stabile Basis für profitables Wachstum

Konzernkennzahlen

	2003	2004	2005	2006	2007
Umsatz- und Ertragslage (T€)					
Umsatz	3.554	3.010	2.592	3.341[1]	3.805
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	-1.869	-86	-560	232	265
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	-2.472	-314	-696	98[2]	61
EBT (Ergebnis vor Steuern)	-2.369	-350	-719	116[2]	90
Konzernergebnis (nach Steuern)	-2.372	-351	-722	119	80
Finanzlage (T€)					
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-3.947	-765	-676	252	455
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-29	-123	-78	-227	-227
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-27	-3	8	44	5
Konzern-Cashflow	-4.003	-891	-746	69	233
Vermögens- und Kapitalstruktur					
Bilanzsumme (T€)	4.197	3.038	2.161	2.645	2.944
Eigenkapitalquote (%)	65	72	68	65	60
Mitarbeiter					
Anzahl zum 31.12.[3]	70	73	91	74	75

Konzernabschluss ab 2004 nach IFRS (2003 nach US-GAAP)
[1] inklusive T€ 14 aus dem nicht fortgeführten Segment Marketing/Vertrieb
[2] bereinigt um T€ 8 Ergebnisbeitrag aus dem nicht fortgeführten Segment Marketing/Vertrieb
[3] ab 2006 Festangestellte, vollzeitäquivalent; bis 2005 nach Köpfen

Zum Titel: Stabile Basis für profitables Wachstum

Nach schwierigen Jahren hat DCI 2006 die abwärts gerichtete Umsatzentwicklung gestoppt und erstmals nach dem Börsengang im Jahr 2000 schwarze Zahlen geschrieben. Mit einer weiteren Erlössteigerung und erneut positiven Ergebniszahlen haben wir 2007 die Trendwende bestätigt. In diesem Geschäftsbericht führen wir aus, warum wir darin – zusammen mit einer optimistischen Zukunftseinschätzung – eine stabile Basis für profitables Wachstum in den nächsten Jahren sehen.

Wer wir sind

Vertriebskommunikation im Internet
Ursprünglich angetreten als reiner Marktplatzanbieter für Business-to-Business-Geschäfte im Internet ist DCI heute ein umfassender Anbieter von Produkten für digitales Absatzmanagement. Unsere Aktivitäten verteilen sich auf zwei Segmente:

Unter **Information Providing** verstehen wir die Distribution von Werbeaussendungen per E-Mail im Kundenauftrag (Produktgruppe Medien), die elektronische Erfassung und Pflege von Produktdaten (Produktgruppe Data Services) sowie die automatisierte Verteilung und Darstellung von thematisch fokussierten Informationen auf ausgewählten Internetseiten (Produktgruppe Wide Area Infoboard).

Im Sektor **eCommerce** schaffen wir Markttransparenz für Distributoren und Fachhändler in den Branchen IT, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik. Dies erreichen wir durch die vielseitig nutzbare Software Market-Viewer in Verbindung mit unserer umfassenden Produktdatenbank CommerceDB.

(Eine ausführliche Firmendarstellung bietet das Kapitel „Unternehmensporträt“ ab Seite 5 dieses Geschäftsberichts.)

Inhalt

Konzernkennzahlen	2
Vorwort	4
Unternehmensporträt	5
Konzernlagebericht	16
Die Aktie	30
Organe der Gesellschaft	31
Bericht des Aufsichtsrats	32
Corporate-Governance-Bericht	34
Konzernabschluss	37
Bestätigungsvermerk	59
Finanzkalender / Impressum	60

Neue Phase der Unternehmensentwicklung

Michael Mohr,
Alleinvorstand der DCI AG

Sehr geehrte Aktionäre
und Geschäftspartner,
wenn ich Sie an dieser Stelle auf unseren Geschäftsbericht für das Jahr 2007 einstimme, dann bin ich positiver gestimmt als in den Jahren zuvor. Wer den Werdegang von DCI schon länger verfolgt, weiß, dass wir eine langanhaltende schwierige Zeit zu bestehen hatten. Nach tiefgreifenden Restrukturierungen, die allumfassend die Unternehmensorganisation, unser Leistungsangebot und den Personalbestand betrafen, waren wir im vorangegangenen Geschäftsjahr 2006 wieder auf Wachstumskurs eingeschwenkt und haben erstmals seit unserem Börsengang 2000 positive Ergebniszahlen ausgewiesen. Berechtigterweise stellten sich viele die Frage, ob der Aufschwung Bestand haben würde oder lediglich ein Strohfeuer war.

Trendwende aus dem Vorjahr bestätigt

Ein Jahr später bin ich nun froh, belegen zu können, dass uns eine nachhaltige Trendwende gelungen ist: 14% Umsatzwachstum im Berichtsjahr – 47% seit 2005 –, erneut schwarze Zahlen in sämtlichen Ergebniskategorien sowie ein begründeter Optimismus für den Fortgang unserer Geschäfte ermöglichen es mir, von einer neuen Phase unserer Unternehmensentwicklung zu sprechen.

Das Wachstum wird in gesunder Verteilung von den Produktgruppen Data Services und Wide Area Infoboard (WAI) angetrieben sowie vom Segment eCommerce, das wir durch den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der ITscope GmbH im Jahr 2006 entscheidend stärken konnten. Dem WAI messen wir eine strategische Bedeutung für unseren Unternehmenserfolg in den nächsten Jahren bei.

Ich möchte aber auch einen Wermutstropfen nicht verschweigen: Wir hatten bereits für 2007 ein weiter verbessertes Ergebnis angestrebt. Dies haben wir leider nicht erreicht. Der Grund für im Gegenteil leicht rückläufige Gewinnzahlen liegt in einer Vertriebsoffensive, schwerpunktmäßig für das WAI, deren Aufwendungen erst durch künftige Umsätze kompensiert werden. Dazu kommen überproportional gestiegene Personalkosten an unserem Produktionsstandort Rumänien.

Zuversicht für 2008 und darüber hinaus

Für das laufende Geschäftsjahr 2008 erwarten wir zwar ein gebremstes generelles Wirtschaftswachstum, andererseits aber eine weitere deutliche Zunahme der Online-Werbung, was für uns als Internetunternehmen von besonderer Bedeutung ist. Wir gehen von weiteren Erlössteigerungen in den genannten drei Wachstumsbereichen aus und sind zuversichtlich, insgesamt erneut einen prozentual zweistelligen Umsatzzuwachs und mindestens proportional steigende Ergebnisse zu erreichen. Nach den wirkungsvollen Veränderungen in der jüngeren Vergangenheit sind wir mit unserem Produktportfolio und unserer Unternehmensorganisation besser aufgestellt denn je, sodass ich auch mittelfristig optimistisch gestimmt bin hinsichtlich eines profitablen Wachstumskurses.

Nach außen soll die erreichte Trendwende auch durch wiederbelebte professionelle Kommunikationsaktivitäten abstrahlen. Ein erstes Beispiel dafür ist der vorliegende Geschäftsbericht, der nicht nur zum ersten Mal seit 2000 wieder in einem gestalteten Layout erscheint, sondern vor allem inhaltlich angereichert wurde.

Ich danke unseren Mitarbeitern für ihr hohes Engagement sowie unseren Aktionären, dem Aufsichtsrat und unseren Geschäftspartnern für ihre vertrauensvolle Begleitung!

Ihr

Michael Mohr

Innovativer Dienstleister für digitales Absatzmanagement im Internet

In den 15 Jahren ihres Bestehens hat DCI eine wechselvolle Entwicklung mit ausgeprägten Höhen und Tiefen durchlebt. Als wir uns 1993 gründeten (wir waren als Betreiber einer der ersten Internet-Marktplätze 1994 Vorreiter in Europa) und im Jahr 2000 auf dem Höhepunkt des Neuen Marktes an die Börse gingen, galt eCommerce als einer der dynamischsten Märkte überhaupt. Damals waren wir angetreten, um den elektronischen Handel zwischen Unternehmen (Business-to-Business) durch extreme Markttransparenz und vollständige Automatisierung der Prozesse zu revolutionieren.

Im Mittelpunkt unseres Portfolios stand seinerzeit eine intelligente Datenbank mit einem webbasierten Handelsplatz für Produkte, Preise und Lieferbedingungen der Branchen Informationstechnologie (IT) und Telekommunikation (TK). Flankiert wurde unser Kernprodukt durch elektronische Kataloge sowie Werbe- und Informationsmedien für den Fachhandel. Bald waren wir in Deutschland der Marktführer im B2B-eCommerce der IT- und TK-Branche.

Doch die höchst anspruchsvollen Prognosen für das B2B-eCommerce der Marktteilnehmer, der einschlägigen renommierten Marktforschungsinstitute und Unternehmensberatungen gingen nicht auf: Aufgrund von hartnäckigen Akzeptanzproblemen und einigen Jahren mit eher schwacher Branchenkonjunktur entwickelte sich B2B-eCommerce langsamer als allgemein erwartet.

Erfolgreiche Restrukturierung

Auch DCI war davon stark betroffen. Jedoch haben wir mehrjährige Umsatzrückgänge und Verluste als Herausforderung angenommen und unser Unternehmen Schritt für Schritt restrukturiert und neu auf die Markterfordernisse ausgerichtet. So haben wir uns vom reinen Marktplatzanbieter zu einem innovativen Dienstleister rund um digitales Absatzmanagement im Internet entwickelt. Heute bieten wir mit 75 Mitarbeitern in drei Gesellschaften erfolgreiche Lösungen in den Bereichen Beschaffung, Online-Marketing und -Vertrieb, eBusiness und Information-Providing mit besonderem Know-how bei der Entwicklung und Vermarktung elektronischer Push- und Pull-Medien. Was dahinter steckt, wollen wir Ihnen im Folgenden erläutern.

Vier starke Produktgruppen mit Zukunft

Unsere Geschäftstätigkeit unterteilen wir in zwei Segmente: Information Providing und eCommerce, wobei das erstgenannte mit einem Umsatzanteil von rund 90% momentan klar dominiert.

Im **Segment Information Providing** sind die Distribution von Werbeaussendungen per E-Mail im Kundenauftrag (Produktgruppe Medien), die elektronische Erfassung und Pflege von Produktdaten (Produktgruppe Data Services) sowie unsere innovative, patentierte WAI-Technologie (Wide Area Infoboard) zusammengefasst. Mit letzterer lassen sich per E-Mail Informationen zu bestimmten Themen auf ausgewählten Portalen (Webseiten) automatisiert darstellen und vernetzen.

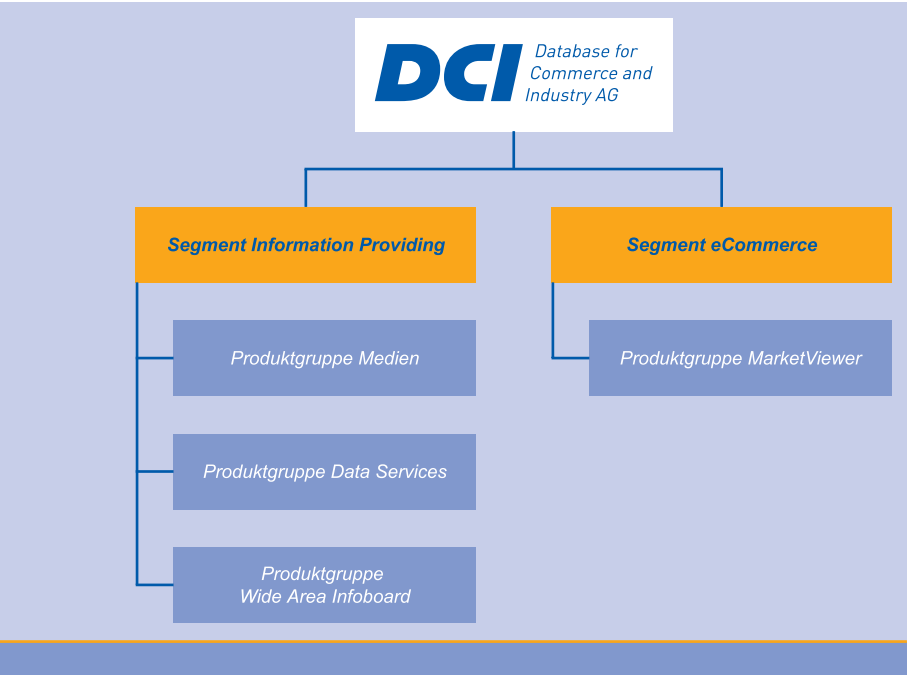
Im **Segment eCommerce** betreiben wir eine umfassende Marktdatenbank der ITK-Branche und bieten eine komfortable, branchenweit genutzte Software zur tagesaktuellen Produktrecherche auf dem ITK-Markt (Produktgruppe MarketViewer).

Transparente Gruppenstruktur

Die gesellschaftsrechtliche Struktur der DCI-Gruppe ist überschaubar: Die DCI Database for Commerce and Industry AG (kurz: DCI AG) ist Muttergesellschaft ihrer 100-prozentigen Tochter DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov, Rumänien (gegründet 2000), und der 2006 erworbenen 50,6-prozentigen Beteiligung ITscope GmbH in Karlsruhe.

Unsere Gesamtaktivitäten sind auf die drei Gesellschaften wie folgt verteilt: Die DCI AG in Starnberg ist mit 17 Mitarbeitern neben ihrer Steuerungs- und Verwaltungsfunktion für die gesamte Gruppe (Strategie, Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Personal, Unternehmenskommunikation und Investor Relations) auch operativ tätig, indem sie für den Vertrieb der Produkte des Segments Information Providing verantwortlich ist.

Für die technische Produktentwicklung und Auftragsbearbeitung dieses Segments ist unsere rumänische Gesellschaft zuständig. In den Händen der dortigen 52 Mitarbeiter, davon etwa 60% mit Hochschulabschluss, liegen vielfältige Aufgaben – von der Entwicklung und Unterhaltung von Datenbanken über die Erzeugung von Software-Programmen, Webdesign und Marketing-E-Mails bis hin zu Produktdatenerfassung, Produktklassifizierung, Bilddatenbearbeitung und der Erstellung von ePapers.



Für unser zweites Segment – eCommerce – steht unsere neue Tochter ITscope, die mit 6 Personen ein wegweisendes ITK-Fachhandelssystem für Einkauf, Verkauf und Datenintegration unterhält. Es basiert auf der Marktdatenbank CommerceDB und ermöglicht über die Software-Plattform MarketViewer einen umfassenden Überblick über die in Deutschland verfügbaren ITK-Produkte.

Segment Information Providing

Produktgruppe Medien: Der optimale Zugang zum ITK-Fachhändler

Für Einkauf und B2B-Marketing in den Branchen IT, Telekommunikation und Consumer Electronics (Unterhaltungselektronik) ist DCI ein feststehender Qualitätsbegriff. Seit 14 Jahren sind wir der zuverlässige Lieferant von hochaktuellen Preis- und Produktinformationen.

Wir geben verschiedene E-Mail-Medien heraus, die von fast allen namhaften Herstellern und Distributoren genutzt werden, um die Fachhändler der Branche sowie Systemhäuser und -integratoren über Produktneuheiten, Aktionen und topaktuelle Angebote zu informieren. Eine Leseranalyse aus dem Jahr 2006 hat ergeben, dass DCI-Medien nach den Webshops der Distributoren in Deutschland die zweitwichtigste Quelle für Preisinformationen in diesem Sektor sind.

- Bereits seit 1994 erscheinen die **„DCI Highlights“**. Der wöchentlich dienstags versandte E-Mail-Newsletter ist der Standard für die schnelle und effektive Preis- und Produktsuche. Die Highlights helfen 21.000 Empfängern bei der täglichen Arbeit und verschaffen einen Überblick über die aktuellen Preise und Verfügbarkeiten.
- Mit den **„DCI HOTspots“** informieren wir den ITK-Fachhandel täglich mittags von

Meilensteine unserer Unternehmensentwicklung

1993	• Gründung der DCI Datenbank für Wirtschaftsinformationen GmbH durch Michael Mohr in Starnberg
1994	• Etablierung der ersten virtuellen Handelsplattform für das Business-to-Business-Geschäft in den Branchen IT und Telekommunikation
1996	• Anmeldung von fünf Patenten für den elektronischen Handel
1999	• Umfirmierung in eine Aktiengesellschaft unter dem Namen DCI Database for Commerce and Industry AG
2000	• Börsengang an den Neuen Markt in Frankfurt
	• Auszeichnung mit dem Deutschen Internet-Preis
	• Der Umsatz übersteigt die Schwelle von 10 Mio. €.
	• Gründung der DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov, Rumänien
2000-2001	• Gründung und Erwerb verschiedener weiterer Gesellschaften in Deutschland, Malta und Großbritannien
2001-2005	• Schwierige Konjunktur- und Marktbedingungen und eine geringere Akzeptanz von eCommerce als allgemein prognostiziert führen zu Umsatzrückgängen und anhaltenden Verlusten.
	• Verschmelzung, Stillegung und Insolvenz mehrerer Tochtergesellschaften
	• Restrukturierung und Neuausrichtung der DCI AG vom Marktplatzanbieter zum Dienstleister für digitales Absatzmanagement
	• Der Vorstand wird in zwei Schritten auf die Person des Firmengründers reduziert.
2005	• Die selbst entwickelte und patentierte innovative Technologie Wide Area Infoboard generiert erste Umsätze.
	• Wechsel der Börsennotierung – vom Geregelten Markt (Prime Standard) in Frankfurt an die Börse München (seit 22.11.2005); Handel heute im General Standard des regulierten Marktes.
2006	• Januar: Vereinbarung einer strategischen Partnerschaft mit der amerikanischen Gesellschaft CNET Channel, San Francisco, der weltweit führenden unabhängigen Datenbezugsquelle für Technologieprodukte
	• September: Erwerb von 50,6% der Anteile an der ITscope GmbH, Karlsruhe, einem Spezialisten für Marktdatenbanken und Handelssoftware in den Sektoren IT und Telekommunikation
	• Der Turnaround ist geschafft: Das erste Mal seit Börsengang schreibt DCI schwarze Zahlen.
2007	• Die Trendwende aus dem Vorjahr wird bestätigt: zweites positives Ergebnis in Folge.
	• Umsatz seit 2005 um nahezu die Hälfte gestiegen
	• Das Wide Area Infoboard findet zunehmende Marktakzeptanz und verdreifacht seine Erlöse.

Referenzen aus der Produktgruppe Medien

„Wir möchten uns bei dem Vertriebs- und Designerteam der DCI AG herzlich bedanken. Von der unkomplizierten Umsetzung und vor allem der grafischen Darstellung unseres letzten Mailings waren wir hellauf begeistert. Wir werden auch weiterhin auf den guten Service beim Newsletterversand der DCI AG zurückgreifen."

„Von der Resonanz unseres bei DCI geschalteten Newsletters, sowie dessen Publikation im DCI Informer und in den Portalen und Newslettern von CP und IT-Business waren wir mehr als überrascht. Binnen drei Tagen haben sich über 300 Fachhändler bei uns im Fachhandelsportal unter www.cherry.de/fachhandel registriert. Die Firma Cherry freut sich, mit der DCI AG einen kompetenten Partner im Bereich der digitalen Absatzförderung gefunden zu haben."

„Wir sind mit dem DCI Mailingservice überaus zufrieden! Nicht nur eine schnelle, reibungslose (und flexible) Abwicklung kommen bei uns sehr gut an, auch die Streuung der Mailings und der damit verbundene Rücklauf an uns ist super!"

„Die Zusammenfassung der täglichen Werbe-Aktionen in DCI DAILY ist eine ausgezeichnete Idee! Übersichtlich und klar gestaltet gibt es der Erstaussendung eine gute zweite Chance, gelesen zu werden. Es erhöht die Attraktivität und Nachhaltigkeit des Premium-Mailings sowohl für den Werbenden als auch für den Kunden."

Montag bis Donnerstag (zuzüglich einer Wochenzusammenfassung am Freitag) über die Top-Produkte und -Preise des Tages. Dieses Medium ist ideal für extrem kurzfristige Angebote: Sind die Werbeunterlagen bis 11 Uhr bei uns, ist die Anzeige bereits zwei Stunden später bei den Empfängern.

- In der Regel einmal wöchentlich publizieren wir unser **„DCI Themen-Special"** zu bestimmten, in einem Jahresplan festgelegten Produktbereichen wie zum Beispiel Mobile Computing, PC & Server, Monitore, Drucker, Software und vielem mehr.
- Das Spitzenprodukt aus unserer Newsletter-Palette ist der **„DCI Informer"**, der wöchentliche Gesamtüberblick über die Neuigkeiten aus den Branchen IT, Telekommunikation und Consumer Electronics. Er ist weit mehr als nur bezahlte Produkt- und Preisinformation und enthält einen aufwändigen redaktionellen Teil, der von namhaften Content-Partnern wie IT-Business, ChannelPartner, golem.de, silicon.de und tecchannel gespeist wird. Mit 51.000 Entscheidern genießt er die höchste Marktdurchdringung aller redaktionellen E-Mail-Newsletter der Branche und ist eine ideale Plattform für Werbebotschaften.

Individuelle Werbemails im Kundenauftrag

Bei den beschriebenen Publikationen handelt es sich durchweg um Verbundwerbemittel, in denen Anzeigen zahlreicher Auftraggeber (Hersteller, Distributoren) enthalten sind. Auf der Basis unserer langjährigen Erfahrungen mit solchen elektronischen Werbeträgern bieten wir das **„DCI PremiumMail"** an. Mit ihm lassen sich Kunden exklusiv und zielorientiert im eigenen Erscheinungsbild des Auftraggebers ansprechen. Wir stellen für den Versand zu einem beliebig gewünschten Zeitpunkt nicht nur unseren bewährten Fachhandelsverteiler zur Verfügung und ergänzen diesen um gegebenenfalls vorhandene Kundenlisten, sondern übernehmen auf Wunsch auch gerne die Gestaltung zu günstigen Konditionen.

Zusätzlich bietet unser neuer Service **„DCI Realtime Connector"** Herstellern die Möglichkeit, in ihren PremiumMails die Verfügbarkeit der beworbenen Produkte bei von ihnen gewünschten Distributoren in Echtzeit abzufragen und den Fachhandelskunden direkt anzeigen zu lassen – ein echter Mehrwert, der den Nutzen dieses Werbemittels weiter erhöht und den Produktabsatz unterstützt.

Kooperationsmedien mit namhaften Partnern

Abgerundet wird unsere Medienpalette durch B2B-Entscheider-Newsletter, die wir für die Messe München International und für den BME Bundesverband für Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik vermarkten. Vier verschiedene Newsletter der Münchner Messe dienen der Ansprache von exakt definierten Teilzielgruppen innerhalb der IT-Branche (Elektronik, Elektronikfertigung, Photonik, ITK-Führungs- und Fachkräfte im Mittelstand). „BMEnet“, der Newsletter des führenden Einkaufs-Fachverbands, verschafft Anzeigenkunden direkten Zugang zu den über 30.000 Mitgliedern, die ein Einkaufsvolumen von etwa 700 Mrd. € repräsentieren.

Produktgruppe Data Services: Die „Datenküche“ von DCI

Die Erzeugung von elektronischen Daten und die Arbeit mit ihnen sind aus unserer durch und durch computerisierten Welt nicht mehr wegzudenken. Voraussetzung dafür ist die Digitalisierung der Ursprungsdaten sowie die Überführung in ein für den jeweiligen Verwendungszweck geeignetes, einheitliches Format, zum Beispiel MDB, CSV, pdf, HTML, BMECat sowie diverse Sonderformate.

In der rumänischen DCI-Tochtergesellschaft (in der Mitte Geschäftsführer Ovidiu Pirvu) dreht sich für gut 50 Spezialisten alles um die Erfassung und Bearbeitung von Daten.

Domizil von DCI in Brasov

Dies ist ein Schwerpunkt unseres Produktbereichs Data Services, dessen Tätigkeit den gesamten damit verbundenen Bearbeitungsprozess umfasst, von der Analyse und Sichtung der Quelldaten, der Massendatenerfassung, der Klassifizierung von Produktdaten, der Aufbereitung (Data Cleansing), gegebenenfalls Veredelung bis hin zur Fertigstellung der elektronischen Daten im gewünschten Format. Zur Anwendung kommen diese Tätigkeiten zum Beispiel im Zusammenhang mit unserer eigenen umfassenden ITK-Marktdatenbank, die im Segment eCommerce eine zentrale Rolle spielt.

Diese Leistungen sind sehr personal- und zeitintensiv, sie können auf deutschem Lohnniveau nicht mehr kostengünstig und wettbewerbsfähig realisiert werden. Deshalb haben wir bereits 2000 eine dafür bestimmte Tochtergesellschaft in Rumänien gegründet und im Laufe der Zeit immer wieder erweitert. Dort verfügen wir heute über ein seit Jahren erfahrenes, großes Team mehrsprachiger Spezialisten, die auch sehr umfangreiche Datenmengen in kürzester Zeit zu marktfähigen Kosten bearbeiten können.

Beispiele für zufriedene Webshop-Kunden

Anerkannter Outsourcing-Partner

Daneben übernehmen wir auch die regelmäßige Datenpflege, auf Wunsch das gesamte Datenmanagement als Outsourcing-Partner für externe Auftraggeber. Einige Beispiele:

- Für die Bonner **Moeller-Firmengruppe**, einen der weltweit führenden Anbieter von Komponenten und Systemen für die Energieverteilung und Automatisierung in der Industrie, in Infrastrukturgebäuden und Wohnhäusern, übernehmen wir ASIM-Datenpflege, Grafikbearbeitung und Printkatalog-Finishing für regelmäßig wiederkehrende Projekte.
- Der Elektronikversender **Conrad** hat sich zu seiner großen Zufriedenheit bei einem umfangreichen Projekt zur manuellen Aufbereitung von Produktdaten voll auf uns verlassen. Als Ergebnis stehen granulare Produktdaten für digitale Kataloge und Beschaffungsportale zur Verfügung.
- **Häfele**, die weltweit tätige Firmengruppe für Möbel- und Baubeschläge sowie elektronische Schließtechnik, hatte uns mit der Datenerfassung von über 2.300 Katalogseiten zur Erstausstattung ihrer medienneutralen Produktdatenbank beauftragt. Mittlerweile übernehmen wir regelmäßig Grafik-Bearbeitung und Finishing der Printkataloge und werden 2008 für einen Katalog in elf Sprachen die meisten Grafiken und Texte aktualisieren.
- Für die Dortmunder **WILO AG**, einen der führenden Hersteller von Pumpen und Pumpensystemen für die Heizungs-, Kälte- und Klimatechnik, die Wasserver- und Abwasserentsorgung, haben wir in kürzester Zeit mehr als 2.000 komplexe Grafiken überarbeitet und vereinheitlicht.
- Im Auftrag vom **Druckhaus Waiblingen** (DHW), einem führenden Hersteller von medienneutralen Produktdatenbanken, übernehmen wir regelmäßig Projekte zur Seiten- und Grafikbearbeitung.

Verlässliche Content-Lösungen für Webshops

Ein weiterer Schwerpunkt unserer Aktivitäten im Produktbereich Data Services liegt auf der Bereitstellung qualifizierter Produktdaten für Onlineshops. Zielgruppe dafür sind Distributoren, Wiederverkäufer und Betreiber von Onlineshops, die solche strukturierten Daten für die Darstellung ihres Artikelsortiments benötigen und selbst aus Effizienzgründen keine Artikeldatenpflege betreiben wollen. Diese ist bei den üblichen kurzen Verkaufszyklen heutiger ITK- und Unterhaltungselektronik-Produkte unumgänglich und eine zeit- und kostenintensive Tätigkeit.

Erstklassige Datenqualität hat weniger Rückfragen und Reklamationen zur Folge und führt zu zufriedeneren Webshop-Kunden. Die Webverkäufe werden bei gleichzeitiger Verringerung von Supportleistungen zunehmen und die Shoprendite steigern. Wir übernehmen die komplette Produktdatenpflege und liefern genau diejenigen Daten, die der Kunde für seinen speziellen Onlineauftritt braucht. Dabei greifen wir auf unsere mehrsprachige Gesamtdatenbank mit über 800.000 Produkten zurück. Sie enthält auch Daten des weltweit größten Anbieters CNET und nimmt in Deutschland eine führende Marktstellung ein.

Der Auftraggeber muss uns lediglich seine gewünschte Artikelliste zur Verfügung stellen. Wir übernehmen die Verlinkung mit unserer Produktdatenbank und liefern die gewünschten Daten (Hersteller, Artikelnummer, Produktname und -beschreibung, technische Detailinformationen, Fotos, Werbetexte und vieles mehr) im vorgegebenen Format – und dies nicht nur bei der erstmaligen Shopeinrichtung, sondern kontinuierlich nach Bedarf. Neben den Standardinformationen bieten wir zusätzliche Services wie eCl@ss-Klassifizierung, Bilderpakete, weitere Sprachen und eBay-Unterstützung an. Die Updates lassen sich ohne Aufwand automatisch im Erscheinungsbild des Kunden in sei-

nen Webshop integrieren. Die Vielzahl der verfügbaren Schnittstellen garantiert eine einfache Einbindung in jedes Shopsystem und sogar in Warenwirtschaftssysteme.

Die Liste zufriedener Shopbetreiber, die mit DCI-Daten arbeiten, ist lang. In den letzten drei Jahren haben wir mehr als 350 Kunden beliefert. Die auf Seite 10 abgebildeten Firmenlogos stellen nur eine kleine Auswahl dar.

Produktgruppe Wide Area Infoboard: Revolutionäres Informations- und Werbemedium im Internet

Das jüngste und prozentual wachstumsstärkste Produkt in unserem Portfolio ist eine DCI eigene, bahnbrechende Entwicklung, für die wir großes Marktpotenzial sehen und von der wir uns über Jahre hinaus steigende Umsatzbeiträge erwarten: Der Name Wide Area Infoboard (WAI) steht für eine patentierte Technologie, mit der E-Mail-Inhalte jeglicher Art auf Websites eingefügt und dargestellt werden und damit vom Prinzip her eine unbegrenzte Verbreitung finden können.

WIDE AREA INFOBOARD

BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

URKUNDE
über die Erteilung des
Patents

Nr. 10 2004 008 493

IPC
G06Q 10/00 (2006.01)
Bezeichnung
Internetgestütztes Informationssystem
Patentinhaber
DCI Database for Commerce and Industry AG, 82319 Starnberg, DE
Erfinder
Mohr, Michael, 82335 Berg, DE
Tag der Anmeldung
20.02.2004

München, den 02.03.2006

Der Präsident des Deutschen Patent- und Markenamts

Dr. Schade

Für das WAI hat das Deutsche Patent- und Markenamt im August 2005 ein Patent erteilt. Anmeldeverfahren für Gesamt-Europa und zahlreiche andere Länder, darunter USA, China und Indien, sind eingeleitet.

Werbetreibende umgehen Spam-Problem und erreichen Neukunden

E-Mails sind für Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zu einem beliebten Marketing-Instrument geworden. Viele E-Mail-Adressaten sehen sich deshalb mit einer regelrechten Werbeflut und überlaufenden E-Mail-Postfächern konfrontiert. Dies hat zur Folge, dass auch erwünschte E-Mails nicht mehr die nötige Beachtung erfahren und im schlimmsten Fall ungelesen gelöscht werden. Gestiegen ist ebenfalls die Anzahl unerwünschter E-Mails (Spam). Zur Abwehr werden vermehrt Spamfilter eingesetzt, die oft auch gewünschte E-Mails blockieren. Das neue WAI löst diese Problematik und ermöglicht es dem Anbieter, im Internet für sich und sein Portfolio seriös zu werben.

Bei legalem Vorgehen können mit herkömmlicher Direktwerbung per E-Mail nur Adressaten erreicht werden, die entweder schon Kunden sind oder sich bereits als Interessent beim Unternehmen registriert haben. Wie aber können im Internet aktiv – und vor allem legal – Verbraucher erreicht werden, die das Unternehmen vielleicht noch nicht kennen? Hier ist das WAI die ideale Lösung, da der Werbetreibende durch seine ohnehin bestehenden E-Mail-Marketing-Maßnahmen auch neue Kunden ansprechen kann. Und da die Informationen nach Interessengebieten selektiert und auf entsprechenden Themenportalen eingebunden werden, ist eine zielgruppengenaue Verteilung sichergestellt.

Für einen Anbieter ist es „kinderleicht“, seine ohnehin vorhandenen periodisch oder anlassbedingt erscheinenden Informationsmittel

(Newsletter, Produkt- und Neuheitenwerbung, Kataloge und Prospekte, Sonderangebote, Imagewerbung, Geschäftsberichte, Pressemitteilungen etc.) in Zielgruppen-affine Portale einzustellen: Er registriert sich auf dem Portal seiner Zielgruppe und bekommt daraufhin von unserem System eine individuelle „E-Mail-Code-Adresse“ übermittelt. Sendet er nun sein Werbemail an diese E-Mail-Adresse, so wird es automatisch in den gewünschten Websites eingestellt. Wenn der Anbieter diese E-Mail-Code-Adresse in seinen eigenen E-Mail-Werbeverteiler aufnimmt, erfolgt eine Veröffentlichung seiner Botschaft auf den ausgewählten Portalen garantiert kontinuierlich und völlig automatisiert.

Bezahlt wird rein erfolgsorientiert nur dann, wenn ein Interessent die Information tatsächlich geöffnet und gelesen hat – gemessen über eine gewisse Verweildauer. Diese Öffnung nennen wir „WAI-Visit“. Ihr Preis ist abhängig vom Thema und bestimmt gleichzeitig die Positionierung (Ranking) im WAI, ähnlich dem Google-Preismodell. Der Kunde bestellt eine bestimmte Anzahl von WAI-Visits – die Kampagne läuft dann solange, bis die gewünschte Besucherzahl erreicht ist.

Das Funktionsprinzip des Wide Area Infoboards: Der Anbieter sendet einfach Informationen via E-Mail an das gewünschte Portal.

Entscheidende Vorteile auch für User und Websitebetreiber

Für Werbetreibende kann das WAI-Konzept natürlich nur dann vorteilhaft sein, wenn es ebenso für Websitebetreiber nützlich ist. Das ist wiederum insbesondere davon abhängig, ob die Seitenbesucher das Angebot akzeptieren. Beides hat sich in der Praxis uneingeschränkt bewiesen. Portalbesucher erhalten nämlich genau die Informationen, die sie interessieren. Das WAI unterstützt sie bei der Informationsgewinnung und bei der Bewältigung der Informationsflut. Das Auffinden gezielter Informationen bedeutet zeitaufwändiges Recherchieren im Internet. Suchmaschinen führen oft nicht zum gewünschten Ergebnis oder liefern zu viele und unstrukturierte Ergebnisse. Im WAI findet der Nutzer mit wenigen Klicks alle relevanten Informationen, die er sich thematisch geordnet anzeigen lassen kann. Das Ergebnis ist eine kompakte Branchenübersicht. Gleichzeitig hat er über das WAI einen einfachen Zugang zu einer deutlich größeren Bandbreite von Informationen und Angeboten, ohne dass er zahlreiche Newsletter abonnieren muss und sein elektronisches Postfach verstopft wird.

Portalbetreibern wird es durch die Buchung von thematisch auf ihr jeweiliges Angebot abgestimmten WAI-Streams ermöglicht, automatisch hochwertigen und informativen Content auf ihre Website zu lenken – ohne jeden Aufwand. Im Gegenteil: Sie werden sogar an den Einnahmen beteiligt, die DCI mit dem WAI erzielt, und erschließen sich somit eine zusätzliche Einnahmequelle, indem sie lediglich einen kleinen Platz für das Infoboard auf ihrer Website zur Verfügung stellen. Die Inhalte sind durch die Zuordnung nach bestimmten Kriterien exakt auf die Themen des Portals und die Interessen seiner Nutzer zugeschnitten. Durch die Erweiterung seines Serviceangebots und durch die Positionierung als kompetenter

Informationsvermittler steigert das Portal seine Attraktivität, was sich wiederum in einer Traffic-Erhöhung niederschlägt.

So entsteht für alle drei beteiligten Gruppen eine klare Win-win-Situation, die uns für dieses Produkt sehr optimistisch in die Zukunft blicken lässt.

Vielfältige weitere Einsatzmöglichkeiten

Das beschriebene vollkommen neuartige Werbekonzept ist unser Ausgangsgeschäftsmodell für das WAI, das sich hinsichtlich Funktionalität und Akzeptanz bereits erfolgreich im Markt bewährt hat, sich aber immer noch in der Pionierphase befindet. Schon heute zeichnen sich darüber hinaus gänzlich andere Anwendungsvarianten ab, die sich zum Teil bereits in der praktischen Umsetzungs- und Testphase beim Kunden befinden:

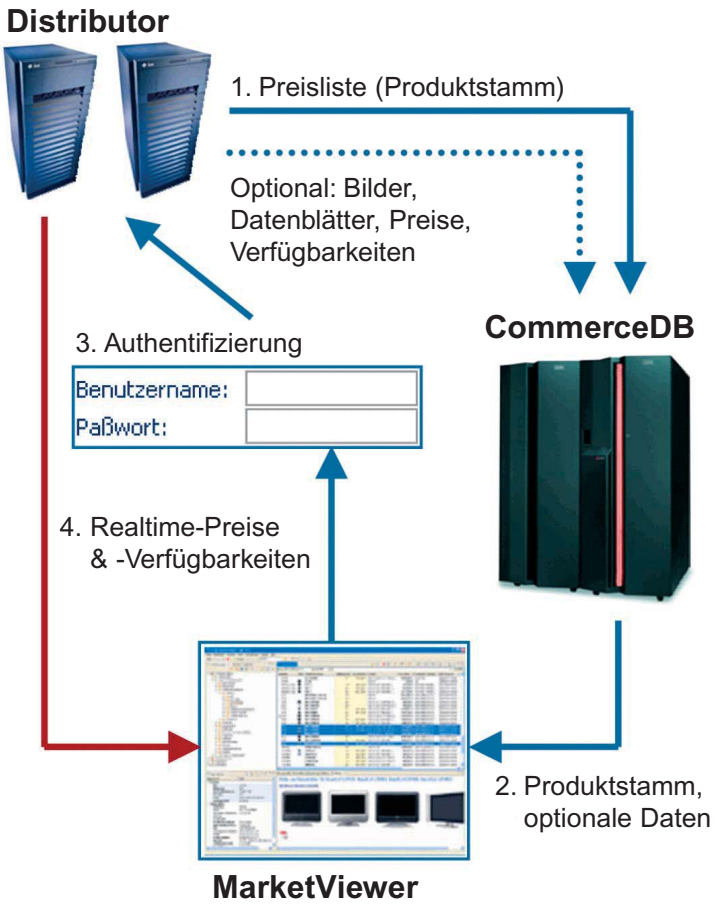
- Die Nutzung für virtuelle Zeitschriftenkioske, in denen von Verlagen oder jeweils themennahen Produktanbietern von DCI digitalisierte Publikationen mittels WAI-Technologie zum Blättern ausgestellt werden, die als Paid Content gegen eine Gebühr als Download erworben oder als Printausgabe bestellt werden können. Dies kann nicht nur auf den eigenen Portalen erfolgen, sondern parallel auch auf anderen inhaltlich passenden Websites. In jüngster Zeit konnten wir die Deutsche Post AG, Bereich Leserservice, die IDG Communications Media AG (deutsche Tochter des weltweit führenden Medienunternehmens für Informations- und Kommunikationstechnologie International Data Group), die Computec Media AG (Medien im Bereich Electronic Entertainment), den ÖKO-TEST Verlag, den Hans Holzmann Handwerk-Fachzeitschriftenverlag und autobild.de, das Online-Portal von Europas größter Autozeitschrift, als Kunden gewinnen, um nur einige Beispiele zu nennen.
- In der Entwicklungsphase befindet sich noch die WAI-Anwendung in elektronischen Adressbranchenbüchern. Hier kann den jeweils hinter einem Branchenbucheintrag stehenden Personen oder Unternehmen angeboten werden, ihren Eintrag um topaktuelle Inhalte aufzuwerten, indem sie diese einfach in Form eines E-Mails an eine ihnen vom zentralen Informationsserver zugewiesene und mit dem Eintrag verknüpfte E-Mail-Adresse versenden. Ferner ließen sich branchenspezifische WAI-Streams in elektronische Adressbranchenbücher einfügen, die den Nutzern des Branchenbuchs topaktuelle und themenspezifische Informationen verschiedener Anbieter aus der gerade angesurften Branche anzeigen.
- Ein weiteres Anwendungsbeispiel für den Einsatz des Wide Area Infoboards bezieht sich auf Messebetreiber. Auf deren (und ggfs. weiteren) Internetseiten kann unter Vergabe einer für alle Messeaussteller identischen E-Mail-Adresse ein "Messeticker" geschaffen werden, in den alle Anbieter topaktuelle Nachrichten über ihre Angebote bzw. ihren Messeservice einstellen. Die Messebetreiber können somit ihren Ausstellern eine einfache Möglichkeit zur Versorgung der sich im Internet über die Ausstellung informierenden Messebesucher mit brandaktuellen Informationen geben.
- Und schließlich kann das WAI auch hardwaretechnisch umgesetzt werden, indem als Portalserver zum Beispiel über einen Flughafen verteilte Displays verwendet werden. Hierüber könnten dann die Inhaber der auf dem Flughafengelände angesiedelten Einkaufsläden durch simplen Versand einer über die verschiedenen Displays darzustellenden E-Mail auf besondere Verkaufsaktionen oder Ähnliches hinweisen. Es ließe sich von den Anbietern sogar gezielt auswählen, auf welchen Displays ihre Werbebotschaften gezeigt werden sollen.

Dies sind nur einige von vielen innovativen Anwendungsideen, mit denen wir uns zur Zeit befassen und denen wir in den nächsten Jahren zum Marktdurchbruch verhelfen wollen. Das Spektrum machbarer, sinnvoller Anwendungen ist extrem vielfältig und noch nicht einmal gedanklich erschöpfend erschlossen.

Segment eCommerce

Produktgruppe MarketViewer: Totale Markttransparenz im ITK-Sektor

Seit Bestehen von DCI stehen Händlerinformationssysteme im Zentrum unserer Geschäftstätigkeit. 2006 haben wir mit der



Marktdatenbanken & Software

Übernahme der Karlsruher ITscope GmbH die Marktführerschaft auf diesem Gebiet ausgebaut. Auf Basis einer umfangreichen Marktdatenbank bietet die innovative, erst 2003 gegründete Firma mit ihrer Software „MarketViewer 2.0“ den angeschlossenen Handelspartnern eine transparente Produktübersicht im ITK-Sektor in Deutschland mit vielen nützlichen Zusatzfunktionen. Das ideale Einkaufstool für den Fachhandel.

Unternehmensziel von ITscope ist die Optimierung der Geschäftsprozesse des B2B-Handels in der ITK-Branche. Der MarketViewer bietet Einkäufern erstmals einen umfassenden Marktüberblick, der das Lieferangebot, die Konditionen und das Profil von über 140 Distributoren und Großhändlern umfasst. Außerdem eröffnen sich neue Absatzwege und Werbemöglichkeiten. Die Stärke von ITscope liegt in der Entwicklung innovativer Technologien, die die Aufbereitung unstrukturierter Daten, die Vereinheitlichung von eCommerce-Schnittstellen und den benutzerfreundlichen Zugriff auf große Datensammlungen ermöglichen.

Integrierte Marktdatenbank von ITscope/DCI/CNET als Basis

Zentrales Bezugsobjekt für die Anwendungssoftware MarketViewer ist „CommerceDB“, eine Produkt- und Lieferantendatenbank, die das Lieferangebot der in Deutschland verkaufenden Distributoren und Großhändler der IT- und Telekommunikationsbranche enthält. Diese stellen uns ihren Produktstamm zur weiteren Verarbeitung zur Verfügung (insbesondere Produktbezeichnungen, Kategorisierung und Artikelnummern bzw.

Produktidentifikatoren), der dann zentral auf dem ITscope-Server in der Marktdatenbank CommerceDB gespeichert wird – auf Wunsch auch mit Standardpreisen. Der Datenbestand der seit langem existierenden DCI-Datenbank ist ebenso enthalten wie die unseres Kooperationspartners CNET (siehe Abschnitt Data Services). Insgesamt sind mehr als 800.000 aktuelle und ausgelaufene Produkte archiviert. Zu jedem können technische Daten, Bilder, Produkttests und vieles mehr angezeigt werden.

Komfortabler „Röntgenblick“ auf den Markt

Der Zugriff auf die Daten erfolgt mit dem MarketViewer, der ausschließlich an ITK-Wiederverkäufer (Fachhändler, Flächenmärkte, Systemhäuser, Online-Shops u.a.) vertrieben wird. Anfang 2008 waren 600 angeschlossen, monatlich kommen 30 bis 60 neue hinzu. Die Teilnehmer können ihre individuellen Konditionen direkt von den entsprechenden Online-Schnittstellen der Distributoren abrufen, ohne dass ITscope Kenntnis davon erlangt. Komfortable Filterfunktionen sowie die Volltextsuche im Produktkatalog oder in Preislisten erleichtern die Produktrecherche. Eine automatische Aktualisierungsfunktion sorgt mehrmals täglich für aktuellste Preise. Dadurch erspart der MarketViewer zeitraubendes Recherchieren in den Onlineshops der Distributoren. Auch eine Datenintegration in das Warenwirtschaftssystem eines Händlers ist möglich. Die gängigen Systeme wie zum Beispiel Lexware, Sage, Navision, BüroBextPlus werden unterstützt. So lassen sich unkompliziert mehr Lieferanten, Daten und Funktionen abbilden.

Fundierte Perspektiven

Über sämtliche Produktgruppen hinweg ist DCI heute insgesamt sehr wettbewerbsfähig aufgestellt. Zu keiner Zeit waren unsere Perspektiven nicht nur auf Wachstum, sondern ebenso auf Rentabilität so fundiert wie heute. Wir arbeiten konzentriert daran, unsere Position kontinuierlich zu verbessern – zum gemeinsamen Nutzen von Kunden, Aktionären und Mitarbeitern.

Stabile Basis für profitables Wachstum

Wirtschaftliches Umfeld

Starkes Wirtschaftswachstum hält an

Nachdem die Wirtschaft in der Bundesrepublik 2006 mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Höhe von 2,9% eine nicht für möglich gehaltene Dynamik entfaltet hatte, fielen die Vorhersagen für 2007 insbesondere wegen der Mehrwertsteuererhöhung etwas vorsichtiger aus. Zum Beginn des Berichtsjahres hatten die einschlägigen Prognosegeber Steigerungsraten von etwa 1,8% bis 2,3% auf ihrer Rechnung.

Erneut wurden die Annahmen jedoch übertroffen. Deutschlands Wirtschaft erwies sich gegenüber der weltweit um sich greifenden Finanzmarktkrise sowie Euro- und Ölpreis-Höchstständen erstaunlich robust. Nach seiner ersten Berechnung bezifferte Destatis, das Statistische Bundesamt, am 15. Januar 2008 das preis- und kalenderbereinigte BIP-Wachstum auf 2,6%.

Auch im europäischen Vergleich steht Deutschland erneut gut da. Für die Eurozone gibt die EU-Kommission die Entwicklung des BIP für 2007 vorläufig mit 2,6% an (Vorjahr 2,8%). In den USA hat sich das Wachstum abgeschwächt und wird zum Beispiel von der OECD mit 2,2% vorausgesagt nach 2,9% im Jahr 2006. Für die gesamte Welt rechnet die UNO 2007 mit 3,7% nach 3,9% im Jahr zuvor.

Internet immer selbstverständlicher

Zusätzlich und in einem gewissen Grad unabhängig von den makroökonomischen Rahmendaten ist für DCI, deren Produkte sich – z.B. beim Wide Area Infoboard – auf das Internet beziehen, die generelle Akzeptanz dieses Mediums für die eigene Unternehmensentwicklung von Bedeutung. Je selbstverständlicher die Nutzung nämlich wird, desto eher wird der Bedarf von Unternehmenswebsites und Portalen an DCI-Internetprodukten zunehmen. Das Internet-Nutzungsverhalten wird in Deutschland durch verschiedene Untersuchungen erhoben[1]. Die Ergebnisse weichen zwar infolge unterschiedlicher methodischer Vorgehensweisen und Erhebungszeiträume leicht voneinander ab, jedoch dokumentieren sie übereinstimmend eine weiterhin moderate Zunahme um etwa zwei Prozentpunkte jährlich: „Onliner“ machten demnach 2007 zwischen gut 60% und knapp 63% der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren aus. Damit liegen wir in Europa über dem Durchschnitt: Für 2007 hat die European Interactive Advertising Association (EIAA), der europäische Verband der Online-Vermarkter, europaweit einen Anteil von 57% ermittelt.

Besonders wichtig ist auch die Verweildauer der User im Web. Deutsche Internetnutzer gehen an durchschnittlich 5,2 Tagen pro Woche online und verbringen wöchentlich knapp elf Stunden im Internet (Europa: 5,5 Tage und 11,9 Stunden).

Web auch für Business-to-Business-Geschäfte unverzichtbar

Die Lage in der IT-Branche in Deutschland hat sich 2007 weiter verbessert und die Investitionsbereitschaft der Hersteller stimuliert. Die Budgets für Online-Werbung wuchsen erneut stark, und speziell elektronische Medien profitieren von dieser Entwicklung. Die aktuellste verfügbare Prognose des BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) vom September 2007 rechnet für das Berichtsjahr mit Gesamtausgaben für alle Online-Werbeformen von rund € 2,7 Mrd., ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr (ca. € 1,9 Mrd.) um 42%. Bereits von 2005 auf 2006 hatte das Wachstum 85% betragen.

Das Internet spielt nun endlich auch im B2B-Bereich (Business-to-Business) eine immer größere Rolle. Durch den Boom der Preissuchmaschinen bei professionellen Anwendern wird zum Beispiel der direkte Preisvergleich auch in der Industrie immer mehr geduldet und zunehmend sogar von Anbieterseite unterstützt. Die

[1] Vgl. zum Beispiel die periodisch erscheinenden Studien AGOF internet facts (Arbeitsgemeinschaft Online Forschung), ARD/ZDF-Online Studie und (N)onliner Atlas (TNS Infratest/Initiative D21)

Supply-Chain der Industrie vernetzt sich unaufhaltsam, neue Geschäftsprozesse und innovative Internet-Plattformen stoßen auf immer größeres Interesse. War das Wort „eCommerce“ noch vor wenigen Jahren eher negativ behaftet, ist „eBusiness“ nun etabliert. Der Markt tendiert dazu, immer direkter zu werden, und durch immer speziellere technische Anforderungen und Lösungen werden externe Dienstleister wie zum Beispiel DCI immer gefragter.

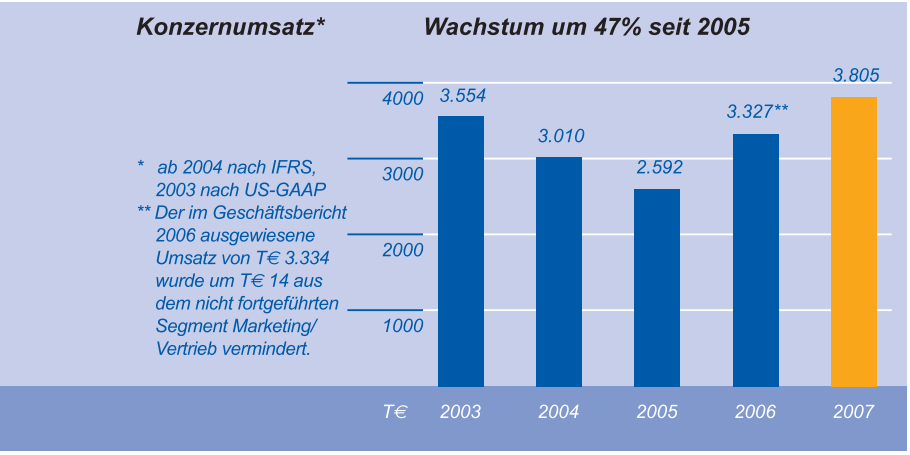
Geschäftsverlauf

Erneut prozentual zweistelliger Umsatzanstieg

Nachdem es uns im Geschäftsjahr 2006 gelungen war, den Abwärtstrend beim Umsatz mit einem 29-prozentigen Zuwachs zu stoppen, zeigt sich 2007, dass dies keine Eintagsfliege war: Mit T€ 3.805 haben wir nochmals um T€ 478 bzw. 14% zulegen können (Vorjahr: T€ 3.327[2]). Wegen der üblichen Saisonalität unseres Geschäfts verteilen sich die Erlöse ungleich über die vier Quartale. 30% des Gesamtumsatzes wurden allein im Schlussvierteljahr erzielt.

Treiber des erneut erfreulichen Wachstums waren innerhalb des Segments Information Providing die beiden Produktgruppen Data Services und Wide Area Infoboard sowie unser zweites Segment eCommerce (Einzelheiten siehe Abschnitt „Segmente“).

[2] *bereinigt um T€ 14 aus dem nicht fortgeführten Segment Marketing/Vertrieb*

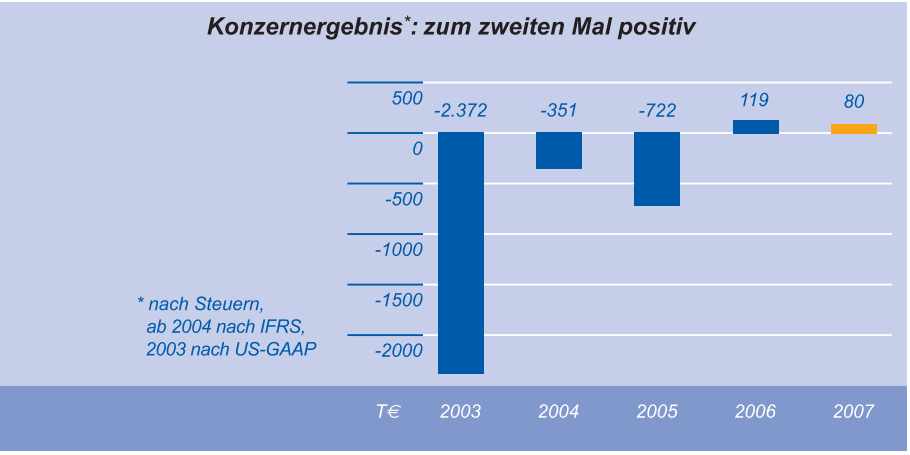


Ertragslage

Auch 2007 leicht positives Konzernergebnis

Parallel zum erhöhten Geschäftsvolumen ist es uns gelungen, die Ergebnissituation zu stabilisieren. 2006 hatten wir nach jahrelangen, teilweise heftigen Verlusten erstmals seit unserem Börsengang im Jahr 2000 die Gewinnschwelle überschritten und ein positives Konzernergebnis von T€ 119 ausgewiesen. Die wichtige Nachricht für 2007 lautet: Das Konzernergebnis ist wiederum positiv. Zwar haben wir entgegen unserer im Geschäftsbericht 2006 geäußerten Erwartung, 2007 „erneut ein stark verbessertes Ergebnis zu zeigen“, mit nur T€ 80 das Vorjahresergebnis leicht unterschritten. Die Tatsache, dass wir uns aber zum zweiten Mal hintereinander im schwarzen Bereich bewegen, belegt, dass wir in eine neue Phase unserer Unternehmensentwicklung eingetreten sind. Der Grund dafür, dass unsere Steigerungsprognose nicht eingetreten ist, liegt in entstandenen Aufwendungen, die erst durch künftige Umsätze kompensiert werden. Im Berichtsjahr sind insbesondere vertriebliche Mehraufwendungen in der Produktgruppe WAI angefallen. So wurden dort der Vertrieb neu strukturiert und Kontakt zu potenziellen Schlüsselkunden aufgenommen mit dem Ziel, diese für das Produkt zu gewinnen und langfristige Vereinbarungen abzuschließen. In diesem Zusammenhang wurde externe Unterstützung eingekauft. Die Aufwendungen werden erst längerfristig zu Erlösen führen.

Im Ausblick dieses Lageberichts legen wir dar, warum wir zuversichtlich sind, die schon für das Berichtsjahr erwartete Gewinnsteigerung nunmehr im Geschäftsjahr 2008 zu erreichen.



Ergebniszahlen	2007 T€	2006 T€	Veränderung absolut	%
Umsatzerlöse	**3.805**	**3.327***	**478**	**14%**
aktivierte Eigenleistungen	74	60	14	23%
Sonstige betriebliche Erträge	295	151	144	95%
Gesamterlöse	**4.174**	**3.538**	**636**	**18%**
Bezogene Leistungen	-411	-458	47	10%
Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-1.720	-1.402	-318	-23%
b) Soziale Abgaben u. Aufwendungen	-376	-330	-46	-14%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.402	-1.116	-286	-26%
Betriebliche Aufwendungen	**-3.909**	**-3.306**	**-603**	**-18%**
EBITDA	**265**	**232**	**33**	**14,2%**
Abschreibungen	-204	-134	-70	-52%
EBIT	**61**	**98**	**-37**	**-38%**
Zinsergebnis	29	18	11	61%
EBT	**90**	**116**	**-26**	**-22%**
Ertragsteuern	-10	-5	-5	-100%
Neutrales Ergebnis	0	8	-8	n.a.
Konzernergebnis	**80**	**119**	**-39**	**-33%**

* Der im letzten Jahr berichtete Umsatz in Höhe von T€ 3.341 wurde um T€ 14 aus dem nicht fortgeführten Segment Marketing/Vertrieb vermindert.

Operatives Ergebnis erneut im Plus

Die aus der Gewinn- und Verlustrechnung abgeleitete Ertragslage stellt sich wie folgt dar:

Die **aktivierten Eigenleistungen** in Höhe von T€ 74 (Vorjahr: T€ 60) setzen sich zusammen aus T€ 15 für das Projekt CORE (Optimierung der Produktdatenerfassung) in unserer rumänischen Tochtergesellschaft sowie T€ 59 als geleistete Anzahlungen für das Projekt Lead-Generierung.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** betragen T€ 295 (Vorjahr: T€ 151) und stammen hauptsächlich aus Erträgen aus Währungsdifferenzen (T€ 32), Erstattung aus Mietnebenkosten (T€ 18), Erträgen aus abgeschriebenen Forderungen (T€ 13) und Versicherungsentschädigungen (T€ 4) sowie mit T€ 104 (Vorjahr: T€ 0) aus der zeitlich befristeten Zusammenarbeit mit der Premiere AG für die Vermarktung des Produkts Premiere FLEX. Weiterhin betragen die Auflösungen aus Rückstellungen T€ 88 (Vorjahr: T€ 53).

Die Verringerung der **bezogenen Leistungen** von T€ 458 auf T€ 411 erklärt sich im Wesentlichen aus gesunkenen Faxübertragungskosten (T€ 9 nach T€ 52), die aus einem Dienstleisterwechsel und geändertem Empfängerverhalten resultieren. Hauptposten sind Ausgaben für Callcenter und Redaktion DCI Informer (T€ 117), Lizenzgebühren für CNET (T€ 87) sowie Internetkosten (T€ 43).

Die verglichen mit dem Umsatzwachstum überproportionale Erhöhung der **Personalkosten** um 21% von T€ 1.732 auf T€ 2.096 beruht zum größten Teil auf den gestiegenen Marktpreisen als Folgewirkung des EU-Beitritts Rumäniens zum 1. Januar 2007. Die durchschnittliche Lohnsteigerungsrate 2007 unserer 52 rumänischen Mitarbeiter, der deutlichen Mehrheit von insgesamt 75 Beschäftigten, beträgt ca. 20%.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** in Höhe von T€ 1.402 (Vorjahr: T€ 1.116; +26%) bestehen zu etwa der Hälfte aus Mietzahlungen und Vertriebsaufwendungen. Ein weiteres Viertel wurde durch Werbe-, Reise- und Fahrzeugkosten verursacht. Der relativ starke Anstieg dieses Sammelpostens ist hauptsächlich auf unsere wesentlich intensivierten Vertriebsanstrengungen zurückzuführen.

Aus der beschriebenen Entwicklung der Einzelpositionen ergibt sich ein auf T€ 265 erhöhtes **EBITDA** (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen), nachdem es 2006 T€ 232 betragen hatte (+14%).

Nach Abzug von T€ 204 (Vorjahr: T€ 134) **Abschreibungen** (vgl. hierzu den Konzern-Anlagespiegel) ergibt sich ein operatives Ergebnis (**EBIT** – Ergebnis vor Zinsen und Steuern) in Höhe von T€ 61 nach T€ 98 im Vorjahr (-38%).

Dem positiv entwickelten **Zinsergebnis** (T€ 29 nach T€ 18) liegt eine geänderte Anlagestrategie mit einer zusätzlichen Anlagebank und verbesserten Zinskonditionen zugrunde. Daraus ergibt sich ein Vorsteuerergebnis (**EBT**) von T€ 90 (Vorjahr: T€ 116; -22%).

Die **Ertragsteuern** (T€ 10; Vorjahr: T€ 5) sind ausschließlich bei unserer Tochtergesellschaft in Rumänien angefallen und basieren auf den lokalen Steuergesetzen.

Im **neutralen Ergebnis** (T€ 0 nach T€ 8) war 2006 das Ergebnis von geschlossenen Segmenten enthalten.

Unter dem Strich errechnet sich ein positives **Konzernergebnis** von T€ 80 nach T€ 119 im Jahr 2006 (-33%).

Segmente

Segment Information Providing mit drei starken Säulen

Das Geschäft von DCI untergliedert sich in die beiden Segmente Information Providing und eCommerce. Hauptumsatzträger ist nach wie vor das Segment Information Providing mit einem Anteil von T€ 3.459 bzw. 91% (Vorjahr: T€ 3.105 bzw. 93%). Gegenüber 2006 hat es um 11% zugelegt. Dieses Segment ist auch im Berichtsjahr der entscheidende Ergebnisträger des Konzerns. Das Segmentergebnis vor Steuern beträgt T€ 141 nach T€ 164 im Vorjahr. Es konnte mit der Umsatzentwicklung wegen gestiegener Personal- und Vertriebskosten nicht mithalten (vgl. Lagebericht, Abschnitt „Ertragslage“).

In diesem Segment bündeln wir die Distribution von Werbeaussendungen per E-Mail im Kundenauftrag (Produktgruppe Medien), die elektronische Erfassung und Pflege von Produktdaten (Produktgruppe Data Services) sowie unsere innovative, patentierte WAI-Technologie, welche es ermöglicht, auf ausgewählten Zielwebseiten automatisiert per E-Mail Informationen zu bestimmten Themengebieten darzustellen und zu vernetzen (Produktgruppe Wide Area Infoboard). Die drei Produktgruppen haben sich unterschiedlich entwickelt.

Produktgruppe Medien stabil auf hohem Niveau

Die mit Abstand größte Produktgruppe Medien hat ihr Vorjahresvolumen von T€ 2.528 knapp halten können (T€ 2.486; -1,7%). Mit diesem Produktbereich bedienen wir nahezu alle bedeutenden Unternehmen der ITK-Branche (Informations- und Telekommunikationsindustrie). Diese waren zu Beginn des Berichtszeitraums weiterhin mit einem schwer motivierbaren Markt konfrontiert. Gleichwohl konnten wir aufgrund in den

Vorjahren durchgeführter Maßnahmen zur Kundenbindung die Umsätze weitgehend stabil halten. Um dieses Niveau nicht nur sichern, sondern ausbauen zu können, sind erneute Produktinnovationen bereits in Planung und Vorbereitung.

Produktgruppe Data Services profitiert von Partnerschaft mit Weltmarktführer

Die Produktgruppe Data Services erfreut sich dagegen einer 40-prozentigen Steigerung auf T€ 687 (Vorjahr: T€ 490). Die Leistungserstellung in diesem Bereich erfolgt durch unsere Produktionsgesellschaft DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L. in Brasov. Zum einen unterhalten wir hier eine umfangreiche Produktdatenbank der Branchen IT und Telekommunikation und beliefern daraus zahlreiche Kunden. Zum anderen realisieren die Mitarbeiter der Gesellschaft Projekte, die im weitesten Sinne mit Datenbearbeitung zu tun haben. Im Einzelnen geht es um Produktdatenerfassung (z.B. bei einer Umstellung auf elektronische Kataloge), Produktklassifizierung (Erarbeitung der optimalen Produktstruktur für Web-Portale und -Shops, z.B. in den Klassifikationsschemata UNSPSC und eCl@ss), grafische Bearbeitung von Bilddaten und eine Vielzahl weiterer individuell auf Kundenwünsche abgestimmte Dienstleistungen. Der Trend zur Auslagerung des Datenmanagements auf externe, spezialisierte Dienstleister hält unvermindert an und beschert uns seit Jahren eine stabile Entwicklung. Durch unsere Anfang 2006 eingegangene Partnerschaft mit der amerikanischen Gesellschaft CNET Channel, San Francisco, der weltweit führenden unabhängigen Datenbezugsquelle für Technologieprodukte, haben wir in diesem Bereich erhebliche neue Möglichkeiten geschaffen. Die aufwändige Integration des CNET-Datenbestands wurde inzwischen abgeschlossen, so dass wir uns in der Berichtsperiode verstärkt auf den Vertrieb unserer gemeinsamen Datenbestände konzentrieren konnten.

Junge Produktgruppe Wide Area Infoboard von strategischer Bedeutung

Besonders positiv zu werten und für unser Unternehmen von strategischer Bedeutung ist die ausgezeichnete Marktresonanz auf unser jüngstes Produkt, das Wide Area Infoboard. Auf noch niedrigem absoluten Niveau hat es seinen Umsatz von T€ 87 auf T€ 286 mehr als verdreifacht und die Viertelmillionen-Schwelle überschritten. Mit der von uns entwickelten und patentierten WAI-Technologie verfügen wir über eine neuartige Plattform zur zielgruppenspezifischen Verbreitung von Werbe- und Informations-E-Mails. Die von einem Anbieter extrem bedienungsfreundlich per einfachem E-Mail versendeten Inhalte können selektiv über eine Vielzahl von Portalservern dargestellt werden.

Den Nutzern der Technologie eröffnet sich dabei eine neuartige Alternative zu bisherigen Online-Werbekonzepten wie zum Beispiel E-Mail-Direktmarketing oder üblicher Internetwerbung. Der Clou: Eine erheblich größere Reichweite in den gewünschten Zielgruppen und eine bisher nicht gekannte Aktualität lassen sich mit wesentlich vermindertem Aufwand erzielen. Der Werbeeffekt von einfach zu erstellenden Werbe- bzw. Informations-E-Mails wird um ein Vielfaches multipliziert. So erschließt sich ein neuer zielgruppenspezifischer Absatzmarkt für Newsletter und andere Informationsmedien, bei dem die bekannten Probleme des E-Mail-Marketings ausgeschlossen sind. Gleichzeitig dient das WAI der themenspezifischen Informationsanreicherung und -aufwertung von Internetportalen. Dieses Produkt birgt großes Potenzial, ist jedoch erklärungsbedürftig und hat daher – wie viele Innovationen – eine längere Markteinführungsphase.

Segment eCommerce wächst um die Hälfte

Erfreulich auch der Fortschritt bei unserem zweiten Segment eCommerce, das durch

unsere 51%-Beteiligung ITscope GmbH in Karlsruhe repräsentiert wird: Es hat ein Umsatzplus von 56% auf T€ 346 verbuchen können (Vorjahr: T€ 222). Im Kontrast zur starken Erlössteigerung steht die Ergebnisentwicklung: Das leichte Minus beim Segmentergebnis vor Steuern des Vorjahres (T€ -16) hat sich etwas erhöht auf T€ -25. Der Grund hierfür liegt im Wesentlichen an der zeitanteiligen Abschreibung der aus dem Erwerb der ITscope GmbH im Vorjahr resultierenden Aktivierung der Software MarketViewer.

Ziel unserer Beteiligungsgesellschaft ist die Optimierung der Geschäftsprozesse im Business-to-Business-Handel der Informations- und Telekommunikationsindustrie. Mit dem Produkt MarketViewer wird für Einkäufer erstmals ein umfassender Marktüberblick ermöglicht, der das Lieferangebot, die Konditionen und das Profil von über 140 Distributoren umfasst. Gleichzeitig eröffnet ITscope Anbietern neue Absatzwege und Werbemöglichkeiten. Hierzu entwickelt unsere Tochtergesellschaft neue Technologien, die die Aufbereitung unstrukturierter Daten, die Vereinheitlichung von eCommerce-Schnittstellen und den benutzerfreundlichen Zugriff auf große Datensammlungen ermöglichen.

In diesem Segment betreiben wir ebenso eine umfassende Online-Datenbank für ITK-Produkte, das DCI WebTradeCenter.

Das frühere dritte Segment Marketing/Vertrieb wurde schon 2006 eingestellt und hat in der Berichtsperiode keinen Umsatz mehr erwirtschaftet.

Umsatz nach Segmenten	*2007 T€*	*2006 T€*	*Veränderung absolut*	*%*
Segment Information Providing				
Medien	*2.486*	*2.528*	*-42*	*-1,7%*
Data Services	*687*	*490*	*197*	*40,2%*
Wide Area Infoboard	*286*	*87*	*199*	*228,7%*
Segment gesamt	***3.459***	***3.105***	***354***	***11,4%***
Segment eCommerce				
WebTradeCenter/MarketViewer	*346*	*222*	*124*	*55,9%*
Segment Marketing/Vertrieb				
Trade Manager	*0*	*14*	*-14*	*n.a.*
Umsatz gesamt	***3.805***	***3.341***	***464***	***13,9%***

Vermögenslage

Eigenkapitalquote 60%

Die Bilanzsumme des DCI-Konzerns hat sich um 11% bzw. T€ 299 auf T€ 2.944 (Vorjahr: T€ 2.645) erhöht. Die Zunahme liegt vor allem an einem um T€ 233 höheren Bestand an liquiden Mitteln auf der Aktivseite (T€ 1.811 nach T€ 1.578; +15%). Sie entsprechen nahezu 62% der Bilanzsumme nach knapp 60% im Jahr 2006.

Der Anteil des langfristigen Vermögens an der Bilanzsumme hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht von 22% auf gut 20% verringert, obwohl es sich absolut um T€ 24 auf T€ 603 erhöht hat (Vorjahr: T€ 579). Die aktiven latenten Steuern sind auf € 0 zurückgegangen (Vorjahr: T€ 2).

Das kurzfristig gebundene Vermögen von insgesamt T€ 530 (ohne liquide Mittel; Vorjahr: T€ 488) macht unverändert 18% der Bilanzsumme aus und setzt sich aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von T€ 448 (Vorjahr: T€ 413), sonstigen Vermögenswerten von T€ 49 (Vorjahr: T€ 60) und einem aktiven Rechnungsabgrenzungsposten von T€ 33 (Vorjahr: T€ 15) zusammen.

Die Eigenkapitalquote ist zwar infolge der höheren Bilanzsumme trotz des im Berichtsjahr 2007 erwirtschafteten Gewinns leicht von

65% auf 60% gesunken, sie repräsentiert jedoch unverändert eine komfortable Eigenkapitalsituation (T€ 1.783 nach T€ 1.712).

Langfristige Schulden existieren lediglich in Form von geringfügigen Leasingverbindlichkeiten in Höhe von T€ 43 (Vorjahr: T€ 49).

Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen haben sich kaum verändert und belaufen sich auf T€ 430 nach T€ 453 im Vorjahr. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben sich stichtagsbezogen von T€ 107 auf T€ 256 erhöht. Dies liegt vor allem an der zeitlich befristeten Zusammenarbeit mit der Premiere AG in der Vermarktung des Produktes Premiere FLEX.

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten einschließlich Steuerverbindlichkeiten und passiven Rechnungsabgrenzungsposten sind von T€ 307 auf T€ 404 angestiegen, in erster Linie weil sich die bereits fakturierten, aber noch nicht realisierten Umsätze von T€ 187 auf T€ 260 erhöht haben.

Finanzlage

Konzern-Cashflow mehr als verdreifacht

Im Geschäftsjahr 2007 konnte ein Mittelzufluss im operativen Bereich von T€ 455 (Vorjahr: T€ 252) erzielt werden. Grund für diese Verbesserung war vor allem der Umsatzanstieg. Den in der ersten Jahreshälfte noch negativen Cashflow haben wir im zweiten Halbjahr mehr als ausgeglichen und in einen positiven Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit verbessert.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ist mit T€ 227 exakt so hoch wie im Vorjahr. Das Investitionsvolumen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen (T€ 230 nach T€ 357) beinhaltet den Zugang aus den selbst erstellten Software-Tools im Zusammenhang mit dem Kooperationsvertrag mit CNET.

Im Geschäftsjahr wurden keine Kapitalerhöhungen oder sonstige Finanzierungsmaßnahmen vorgenommen. Daher resultiert der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit (T€ 5 nach T€ 44) lediglich aus Leasingverträgen.

Insgesamt hat sich der Mittelzufluss (Konzern-Cashflow) des Vorjahres in Höhe von T€ 69 um T€ 164 auf T€ 233 mehr als verdreifacht. Dies liegt auch an der zeitlich befristeten Zusammenarbeit mit der Premiere AG in der Vermarktung des Produktes Premiere FLEX.

Investitionen

Optimierung der Produktdatenerfassung abgeschlossen

Im Geschäftsjahr 2007 haben wir insgesamt T€ 230 investiert (Vorjahr: T€ 357). Davon betreffen allein T€ 75 die Abschlussarbeiten am Projekt CORE in unserer Tochtergesellschaft in Rumänien zur Optimierung der Produktdatenerfassung für beide Segmente. Weiterhin wurden Ersatzinvestitionen in Hardware (T€ 30) sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattung (T€ 15) getätigt.

Forschung und Entwicklung

Patentierte Kompetenz

Als Internetunternehmen unterliegen wir generell einem sehr hohen Innovationstempo, mit dem wir ständig Schritt halten müssen. Darin liegt eine unserer Stärken. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sind sicher nur ein quantitativer Indikator, der qualitative Aspekte wie Kreativität, IT-Kompetenz und Schnelligkeit nicht zum Ausdruck bringen kann.
Im Geschäftsjahr 2007 betrugen die aktivierten F&E-Aufwendungen T€ 143 (Vorjahr: T€ 230; -38%).

Durch die Entwicklung neuer Produktionstools, unter anderem im Zusammenhang mit den Projekten CORE und Lead-Generierung, sowie die Erweiterung der vorhandenen Software konnten die IT-gestützten Prozesse weiter verbessert werden. Im Ergebnis führte dies zur Steigerung der Produktivität. Das Projekt der Integration der CNET-Daten in die DCI-eigenen Tools wurde abgeschlossen. Dabei haben wir Software zur Integration selbst erstellt und Prozesse neu definiert. Der Aufwand in der Berichtsperiode beträgt hierfür T€ 15.

Außerdem haben wir die permanente Weiterentwicklung des vielversprechenden Wide Area Infoboards fortgesetzt, unter anderem mit einem Ergänzungstool zur Lead-Generierung (Gewinnung von Interessentenkontakten), das wir für einzigartig halten und deshalb zur Patentierung angemeldet haben. Hierfür sind 2007 circa T€ 60 angefallen und als Entwicklungskosten aktiviert worden. Im Produktbereich Medien haben wir auf Kundenwünsche reagiert und zudem unser Angebot technologisch auf den neuesten Stand gebracht.

Mitarbeiter

Umsatz und Personalaufwand pro Kopf gestiegen

Infolge einer Neuorganisation verschiedener Aufgabenbereiche haben sich innerhalb des Konzerns kleinere Verschiebungen bei der Anzahl der Mitarbeiter ergeben. Unter dem Strich ist die Beschäftigtenzahl zum Jahresende (Festangestellte, Vollzeitäquivalente) mit 75 nahezu unverändert geblieben (Vorjahr: 74). Dieselben Zahlen geben auch die im Jahresverlauf durchschnittliche Beschäftigung wieder. Dank dieser Tatsache hat der Pro-Kopf-Umsatz von T€ 45,1 um gut 12% auf T€ 50,7 zugenommen. Infolge insbesondere der starken Lohnsteigerungen in Rumänien (vgl. Lagebericht, Abschnitt „Ertragslage“) hat der Pro-Kopf-Personalaufwand mit etwas über 19% überproportional zugenommen (T€ 28,0 nach T€ 23,4).

*Mitarbeiter**	*31.12.2007*	*31.12.2006*
DCI AG, Starnberg	*17*	*16*
ITscope GmbH, Karlsruhe	*6*	*3*
DCI Romania S.R.L., Brasov	*52*	*55*
Gesamt	***75***	***74***

* Festangestellte, vollzeitäquivalent

Die DCI AG verfügt über ein Aktienoptionsprogramm, um Mitarbeiter am Erfolg der Gesellschaft teilhaben zu lassen. Ende 2007 haben 19 Mitarbeiter daran teilgenommen, die über insgesamt 118.500 ausstehende Optionen (Vorjahr: 155.000 Stück) verfügten. Im Berichtsjahr wurden keine neuen Optionsrechte ausgegeben.

Da mehr als zwei Drittel (52) unserer 75 Mitarbeiter in unserer rumänischen Tochtergesellschaft angesiedelt sind, haben sie für DCI eine besondere Bedeutung. In Brasov arbeitet ein junges Team (Altersdurchschnitt unter 30 Jahre, mit einem ausgeglichenen Verhältnis von Frauen und Männern) mit einem auffällig hohen Anteil (etwa 60%) von Hochschulabsolventen. Viele von ihnen kommen von der Informatik-Fakultät der dortigen Universität und sind bei uns vorzugsweise in der Datenerfassung oder in der Softwareentwicklung tätig. Aber es sind auch zahlreiche Akademiker anderer Ausbildungsrichtungen vertreten. Als deutschstämmiges Unternehmen, das sich in einem zukunftsgerichteten Markt bewegt, sind wir für viele attraktiv – als Einstieg in die Berufskarriere und ebenso als langjähriger anspruchsvoller Arbeitgeber.

Zur Verbesserung der Zusammenarbeit und zur Förderung des Verständnisses für das Gesamtunternehmen pflegen wir den Aus-

tausch durch gegenseitige Vor-Ort-Besuche. Zunehmend bieten wir auch interessante Weiterbildungsmöglichkeiten an, um einerseits die Motivation zu fördern und andererseits unsere Kompetenzen auf dem Stand der Zeit zu halten.

Der wirtschaftliche Turnaround 2006 und die positive Umsatzentwicklung im Berichtsjahr haben unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel abverlangt. Sie sind ein wesentlicher Faktor für die positive Entwicklung. Der Vorstand bedankt sich herzlich für die erwiesene Loyalität und das große Engagement.

Nachtragsbericht

Keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse

Nach dem Bilanzstichtag bis zum Redaktionsschluss dieses Lageberichts am 1. Februar 2008 sind keine Ereignisse eingetreten, die für das Unternehmen von wesentlicher Bedeutung sind und somit berichtspflichtig wären.

Chancen- und Risikobericht

Funktionierendes Risikomanagementsystem

Das DCI-Risikomanagementsystem ist in einem Handbuch dokumentiert. Es umfasst alle wesentlichen Bereiche der Unternehmenssteuerung, Personalführung und -überwachung. Ziele des Systems sind die Kontrolle, Steuerung und Planung aller Bestandsgrößen und Änderungen der Finanzmittel, die Sicherung der wesentlichen Produktionsmittel (Software, Know-how), die Verhinderung betrügerischer Eingriffe in Vermögenswerte und die Verhinderung von Kursmanipulationen und andere Schädigungen des Unternehmens, seiner Aktionäre und des Publikums durch unzulässiges Insiderhandeln.

Das Finanzplanungssystem umfasst alle wesentlichen Bestands- und Entwicklungsgrößen des Unternehmens. Es integriert Planungen für Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie den Cashflow. Diese werden jeweils monatlich mit den Ist-Werten verglichen, analysiert und fortgeschrieben. Auf dieser Grundlage sind die Entwicklung des Unternehmenserfolgs, des Eigenkapitals und der Finanzmittel für einen Zeitraum von zwei Geschäftsjahren planbar und jederzeit überprüfbar. Das System hat sich seit nunmehr fünf Jahren als sehr zuverlässig erwiesen.

Marktrisiken

Die DCI AG ist in einem hoch innovativen und schnelllebigen Markt tätig. Der Wettbewerbsdruck ist nach wie vor groß, die Lebenszyklen der IT-Branchenprodukte sind kurz. Im Einzelnen sehen wir folgende Marktrisiken:

Segment Information Providing: Das Segment unterteilt sich in drei Produktgruppen: In der Produktgruppe Medien liegt das Haupt-Marktrisiko in der Verschärfung des Selektionsverhaltens der Werbeadressaten. Ursache ist die immer noch nicht abnehmende Spam-Flut. Nach Verschärfung des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb sind sich Adressaten heute mehr denn je bewusst, dass ihnen Push-Werbung nur mit ihrem vorherigen Einverständnis zugesandt werden darf. Um dies sicherzustellen, werden durchweg leistungsfähige Spam-Filter installiert. Diese eliminieren nicht selten sogar den Zugang von E-Mails, mit denen der Empfänger sich einverstanden erklärt hatte. Ein weiteres Risiko sind Wettbewerbsdruck und Branchenkonzentration.

Wir begegnen diesen Risiken durch verstärkte permanente Qualifizierung unserer Adressenbestände. Diese wird durch ein externes Callcenter durchgeführt.

Ebenso ist die Anzahl der täglich versendeten E-Mails stark gestiegen. Darunter leidet die Aufmerksamkeit der Empfänger, was wiederum die Resonanz für die Werbetreibenden verringert. Zusätzlich werden die Verteiler durch die starke Penetration reduziert.

Als strategische Gegenmaßnahme haben wir zwei weitere neue Verbund-E-Mails eingeführt und konnten dem negativen Trend entgegenwirken. Es handelt sich hierbei um eine neuartige Bündelungsform aller E-Mails eines Tages bzw. einer Woche. Der Empfänger kann sich hiermit einen umfassenden Marktüberblick verschaffen, ohne massenweise E-Mails zu erhalten. Die Technik hinter diesen Verbund-E-Mails wurde auf der Basis unseres WAI aufgesetzt. Ferner wird das wöchentliche E-Mail durch redaktionellen Inhalt von renommierten ITK-Fachverlagen aufgewertet, um die Akzeptanz zusätzlich zu erhöhen.

Durch das WAI werden unsere Medien optional zusätzlich in den Newslettern und den Portalen der Fachzeitschriften „IT-Business“ und „ChannelPartner“ an deren Leser kommuniziert. Dies erhöht nochmals die Aufmerksamkeit bzw. Reichweite.

Insgesamt sehen wir uns gegenüber Marktrisiken in der Produktgruppe Medien gut gerüstet. Wir haben unsere Marktanalyse fortgesetzt, um herauszufinden, welche Hersteller in welchen Medien (insbesondere Printmedien) werben. Das Ergebnis dieser Recherche hat gezeigt, dass der Markt noch ein umfangreiches Kundenpotenzial bietet. Die Schaltung von Anzeigen in Printmedien bietet dem Werbenden allerdings keine Möglichkeit, den Erfolg dieser Anzeigen zu messen. An diesem Punkt können wir mit unseren Medien ansetzen, denn diese bieten die Möglichkeit, den Erfolg einer Schaltung genau zu erfassen. Wir werden unseren Vertrieb ausweiten, um diesen Markt verstärkt angehen zu können.

In der Produktgruppe Data Services sind wir nach eigenen Recherchen aufgrund unseres kostengünstigen Produktionsstandorts Rumänien Kostenführer. Von daher besitzen wir eine etablierte Marktposition. Die Umsatzentwicklung bestätigt dies. Da die Nachfrage nach Produktion und Pflege elektronischer Daten unserer Einschätzung nach wachsen wird und einmal gewonnene Kunden mit großer Wahrscheinlichkeit ihre Datenpflege eher in bewährten Händen lassen, als damit zu Wettbewerbern zu gehen, sehen wir in diesem Geschäftsfeld keine signifikanten Risiken, sondern im Gegenteil ein Chancenpotenzial.

Zusätzlich bietet uns die Anfang 2006 vereinbarte Kooperation mit CNET die Möglichkeit, unsere bestehende Datenbasis zu veredeln sowie weiteren Content zu nutzen. Darin sehen wir eine erhebliche Chance, vorhandene Kundenbeziehungen auszubauen und neue Kunden zu gewinnen.

Mit der Produktgruppe Wide Area Infoboard (WAI) wurde ein neues Instrument entwickelt, welches den zu beobachtenden Problemen und Restriktionen im E-Mail-Werbemarkt Rechnung trägt. Die patentierte Technologie erlaubt es E-Mail-Versendern, ihre Botschaften (Angebote, Werbung etc.) direkt auf zielgruppengerecht ausgesuchten Webportalen zum Abruf bereitzustellen (Pull-Marketing). Die Versender gelangen so auf eine sehr kostengünstige Weise an neue Kontakte aus ihrer Zielgruppe, ohne die E-Mail-Postfächer der Adressaten zu füllen und daher auch ohne das Risiko, an Spam-Filtern zu scheitern. Zugleich erhalten die Webportale Zugang zu Informationsströmen, die bislang außerhalb ihrer Reichweite verliefen, nämlich via E-Mail.

Die neue Lösung hat ihre technische Machbarkeit bereits bewiesen und im Markt positive Reaktionen hervorgerufen. Das WAI-

Geschäftsmodell basiert auf einer Lizenzgebühr, entweder erfolgsabhängigen Einstellgebühren oder Klickraten der eingestellten Informationen (z.B. Newsletter von Herstellern), woran Portalbetreiber partizipieren. Das WAI liefert die Reichweite über Fremdportale, die entweder direkt mit der DCI AG eine Vereinbarung getroffen haben oder über Partner, die bereits über ein Netzwerk verfügen.

Es zeigt sich insgesamt, dass sich der Trend vom Push- zum Pull-Marketing dreht. Kunden bevorzugen hierbei Vergütungsmodelle auf Erfolgsbasis und gehen davon ab, in Vorleistung zu treten, um „Hoffnungswerte“ einzukaufen. Es ist aus unserer Sicht nur eine Frage der Zeit, bis das WAI im Markt etabliert sein und zu einem erheblichen Umsatzanstieg beitragen wird.

Segment eCommerce: Das eCommerce-Segment wurde Ende 2006 durch die von DCI mehrheitlich übernommene ITscope GmbH wiederbelebt. Wir sehen hier neues Potenzial und sind durch unsere langjährige Erfahrung im B2B-eCommerce in einer guten Position, dieses Geschäft wieder voranzutreiben. Wenn die Prognosen von deutlich steigenden, marktbezogenen Investitionen zutreffen, wird davon auch unser Segment eCommerce profitieren.

Rechtsrisiken

Nach derzeitiger Informationslage sind keine Rechtsrisiken bekannt.

Planungsrisiken

Grundlegende Prämisse unserer Unternehmens- und Finanzplanung ist, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bzw. eine positive Konjunkturentwicklung die Vermarktung unserer Produkte und Dienstleistungen zunehmend fördern. Die Planung für 2008 und 2009 beruht auf Erfahrungswerten mit dem bestehenden Vertriebsstamm und einer Hochrechnung (auf niedrigem Niveau) mit einer geringfügig vergrößerten Mitarbeiterzahl im Vertrieb.

Sollte es zu nachhaltig ungünstigen und erheblichen Planabweichungen kommen, könnte sich dies für unser Unternehmen existenzbedrohend auswirken. Wir gehen jedoch nicht davon aus.

Preisänderungs-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken

Wir gehen davon aus, dass wir Preisänderungsrisiken, etwa durch verschärften Wettbewerb, durch Qualitätssteigerung und Detailinnovationen am jeweiligen Produkt begegnen können.

Ausfallrisiken bei Forderungen werden durch Wertberichtigungen auf den Forderungsbestand abgedeckt. Daneben betreiben wir ein permanentes Forderungsmanagement nach Maßgabe bewährter Standards.

Hinsichtlich der Anlage unserer liquiden Mittel besteht kein Ausfallrisiko. Diese sind bei zwei deutschen Großbanken als Termingeldanlagen fest verzinst.

Zins- und Kursänderungsrisiken

Aufgrund der untergeordneten Bedeutung verzinslicher Vermögenswerte und Schulden kann das Zinsänderungsrisiko vernachlässigt werden. Ein Kursänderungsrisiko gibt es nicht. Die Bilanz enthält zum Stichtag bzw. zum Vorjahresstichtag keine Fremdwährungspositionen.

Liquiditätsrisiken

Ein grundsätzliches Liquiditätsrisiko bestand in den Geschäftsjahren bis 2005 im Rückgang der flüssigen Mittel. Es ist uns jedoch gelungen, durch die Steigerung der Umsätze den Cashburn zu stoppen. Wir gehen davon aus, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben, und 2008 an die Erfolge von 2006

und 2007 anknüpfen zu können. Im Übrigen betreiben wir weiterhin ein aktives Liquiditätsmanagement auf Basis einer detaillierten Unternehmens- und Finanzplanung. Diese hat sich jetzt über fünf Jahre lang als zuverlässig und aussagekräftig für Prognosen erwiesen.

Potenzielle Übernahmehindernisse

Beteiligungen von über 10%

Einen Anteil von über 10% des stimmberechtigten Kapitals hält folgender Aktionär:

- Michael Mohr, Berg

Vorstandsbefugnisse hinsichtlich Aktienausgabe und -rückkauf

In der Hauptversammlung vom 13. Juli 2007 wurden keine Beschlüsse zum Eigenkapital gefasst. Im Vorjahr wurde ein Aktienoptionsprogramm mit folgenden Eckpunkten beschlossen: Der Vorstand, bzw. soweit die Mitglieder des Vorstands betroffen sind der Aufsichtsrat, sind bis zum 31. Dezember 2011 ermächtigt, Aktienoptionen an Mitarbeiter (504.000 Stück zum Nennwert von € 504.000,00), Mitglieder der Geschäftsführung (84.000 Stück zum Nennwert von € 84.000,00) und Mitglieder des Vorstandes (252.000 Stück zum Nennwert von € 252.000,00) zu gewähren (Bedingtes Kapital 2006/I). Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erreichung von Erfolgszielen (20% Kurssteigerung der Aktie pro Jahr) und den Ablauf einer Wartefrist gebunden. Die Aktienoptionen haben einen Mindestausgabebetrag je Aktie von € 1,00.

Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 13. Juli 2004 (Eintragung im Handelsregister am 27. Juli 2004) ist der Vorstand bis zum 30. Juni 2009 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautenden Stammaktien gegen Bareinlage oder auch gegen Sacheinlagen einmalig oder mehrmalig zu erhöhen, insgesamt jedoch höchstens um einen Nennbetrag von T€ 4.200. durch Ausgabe von Stück 4.200.000 Aktien (genehmigtes Kapital 2004/I). Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, jeweils mit Zustimmung des Aufsichtsrats, über den Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre zu entscheiden.

Am 13. Juli 2004 hat die Hauptversammlung der Gesellschaft beschlossen, ein bedingtes Kapital 2004/I in Höhe von T€ 2.000 zu schaffen (Eintragung im Handelsregister am 27. Juli 2004). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen, die von der Gesellschaft begeben werden.

Der Vorstand wird ermächtigt, bis zum 30. Juni 2009 einmalig oder mehrmalig auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von T€ 2.000 mit einer Laufzeit von längstens 20 Jahren zu begeben und den Inhabern oder Gläubigern von Schuldverschreibungen Options- oder Wandlungsrechte auf neue Aktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von bis zu T€ 2.000 zu gewähren. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Der Options- oder Wandlungspreis beträgt 90% des durchschnittlichen Börsenkurses der Aktien der Gesellschaft in der Xetra-Schlussauktion an der Frankfurter Wertpapierbörse während der zehn Börsentage vor dem Tag der Beschlussfassung durch den Vorstand, mindestens aber € 1,00.

Es bestehen keine Aktien-Rückkaufbefugnisse für die Gesellschaft.

Beschränkungen bezüglich der Übertragung von Aktien

Es bestehen keine Beschränkungen zur Übertragung von Aktien.

Zusammensetzung des Gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 8.464.592 auf den Inhaber lautende Stückaktien zu einem Nennwert von je € 1,00. Das Grundkapital beträgt unverändert zum Vorjahr € 8.464.592,00 und ist voll einbezahlt.

Ernennung und Abberufung des Vorstands

Nach deutschem Gesetz bestellt und entlässt der Aufsichtsrat die Mitglieder des Vorstands. Zusätzliche Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung des Vorstands sind in der Satzung der DCI AG nicht getroffen.

Satzungsänderungen

Nach deutschem Recht müssen Satzungsänderungen grundsätzlich von der Hauptversammlung beschlossen werden. Abweichende Vereinbarungen wurden nicht getroffen.

Vergütungsbericht

Vergütungssysteme für Vorstand und Aufsichtsrat

Ausführliche Darstellungen (Prinzipien und Zahlenangaben) der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung sind in unserem Corporate-Governance-Bericht enthalten, der auf der Website www.dci.de veröffentlicht und außerdem ein Teil dieses Geschäftsberichts ist.

Prognosebericht

Verlangsamtes Wirtschaftswachstum

Nachdem sich die deutsche Wirtschaft 2007 trotz nachteiliger Einflussfaktoren wie Mehrwertsteuererhöhung, Eurostärke, Ölpreisrekorde und Finanzmarktkrise erstaunlich robust gezeigt hat, wurden unter Ökonomen bereits gegen Jahresende Zweifel an einer reibungslosen Fortsetzung dieses Zustands laut. Nach den drastischen Kurseinbrüchen an den weltweiten Aktienbörsen im Januar 2008 stimmen die einschlägigen Prognosegeber darin überein, dass sich die derzeit nicht beherrschbaren Probleme im Geldsektor auch auf die Realwirtschaft auswirken werden.

Der Ausgangspunkt eines Abschwungs wird nach einhelliger Meinung von den USA ausgehen, für die die BIP-Prognosen schon vor den jüngsten Börsenturbulenzen nur noch zwischen 1,7% und 2,1% lauteten. In der näheren Zukunft dürften sie eher weiter zurückgenommen werden. Auswirkungen auch in den europäischen und asiatischen Volkswirtschaften gelten inzwischen als sehr wahrscheinlich.

Für die weltweite Wirtschaft gingen die Vereinten Nationen zu Jahresbeginn von einem leichten Wachstumsrückgang auf 3,4% aus. Dagegen erwartete Jean-Claude Trichet, Präsident der europäischen Zentralbank, Ende Januar auch angesichts der Börseneinbrüche ein robustes Wachstum im Euro-Raum von etwa 2%. Für Deutschland hat die Bundesregierung in ihrem Jahreswirtschaftsbericht vom 23. Januar 2008 dagegen ihre Einschätzung von zuletzt 2,0% auf 1,7% gesenkt. Damit bewegt sie sich im Mittelfeld der Schätzungen der meisten Banken und Forschungsinstitute, bei denen die Spanne von 1,5% bis gut 2% reicht.

Online-Werbung wird weiter wachsen

Die Unsicherheiten bezüglich der Wirtschaftsentwicklung werden voraussichtlich auch auf den Werbemarkt ausstrahlen, seine Entwicklung ist derzeit schwer kalkulierbar. Für DCI ist jedoch weniger die allgemeine

Werbeentwicklung relevant als speziell der weitere Fortgang von Internetnutzung und Online-Werbung. Beide sind von einer positiven strukturellen Sonderentwicklung getrieben und nicht von kurzfristigen Konjunktureinflüssen beeinflusst. Noch immer besteht eine Lücke zwischen Mediennutzung einerseits und dem Anteil an den Werbegesamtausgaben andererseits. Allerdings ist sie bereits kleiner geworden, weshalb wir zwar weiteres Wachstum der Online-Werbung erwarten, aber mit langsam abnehmenden Steigerungsraten. 2008 sollten sie aber immer noch prozentual deutlich zweistellig sein – konkrete Prognosen der einschlägigen Verbände liegen Anfang Februar noch nicht vor.

Umsatzsteigerung und Ergebnisverbesserung erwartet

Wenn wir vor dem Hintergrund dieser Rahmenbedingungen relativ optimistisch ins Geschäftsjahr 2008 blicken, liegt das zum einen an unseren gefestigten Beziehungen zu unseren Geschäftspartnern, die durch erstklassige Produktqualität und hohe Kundenzufriedenheit gestützt sind. Zum anderen pflegen wir seit längerem intensive Akquisitionskontakte – teilweise zu großen, namhaften Unternehmen – aus denen wir den einen oder anderen bedeutenden Neukunden und entsprechendes Wachstum erwarten.

Im Segment Information Providing bewegt sich unsere größte Produktgruppe Medien in einer Nische, in der die Marktsättigung schon vorangeschritten ist. Wir setzen alles daran, das bisherige Erlösniveau zu halten, gehen hier jedoch nicht von substanziellen Zugewinnen aus. Anders bei der Produktgruppe Data Services: Nachdem wir hier keinen nennenswerten Kundenverlust zu verzeichnen und mehrere sehr zufriedene Abnehmer Auftragserweiterungen angekündigt haben, sollten wir den erfreulichen Wachstumskurs mit zweistelliger Steigerungsrate fortsetzen können. Hohes Wachstum erwarten wir für unsere zunehmend an Bedeutung gewinnende Produktgruppe Wide Area Infoboard. Hier befinden wir uns noch immer erst am Anfang einer länger dauernden Markterschließung und stehen voraussichtlich vor wichtigen Abschlüssen. Prozentual deutlich zweistellige Erlöszunahmen halten wir auch für unser zweites Segment eCommerce mit seinem ausgezeichneten Produkt MarketViewer für wahrscheinlich.

Alles in allem sind wir zuversichtlich, erneut einen zweistelligen Umsatzzuwachs zu erreichen. Neben großer Kostendisziplin sollte er dazu beitragen, beim operativen Ergebnis (EBIT) wieder die Gewinnschwelle zu überschreiten und eine klar zweistellige Verbesserung beim Konzernergebnis zu erzielen.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Berichterstattung zum Geschäftsjahr der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im Geschäftsjahr 2008 beschrieben sind.

Starnberg, 1. Februar 2008

Michael Mohr
Vorstand (CEO)

DCI-Börsennotierung im Überblick

- Börsengang an den Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse am 13. März 2000. Die Emission (2.240.000 Aktien zuzüglich 300.000 ausgeübter Greenshoe; insgesamt ca. 89% Kapitalerhöhung) war 45-fach überzeichnet, der Ausgabepreis betrug € 32,00 am oberen Ende der Bookbuildingspanne, und die erste Notierung belief sich auf € 65,00.

- Im Rahmen der Aktienmarktsegmentierung an der Frankfurter Börse seit 1. Januar 2003 Handel im Prime Standard (bis 11. Januar 2006).

- Als Folge eines von DCI beantragten Börsenwechsels Zulassung an der Börse München am 22. November 2005 mit Handelsaufnahme am 1. Dezember.

- Notierung heute im General Standard des regulierten Marktes an der Börse München. Die Aktie wird außerdem in Xetra und im Freiverkehr der Börsen Frankfurt, Berlin und Stuttgart gehandelt.

Die DCI-Aktie ist im General Standard des regulierten Marktes an der Börse München notiert.

Daten zur DCI-Aktie	
WKN: 529 530; ISIN: DE 000 529 530 7	
Anzahl Aktien:	8.464.592 (Grundkapital: € 8.464.592)
Aktionärsstruktur:	
Michael Mohr (Vorstand):	3.566.810 Aktien (42,1%)
Freefloat:	4.897.782 Aktien (57,9%)
Aktienkurs am 28.12.2007[1]:	€ 0,55
Marktkapitalisierung zum 28.12.2007:	€ 4.655.526
Höchstkurs 2007[1]:	€ 1,36 (2. Februar)
Tiefstkurs 2007[1]:	€ 0,53 (21. Dezember)
Konzern-Cashflow je Aktie[2]:	€ 0,03
Operativer Cashflow je Aktie[2];	€ 0,05
Ergebnis nach Steuern je Aktie[2]:	€ 0,01

[1] Börse München; [2] Geschäftsjahr 2007

Aufsichtsrat und Vorstand

Vorstand

Michael Mohr (2. v.l.)	Vorsitzender (CEO) Kaufmann, Berg

Michael Mohr ist zugleich Aufsichtsrat der TM1 – trademark one AG, Starnberg.

Aufsichtsrat

Michael Krings (1. v.l.)	Vorsitzender Kaufmann, Bad Honnef,
Peter Mund (3. v.l.)	Stellvertretender Vorsitzender Kaufmann, Sauerlach
Robin Schönbeck (4. v.l.)	Kaufmann, Karlsruhe

Die drei Mitglieder des Aufsichtsrats nehmen keine weiteren Aufsichtsratsmandate wahr.

Enge Begleitung der Gesellschaft

Michael Krings,
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Damen und Herren,
der Aufsichtsrat hat die Arbeit des Vorstands im Geschäftsjahr 2007 regelmäßig überwacht und beratend begleitet. Grundlage hierfür waren die ausführlichen Berichte des Vorstands in den Sitzungen des Aufsichtsrats und monatliche Finanzberichte. Außerdem stand der Aufsichtsrat in einem regelmäßigen Informations- und Gedankenaustausch mit dem Vorstand. So war der Aufsichtsrat stets informiert über

- die Geschäftspolitik,
- die Unternehmensplanung einschließlich Finanz-, Investitions- und Personalpolitik,
- die Rentabilität der Gesellschaft sowie die Entwicklung der Geschäfte,
- die Personalplanung und ihre Kosteneffizienz.

Wenn für Entscheidungen oder Maßnahmen der Geschäftsführung eine Zustimmung erforderlich war sowie bei Entscheidungen, die dem Aufsichtsrat übertragen sind, haben die Mitglieder des Aufsichtsrats die Vorlagen in den Sitzungen oder aufgrund schriftlicher Informationen im Umlaufverfahren verabschiedet.

Der Aufsichtsrat traf im Geschäftsjahr 2007 zu insgesamt drei ordentlichen Sitzungen zusammen. Zusätzlich hat sich der Aufsichtsratvorsitzende mehrmals persönlich mit dem Vorstand getroffen, um aktuelle Themen zu besprechen. Ausschüsse hat der Aufsichtsrat nicht gebildet. In der Hauptversammlung vom 13. Juli 2006 wurde der Aufsichtsrat für weitere zwei Jahre neu gewählt.

Breite Themenpalette

Gegenstand sorgfältiger Erörterung waren die in den Berichten des Vorstands geschilderte wirtschaftliche Lage und die Entwicklung des Konzerns, der einzelnen Geschäftsbereiche und der Beteiligungsgesellschaften. Hierbei waren die Entwicklung der Umsätze und Kosten, die weitere Strategie und die neue Ausrichtung des Unternehmens Schwerpunkte der Erörterung. Ferner behandelte der Aufsichtsrat im Rahmen der von ihm abgehaltenen Sitzungen unter anderem:

- Ziele und Entwicklung des Produktbereichs Wide Area Infoboard,
- die Übereinstimmung der Monatsergebnisse mit der Planung,
- die Straffung der Produktpalette und die Modifizierung der Unternehmensziele im Kontext mit der Rückkehr zum Kerngeschäft,
- den Soll-/Ist-Vergleich der Ziele und Budgets auf Wochenbasis,
- die Prüfung und Billigung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses sowie des zusammengefassten Lageberichts der DCI Database for Commerce and Industry AG für das am 31. Dezember 2007 endende Geschäftsjahr;
- die Erteilung des Auftrags zur Prüfung des Einzelabschlusses sowie des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2007 an die Wirtschaftsprüferkanzlei Beul & Klatt, Neuwied,
- die Genehmigung des Budgets für das Geschäftsjahr 2008.

Uneingeschränkte Testate

Der Jahresabschluss der DCI Database for Commerce and Industry AG und der Lagebericht für das Geschäftsjahr 2007 sind von dem von der Hauptversammlung bestellten Abschlussprüfer, der Wirtschaftsprüferkanzlei Beul & Klatt, in Person durch Herrn Dirk Klatt, entsprechend dem durch den Aufsichtsrat erteilten Prüfungsauftrag geprüft worden.

Der Konzernabschluss nach IFRS einschließlich der Konzern-Kapitalflussrechnung wurde ebenfalls von den Abschlussprüfern geprüft.

Die Abschlussprüfer haben dem Jahresabschluss der DCI Database for Commerce

and Industry AG und dem Lagebericht „für das Geschäftsjahr 2007 einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.“ Der Aufsichtsrat war über die finanzielle Lage der Gesellschaft stets informiert und teilt die Auffassung des Vorstands im Lagebericht zu der zukünftigen Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Die vom Vorstand vorgelegte Planung für das Geschäftsjahr 2008 hat der Aufsichtsrat zur Kenntnis genommen und als realistisch eingestuft.

Darüber hinaus sind die Abschlussprüfer der Überzeugung, dass der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und die Zahlungsströme des abgelaufenen Geschäftsjahres angemessen darstellt.

Die Jahres- und Konzernabschlussunterlagen sowie die Prüfungsberichte wurden durch die Wirtschaftsprüferkanzlei Beul & Klatt, Herrn Dirk Klatt, dem Aufsichtsrat zur Verfügung gestellt und lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrats vor. Sie sind in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 15. Februar 2008 ausführlich erörtert worden. Die Abschlussprüfer haben an der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats teilgenommen und über die Prüfung berichtet sowie für ergänzende Auskünfte zur Verfügung gestanden.

Abschlüsse geprüft und gebilligt

Der Jahresabschluss und der Konzernabschluss sowie der zusammengefasste Lagebericht wurden vom Aufsichtsrat geprüft. Es standen dem Jahresabschluss, Lagebericht sowie dem Konzernabschluss nach IFRS einschließlich der Konzern-Kapitalflussrechnung keine Einwände entgegen. Der Aufsichtsrat stimmte den Ergebnissen der Wirtschaftsprüfer zu.

Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung hat der Aufsichtsrat keine Einwendungen erhoben und den Jahresabschluss 2007 am 15. Februar 2008 festgestellt sowie den Konzernabschluss 2007 gebilligt.

Der Aufsichtsrat spricht dem Vorstand und allen Mitarbeitern für ihren Einsatz und für die im Geschäftsjahr 2007 im Sinne des Unternehmens sowie seiner Kunden und Aktionäre geleistete Arbeit seinen Dank aus.

Starnberg, 15. Februar 2008

Michael Krings
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Kodex-Empfehlungen weitestgehend entsprochen

Die DCI Database for Commerce and Industry AG (DCI) setzt sich aktiv für eine gelebte Corporate Governance ein und macht die Umsetzung der Prinzipien des Deutschen Corporate Governance Kodex zur Grundlage ihrer Unternehmenspolitik. Transparente Kommunikationsprozesse, eine enge Kooperation von Vorstand und Aufsichtsrat sowie ein bereits im sechsten Jahr etabliertes Corporate-Compliance-System sorgen dafür, dass die Interessen der Aktionäre auf allen Geschäftsebenen gewahrt werden. Über die Corporate Governance bei DCI berichten Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Kodex wie folgt:

Am 20. Dezember 2007 haben Aufsichtsrat und Vorstand eine Entsprechungserklärung gemäß § 161 AktG abgegeben und diese anschließend auf der Internetseite von DCI unter www.dci.de allen Aktionären dauerhaft zugänglich gemacht. Auch nach den von der deutschen Regierungskommission am 14. Juni 2007 beschlossenen Kodex-Anpassungen entspricht DCI allen Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex mit lediglich zwei Ausnahmen: Aufgrund der derzeitigen Größe der Gesellschaft besteht der Vorstand aus lediglich einer Person. Daneben sind weder für den Vorstand noch für den Aufsichtsrat eine Altersbegrenzung vorgesehen, da wir Kompetenz nicht vom Alter abhängig erachten.

Offene und transparente Kommunikation

Unsere Unternehmenskommunikation folgt dem Ziel, allen Interessengruppen die gleichen Informationen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. Über das Internet können sich neben institutionellen Investoren insbesondere auch Privatanleger zeitnah über aktuelle Entwicklungen im Konzern informieren. Sämtliche Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen von DCI werden auf unserer Internetseite veröffentlicht.

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) müssen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie bestimmte Mitarbeiter mit Führungsaufgaben und die mit ihnen in enger Beziehung stehenden Personen den Erwerb und die Veräußerung von DCI-Aktien und sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten offenlegen. Der DCI AG sind für das Berichtsjahr hierzu keine Meldungen zugegangen. Vorstand und Aufsichtsrat halten direkt oder indirekt zum 31. Dezember 2007 folgende Aktien der Gesellschaft:

- Vorstand (unter Hinzurechnung des Aktienbesitzes derjenigen Personen, welche mit einem Vorstand im Sinne von § 15a Absatz 1 Satz 2 WpHG in einer engen Beziehung stehen): 3.566.830 Aktien
- Aufsichtsrat (unter Hinzurechnung des Aktienbesitzes derjenigen Personen, welche mit einem Mitglied des Aufsichtsrats im Sinne von § 15a Absatz 1 Satz 2 WpHG in einer engen Beziehung stehen): keine Aktien

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten eng zusammen

Zum Wohle des Unternehmens, seiner Mitarbeiter und seiner Aktionäre arbeiten Vorstand und Aufsichtsrat eng zusammen. Ihr gemeinsames Ziel ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes und die Sicherung von Arbeitsplätzen. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung und der strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte und die Lage des Konzerns, einschließlich der Risikolage, sowie über die Rentabilität des Unternehmens. Entscheidungen des Vorstands, die einer Zustimmung durch den Aufsichtsrat bedürfen, sind in der Geschäftsordnung für den Vorstand festgelegt.

Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf. Weitere Mandate der Aufsichtsratsmitglieder sowie Beziehungen zu nahe stehenden Personen sind im Anhang des Konzernabschlusses dargestellt (Punkt 18., S. 57).

Vergütungsbericht

Die Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand wird vom Aufsichtsrat regelmäßig beraten und überprüft. Die **Vergütung des Vorstands** sieht neben einem fixen Anteil einschließlich Sachbezug auch einen variablen Anteil mit einer erfolgsbezogenen Komponente vor. Das Fixum wird als Grundvergütung monatlich als Gehalt ausgezahlt. Zusätzlich erhält der Vorstand Nebenleistungen in Form von Sachbezug, im Wesentlichen aus Versicherungsprämien sowie der Dienstwagennutzung.

Die erfolgsbezogene Vergütung ist eine Gewinnbeteiligung, deren Höhe sich nach der Erreichung von definierten Gewinnschwellen richtet.

Versorgungszusagen bestehen in Form von zeitlich befristeten Entgeltfortzahlungen an namentlich benannte Angehörige im Todesfall sowie zeitlich befristete Entgeltfortzahlungen im Fall von Arbeitsunfähigkeit.

Der einzige Vorstand, Michael Mohr, erhielt im Geschäftsjahr 2007 erfolgsunabhängige Bezüge in Höhe von T€ 173, erfolgsabhängige Bezüge sind nicht angefallen.

Die **Vergütung des Aufsichtsrats** ist in § 8 der Satzung geregelt. Der Aufsichtsrat erhält neben der Erstattung seiner Auslagen eine feste sowie eine variable Vergütung. Die variable Vergütung ist abhängig von der ausgeschütteten Dividende je Aktie. Für jeden Cent ausgeschüttete Dividende je Aktie, die € 0,10 übersteigt, erhält der Vorsitzende des Aufsichtsrats € 2.000,00, die anderen Mitglieder des Aufsichtsrats € 1.000,00. Die Vergütung des Aufsichtsrats trägt, wie auch die Vorstandsvergütung, der Verantwortung, dem Tätigkeitsumfang sowie der wirtschaftlichen Lage von DCI Rechnung.

Die Vergütung des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2007 bestand ausschließlich aus erfolgsunabhängigen Bezügen:

- Michael Krings: T€ 25
- Peter Mund: T€ 12,5
- Robin Schönbeck: T€ 12,5

Service zur Hauptversammlung

Unsere Aktionäre haben die Möglichkeit, ihr Stimmrecht in der jährlichen Hauptversammlung selbst auszuüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben zu lassen. Sämtliche Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung sind auf unserer Internetseite verfügbar.

Entsprechend dem Gesetz zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsrechts (UMAG) gilt für das Anmelde- und Legitimationsverfahren das international übliche „Record Date Verfahren“. Der 21. Tag vor der Hauptversammlung gilt somit als maßgeblicher Stichtag für die Legitimation und Anmeldung der Aktionäre.

Aktienoptionsplan 2006

Um der Gesellschaft auch zukünftig die Gewährung von Aktienoptionen als Vergütungskomponenten mit langfristiger Anreizwirkung zu ermöglichen, hat die Hauptversammlung vom 13. Juli 2006 einen Aktien-

optionsplan 2006 zur Gewährung von Bezugsrechten beschlossen. Er hat eine Laufzeit bis zum Ende des Geschäftsjahres 2011. Maximal können danach 840.000 Bezugsrechte an folgende Personengruppen gewährt werden: Mitarbeiter der DCI AG bzw. mit ihr verbundener Unternehmen (bis zu 504.000 Bezugsrechte), Vorstandsmitglieder der DCI AG (bis zu 252.000 Bezugsrechte) und Mitglieder der Geschäftsführung verbundener Unternehmen (bis zu 84.000 Bezugsrechte).

Als Sperrfristen für die Ausübung der Bezugsrechte wurden zwei Jahre (für 40% der Bezugsrechte), drei Jahre (für 30%) und vier Jahre (für weitere 30%) bestimmt.

Der bei Ausübung der Bezugsrechte an DCI zu zahlende Bezugspreis entspricht dem Ausgangswert. Dieser besteht in dem arithmetisch ermittelten durchschnittlichen Schlusskurs der DCI-Aktie im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an den letzten zehn Handelstagen vor dem Erwerbszeitraum, in dem das Bezugsrecht gewährt wurde, mindestens aber in dem Mindestausgabebetrag je Aktie (€ 1,00).

Für die Ausübung eines Bezugsrechts ist Voraussetzung, dass das Erfolgsziel erreicht wurde. Das Erfolgsziel ist erreicht, wenn der arithmetisch ermittelte durchschnittliche Schlusskurs der DCI-Aktie im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) während der Zeitspanne vom 06. bis zum 10. Handelstag (je einschließlich) vor Beginn des Ausübungszeitraums, in dem die betroffenen Bezugsrechte nach Ablauf der für sie geltenden Wartefrist erstmals ausgeübt werden können, gegenüber dem maßgeblichen Ausgangswert um durchschnittlich mindestens 20% pro Jahr gestiegen ist.

Die Bezugsrechte können vorbehaltlich des Ablaufs der Wartezeiten und vorbehaltlich des Erreichens des Erfolgsziels innerhalb von sechs Wochen nach dem Tag der jährlichen ordentlichen Hauptversammlung ausgeübt werden.

Inhalt

Konzernbilanz	38
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	40
Konzern-Kapitalflussrechnung	41
Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens	42
Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals	44
Konzernanhang	46
Bestätigungsvermerk	59

Konzernbilanz

Aktiva	31.12.2007 T€	31.12.2006 T€
A. Langfristig gebundene Vermögenswerte		
I. Immaterielle Vermögenswerte		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten (E 1)	224	183
2. Geschäfts- oder Firmenwert	0	0
3. Geleistete Anzahlungen	60	60
	284	**243**
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken (E 1)	8	11
2. Technische Anlagen (E 1)	0	0
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung (E 1)	311	323
	319	**334**
III. Finanzanlagen	0	0
IV. Aktive latente Steuern (D 4)	0	2
	603	**579**
B. Kurzfristig gebundenes Vermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
1. Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen (E 2)	448	413
2. Steuerforderungen (E 3)	0	0
3. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte (E 3)	49	60
4. Aktive Rechnungsabgrenzungsposten (E 3)	33	15
	530	**488**
II. Liquide Mittel (E 4)	1.811	1.578
	2.341	**2.066**
Summe Aktiva	**2.944**	**2.645**

Die Klammern () verweisen auf die entsprechenden Erläuterungen auf den Seiten 46-58, die Bestandteil des Konzern-Jahresabschlusses sind.

Passiva	31.12.2007 T€	31.12.2006 T€
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital (E 5)	8.465	8.465
II. Kapitalrücklage (E 8)	79.254	79.244
III. Bilanzverlust (E 9)	-86.016	-86.093
IV. Fremdwährungsdifferenzen	-13	-4
V. Minderheitenanteile (E 10)	93	100
	1.783	**1.712**
B. Langfristige Schulden		
1. Sonstige Rückstellungen (langfristiger Anteil) (E 12)	0	0
2. Leasingverbindlichkeiten (langfristiger Anteil) (E 13)	43	49
3. Passive latente Steuern (D 4)	0	0
	43	**49**
C. Kurzfristige Schulden		
1. Sonstige Rückstellungen (kurzfristiger Anteil) (E 12)	430	453
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (E 14)	256	107
3. Leasingverbindlichkeiten (kurzfristiger Anteil) (E 13)	28	17
4. Steuerverbindlichkeiten (E 14)	33	44
5. Sonstige kurzfristige Schulden (E 14)	111	76
6. Passive Rechnungsabrenzungsposten (E 15)	260	187
	1.118	**884**
Summe Passiva	**2.944**	**2.645**

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	2007 T€	2006 T€
1. Umsatzerlöse (D 1)	3.805	3.327
2. Andere aktivierte Eigenleistungen	74	60
3. Sonstige betriebliche Erträge	295	151
	4.174	**3.538**
4. Bezogene Leistungen	-411	-458
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-1.720	-1.402
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für die Altersversorgung	-376	-330
6. Abschreibungen (D3)	-204	-134
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.402	-1.116
	61	**98**
8. Zinsen und ähnliche Erträge	35	25
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-6	-7
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	**90**	**116**
11. Ergebnis von geschlossenen Segmenten	0	8
12. Ertragsteuern (D 4)	-10	-5
13. Jahresüberschuss/-fehlbetrag	**80**	**119**
davon entfallen auf Minderheiten	-7	-3
davon entfallen auf Aktionäre der DCI AG	87	122
Jahresüberschuss/-fehlbetrag je Aktie (unverwässert und verwässert) in € (D 5)	0,00	0,00
Durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert und verwässert) (D 5)	8.464.592	8.464.592

Die Klammern () verweisen auf die entsprechenden Erläuterungen auf den Seiten 46-58, die Bestandteil des Konzern-Jahresabschlusses sind.

Konzern-Kapitalflussrechnung

	2007 T€	2006 T€
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		
Jahresüberschuss/-fehlbetrag vor Steuern	90	126
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens (planmäßig) (D 3)	204	134
Gewinn/Verlust aus Anlagenabgang	0	2
Aufwand aus Währungsumrechnung	0	5
Zinsaufwendungen	6	7
Zinserträge	-35	-25
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-88	-40
	177	**209**
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (E 2)	-35	-146
Veränderung der sonstigen kurzfristigen Aktiva (E 3)	-28	-35
Veränderung der kurzfristigen Rückstellungen (E 12)	65	77
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (E 14)	149	49
Veränderung der sonstigen kurzfristigen Passiva	108	87
	259	**32**
Gezahlte Zinsen	-6	-7
Erhaltene Zinsen	35	25
Gezahlte Ertragsteuern (D 4)	-10	-7
	19	**11**
Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	**455**	**252**
Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Veränderung Minderheitenanteile (E 10)	-7	100
Mittelab/zufluss im Zusammenhang mit Konsolidierungen	10	29
Investitionen in immaterielles Vermögen (E 1)	-97	-245
Investitionen in das Sachanlagevermögen (E 1)	-133	-112
Einzahlungen aus dem Abgang von Anlagevermögen (E 1)	0	1
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit	**-227**	**-227**
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Erhöhung/Minderung Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen (E 13)	5	44
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	**5**	**44**
Veränderung der liquiden Mittel (Konzern-Cashflow)	**233**	**69**
Liquide Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	1.578	1.509
Liquide Mittel am Ende des Geschäftsjahres (E 4)	**1.811**	**1.578**
Zusammensetzung der liquiden Mittel		
Frei verfügbare liquide Mittel	1.614	1.436
Gebundene liquide Mittel	197	142
	1.811	**1.578**

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens

	Anschaffungs- und Herstellungskosten			
	01.01.2007 T€	Zugänge T€	Abgänge T€	Umbuchung T€
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.156	22	0	60
2. Geschäfts- oder Firmenwert	0	0	0	0
3. Geleistete Anzahlungen	60	75	0	-60
	2.216	**97**	**0**	**0**
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	34	0	0	0
2. Technische Anlagen und Maschinen	9	0	0	0
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.539	133	99	0
	1.582	**133**	**99**	**0**
III. Finanzanlagen	1.848	0	0	0
	5.646	**230**	**99**	**0**

	Kumulierte Abschreibungen				Nettobuchwerte	
31.12.2007 T€	01.01.2007 T€	Zugänge T€	Abgänge T€	31.12.2007 T€	31.12.2007 T€	31.12.2006 T€
2.238	1.973	56	0	2.029	209	183
0	0	0	0	0	0	0
75	0	0	0	0	75	60
2.313	**1.973**	**56**	**0**	**2.029**	**284**	**243**
34	23	3	0	26	8	11
9	9	0	0	9	0	0
1.573	1.216	145	99	1.262	311	323
1.616	**1.248**	**148**	**99**	**1.297**	**319**	**334**
1.848	1.848	0	0	1.848	0	0
5.777	**5.069**	**204**	**99**	**5.174**	**603**	**577**

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Grundkapital T€	Kapitalrücklage T€
Stand zum 31. Dezember 2005	**8.465**	**79.218**
Jahresüberschuss 2006	0	0
Minderheitenanteile ITscope zum Zeitpunkt des Zugangs	0	0
Minderheitenanteile Zugang in 2006	0	0
Sonstige Eigenkapitalveränderungen	0	26
Währungsumrechnung 2006	0	0
Stand zum 31. Dezember 2006	**8.465**	**79.244**
Jahresüberschuss 2007	0	0
Sonstige Minderheitenanteile Veränderung 2007	0	0
Sonstige Eigenkapitalveränderungen	0	10
Währungsumrechnung 2007	0	0
Stand zum 31. Dezember 2007	**8.465**	**79.254**

Bilanzverlust T€	Fremdwährungs-differenzen T€	Minderheiten-anteile T€	Summe Eigenkapital T€
-86.215	**-9**	**0**	**1.459**
122	0	-3	119
0	0	78	78
0	0	25	25
0	0	0	26
0	5	0	5
-86.093	**-4**	**100**	**1.712**
87	0	-7	80
0	0	0	0
-10	0	0	0
0	-9	0	-9
-86.016	**-13**	**93**	**1.783**

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2007

A. Allgemeine Angaben zur Muttergesellschaft und zum DCI Konzern

Die DCI Database for Commerce and Industry AG (im Folgenden auch 'Gesellschaft' oder 'DCI' genannt) wurde am 3. März 1993 in Deutschland als DCI Database for Commerce and Industry GmbH gegründet. Die DCI versteht sich als ein Dienstleistungsunternehmen für digitales Absatzmanagement. Sie übernimmt und optimiert Geschäftsprozesse in den Bereichen Beschaffung, Vertrieb und Datenmanagement. Das Fundament der angebotenen Leistungen bilden Push-Medien (E-Mail-Medien), die Erfassung und Pflege von Daten in elektronischer Form (Data Services), sowie das DCI WebTrade-Center, eine Online-Handelsdatenbank für ITK-Produkte (Produkte der Informations- und Telekommunikationsindustrie). Hauptkunden sind Hersteller von ITK-Produkten sowie die Mitglieder der zugehörigen Handelskette: Distributoren, Versandhandel und Fachhändler. Seit 2005 wird auch ein Pull-Medium (Wide Area Infoboard) angeboten. Dieses ist branchenunabhängig und soll auf Basis einer patentierten Technologie neue Märkte auch außerhalb des ITK-Bereichs erschließen.

Der Konzern ist in Deutschland und Rumänien tätig.

Durch Gesellschafterbeschluss vom 26. August 1999 mit gleichzeitiger Genehmigung der Satzung in ihrer ergänzten Fassung vom 2. Dezember 1999 wurde die Muttergesellschaft DCI Database for Commerce and Industry, Starnberg, von einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) in eine Aktiengesellschaft (AG) umgewandelt. Die Änderung der Rechtsform wurde am 15. Dezember 1999 im Handelsregister in München eingetragen. Die Geschäftsräume der Gesellschaft befinden sich in der Enzianstraße 2 in 82319 Starnberg.

Am 13. März 2000 ging die Gesellschaft mit einem Initial Public Offering (IPO) ihres Grundkapitals an die Börse und ließ ihre Aktien am Neuen Markt der Frankfurter Börse registrieren. Im Rahmen der Aktienmarktsegmentierung an der Frankfurter Wertpapierbörse hatte die DCI AG die Zulassung zum Prime Standard erhalten. Die Aktien der DCI AG wurden seit 1. Januar 2003 bis einschließlich 11. Januar 2006 in diesem Segment gehandelt. Die DCI AG ist seit dem 22. November 2005 an der Börse München zugelassen, die Aktie wird seit dem 1. Dezember 2005 im regulierten Markt an der Börse München gehandelt.

Der Vorstand hat den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2007 aufgestellt und zur Vorlage an den Aufsichtsrat freigegeben.

Going Concern

Nachdem die DCI AG 2006 den Turnaround erreicht hatte, konnte sie ihn im Berichtsjahr stabilisieren. Der Fortbestand des Unternehmens ist aus heutiger Sicht nicht gefährdet. Beim Ansatz und bei der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden wurde daher von einer Fortführung der Geschäftstätigkeit des Konzerns ausgegangen.

Konsolidierungskreis

Die folgenden Tochterunternehmen wurden in den Konzernabschluss der Gesellschaft im Wege der Vollkonsolidierung (IAS 27) einbezogen:

Konsolidierungskreis	*31.12.2007 Anteile in %*	*31.12.2006 Anteile in %*
DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov, Rumänien	*100,00*	*100,00*
ITscope GmbH, Karlsruhe	*50,60*	*50,60*

DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov, Rumänien

Diese Gesellschaft ist das rumänische Tochterunternehmen der DCI Database for Commerce and Industry AG und hat folgende Tätigkeitsschwerpunkte: Erzeugung, Verwaltung, Pflege und Entwicklung von Datenbanken aus dem IT/TK-Bereich sowie die Erzeugung und Entwicklung von Softwareprogrammen.

ITscope GmbH, Karlsruhe

Das Unternehmen ist seit Ende September 2006 Tochtergesellschaft der DCI Database for Commerce and Industry AG und hat die Tätigkeitsschwerpunkte Entwicklung und Vermarktung der Software MarketViewer. Durch den Erwerb der Anteile konnte die von ITscope selbst entwickelte Software in Höhe von T€ 149 im Konzern aktiviert werden.

B. Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Allgemeine Hinweise

Der Konzernabschluss wird zum 31. Dezember 2007 nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) aufgestellt. Die Vorjahreszahlen sind nach den gleichen Grundsätzen ermittelt worden.

Die Aufstellung erfolgt in T€.

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurde wie im Vorjahr für das Geschäftsjahr 2007 das Gesamtkostenverfahren angewandt.

Konsolidierungsgrundsätze

Die in den Konzernabschluss einbezogenen Abschlüsse der Gesellschaften sind gemäß IAS 27 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt. Die Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und das betriebliche Ergebnis von Unternehmen, die die Gesellschaft beherrscht, wurden konsolidiert. Alle wesentlichen zwischengesellschaftlichen Positionen und Transaktionen wurden eliminiert (IAS 27).

Die Kapitalkonsolidierung der vollkonsolidierten Unternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Dabei werden die Anschaffungskosten der Beteiligung mit dem bei den Tochterunternehmen ausgewiesenen anteiligen Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt verrechnet.

Währungsumrechnung

Der Konzernabschluss wird in der Währung Euro (€) erstellt. Die Bilanzen der ausländischen Konzerngesellschaft werden nach dem Konzept der funktionalen Währung mit dem Mittelkurs am Bilanzstichtag, die Gewinn- und Verlustrechnung mit dem Jahresdurchschnittskurs (rumänischer Leu/Euro) umgerechnet. Sich hieraus ergebende Umrechnungsdifferenzen von T€ -13 (Vorjahr: T€ -4) werden ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst (IAS 21).

Transaktionen in anderen als der Funktionswährung Euro werden mit dem Umrechnungskurs zum Zeitpunkt der Transaktion umgerechnet. Gewinne und Verluste aus Fremdwährungstransaktionen werden im betrieblichen Ergebnis erfasst. Der in der Gewinn- und Verlustrechnung unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasste Verlust aus Fremdwährungstransaktionen beträgt im Geschäftsjahr 2007 T€ 32, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltene Gewinn T€ 32 (2006: Verlust T€ 27, Gewinn T€ 14).

Immaterielle Vermögenswerte

Erworbene immaterielle Vermögenswerte sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um

planmäßige Abschreibungen (lineare Methode) vermindert (IAS 38).

Kosten, die im Zusammenhang mit der Entwicklung oder Pflege von Software-Programmen entstehen, werden in der Regel im Jahr der Entstehung aufwandswirksam erfasst. Sind die Kosten eindeutig einem abgrenzbaren und von der Gesellschaft verwertbaren Software-Produkt zurechenbar und übersteigt der voraussichtliche wirtschaftliche Nutzen die anfallenden Kosten, werden sie als immaterieller Vermögenswert aktiviert. Die direkten Kosten umfassen die Personalkosten des Software-Entwicklungsteams sowie die Personalkosten, die in direktem Zusammenhang mit der strategischen Projektplanung stehen. Diese Kosten der Projektentwicklung werden erst ab dem Zeitpunkt aktiviert, in dem die technische und wirtschaftliche Durchführbarkeit nachgewiesen werden kann.

Aktivierte Software-Entwicklungskosten werden nach der linearen Methode planmäßig über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Sachanlagevermögen

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt und wird, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen (lineare Methode) vermindert (IAS 16).

Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungskosten bis € 410 werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben (Abschreibung 2007: T€ 23, 2006: T€ 5).

Forderungen und sonstige Vermögenswerte

Die Forderungen und sonstigen Vermögenswerte sind zum Nennwert bzw. mit dem am Bilanzstichtag beizulegenden niedrigeren Wert angesetzt. Uneinbringliche und zweifelhafte Posten wurden einzelwertberichtigt. Für den restlichen Forderungsbestand wurde eine pauschal ermittelte Wertberichtigung gebildet.

- Einzelwertberichtigung von Forderungen, die mehr als 90 Tage überfällig sind: 100%
- Pauschalwertberichtigung: 1%

Liquide Mittel

Liquide Mittel umfassen Kassenbestände und Bankguthaben, die kurzfristig (mit einer ursprünglichen Laufzeit von drei Monaten oder weniger) in bestimmte Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen.

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen sind gemäß IAS 37 mit dem Betrag anzusetzen, der sich aufgrund der bestmöglichen Schätzung der Ausgabe zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung zum Bilanzstichtag ergibt. Sie berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen, die auf vergangenen Ereignissen beruhen und deren Höhe und Fälligkeit unsicher ist.

Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten sind zum Rückzahlungsbetrag angesetzt. Unverzinsliche Verbindlichkeiten sind mit ihrem Barwert angesetzt.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährungen

Diese sind gemäß IAS 21 zum Stichtagskurs umgerechnet.

Leasingverhältnisse

Leasingverhältnisse, die der Konzern als Leasingnehmer eingegangen ist, werden entweder als Operating-Leasing oder als Finanzierungsleasing eingestuft.

Bei Operating-Leasingverträgen werden die Leasingraten in der Gewinn- und Verlustrech-

nung linear über die Laufzeit der Verträge als Aufwand erfasst.

Unter Anwendung von IAS 17 werden bei Finanzierungsleasing die geleasten Gegenstände, die der Gesellschaft als wirtschaftlichem Eigentümer zuzuordnen sind, aktiviert und über ihre betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Entsprechend wird die Verbindlichkeit, die aus dem Leasingverhältnis entsteht, passiviert und um den Tilgungsanteil der bereits geleisteten Leasingraten gemindert.

Latente Steuern

Latente Steuern werden auf bestehende Verlustvorträge und – unter Anwendung der „liability method“ – für diejenigen temporären Unterschiede gebildet, die sich aus dem Abgleich des Steuerwertes eines Vermögenswertes oder einer Schuld zu seinem (ihrem) Buchwert ergibt. Aktive latente Steuern auf Vorteile aus noch nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträgen werden nur aktiviert, sofern zukünftige zu versteuernde Einkommen mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zu erwarten sind.

Finanzinstrumente

Der Marktwert von Finanzinstrumenten ist der Preis, der von zwei unabhängigen vertragswilligen Partnern für diese Instrumente vereinbart werden würde. Im Konzern abgeschlossene Finanzinstrumente werden nach IAS 39 zu ihrem Marktwert am Abschlussstichtag bilanziert. Die Buchwerte der in der Konzernbilanz enthaltenen flüssigen Mittel, Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen entsprechen deren Marktwert. Aus Marktwertänderungen resultierende Gewinne und Verluste werden ergebniswirksam behandelt.

C. Risikomanagement für Finanzinstrumente

Die wesentlichen Finanzinstrumente des Konzerns bestehen aus liquiden Mitteln, Festgeldern sowie Liefer- und Leistungsforderungen. Ziel dieser Finanzinstrumente ist es, das operative Geschäft zu finanzieren. Die wesentlichen Risiken resultieren aus den Liquiditätsrisiken sowie den Kreditrisiken.

Das **Liquiditätsrisiko** wird als gering eingestuft, da die täglich verfügbaren flüssigen Mittel die kurzfristigen Schulden deutlich übersteigen.

Die liquiden Mittel sind im Wesentlichen bei drei deutschen Großbanken angelegt. Ein signifikantes **Ausfallrisiko** besteht nicht. Um das Ausfallrisiko bei den Forderungen zu minimieren, wird ein aktives Forderungsmanagement betrieben. Außerdem wird das Risiko durch Wertberichtigungen auf den Forderungsbestand abgedeckt.

Die Mehrheit der liquiden Mittel ist als Festgeld angelegt. Damit wirken sich steigende Zinsen positiv auf die Finanzerträge aus.

Ein **Kursänderungsrisiko** besteht allenfalls bezüglich der Vermögenswerte und Schulden der rumänischen Tochtergesellschaft. Im Hinblick auf die absolute Höhe dieser Positionen, die für 2013 geplante Einführung des Euro und die damit ab 2011 verbundene Vorstufe zur Euroeinführung (ERM-II) sowie die in der jüngeren Vergangenheit geringen Kursänderungen wird das Kursänderungsrisiko als gering eingestuft.

Segmente 2006	eCom-merce T€	Information Providing T€	Marketing/ Vertrieb T€	nicht zugeordnet T€	Konzern T€
Externe Verkäufe	222	3.105	14	0	3.341
Anteil am Konzernumsatz	6,7%	92,9%	0,4%	0	100,0%
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**-16**	**170**	**8**	**-56**	**106**
Zinserträge	0	1	0	24	25
Zinsaufwendungen	0	-7	0	0	-7
Ergebnis vor Steuern (EBT)	**-16**	**164**	**8**	**-32**	**124**
Ertragsteuern	0	-5	0	0	-5
Ergebnis nach Steuern	**-16**	**159**	**8**	**-32**	**119**
Vermögen	42	808	2	1.792	2.643
Schulden	74	176	0	683	933
Investitionen	5	130	0	222	357
Abschreibungen	5	80	0	49	134

Segmente 2007	eCommerce T€	Information Providing T€	nicht zugeordnet T€	Konzern T€
Externe Verkäufe	346	3.459	0	3.805
Anteil am Konzernumsatz	9,1%	90,9%	0	100,0%
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**-25**	**146**	**-60**	**51**
Zinserträge	0	1	34	35
Zinsaufwendungen	0	-6	0	-6
Ergebnis vor Steuern (EBT)	**-25**	**141**	**-26**	**90**
Ertragsteuern	0	-10	0	-10
Minderheitenanteile	7	0	0	7
Ergebnis nach Steuern	**-18**	**131**	**-26**	**87**
Vermögen	56	891	1.997	2.944
Schulden	102	199	860	1.161
Investitionen	7	111	113	231
Abschreibungen	6	96	102	204

D. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

1. Segmentberichterstattung

Gemäß IAS 14 wird eine Segmentberichterstattung sowohl nach Geschäftsfeldern als auch nach geografischen Segmenten gefordert. Die Abgrenzung der einzelnen Segmente erfolgt auf der Basis der unterschiedlichen Risiken und Chancen.

Das **primäre Segmentberichtsformat** bilden die Geschäftsfelder. Der Konzern ist in zwei Geschäftsfelder untergliedert:

a) **Segment Information Providing**
In diesem Segment sind folgende Produktgruppen zusammengefasst:
- **Medien:** Pushmedien für den Produktabsatz von Industrie und Handel (z.B. DCI Highlight, DCI PremiumMail (HTML) für Marketing und Vertrieb)
- **Data Services:** Massendatenerfassung und -pflege, Veredelung, Klassifizierung und Lizenzierung von Produkt- und Adressdaten (angesiedelt in der rumänischen Tochtergesellschaft DCI Romania S.R.L.)
- **Wide Area Infoboard (WAI):** eine patentierte Technologie, mit welcher per E-Mail Inhalte automatisiert auf Webportalen zugänglich gemacht werden können. Dieses Produkt befindet sich seit 2005 in der Markteinführungsphase.

b) **Segment eCommerce**
- Online-Informationsdatenbank für ITK-Produkte (DCI WebTradeCenter)

Das ehemals dritte Segment Marketing/ Vertrieb wurde 2006 vollständig eingestellt.

Wie schon im Vorjahr, erfolgte die Zuordnung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entsprechend den Umsatzrelationen der Segmente sowie die Zuordnung des Anlagevermögens, der Investitionen und der Abschreibungen entsprechend den Mitarbeiterzahlen der Segmente.

2007 wurden keine Umsätze zwischen den Segmenten getätigt.

Das **sekundäre Segmentberichtsformat** bilden die geografischen Segmente. Sie sind definiert als nach dem regionalen Kundenstandort verteilte Umsätze. Diese setzen sich wie folgt zusammen:

Geografische Segmente	*2007 T€*	*2006 T€*
Deutschland	*3.482*	*3.123*
Europäische Union	*172*	*124*
Sonstiges Ausland	*151*	*94*
Gesamtumsatz	***3.805***	***3.341***

Die Umsätze des Konzerns wurden durch die DCI AG, Starnberg, (T€ 3.614) sowie die ITscope GmbH, Karlsruhe, (T€ 191) erzielt. Die in Rumänien ansässige DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov, tätigt keine Außenumsätze. In Rumänien befinden sich zum 31. Dezember 2007 Vermögenswerte in Höhe von T€ 272 (31. Dezember 2006: T€ 222). Alle anderen Vermögenswerte des Konzerns befinden sich in Deutschland.

2. Umsatzrealisierung

Die Gesellschaft generiert Umsätze aus der Bereitstellung von Produktinformationen und Wirtschaftsinformationen sowie aus Dienstleistungen (vorwiegend Erstellung und Pflege elektronischer Daten – Data Services) und aus Lizenzvergabe (WebTradeCenter – WTC sowie MarketViewer – MV) für die Nutzung von Software-Produkten.

Erlöse aus der Bereitstellung von Produktinformationen und Wirtschaftsinformationen werden realisiert, nachdem die entsprechende Information bereitgestellt wurde. Umsätze aus Lizenzvergabe, soweit sie auf Jahreslizenzen (Mitgliedschaften WTC und MV) beruhen, die grundsätzlich in einem Einmalbetrag pro Jahr gezahlt werden, werden pro rata erlöst und dementsprechend abgegrenzt. Die Abgrenzung der Erträge im korrekten Zeitraum und die Auflösungen der abgegrenzten Erträge erfolgen monatlich. Zu einem kleinen Teil erfolgt auch in den Produktgruppen Medien und Wide Area Infoboard eine Vorausberechnung bei Auftragserteilung. Diese Umsätze werden ebenfalls erst bei Abruf realisiert. Der gestiegene Rechnungsabgrenzungsposten resultiert aus dem Zugang von Kunden, die im Voraus größere Aufträge bestellt haben. Im Übrigen verbucht die Gesellschaft Umsätze aus Dienstleistungen, wenn die Dienstleistung erbracht wurde, das heißt der Verbraucher Informationen von einer Datenbank oder einem sonstigen Informationsmedium erhalten hat, bzw. aus der Lizenzierung von Software, wenn diese zur Verfügung gestellt wurde.

Die Realisierung von Softwareumsätzen und den entsprechenden Serviceleistungen erfolgt in Übereinstimmung mit IAS 18. Bei einer über mehrere Perioden vereinbarten befristeten Lizenzierung von Schutzrechten wird von einer linearen Ertragsrealisierung ausgegangen.

Die Umsätze beinhalten T€ 346 (Vorjahr: T€ 222) aus Lizenzentgelten.

3. Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Auf immaterielle Vermögenswerte entfallen planmäßig Abschreibungen von T€ 56 (Vorjahr: T€ 15). Darin enthalten sind Abschreibungen für die Software MarketViewer der ITscope GmbH sowie für das selbst entwickelte Projekt CORE.

Auf Sachanlagen wurden 2007 planmäßige Abschreibungen in Höhe von T€ 148 (Vorjahr: T€ 119) vorgenommen.

4. Steuern vom Einkommen und Ertrag

Für die Berechnung der latenten Steuern zum 31. Dezember 2007 und zum 31. Dezember 2006 wurde ein durchschnittlicher gemeinsamer Steuersatz von 36,7% für Körperschaft- und Gewerbesteuer verwendet. Dieser errechnet sich aus den gewichteten Steuersätzen der DCI AG (ca. 38%) und der DCI Romania (16%), wobei die DCI AG mit 90% und die DCI Romania mit 10% gewichtet wurden.

Tatsächlicher Steueraufwand	*31.12.2007*	*31.12.2006*
	T€	*T€*
Deutschland	*0*	*0*
Ausland	*10*	*5*
Summe	**10**	**5**

Im Folgenden eine Überleitung des Aufwands aus Ertragsteuern nach IAS 12:

	2007	*2006*
	T€	*T€*
Ergebnis vor Steuern	*90*	*122*
Theoretischer Steuerertrag 36,7 %	*-33*	*-45*
Unterschiede aus abweichenden Steuersätzen	*-18*	*-4*
Effekte aus den Differenzen HGB/IFRS	*-8*	*-5*
Unterschiede zwischen steuerlichem Ergebnis und Konzernergebnis nach IFRS	*0*	*0*
Veränderung der Wertberichtigung auf aktive latente Steuern aus Verlustvorträgen	*-69*	*59*
Tatsächlicher Steueraufwand	***-10***	***-5***
Effektiver Steuersatz	*-11,1%*	*-3,8%*

Die latenten Steueransprüche und Steuerverbindlichkeiten stellen sich wie folgt dar:

	31.12.2007	*31.12.2006*
	T€	*T€*
Aktive latente Steuern		
aus steuerlichen Verlustvorträgen	*29.984*	*30.053*
Wertberichtigung darauf	*-29.984*	*-30.053*
Bewertungsunterschiede bei Leasingverbindlichkeiten	*0*	*2*
Aktive latente Steuern gesamt:	***0***	***2***
Passive latente Steuern		
Bewertungsunterschiede bei Leasing	*0*	*0*
Passive latente Steuern gesamt:	***0***	***0***
Latente Steuern, netto	***0***	***2***

Die Gesellschaft hat Wertberichtigungen auf den Anteil der latenten Steuerforderungen gebildet, für den es nicht wahrscheinlich ist, dass dieser in absehbarer Zukunft steuermindernd genutzt werden kann.

5. Überleitung Ergebnis je Aktie nach IAS 33

	31.12.2007	31.12.2006
Anzahl Aktien unverwässert	8.464.592	8.464.592
Ergebnis (Anteil Aktionäre) (T€)	87	122
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (€)	0,01	0,01
Optionsrechte	118.500	154.000
Verwässernde Aktien	0	0
Verwässerte Anzahl Aktien	8.464.592	8.464.592
Verwässertes Ergebnis je Aktie (€)	0,01	0,01

6. Periodenfremde Erträge und Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von T€ 88 (Vorjahr: T€ 54) enthalten. In den Verwaltungsaufwendungen sind periodenfremde Aufwendungen aus dem Abgang von Anlagevermögen in Höhe von T€ 1 (Vorjahr: T€ 3) enthalten.

E. Erläuterungen zur Konzernbilanz

1. Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagespiegel dargestellt.

Die immateriellen Vermögenswerte bestehen aus entgeltlich erworbenen und selbst entwickelten immateriellen Vermögenswerten wie zum Beispiel Software und Lizenzen. Sie werden mit den Anschaffungskosten aktiviert und linear über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Abschreibungszeiträume werden für jeden Vermögenswert einzeln bestimmt und reichen von zwei bis zehn Jahren.

Die Erstellung von Software zur Integration der CNET-Daten wurde im Vorjahr begonnen und ab dem Zeitpunkt der Erkennung der Realisierbarkeit in Höhe von T€ 60 aktiviert. Im Berichtsjahr wurden weitere T€ 15 dazu aktiviert. Das Projekt ist abgeschlossen und wird über die voraussichtliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben.

Im Berichtsjahr wurde eine Erweiterung des Wide Area Infoboard zur Lead-Generierung entwickelt und zum Patent angemeldet. Das Modul ermöglicht eine erweiterte Nutzung. Die bisher angefallenen Aufwendungen in Höhe von T€ 60 wurden aktiviert. Das Modul ist noch nicht vollständig marktreif, nach Fertigstellung werden die angefallenen Aufwendungen linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Im Vorjahr wurde im Zuge des Erwerbs der Mehrheitsanteile an der Tochterfirma ITscope GmbH die dort selbst erstellte Software MarketViewer im Konzern in Höhe des beizulegenden Wertes von T€ 149 aktiviert. Eine Abschreibung – linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer – ist erst im Berichtsjahr erfolgt, da die endgültige Fertigstellung der Version 2.0 erst Ende des Vorjahres erfolgt ist.

Zugänge zum Sachanlagevermögen werden zu Anschaffungskosten bewertet und linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer der Vermögenswerte abgeschrieben, die von drei bis zwanzig Jahren reicht. Im Einzelnen werden die Vermögenswerte wie folgt abgeschrieben:

	mind. Jahre	max. Jahre
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	*10*	*10*
Technische Anlagen und Maschinen	*3*	*3*
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	*3*	*20*

Veräußerte bzw. verschrottete Vermögenswerte gehen mit ihren historischen Anschaffungskosten und den entsprechenden kumulierten Abschreibungen ab. Etwaige Gewinne oder Verluste aus der Veräußerung dieser Vermögenswerte werden als sonstige betriebliche Erträge oder Aufwendungen gebucht. Wartung und kleinere Reparaturen werden sofort als betrieblicher Aufwand gebucht.

Erworbene Vermögenswerte mit Anschaffungskosten bis € 51 werden voll als Aufwand verbucht.

Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungskosten bis € 410 werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben.

2. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Sämtliche Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr.

3. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte und aktiver Rechnungsabgrenzungsposten

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten werden mit fortgeschriebenen Anschaffungskosten ausgewiesen und haben eine restliche Laufzeit von bis zu einem Jahr.

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält im Wesentlichen im Voraus bezahlte Gebühren und Versicherungsprämien.

4. Kurzfristige liquide Mittel

Die liquiden Mittel zum 31. Dezember 2007 betragen T€ 1.811 (Vorjahr: T€ 1.578). Von diesen sind T€ 197 als Sicherheit für ein Bankeinzugsermächtigungsverfahren und ein Avalkonto festgelegt und stehen damit nicht kurzfristig zur Liquiditätsdeckung zur Verfügung.

5. Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 8.464.592 auf den Inhaber lautende Stückaktien zu einem Nennwert von je € 1,00. Das Grundkapital beträgt unverändert zum Vorjahr € 8.464.592,00 und ist voll einbezahlt.

6. Genehmigtes Kapital

Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 13. Juli 2004 (Eintragung im Handelsregister am 27. Juli 2004) ist der Vorstand bis zum 30. Juni 2009 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stammaktien gegen Bareinlage oder auch gegen Sacheinlagen einmalig oder mehrmalig zu erhöhen, insgesamt jedoch höchstens um einen Nennbetrag von T€ 4.200 durch Ausgabe von Stück 4.200.000 Aktien (genehmigtes Kapital 2004/I). Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, jeweils mit Zustimmung des Aufsichtsrats, über den Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre zu entscheiden.

7. Bedingtes Kapital

Der Vorstand wurde in der Hauptversammlung vom 13. Juli 2006 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Dezember 2011 einmalig oder mehrmalig Bezugsrechte auf bis zu 840.000 Stück Stammaktien an Mitglieder des Vorstands und Arbeitnehmer sowie an Mitglieder der Geschäftsführungen und an Arbeitnehmer verbundener Unternehmen zu gewähren (bedingtes Kapital 2006/I).

Zu den Bedingungen des Optionsplans siehe Abschnitt 11.

Am 13. Juli 2004 hat die Hauptversammlung der Gesellschaft beschlossen, ein bedingtes Kapital 2004/I in Höhe von T€ 2.000 zu schaffen (Eintragung im Handelsregister am 27. Juli 2004). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen, die von der Gesellschaft begeben werden.

Der Vorstand wird ermächtigt, bis zum 30. Juni 2009 einmalig oder mehrmalig auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von T€ 2.000 mit einer Laufzeit von längstens zwanzig Jahren zu begeben und den Inhabern oder Gläubigern von Schuldverschreibungen Options- oder Wandlungsrechte auf neue Aktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von bis zu T€ 2.000 zu gewähren.

Der Vorstand ist mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Der Options- oder Wandlungspreis beträgt 90% des durchschnittlichen Börsenkurses der Aktien der Gesellschaft in der Xetra-Schlussauktion an der Frankfurter Wertpapierbörse während der zehn Börsentage vor dem Tag der Beschlussfassung durch den Vorstand, mindestens aber € 1,00.

8. Kapitalrücklage

	T€
Stand 31.12.2006	*79.244*
Rücklage aus Ergebnis 2007 (DCI Romania)	*10*
Stand 31.12.2007	***79.254***

9. Bilanzverlust

Der Bilanzverlust zum 31. Dezember 2007 ermittelt sich wie folgt:

	T€
Verlustvortrag 31.12.2007	*-86.093*
Jahresergebnis 2007	*87*
Einlage in Kapitalrücklage (DCI Romania)	*-10*
Bilanzverlust zum 31.12.2007	***-86.016***

10. Anteile Minderheitsgesellschafter

Am 31. Dezember 2007 sind Minderheitsgesellschafter an der ITscope GmbH, Karlsruhe, mit 49,4% beteiligt (Vorjahr: 49,4%).

11. Aktienoptionspläne

Der Vorstand wurde in der Hauptversammlung vom 13. Juli 2006 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Dezember 2011 einmalig oder mehrmalig Bezugsrechte auf bis zu 840.000 Stück Stammaktien an Mitglieder des Vorstands und Arbeitnehmer sowie an Mitglieder der Geschäftsführungen und an Arbeitnehmer verbundener Unternehmen zu gewähren.

Die Optionsrechte können frühestens zwei Jahre nach Zuteilungszeitpunkt ausgeübt werden. Dann können bis zu 40% der Optionsrechte und in jedem Folgejahr je bis zu 30% ausgeübt werden. Die Ausübung der Optionsrechte ist einmal jährlich zulässig und auf einen Zeitraum beschränkt, der mit dem Tag nach der jährlichen Hauptversammlung beginnt und sechs Wochen andauert. Innerhalb eines Bezugsfensters können die Bezugsrechte nur einmalig ausgeübt werden.

Der Basispreis ist der durchschnittliche Börsenkurs der Inhaber-Stammaktien an den letzten zehn Handelstagen im Xetra-Handel

(oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) vor Wirksamwerden der individuellen Optionsrechtsvereinbarung, jedoch nicht unter € 1,00. Der Bezugspreis ist der Durchschnittskurs der letzten zehn Handelstage zum Zeitpunkt der Gewährung. Das vereinbarte Erfolgsziel ist eine Kurssteigerung von 20% je Kalenderjahr im Verhältnis zum Basispreis. Wenn nach Ablauf der jeweiligen Wartefristen das vereinbarte Erfolgsziel nicht erreicht wurde, verfallen die jeweiligen Optionen für den Berechtigten und können erneut von der AG gewährt werden.

Die Optionen erlöschen, soweit sie nicht ausgeübt werden, innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren ab Zuteilung.

Im Jahr 2007 wurden keine neuen Optionen gewährt (Vorjahr: 155.000 Stück).

Zum 31. Dezember 2007 gab es 118.500 ausstehende Optionen (Vorjahr: 154.000). Die Veränderung zum Vorjahr ergibt sich aus verfallenen Optionen von Mitarbeitern.

Die Bewegungen der ausstehenden Aktienoptionen in 2006 und 2007 sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

	Anzahl der Aktienoptionen	*gewichteter Durchschnittspreis in €*	*gewichtete Restlaufzeit in Monaten*
Ausstehend zum 31.12.2005	*84.750*	*2,61*	*59*
Verzicht im Geschäftsjahr 2006	*-84.750*	*2,61*	
Gewährung 2006	*155.000*	*1,00*	*60*
Verfallen im Geschäftsjahr 2006	*1.000*	*1,00*	
Ausstehend zum 31.12.2006	*154.000*	*1,00*	*55*
Verfallen im Geschäftsjahr 2007	*-35.500*	*1,00*	
Ausstehend zum 31.12.2007	***118.500***	***1,00***	***43***

Der Ausübungspreis beträgt € 1,00. Zum 31. Dezember 2007 sind 118.500 Aktienoptionen nicht ausübbar. Die gewährten Aktienoptionen wurden nach IFRS 2 bewertet. Der Fair Value zum Zeitpunkt der Ausgabe beträgt € 0,00. Der Ausgabekurs zum Zeitpunkt der Gewährung, sowie die Kursentwicklung der letzten Jahre ergeben einen Barwert von € 0,00 für die gewährten Optionen.

12. Sonstige Rückstellungen

	31.12. 2006 T€	*Auflösung T€*	*Zuführung T€*	*Aufzinsung T€*	*Verbrauch T€*	*31.12. 2007 T€*
Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten	*75*	*-9*	*77*	*0*	*-65*	*78*
Hauptversammlungskosten	*105*	*-61*	*50*	*0*	*-44*	*50*
Ausstehende Rechnungen	*155*	*-18*	*125*	*0*	*-136*	*126*
Aufsichtsratsvergütungen	*17*	*0*	*23*	*0*	*-17*	*23*
Übrige	*101*	*0*	*114*	*0*	*-62*	*153*
Summe	***453***	***-88***	***389***	***0***	***-324***	***430***

Alle Rückstellungen beziehen sich auf einen kurzfristigen Zeitraum.

13. Finanzierungsleasing

Im Konzern sind Mietkaufverträge für Software und Kraftfahrzeuge abgeschlossen. Diese laufen spätestens 2010 aus, sind aktiviert und unter den immateriellen Vermögenswerten sowie der Betriebs- und Geschäftsausstattung ausgewiesen. Die Abschreibungen auf Sachanlagen im Zusammenhang mit solchen Leasingverträgen betrugen für das Jahr 2007 insgesamt T€ 36 (2006: T€ 32).

Im Folgenden sind die Leasingraten des Finanzierungsleasings bis 2010 (Zeitpunkt der letzten Leasingrate) dargestellt:

Leasingraten	T€
2008	34
2009	32
2010	11
Summe brutto	**77**
abzüglich Zinsanteil	- 6
Nettozahlungen	**71**
kurzfristig (< 1 Jahr)	28
langfristig (>1 Jahre)	43

Im Folgenden weitere Angaben im Zusammenhang mit dem Finanzierungsleasing:

	31.12.2007 T€	31.12.2006 T€
Anschaffungskosten	204	162
Kumulierte Abschreibungen	- 92	- 55
Restbuchwert	**112**	**107**

14. Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten haben sämtlich eine Restlaufzeit unter einem Jahr. Es bestehen keine Sicherungen.

15. Passiver Rechnungsabgrenzungsposten

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten enthält von Mitgliedern des Web Trade Center bzw. MarketViewer geforderte Entgelte, die für die Nutzung der Datenbank ein Jahr im Voraus berechnet werden. Der abgegrenzte Betrag entspricht der anteiligen Nutzungsbefugnis für die Zeit nach dem Bilanzstichtag. Weiterer Bestandteil sind Berechnungen an Kunden der Produktgruppen Medien und WAI, die zu Vertragsbeginn die Leistungen berechnet bekommen und diese nach Bedarf abrufen.

16. Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen zum Bilanzstichtag ergeben sich aus Miet- und Leasingverträgen für Firmenwagen, Büroräume, Ausrüstung und Büroausstattung. Die zukünftigen Zahlungsverpflichtungen aus unkündbaren Operating-Lease-Verträgen und Mietverträgen betragen zum 31. Dezember 2007:

	T€
2008	273
2009	61
2010	44
2011	1
Summe	**379**

17. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

18. Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Das in der Enzianstraße 2, 82319 Starnberg, befindliche Geschäftsgebäude steht im Eigentum von Herrn Michael Mohr, Vorstand (CEO) der Gesellschaft, und ist zum Teil an die Gesellschaft zu marktüblichen Konditionen vermietet. 2007 wurden insgesamt T€ 209 (2006: T€ 221) für die anfallenden Mietzahlungen aufgewendet. Es erfolgte eine Erstattung von Mietnebenkosten (Forderungen der Gesellschaft) in Höhe von T€ 21 durch Herrn Mohr.

Die DCI AG hat mit der Mentasys GmbH, Karlsruhe, seit dem Jahr 2003 einen Kooperations-

vertrag geschlossen. Das Aufsichtsratsmitglied Robin Schönbeck ist als Geschäftsführer für Mentasys tätig. Im Berichtsjahr hat die DCI AG insgesamt T€ 77 (Vorjahr: T€ 97) Umsätze mit Mentasys zu marktüblichen Preisen getätigt.

19. Mitarbeiterzahl

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl (festangestellte Mitarbeiter, Vollzeitäquivalente) des Konzerns, ohne die Vorstände, betrug in den Geschäftsjahren 2006 und 2007:

Mitarbeiterzahl	2007	2006
DCI AG	18	16
ITscope GmbH	5	3
DCI Romania S.R.L.	52	55
Gesamt	**75**	**74**

20. Erklärung zum Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG

Die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung zum Corporate Governance Kodex wurde durch Vorstand und Aufsichtsrat am 20. Dezember 2007 abgegeben und den Aktionären dauerhaft auf der Unternehmenswebsite (www.dci.de) zugänglich gemacht.

21. Weitere nationale Offenlegungserfordernisse

Angaben zu den Gesellschaftsorganen:

Aufsichtsrat		Sonstige Aufsichtsratsmandate
Michael Krings	Vorsitzender, Kaufmann, Bad Honnef	–
Peter Mund	Stellvertretender Vorsitzender, Kaufmann, Sauerlach	–
Robin Schönbeck	Kaufmann, Karlsruhe	–
Vorstand		
Michael Mohr	Vorstandsvorsitzender (CEO), Kaufmann, Berg	TM1 – trademark one AG, Starnberg

Vergütungen an Organmitglieder:

	T€
Aufsichtsrat	
Michael Krings, Vorsitzender	25,0
Peter Mund, stellvertretender Vorsitzender	12,5
Robin Schönbeck, Mitglied	12,5
	50,0
Vorstand	
Michael Mohr, Vorsitzender (CEO)	173

Variable beziehungsweise erfolgsbezogene Vergütungen waren für Organmitglieder nicht zu entrichten.

Aufstellung des Anteilsbesitzes zum 31. Dezember 2007:

Gesellschaft	Anteile %	eingetragenes Grundkapital T€	Eigenkapital 31.12.2007 T€	davon Jahresergebnis T€
DCI Database for Commerce and Industry Romania S.R.L., Brasov, Rumänien	100,0	296	217	36
ITscope GmbH, Karlsruhe	50,6	25	76	16

Starnberg, 31. Januar 2008

Der Vorstand der DCI AG

Michael Mohr
Vorstand (CEO)

Bestätigungsvermerk des Konzernabschlussprüfers

Ich habe den von DCI Database for Commerce and Industry AG, Starnberg, aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung, Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals und Konzernanhang für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2007 sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2007 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses und Konzernlageberichts liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Meine Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von mir durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Financial Reporting Standards (IFRS) entspricht.

Ich habe meine Prüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut für Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht 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 des Konzerns sowie die Erwartung über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Ich bin der Auffassung, dass meine Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für meine Beurteilung bildet.

Meine Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach meiner Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Neuwied, 12. Februar 2008

Dirk Klatt
Wirtschaftsprüfer

Finanzkalender

Veröffentlichung wesentlicher Zahlen zum Geschäftsjahr 2007	15. Februar 2008
Vollständiger Geschäftsbericht 2007	31. März 2008
3-Monatsbericht 2008	19. Mai 2008*
Hauptversammlung (in Starnberg)	11. Juli 2008
6-Monatsbericht 2008	14. August 2008*
9-Monatsbericht 2008	14. November 2008*

** voraussichtlich*

Impressum

Herausgeber:	DCI Database for Commerce and Industry AG Enzianstraße 2 82319 Starnberg Telefon: +49 (0) 8151 265-0 Telefax: +49 (0) 8151 265-150 E-Mail: info@dci.de • Internet: www.dci.de
Vorstand:	Michael Mohr
Handelsregister:	AG München HRB 128718
Umsatzsteuer-Identnummer:	DE156172322
Konzeption und Redaktion:	DCI AG und Finanz:Dialog GmbH, Düsseldorf
Design und Layout:	Diana Siebert Grafik-Design, Radevormwald
Fotos:	DCI AG, Kapitel-Fotos von Photocase.de (S. 2 und S. 37-59 Lukas Dorn-Fussenegger; S. 3 emma75; S. 4 kallejipp; S. 5-15 mschmidt; S. 16-29 Robert Klosko; S. 30 Matthias Ropel; S. 31 Diddi; S. 32 Dirk Herold; S. 60 Markus Imorde)

Geschäftsbericht 2007

DCI Database for Commerce and Industry AG
Enzianstraße 2 • 82319 Starnberg
Telefon: +49 (0) 8151 265-0 • Telefax: +49 (0) 8151 265-150
E-Mail: info@dci.de • Internet: www.dci.de