



Rumpfgeschäftsjahr
GESCHÄFTSBERICHT
der OPEN Business Club AG **2006**

➤ Durch die Fokussierung auf die Zielgruppe „Geschäftsleute weltweit“ ist die OPEN Business Club AG in der Lage, maßgeschneiderte Funktionen anzubieten und so Networking und Kontaktmanagement zu vereinfachen.

Das Unternehmen beschäftigt derzeit 73 Mitarbeiter aus 13 Nationen und ist am Hauptsitz in Hamburg, Deutschland, in Peking, China, und in Zürich, Schweiz, vertreten. Die OPEN Business Club AG hat im Dezember 2006 mit dem erfolgreichen Börsengang als erstes Web 2.0-Unternehmen den Trend des Social Networking für Geschäftsleute nachhaltig geprägt.

Mit der Internetplattform XING wird das berufliche und geschäftliche Netzwerk zu einer aktiv genutzten Ressource, denn XING ist weit mehr als ein Verzeichnis von Geschäftskontakten. Dank der erweiterten Funktionen für Kontakt-Suche und -Management entdecken Mitglieder auf der Plattform bei Geschäfts- und Fachleuten Chancen sowie auf sie zugeschnittene Angebote. ↗

XING ↗

	01.07.2006 - 31.12.2006 (6-Monats-Periode)	01.07.2005 - 30.06.2006 (12-Monats-Periode)
Mitglieder		
Anzahl der Registrierten Mitglieder am Ende der Periode	1.694.043	1.170.627
davon Premium-Mitglieder (Anteil der zahlenden Mitglieder)	220.527	154.394
Ertragslage in T€		
Umsatzerlöse	6.377	5.994
EBITDA vor Sondereinflüssen	1.438	-631
Vermögenslage in T€		
Langfristige Vermögenswerte	3.994	2.146
Kurzfristige Vermögenswerte	46.978	7.793
Bilanzsumme	50.973	9.938
Eigenkapital	40.910	5.590
Eigenkapitalquote in %	80	56
Finanzlage in T€		
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	3.880	1.734
Mitarbeiter		
Anzahl zum jeweiligen Periodenende	73	45

Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 (01.07.2006 - 31.12.2006) erzielte die OPEN Business Club AG ein EBITDA vor Sondereinflüssen von T€ 1.438. Durch Aufwendungen für den Börsengang Anfang Dezember 2006 ergab sich ein EBITDA nach Sondereinflüssen von T€ -1.219.

Inhalt

Überblick

Kurzprofil
Kennzahlen

Finanzteil

28 Die openBC-Aktie
30 Lagebericht
54 Konzernabschluss

Management

- 02 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
- 06 Management
- 08 Bericht des Aufsichtsrats
- 11 Mitglieder des Aufsichtsrats
- 12 Corporate Governance

XING

- 14 Wachstumsmarkt
- 14 Online Professional Networking
- 18 XING - das Erfolgsmodell
- 24 XING treibt Wachstum voran

Weitere Informationen

- 87 Bestätigungsvermerk
- 88 Finanzkalender/Impressum

02



28



14



30



Vorwort des Vorstands- vorsitzenden



**Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionäre, Mitarbeiter und XING-Mitglieder,**

in Ihren Händen halten Sie den ersten Geschäftsbericht unseres Unternehmens. Ich freue mich, Ihnen einen Rückblick auf ein erfolg- und ereignisreiches Geschäftsjahr 2006 sowie einen Ausblick auf die zukünftige Entwicklung der OPEN Business Club AG geben zu können.

Erfolgreicher Markenwechsel, Relaunch und Gang an die Börse

Das Rumpfgeschäftsjahr 2006 (1. Juli bis 31. Dezember 2006) war für uns ein Ausnahmejahr im positiven Sinne: Aus openBC wurde XING. Für mich als Gründer des Unternehmens war es ein bewegender Moment, als wir unseren Mitgliedern die Plattform mit neuem, prägnanterem Markenprofil und einer komplett auf die Bedürfnisse unserer Nutzer abgestimmten Oberfläche präsentieren konnten. Dem Markenwechsel ging ein überlegter und ausgereifter Entwicklungsprozess voraus. Technisch gesehen war die reibungslose Migration von 1,5 Millionen Mitgliederprofilen und ihren über 42 Millionen Verbindungen eine erfolgreiche Pionierleistung: Kein einziger Kontakt ging verloren.

Bereits einen Monat später konnten wir den kurz zuvor angekündigten Börsengang mit Erfolg abschließen. Als erstes Web 2.0-Unternehmen sind wir an der Börse notiert. Ein Meilenstein in der Geschichte unseres Unternehmens, mit dem wir uns in einem neuen Leistungsumfeld der Messbarkeit unseres Geschäftserfolgs stellen.

Mitgliederwachstum und Finanzergebnisse überzeugen

Alle relevanten Kenngrößen belegen: Die OPEN Business Club AG befindet sich auf erfolgreichem und profitabilem Wachstumskurs. Die Zahl unserer Mitglieder stieg zum Dezember 2006 auf 1,69 Millionen weltweit, die Anzahl der zahlenden Premium-Kunden auf mehr als 220.000. Kein anderer Social-Software-Anbieter verfügt über einen vergleichbar hohen Anteil an zahlenden Kunden. Das starke Mitgliederwachstum schlug sich auch im Umsatz nieder: Im Kalenderjahr 2006 erzielte openBC Umsatzerlöse von 10,1 Millionen Euro, nach 3,3 Millionen Euro im Vorjahr (1. Januar bis 31. Dezember 2005). Dies entspricht einer Steigerung von mehr als 200 Prozent. Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 erwirtschaftete der Konzern einen Umsatz von 6,4 Millionen Euro. Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 konnte openBC auch die Ertragslage weiter verbessern und den profitablen Wachstumskurs fortsetzen. So lag das operative Betriebsergebnis EBITDA vor Sondereinflüssen in der Berichtsperiode bei 1,4 Millionen Euro. Dies entspricht einer EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen von 23 Prozent. Vor Sondereinflüssen wurde im Rumpfgeschäftsjahr 2006 ein positives Konzernergebnis von 1,1 Millionen Euro erzielt. Das EBITDA nach Sondereinflüssen beinhaltet Aufwendungen für den Börsengang Dezember 2006 in Höhe von 2,7 Millionen Euro.

Damit haben wir unser selbst gestecktes Ziel leicht übertroffen und können auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken, das ein ausgewiesenes Wachstumspotenzial für die weitere Entwicklung im Jahr 2007 aufzeigt.

› Lars Hinrichs: „Kontakte werden weltweit immer wichtiger. Die Globalisierung, die früher nur große Firmen berührte, betrifft jetzt auch die persönliche Ebene.“

Dank eines spannenden Umfelds und einer motivierenden und gesunden Firmenkultur konnten wir unser operatives Ziel des Mitarbeiter-Zuwachses erfolgreich umsetzen und die Anzahl unserer Mitarbeiter im Kalenderjahr 2006 reibungslos mehr als verdoppeln.

Dynamischer Wachstumsmarkt

Gemessen an der Aktivität der Mitglieder hat sich XING schon heute weltweit die Spitzenposition erarbeitet. Die aktive und hochwertige Community auf XING schafft für Geschäftsleute weltweit einen nicht kopierbaren und somit unschätzbar Mehrwert. Online und offline, über alle Landes-, Sprach- und Branchengrenzen hinweg: Mit XING fördern wir Geschäftsbeziehungen, die auf Vertrauen basieren.

Wir bewegen uns im noch jungen und aufstrebenden Wachstumsmarkt Professional Online Networking. In diesem Umfeld profitieren wir von drei ausgewiesenen Trends: Zum einen von der wachsenden Anzahl der Internetnutzer, die von derzeit gut einer Milliarde bis 2011 auf knapp zwei Milliarden ansteigen wird. Zum anderen von der wachsenden Bereitschaft der Internetnutzer, für qualitativ hochwertige Inhalte zu bezahlen, und nicht zuletzt von der steigenden Bedeutung von Kontakten für Geschäftsleute.

Auch im Hinblick auf die Monetarisierung unserer Mitgliederbasis sind wir führend: 13 Prozent aller Mitglieder sind zahlende Premium-Mitglieder. In einzelnen Städten wie Hamburg oder München liegt ihr Anteil bereits bei knapp 20 Prozent.

Weiteres Wachstum durch internationale Expansion

Die Strategie für die kommenden Monate ist klar: Wir sind in der Vergangenheit aus eigener Kraft profitabel gewachsen und werden diesen Wachstumskurs mit viralem Marketing, intensiver Kundenbindung und der Weiterentwicklung der technologischen Plattform des XING-Netzwerks weiter verfolgen. Mit den Erlösen aus dem Börsengang, mit XING als globaler Marke und basierend auf dem Know-how des gesamten Teams werden wir unseren globalen Expansionskurs mit strategischen Akquisitionen in Europa und Amerika beginnen.

Auch in Zukunft werden wir unserer Innovationsstrategie folgen und unseren Nutzern im Zwei-Wochen-Rhythmus ein Produktupdate bieten. Wir werden unser internationales Wachstum weiter steigern. Schon heute wächst die Zahl der XING-Mitglieder im Ausland schneller als im Inland. Mit Standorten in Hamburg, Zürich und Beijing sowie einem aus 15 Nationalitäten bestehenden Team sind wir bestens aufgestellt, um uns international als treibende Kraft im Markt für Professional Online Networking zu positionieren.

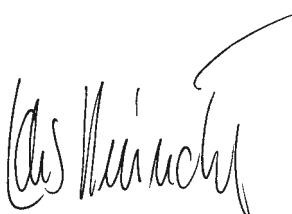
Ein Team - ein Ziel

Unser Börsengang wurde durch die exzellente Zusammenarbeit des XING-Teams mit unseren Alt-aktionären, u.a. Wellington Partners sowie den Konsortialbanken Deutsche Bank und Lehman Brothers, möglich. Und ganz im Sinne des englischen Sprichworts „Never change a winning team“ haben wir die Deutsche Bank und Lehman Brothers als „Designated Sponsors“ verpflichtet. Dem gesamten XING-Team spreche ich große Anerkennung für seinen außerordentlichen Einsatz aus. Ich freue mich über das hohe Maß an Motivation, mit dem es sich bislang und hoffentlich auch in Zukunft für XING engagiert.

Abschließend gilt mein besonderer Dank unseren Mitgliedern und Aktionären, die uns ihr Vertrauen geschenkt haben, sowie unseren Geschäftspartnern und dem Aufsichtsrat der OPEN Business Club AG.

Wir freuen uns auf eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft mit Ihnen.

Hamburg, im März 2007



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
OPEN Business Club AG

Management



Maren Gintzburg

VP Member Relations

Maren Gintzburg leitet die internationale Mitgliederbetreuung der OPEN Business Club AG, die die XING-Mitglieder in 16 Sprachen bei der Nutzung der Plattform unterstützt.

Eoghan Jennings

CFO, Finanzvorstand

Eoghan Jennings ist bei der OPEN Business Club AG verantwortlich für die Bereiche Finance, Legal, Human Resources und Investor Relations.

Susan Kish

VP Netzwerk-Beratung

Susan Kish leitet das Tochterunternehmen First Tuesday Zurich, das auf die Veranstaltung von Seminaren, Kongressen, Workshops, Think-Tanks und Events für Netzwerke spezialisiert ist.

Lars Hinrichs

Vorstandsvorsitzender

Lars Hinrichs hat das Unternehmen 2003 gegründet und leitet die Geschäfte seitdem als CEO bzw. seit der Umwandlung des Unternehmens in eine AG im Oktober 2006 als Vorstandsvorsitzender.



Burkhard Leimbrock

VP International

Burkhard Leimbrock verantwortet den Auf- und Ausbau des Auslandsgeschäfts und die Koordination der bestehenden Geschäfte inklusive der Leitung des regionalen Managements.

Julika Čapek

VP Finance

Julika Čapek ist bei der OPEN Business Club AG verantwortlich für Rechnungswesen, Planung, Controlling und Auswertung der Unternehmensleistung.

Andreas Gehret

VP Engineering

Andreas Gehret ist verantwortlich für die Entwicklung und den Betrieb der XING-Plattform.

Daniela Hinrichs

VP Corporate Communications

Daniela Hinrichs ist Unternehmenssprecherin der OPEN Business Club AG und global verantwortlich für die Unternehmenskommunikation sowie für Pressearbeit.

Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das vergangene Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006 stand im Zeichen des Formwechsels der Gesellschaft, des Rebrandings und Relaunches der Website sowie der Vorbereitung und Durchführung des Börsengangs der OPEN Business Club AG im Dezember 2006.

Beratungen und Prüfung der Geschäftsführung

Der Aufsichtsrat hat sich im Berichtszeitraum intensiv mit der Lage und der Entwicklung der OPEN Business Club AG befasst. Er hat die ihm nach Gesetz und Satzung des Unternehmens übertragenen Aufgaben und Befugnisse zur Beratung und Überwachung des Vorstands uneingeschränkt wahrgenommen. Der Vorstand informierte den Aufsichtsrat in schriftlichen und mündlichen Berichten regelmäßig, umfassend und zeitnah über alle wesentlichen Aspekte der Geschäftsentwicklung, über bedeutende Geschäftsvorfälle sowie die aktuelle Ertragssituation einschließlich der Risikolage und des Risikomanagements. Der Aufsichtsrat hat die Berichte des Vorstands in seinen Sitzungen behandelt und gemeinsam mit dem Vorstand diskutiert. Im Rumpfgeschäftsjahr fanden insgesamt sechs Sitzungen statt. Zwischen den Sitzungen wurde der Aufsichtsrat über Projekte und Vorgänge von besonderer Bedeutung informiert. Sofern erforderlich, wurden die Beschlüsse im schriftlichen Verfahren gefasst. Darüber hinaus trafen sich die Aufsichtsratsmitglieder und der Vorstand regelmäßig zu Informations- und Konsultationsgesprächen.

Beratungsschwerpunkte

Im Mittelpunkt der Beratungen des Aufsichtsrats standen

- die Umsatz- und Ergebnisentwicklung sowie die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowohl des Konzerns als auch der in der Schweiz und China operativ tätigen Tochtergesellschaften,
- die Unternehmensplanung einschließlich Investitions- und Personalplanung des Konzerns sowie der Tochtergesellschaften,
- die strategische Ausrichtung des Konzerns,
- die Weiterentwicklung der Risikofrüherkennungssysteme,
- die Vorbereitung und Durchführung des Börsengangs,
- die Entwicklung des ökonomischen Umfelds in den Märkten, in denen die OPEN Business Club AG operativ tätig ist, sowie
- die Beratung und Erörterung zustimmungspflichtiger Geschäfte.

Besetzung des Aufsichtsrats und der Ausschüsse

Dem Aufsichtsrat der OPEN Business Club AG gehören drei Mitglieder an. Die Mitglieder des Aufsichtsrats der OPEN Business Club AG wurden im Umwandlungsbeschluss der Gesellschafter der OPEN Business Club GmbH vom 19. Juli 2006 bestellt. Sämtliche Mitglieder des Aufsichtsrats sind ehemalige Mitglieder des Beirats der OPEN Business Club GmbH. Zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats wurde in der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats am 22. August 2006 Dr. Neil V. Sunderland, zum stellvertretenden Vorsitzenden Dr. Eric Archambeau gewählt.

Mit Beschluss vom 3. November 2006 hat sich der Aufsichtsrat eine Geschäftsordnung gegeben und einen nicht beschließenden Personalausschuss und Prüfungsausschuss gebildet. Dem Personalausschuss gehören Dr. Eric Archambeau und William Liao, dem Prüfungsausschuss Dr. Neil V. Sunderland und William Liao an. Dem Personalausschuss obliegt die Vorbereitung von Beschlüssen des Aufsichtsrats über die Bestellung oder Abberufung von Vorstandsmitgliedern, den Abschluss, die Beendigung oder Änderung von Verträgen mit Vorstandsmitgliedern (insoweit entsprechend einem Vergütungsausschuss), die Vornahme sonstiger Rechtsgeschäfte gegenüber aktiven oder ehemaligen Vorstandsmitgliedern, die Zustimmung zu Nebentätigkeiten von Vorstandsmitgliedern sowie die Zustimmung zu Verträgen mit Aufsichtsratsmitgliedern. Dem Prüfungsausschuss obliegt entsprechend einem Auditausschuss die Vorprüfung der Unterlagen zu dem Jahres- und dem Konzernabschluss und zu Zwischenabschlüssen sowie die Vorbereitung von Beschlussfassungen des Aufsichtsrats über die Feststellung des Jahresabschlusses und die Billigung des Konzernabschlusses, den Vorschlag an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers sowie die Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer.

Entsprechenserklärung

Die Regelungen des Deutschen Corporate Governance Kodex waren im Berichtszeitraum nicht Gegenstand einer Erörterung durch den Aufsichtsrat. Vorstand und Aufsichtsrat haben jedoch am 1. Februar 2007 über die Regelungen des Corporate Governance Kodex beraten, nach Beratung erstmals eine Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Website der Gesellschaft unter corporate.xing.com dauerhaft zugänglich gemacht.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung

Der vom Vorstand nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuchs aufgestellte Jahresabschluss der OPEN Business Club AG und der Lagebericht für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006 sowie der nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss und der Konzernlagebericht wurden von der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hamburg, unter Einbeziehung der Buchführung geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Aufsichtsrat hat in Kenntnis dieser Prüfungsberichte den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss, den Lagebericht sowie den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht geprüft. An seinen Beratungen haben die Abschlussprüfer der Gesellschaft telefonisch teilgenommen und über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung berichtet.

Der Aufsichtsrat hat sich dem Ergebnis der Prüfung der Abschlussprüfer angeschlossen und als abschließendes Ergebnis seiner eigenen Prüfung keine Einwendungen erhoben. Der Aufsichtsrat billigte in seiner Sitzung am 22. März 2007 den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und den Konzernabschluss. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt.

Schlusswort

Die Mitglieder des Aufsichtsrats danken den Mitgliedern von XING und den Aktionären für das der OPEN Business Club AG entgegengebrachte Vertrauen. Dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken sie für ihren kenntnisreichen und stets engagierten persönlichen Einsatz für den Unternehmenserfolg und die dadurch erzielte Zufriedenheit der XING-Mitglieder.

Hamburg, den 22. März 2007

N. V. Sunderland

Dr. Neil V. Sunderland
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Mitglieder des Aufsichtsrats



Dr. Neil V. Sunderland
Vorsitzender
Schweiz



Dr. Eric Archambeau
Stellvertretender
Vorsitzender
Belgien



William Liao
Schweiz

Corporate Governance

Die OPEN Business Club AG sieht sich in ihrer Unternehmensführung den Grundsätzen der Fairness, Zuverlässigkeit und Transparenz verpflichtet. Ziel ihrer Corporate Governance ist die verantwortungsbewusste und auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Führung und Kontrolle des Unternehmens. Zentrale Bausteine dafür sind die enge und effiziente Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat, die Achtung der Aktionärsinteressen sowie eine offene und transparente Unternehmenskommunikation. Am 26. Februar 2002 hat die vom Bundesministerium für Justiz eingesetzte „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ den Deutschen Corporate Governance Kodex verabschiedet. Verschiedene Änderungen des Kodex wurden zuletzt am 2. Juni 2005 beschlossen. Aufsichtsrat und Vorstand der OPEN Business Club AG haben am 1. Februar 2007 die Entsprechenserklärung zu den an international und national anerkannten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung orientierten Empfehlungen zur Leitung und Überwachung börsennotierter Gesellschaften abgegeben. Die Erklärung wurde auf den Internetseiten der Gesellschaft veröffentlicht und ist nachfolgend aufgeführt:

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der OPEN Business Club AG zum Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG

Die OPEN Business Club AG entspricht den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Verhaltensempfehlungen der von der Bundesregierung eingesetzten „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ zur Unternehmensleitung und -überwachung in der Fassung vom 12. Juni 2006 seit Aufnahme der Börsennotierung ihrer Aktien am 7. Dezember 2006 mit folgenden Ausnahmen:

3.8 - Selbstbehalt D&O-Versicherung

Die OPEN Business Club AG hat für ihre Organe eine D&O-Versicherung ohne Selbstbehalt abgeschlossen. Vorstand und Aufsichtsrat vertreten die Auffassung, dass der Selbstbehalt einer D&O-Versicherung kein adäquates Mittel für das Erreichen der Ziele des Kodex ist. Selbstbehalte werden in der Regel durch die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats selbst versichert, so dass die eigentliche Funktion des Selbstbehalts ins Leere läuft.

4.2.1 - Besetzung des Vorstands, Geschäftsverteilungsplan

Gemäß Ziffer 7 der Satzung kann der Vorstand der OPEN Business Club AG aus nur einer Person bestehen. Die Geschäftsordnung enthält keinen Geschäftsverteilungsplan.

4.2.3 Abs. 3 - Aktienoptionen und vergleichbare Gestaltungen

Die OPEN Business Club AG entspricht den Empfehlungen des Kodex hinsichtlich der Ausgestaltung von Aktienoptionen und vergleichbarer Gestaltungen nicht vollumfänglich. Begrenzungsmöglichkeiten bei außerordentlichen Entwicklungen wurden im Aktienoptionsprogramm nicht vereinbart.

5.1.2 - Festlegung einer Altersgrenze für Vorstandsmitglieder

Der Aufsichtsrat der OPEN Business Club AG hat keine Altersgrenze für die Mitglieder des Vorstands festgelegt. Die Festlegung erfolgt fallweise bei Bestellung der Vorstände.

5.2 Abs. 2 - Vorsitz des Aufsichtsratsvorsitzenden in Ausschüssen

Der Aufsichtsratsvorsitzende der OPEN Business Club AG ist nicht Vorsitzender des Personalausschusses, jedoch ist er Vorsitzender des Prüfungsausschusses. Die von der OPEN Business Club AG gebildeten Ausschüsse haben keinen beschließenden, sondern lediglich beratenden Charakter.

5.4.1 - Festlegung einer Altersgrenze für Aufsichtsratsmitglieder

Der Aufsichtsrat der OPEN Business Club AG hat keine Altersgrenze für die Mitglieder des Aufsichtsrats festgelegt. Die Festlegung erfolgt fallweise bei Bestellung der Aufsichtsratsmitglieder.

5.4.7 - Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Der Vorsitz und die Mitgliedschaft in Ausschüssen sind in der Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder nicht gesondert berücksichtigt. Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder enthält zudem keine erfolgsorientierten Bestandteile. Eine langfristige finanzielle Anreizwirkung ergibt sich teilweise bereits aus dem maßgeblichen, unmittelbaren oder mittelbaren Aktienbesitz der Aufsichtsratsmitglieder.

7.1.4 - Veröffentlichung der Ergebnisse von Beteiligungsunternehmen

Die von der Gesellschaft veröffentlichte Liste von Drittunternehmen, an denen sie eine Beteiligung von für das Unternehmen nicht untergeordneter Bedeutung hält, enthält die gesetzlichen Angaben.

Hamburg, im Februar 2007

Wachstums- markt Online Professional Networking

Die OPEN Business Club AG betreibt mit XING eine der weltweit führenden Plattformen für Professional Networking. Bereits seit einigen Jahren ist ein globaler Trend zum Online Networking erkennbar. In den letzten Monaten hat das stark gestiegene Interesse am Thema Web 2.0 diesem Bereich weiteren Auftrieb gegeben. Online Networking zählt zu den zentralen Themen des Web 2.0, in dem die Nutzer die im Internet bereitgestellten Inhalte zunehmend selbst kreieren und bearbeiten. Social Networking Websites sind als interaktive Online-Communities typische Web 2.0-Plattformen: Sie stellen den Nutzern auf Webplattformen Anwendungen und Daten unterschiedlichster Art zur Verfügung. Dabei folgen die Anbieter dem Trend zu größerer Benutzerfreundlichkeit und stärkerer sozialer und kommunikativer Ausrichtung des Internets. Ihr Fokus liegt weniger auf standardisierter Software als vielmehr auf Leistungen, die Interaktion und Informationsfluss unter den Mitgliedern erleichtern.



Das Wachstumssegment des Professional Networking hat sich als Teilbereich des Online Social Networking-Marktes zum globalen Massenphänomen entwickelt und zieht weltweit Millionen Nutzer an.



Das Wachstumssegment des Professional Networking entwickelt sich als Teilbereich des Online Social Networking-Marktes zum globalen Phänomen und zieht weltweit Millionen Nutzer an. Die in der Regel gut ausgebildeten, berufstätigen Mitglieder von Professional Networking-Angeboten sind im Durchschnitt älter und beruflich engagierter als die Besucher von privat genutzten Social Networking-Seiten und verwenden die entsprechenden Plattformen vor allem zur Suche nach neuen Geschäften und Geschäftspartnern, Stellenangeboten oder qualifizierten Bewerbern für vakante Positionen.

Entwicklung des Social Networking steht erst am Anfang

Das Potenzial des Online Social Networking belegen zahlreiche Studien: So soll sich laut einer Untersuchung der Computer Industry Almanac Inc. die Zahl der Internetnutzer von weltweit 1,1 Milliarden im Jahr 2006 auf zwei Milliarden im Jahr 2011 erhöhen. Anders als noch vor einigen Jahren sind die Nutzer im Internet außerdem bereit, für attraktive Onlineangebote zu bezahlen. Eine Studie der Global Industry Analysts aus dem Jahr 2006 geht von einer Steigerung des globalen Marktvolumens für kostenpflichtige Online-Services und -Inhalte von 3,3 Milliarden Euro im Jahr 2006 auf 7,2 Milliarden Euro im Jahr 2010 aus. In Deutschland nutzen nach einer aktuellen Untersuchung von Booz Allen Hamilton mittlerweile rund 12,4 Millionen Menschen interaktive und partizipative Anwendungen wie Communities, Blogs und virtuelle Kontaktplattformen. Damit sind diese Angebote bei weiten Teilen der Bevölkerung bereits integraler Bestandteil des Alltags. Die dabei von XING adressierten Nutzer sind „Professionals“ genannte, gut ausgebildete und geschäftsorientierte Berufstätige und Unternehmer aller Branchen. In der sich rasch verändernden Geschäfts- und Arbeitswelt dieser Zielgruppe hat die Bedeutung von Kontakten in den vergangenen Jahren laufend zugenommen. Um heute und in Zukunft wettbewerbsfähig und professionell zu agieren, sind das Knüpfen und die Pflege von nationalen und internationalen Geschäftskontakten für ein Unternehmen als Ganzes ebenso unerlässlich wie für einzelne Mitarbeiter.

Der OPEN Business Club AG ist es als erstem Anbieter in diesem jungen Markt gelungen, ihren Kunden die Vorteile des Professional Online Networking zu kommunizieren und damit ein erfolgreiches, beitragsfinanziertes Geschäftsmodell zu etablieren. Heute ist XING mit knapp 1,2 Millionen Mitgliedern in Deutschland, der Schweiz und Österreich klarer Marktführer im deutschsprachigen Raum.

3,3 Mrd. €

Globale Präsenz als Wettbewerbsvorteil

Für Kinder, Teenager und Studenten existieren bereits zahlreiche gut etablierte und intensiv genutzte Social Networking-Angebote. Es ist zu erwarten, dass diese heranwachsende Generation Networking-Seiten auch mit ihrem Eintritt ins Berufs- und Geschäftsleben nutzen wird. Vor diesem Hintergrund werden Professional Networking-Angebote von dem Umstand profitieren, dass die Nutzer allgemeiner Social Networking-Websites mit zunehmendem Alter und beruflicher Aktivität häufig zu Nutzern von Professional Networking-Seiten werden. Der zentrale wirtschaftliche Vorteil gegenüber Angeboten, die sich nur an bestimmte Altersgruppen richten, liegt darin, dass Professional Networking-Seiten ihre Kunden über die gesamte Phase ihrer beruflichen Aktivität und damit über den längsten Zeitraum ihres Lebens begleiten.

Für die anspruchsvolle Kundengruppe nachwachsender Professional Online Networker werden die Qualität und die Internationalität eines Angebots gemeinsam mit der Aktivität der Mitglieder auf einer Plattform zu den entscheidenden Auswahlkriterien gehören. In einer zunehmend globalisierten Geschäftswelt wird nicht nur der Wert von Kontakten im Allgemeinen weiter steigen. Auch die Möglichkeit, diese über Landes- oder kontinentale Grenzen hinweg zu knüpfen und zu pflegen, wird zunehmend an Bedeutung gewinnen und somit zu einem der entscheidenden Kriterien für das künftige Wachstum von Professional Networking-Angeboten werden.



**Global Industry Analysts erwartet jedes Jahr eine
durchschnittliche Steigerung des globalen Marktvolumens
für kostenpflichtige Online-Services und -Inhalte um
21,1 Prozent von 3,3 Milliarden Euro im Jahr 2006 auf
7,2 Milliarden Euro im Jahr 2010.**

Der Professional Networking-Markt ist ein noch junger, aufstrebender Markt, in dem sich die meisten Anbieter auf eine geographische Region und eine Sprache beschränken. Die OPEN Business Club AG setzt dagegen von Anfang an auf globale und lokalisierte Präsenz. Mit ihrer derzeit in 16 Sprachen verfügbaren Plattform XING präsentiert sie bereits heute ein ausgereiftes Geschäftsmodell und ein höchst wettbewerbsfähiges Angebot für Unternehmer, Geschäftsleute und Wissenschaftler. Zwischen Dezember 2005 und Dezember 2006 stieg die Zahl der XING-Mitglieder außerhalb des deutschsprachigen Raums mit über 200 Prozent deutlich. Der Grund dafür sind die kurz nach dem Eintritt in einen regionalen Markt besonders hohen Wachstumsraten. Im Vergleich mit anderen europäischen oder asiatischen Regionen ist der deutschsprachige Markt schon relativ weit entwickelt. Vor dem Hintergrund des hohen Bekanntheitsgrades von XING erwartet die OPEN Business Club AG auch hierzulande ein kontinuierliches weiteres Wachstum.

XING – das Erfolgsmodell

› Die im August 2003 gegründete OPEN Business Club AG macht mit der Plattform XING das berufliche und geschäftliche Netzwerk ihrer inzwischen rund 1,7 Millionen Mitglieder zu einer aktiv genutzten Ressource.

Über alle Branchen hinweg stellt das Business-Netzwerk rund um den Globus 42 Millionen so genannter Peer-to-Peer-Verbindungen her.

Login

Benutzername

Passwort

Computer automatisch einloggen
Angemeldet werden.

Globales Netzwerk hilft bei lokalen Geschäften

Dank der erweiterten Funktionen für Kontakt-Suche und -Management bietet XING seinen Mitgliedern ein Höchstmaß an Nutzen rund um das Thema Geschäftskontakte und verbessert dieses ständig: XING-Nutzer haben die Möglichkeit, neue Kontakte einfach und schnell zu finden sowie bestehende Verbindungen aufrechtzuerhalten und zu vertiefen. Außerdem können sie ihre Aktivitäten auf neue lokale, regionale und internationale Märkte ausdehnen, online Geschäfte anbahnen und abschließen. Auch bei der Suche nach einem neuen Job oder einem geeigneten Bewerber bietet XING wertvolle Unterstützung. Nicht zuletzt nutzen Mitglieder die Plattform für den Meinungs- und Informationsaustausch. Einen weiteren Pluspunkt bietet XING seinen Mitgliedern mit den einfachen und effizienten Funktionen zum Management von Kontakten: Jedes Mitglied verfügt über ein Adressbuch, das die anderen Nutzer durch ihre Aktualisierungen automatisch auf dem neusten Stand halten.

Diese Vorteile sind die zentralen Gründe, aus denen sich immer mehr Menschen entschließen, Mitglied bei XING zu werden. Neue Mitglieder sind nach durchschnittlich 150 Tagen von den Vorteilen einer Premium-Mitgliedschaft überzeugt.

Maßgeschneidertes Angebot sorgt für Aktivität und Zahlungsbereitschaft der Mitglieder

XING-Mitglieder haben die Auswahl zwischen einer beitragsfreien Basis-Mitgliedschaft und einer kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft mit erweiterten Funktionen und Suchmöglichkeiten sowie exklusiven Produkt- und Dienstleistungsangeboten. Der Anteil der Premium-Mitglieder liegt schon heute weltweit bei mehr als 13 Prozent. Auf dem deutschsprachigen Markt hat die OPEN Business Club AG bereits eine Quote von 17 Prozent an Premium-Mitgliedern erreicht, in Metropolen wie Hamburg und Frankfurt liegt diese bei rund 19 Prozent, in Düsseldorf sogar bei rund 20 Prozent. Der Anteil der zahlenden Mitglieder steigt seit der Gründung des Unternehmens kontinuierlich. Das Geschäftsmodell der OPEN Business Club AG schafft optimale Voraussetzungen für die weitere Steigerung des Anteils der Premium-Kunden. Im ersten Monat nach ihrer Registrierung auf XING entscheiden sich 2,3 Prozent der Kunden für eine Premium-Mitgliedschaft.

Nach zehn Monaten sind es bereits 20 Prozent und nach 20 Monaten nahezu ein Drittel.

Die OPEN Business Club AG setzt anders als viele Wettbewerber auf ein rein beitragsfinanziertes Geschäftsmodell. Dabei konzentriert sich die Gesellschaft darauf, den Nutzen der Plattform für ihre Premium-Mitglieder kontinuierlich zu erhöhen und diesen damit stets einen hochattraktiven Mehrwert zu bieten. Da die XING-Nutzer statt Werbung passgenaue Leistungen erhalten, sind sie aktiver und nutzen die Angebote über einen längeren Zeitraum als die Kunden werbefinanzierter Plattformen. Diese Faktoren zählen zu den wesentlichen Wettbewerbsvorteilen von XING.

Kein Tag ohne XING – warum?

Es ist so wunderbar einfach, alte Kontakte zu aktivieren, bestehende Kontakte zu pflegen und neue Kontakte zu knüpfen! Die Vorteile von XING sind dabei, dass man sich weder E-Mail-Adressen noch Telefonnummern oder sonstige Kontaktdaten merken, notieren oder aktualisieren muss.

Mein persönliches Highlight zum Stichwort „Neue Kontakte knüpfen“ ist die Tatsache, dass mich mein jetziger, neuer Arbeitgeber über XING „gefunden“ hat! Voraussetzung für so erfolgreiches Networking über XING ist meines Erachtens, dass man im Profil die Wahrheit spricht. Über sich. Über das, was man sucht. Über das, was man bietet. Unter dieser Voraussetzung war es dann ganz einfach: Ich präsentierte mich – ich wurde gefunden – eine kurze Nachricht – ein Telefonanruf – zwei Bewerbungs-gespräche – ein neuer Job!

Ulrike Berning, SQS - Software Quality Systems (Schweiz) AG, Schweiz



Wir profitieren täglich von XING

Wir sind begeistert von XING, da fast alle Mitglieder die gleichen Erwartungen an die Plattform haben, nämlich sich ein Netzwerk mit interessanten Kontakten aufzubauen und zu pflegen sowie dauerhafte Geschäftsbeziehungen zu etablieren. XING bietet auf einen Blick bzw. Klick die Möglichkeit, gleich Kontakt mit dem „richtigen“ Ansprechpartner aufzunehmen, den man normalerweise umständlich über die Telefonzentrale eines Unternehmens oder allgemeine E-Mails kontaktieren würde. Dank XING konnten wir viele wirtschaftliche Erfolge erzielen, von denen unsere XING-Kontakte und die Moema Espresso Republic profitieren.

Ozan Taner, Moema Espresso Republic GmbH, Deutschland

Kundennutzen bestimmt den Geschäftserfolg

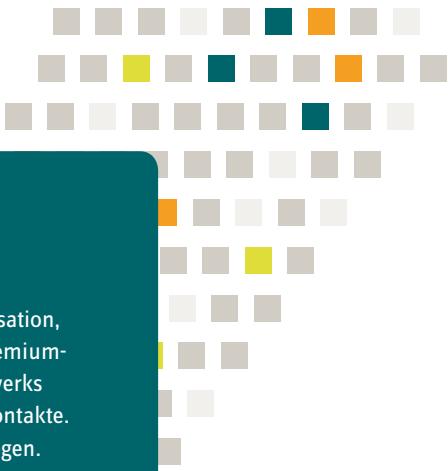
Der Nutzen, den XING registrierten Berufstätigen, Unternehmern, Fach- und Führungskräften bietet, ist das zentrale Erfolgskriterium für die OPEN Business Club AG. Um neue Kunden zu begeistern und die bestehenden zu halten, muss eine Plattform stets durch ein auf die Bedürfnisse der Mitglieder zugeschnittenes Angebot überzeugen. Dafür stellt XING eine Reihe leistungsfähiger Funktionen zur Suche und Verwaltung von Kontakten sowie zur Kommunikation mit anderen Mitgliedern zur Verfügung.

Daneben unterstützt die OPEN Business Club AG nicht nur jeden Einzelnen, sondern auch Unternehmen beim Thema Social Networking. Im März 2006 hat das Unternehmen mit Network Advisory ein Beratungsangebot für Institutionen, Organisationen und Unternehmen eingeführt, die Network-Communities einrichten, aufbauen oder pflegen möchten. Beispiele dafür sind etwa Alumni-Netzwerke oder Special-Interest-Gruppen. Zu den Kunden der Tochtergesellschaft First Tuesday AG, die im vergangenen Jahr akquiriert wurde, zählt unter anderem die IBM, die Ende 2006 eine Kooperation mit der OPEN Business Club AG vereinbart hat. Mit der XING Premium-Gruppe „The Greater IBM Connection“ wird die IBM ihre ehemaligen und aktuellen Mitarbeiter in einem Netzwerk zusammenführen. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit erwartet XING einen Zuwachs an neuen Mitgliedern.

Ein gut ausgefülltes Profil zahlt sich aus

Nach der Empfehlung eines Freundes bin ich auf die XING-Seite gegangen und habe mich erstmal in Ruhe umgeschaut. Sehr schnell habe ich gemerkt, dass man mit einem gut ausgefüllten Profil und einem Foto von den richtigen Leuten gefunden wird. Abgesehen von den Branchenfreunden, die man hier trifft, und den Synergien, die erreicht werden, bietet XING viele Möglichkeiten, sich beruflich zu verwirklichen. Marko Rogge, Unternehmensberatung, Deutschland





Aktive und loyale Mitglieder sichern globale Spitzenposition

Mit ihrem breiten Leistungsportfolio im Bereich der Kontaktsuche, -pflege, -aktualisierung und -organisation, der Einrichtung und Verwaltung von Online-Gruppen sowie den attraktiven Bonusangeboten der „Premium-World“ hat die OPEN Business Club AG Erfolgsgeschichte geschrieben. Die Basis eines starken Netzwerks ist die hohe Zahl aktiver Mitglieder. Sie erhöht für jeden Einzelnen die Chance auf attraktive neue Kontakte. Im Kalenderjahr 2006 ist die Zahl der XING-Mitglieder um 149 Prozent auf knapp 1,7 Millionen gestiegen. Die Anzahl der Premium-Kunden erhöhte sich zum 31. Dezember 2006 auf über 221.000 Mitglieder von ca. 189.000 zum 30. September 2006. Dies entspricht einem Anteil zahlender Premium-Mitglieder von rund 13 Prozent. In Frankfurt sind bereits 10,3 Prozent aller Einwohner XING-Mitglieder, in München 8,1 Prozent und in Düsseldorf 7,7 Prozent. Die Mehrheit der neuen Mitglieder gewinnt XING durch das kostengünstige Modell des viralen Marketings: Mitglieder empfehlen die Plattform ihren persönlichen Kontakten, laden diese z.B. per E-Mail zum Beitritt ein und sorgen so für kontinuierliches Wachstum der Plattform.

Doch für die hohe Qualität von XING sorgt nicht alleine die steigende Zahl der registrierten Nutzer. Die zentrale Größe sind die aktiven Mitglieder, die ihre persönlichen Profile auf dem neusten Stand halten und auf persönliche Nachrichten und Kontaktanfragen reagieren. Im Hinblick auf die Aktivität der Nutzer hält XING die globale Spitzenposition unter den bestehenden Networking-Seiten für Professionals. Die aktuelle Untersuchung der unabhängigen comScore Networks, Inc. belegt, dass die XING-Website im Hinblick auf die Gesamtnutzungsdauer in Minuten und die Gesamtzahl der aufgerufenen Seiten deutlich stärker genutzt wird als die des Wettbewerbs. Bei der „Unique Visitors“ genannten Zahl der einzelnen Besucher auf einer Website liegt XING ebenfalls international an der Spitze des Professional Networking-Marktes: Rund 60 Prozent der Basis-Mitglieder und 89 Prozent der Premium-Mitglieder besuchten zwischen Juli und Dezember 2006 jeden Monat die Internetplattform. Auch in diesem Zusammenhang erweist sich das beitragsfinanzierte Geschäftsmodell als Pluspunkt, da zahlende Mitglieder prinzipiell aktivere und loyalere Mitglieder sind. Dies spiegelt auch die niedrige monatliche Kündigungsquote von durchschnittlich 1,9 Prozent wider.

Dank XING langfristigen Kunden gewonnen

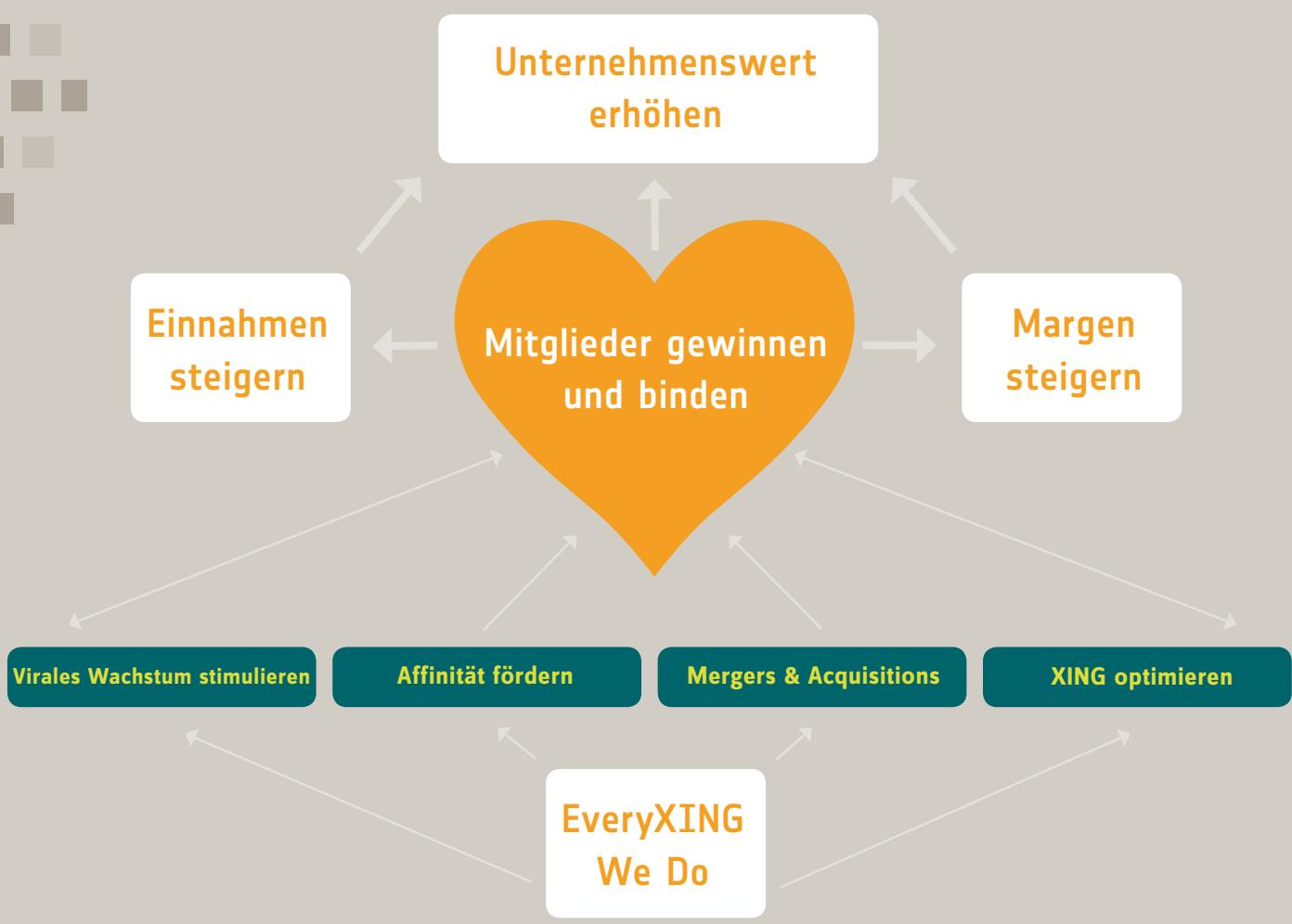
Die WHATEVER MOBILE GmbH ist ein junges und außerordentlich innovatives Unternehmen im Wachstumsmarkt „Mobile Application Service Providing“. Durch die Nutzung von XING konnten wir bei der United Internet-Unternehmensgruppe einfach und unkompliziert den richtigen Ansprechpartner ermitteln und diesen direkt kontaktieren. Interessanterweise erfuhren wir von unserem Ansprechpartner, dass wir das erste Unternehmen sind, welches ohne persönlichen Besuch vor Ort einen Abschluss mit United Internet generieren konnte. Seitdem erfreuen wir uns über ein äußerst partnerschaftliches Verhältnis und einen wiederkehrenden monatlichen profitablen Umsatz im sechsstelligen Euro-Bereich.

Ein Erfolg, der ohne die besonderen Möglichkeiten von XING nicht möglich gewesen wäre. Mittlerweile setzen wir das XING-Netzwerk gezielt und täglich zur Kundengewinnung ein.
Michael Lützenkirchen, WHATEVER MOBILE GmbH, Deutschland



XING verbindet Know-how mit Know-who und hilft den Mitgliedern dabei, ihr Business schneller und effizienter zu gestalten: In Form von neuen Vertriebskanälen, Ansprechpartnern und Jobs – einfach per Mausklick.

› XING treibt Wachstum voran



Die im Vergleich zu anderen Plattformen hohe Aktivität der XING-Mitglieder sorgt für aktuelle Daten sowie einen regen Informations- und Kommunikationsfluss auf der Plattform. Damit ist sie eine optimale Voraussetzung für die Kundenzufriedenheit und die Attraktivität von XING für neue und bestehende Nutzer. Ein Beleg dafür ist das profitable Wachstum der Erträge der OPEN Business Club AG: Allein im letzten Quartal des Jahres 2006 sind die Erträge des Unternehmens um 28 Prozent im Vergleich zum Vorquartal gestiegen.

Auch in Zukunft wird XING diesen Wachstumskurs weiter verfolgen. Dabei war der erfolgreiche Börsengang ein Meilenstein in der Entwicklung des Unternehmens. Er liefert der OPEN Business Club AG das notwendige Kapital zur Fortcierung ihrer Wachstumsstrategie und ermöglicht ihr, sich auch in Zukunft als treibende Kraft im Markt für Professional Online Networking zu positionieren. Das Unternehmen verfügt dabei über beste Voraussetzungen: Neben der attraktiven demographischen Zusammensetzung der Mitglieder und der langjährigen Erfahrung des Managements im Professional Networking ist vor allem die hohe Skalierbarkeit des Geschäftsmodells ein zentraler Wettbewerbsvorteil. Sie sorgt für geringe Marketingkosten und bietet die Möglichkeit, neue Mitglieder ohne eine unmittelbare proportionale Steigerung der Betriebskosten zu gewinnen. Ein weiterer entscheidender Pluspunkt ist die von Anfang an auf Skalierbarkeit, Kosteneffizienz und Zuverlässigkeit ausgerichtete IT-Strategie.

Vor dem Hintergrund der insgesamt zunehmenden Internetnutzung und der wachsenden Bedeutung des Online Professional Networking setzt die OPEN Business Club AG für künftiges Wachstum auf den weiteren nationalen und internationalen Ausbau der Mitgliederbasis. Dabei wird das Unternehmen auch in Zukunft das bewährte Konzept des viralen Marketings nutzen. Beim Ausbau des Netzwerks beschleunigt die Konzentration auf strategisch ausgewählte Städte das Wachstum ebenso wie die Unterstützung von Unternehmen und Institutionen beim Aufbau eigener Netzwerke auf der Plattform XING. Neben der Gewinnung neuer Mitglieder ist das zweite strategische Ziel der OPEN Business Club AG, die Aktivität der Mitglieder auf der Plattform zu erhöhen und den Anteil der Premium-Mitglieder über die stetige Optimierung des Produkts und attraktive Angebote weiter auszubauen. Dies wird für eine weitere Steigerung der Profitabilität sorgen.

Vier Wachstumstreiber bestimmen die Zukunft

Für das weitere profitable Wachstum der OPEN Business Club AG durch die Steigerung der Margen, der Einnahmen und des Unternehmenswerts sind das Gewinnen neuer und die Pflege bestehender Mitglieder das zentrale Erfolgskriterium. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt die OPEN Business Club AG auf vier Wachstumstreiber: **Virales Wachstum, Wachstum durch Affinität, Mergers & Acquisitions und die ständige Verbesserung des Produkts.**

Virales Wachstum

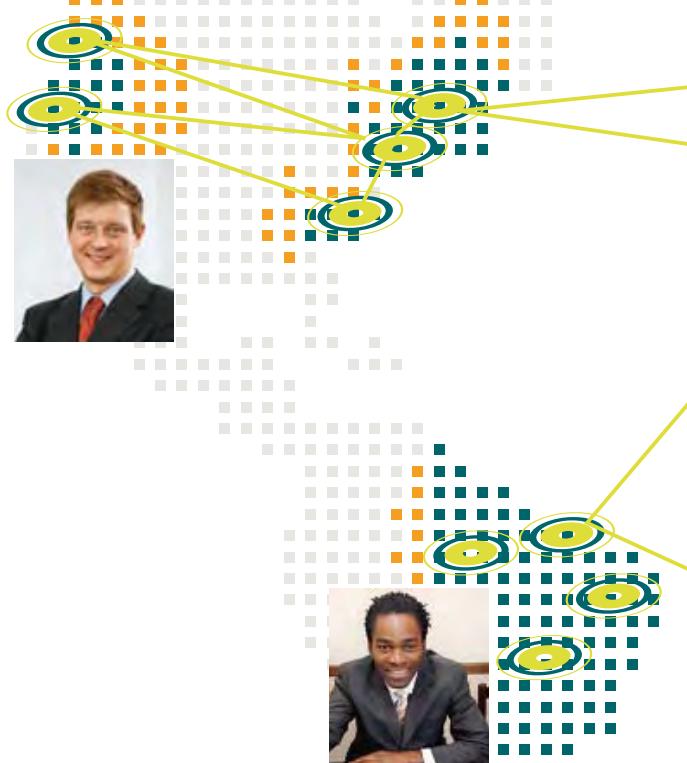
Die auf dem Prinzip der Mund-zu-Mund-Propaganda basierende Strategie des viralen Marketings hat sich für XING bislang als äußerst effektiv und kostengünstig erwiesen. Auch in Zukunft wird die OPEN Business Club AG auf diesem Wege die Bekanntheit der Marke XING und die Zahl der Nutzer steigern können, ohne eine unmittelbare proportionale Steigerung der Marketingausgaben in Kauf nehmen zu müssen. Aus diesem Grund wird das Unternehmen sein virales Marketing auch weiterhin lediglich durch gezielte und erfolgsbezogene Marketingmaßnahmen ergänzen. Beim Erschließen neuer geographischer Märkte wird sich die OPEN Business Club AG auf strategisch ausgewählte Städte konzentrieren. Dazu zählen die Wirtschaftsmetropolen rund um den Globus. Die bisherige Entwicklung des Netzwerks zeigt, dass die Zahl neuer Mitgliedschaften in einer Zielregion rasch steigt, sobald in einer für diese strategisch bedeutsamen Stadt eine gewisse Anzahl Mitglieder gewonnen wurde.

Wachstum durch Steigerung der Affinität

Für weiteres Mitgliederwachstum wird außerdem der Aufbau von Alumni- oder unternehmensinternen Netzwerken auf der Plattform sorgen, da über diese Netzwerke eine Vielzahl aktueller Angehöriger, Angestellter oder Alumni als Mitglieder für XING gewonnen werden. Weiteres Potenzial zur Kundenbindung bieten Spezialthemen, über die sich Mitglieder in den zahlreichen Branchen- oder Themen-Gruppen austauschen.

Gezielte Akquisitionen

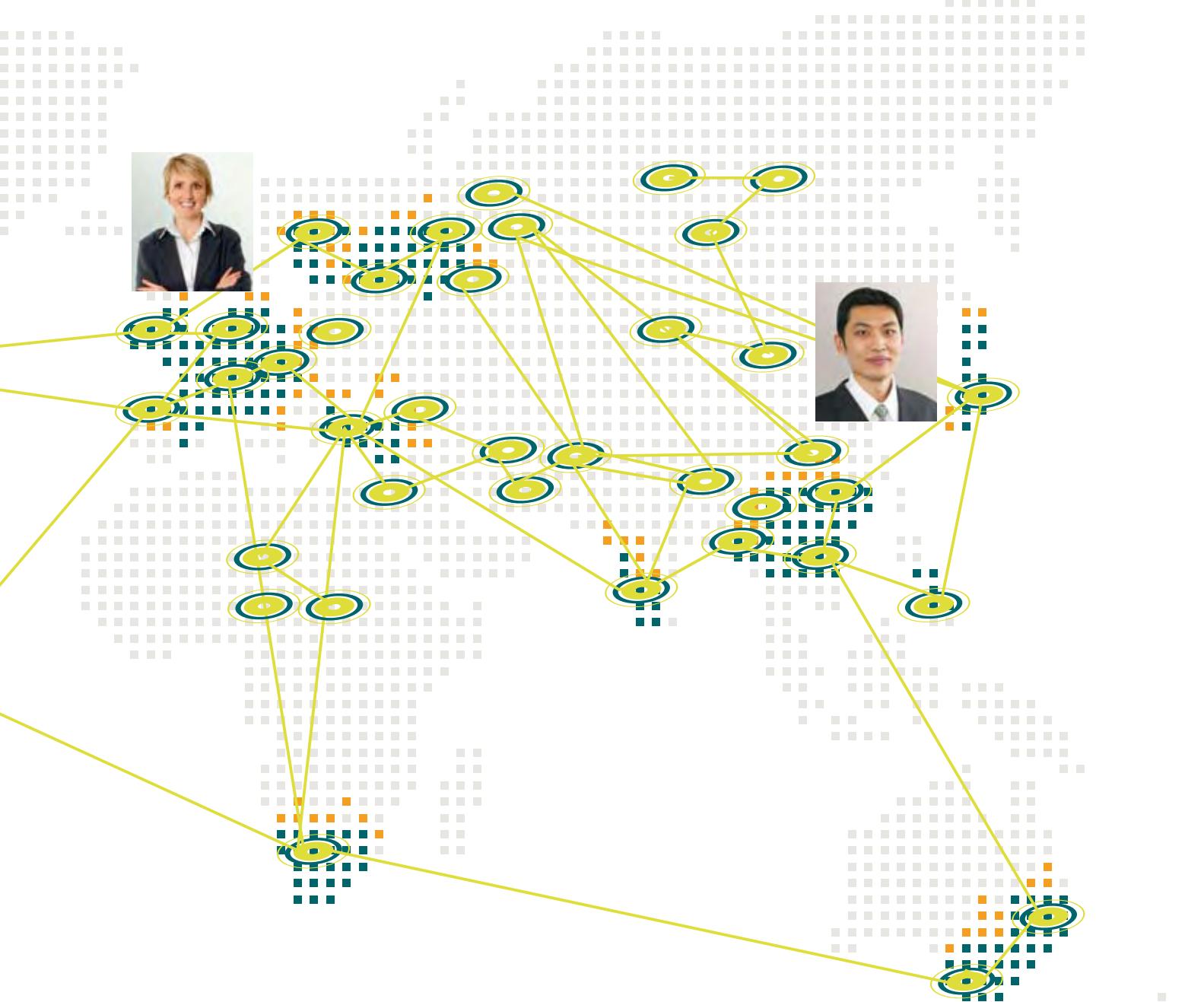
Auch die gezielte Übernahme von Networking-Plattformen in Europa und Amerika wird zum künftigen Wachstum der OPEN Business Club AG beitragen. Im Februar 2006 hat das Unternehmen die auf die Entwicklung von Executive Networks und die Organisation von Live Networking Events spezialisierte First Tuesday AG mit Sitz in der Schweiz erworben. Derzeit sondiert die OPEN Business Club AG den Online Professional Networking-Markt und führt aktiv Gespräche, um geeignete Übernahmekandidaten zu finden. Dazu zählen insbesondere lokale Networking-Websites, über die weitere Mitglieder für das XING-Netzwerk gewonnen werden können und mit deren Übernahme die Marktposition des Unternehmens international gestärkt und in bislang noch nicht erschlossenen Regionen weiter ausgebaut werden kann. Auf diesem Wege wird die OPEN Business Club AG ihre Position als treibende Kraft im Markt für Professional Online Networking festigen.



Internationale Expansion XING versteht jeder. Weltweit.
Schon heute steht die Plattform in 16 Sprachen zur Verfügung.
Mit dem Markteintritt in neuen Regionen baut die
OPEN Business Club AG die Plattform kontinuierlich aus.

Innovationen sorgen für optimales Produkt

Die ständige Weiterentwicklung von XING bleibt auch in Zukunft eine Kernaufgabe. Wichtigstes Ziel ist es, den Prozentsatz der Basis-Mitglieder zu erhöhen, die sich für eine Premium-Mitgliedschaft entscheiden. Dabei spielt die Aktivität der Mitglieder eine entscheidende Rolle: Je mehr Mitglieder das Angebot aktiv nutzen, desto mehr entscheiden sich für eine Premium-Mitgliedschaft. Innovative Funktionen zur Steigerung der Nutzungsintensität sind deshalb zentrale Bausteine der Wachstumsstrategie des Unternehmens. Zu den Beispielen für das Engagement der OPEN Business Club AG im Bereich der Produktoptimierung zählen die seit dem Relaunch im November 2006 verbesserte Benutzeroberfläche und neue oder optimierte Suchmöglichkeiten ebenso wie die exklusiven Angebote der „PremiumWorld“ oder die für das erste Halbjahr 2007 geplante Einführung des „Marketplace“, einem Online-Marktplatz für Stellenanzeigen und Dienstleistungen. Solche Maßnahmen sorgen für eine kontinuierliche Steigerung des Nutzens, den XING den Mitgliedern bietet, und unterstützen die Strategie des Unternehmens, aus der Plattform einen unverzichtbaren Bestandteil des Geschäftslebens rund um den Globus zu machen.



Stammdaten

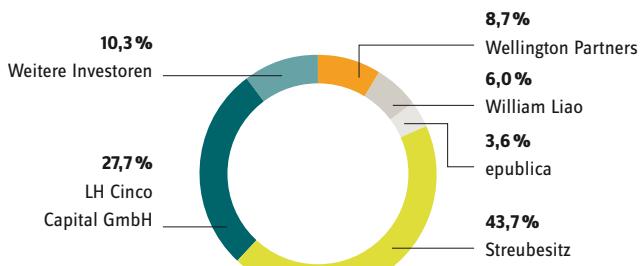
Börsenkürzel	O1BC
WKN	XNG888
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Marktsegment	Prime Standard
Börsen	Berlin-Bremen, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München, Stuttgart

Kennzahlen zur openBC-Aktie

2006

Anzahl der Aktien	5.201.700
Schlusskurs am 31.12.2006	€ 30,65/XETRA
Marktkapitalisierung am 31.12.2006	€ 159.4 Mio.
Durchschnittl. tägliches Handelsvolumen (07.12. - 31.12.2006)	43.571 Stückaktien
Aktienkurs Hoch (07.12. - 31.12.2006)	€ 32,80/XETRA
Aktienkurs Tief (07.12. - 31.12.2006)	€ 30,00/XETRA

Aktionärsstruktur zum 31.12.2006



Die openBC-Aktie

Erfolgreicher Börsengang findet große Beachtung

Seit dem 7. Dezember 2006 ist die OPEN Business Club AG im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörsen gelistet. Der erfolgreiche Börsengang war ein wichtiger Meilenstein in der Entwicklung des Unternehmens. Er lieferte der OPEN Business Club AG das notwendige Kapital zur Forcierung ihrer Wachstumsstrategie und verschafft ihr die Möglichkeit, sich als treibende Kraft im Markt für Professional Online Networking zu positionieren. Der erste Börsengang im Umfeld des Web 2.0 zählte zu den am meisten beachteten des Jahres 2006.

In der Angebotsfrist vom 4. bis zum 6. Dezember 2006 wurden im Rahmen des öffentlichen Angebots in Deutschland und der Schweiz sowie der internationalen Privatplatzierung bei institutionellen Investoren insgesamt 2.272.401 Aktien zu einem Ausgabepreis von € 30,00 angeboten. Der OPEN Business Club AG floss aus der Kapitalerhöhung um 1.350.000 Aktien im Rahmen des Börsengangs ein Nettoemissionserlös in Höhe von ca. € 37,3 Mio. zu.

Während der siebentägigen Management-Roadshow, die bereits am 28. November 2006 begann, besuchte der Vorstand in Begleitung der konsortialführenden Banken, Deutsche Bank AG und Lehman Brothers, über 50 hochkarätige institutionelle Investoren in Deutschland, Großbritannien, der Schweiz und den USA.

92,1% der Aktien gingen an institutionelle Investoren im In- und Ausland. 7,9% der zur Zeichnung angebotenen Aktien wurden bei Privatanlegern platziert. Hier war das Interesse von Mitgliedern der XING-Plattform besonders hoch: 5,3% der Aktien wurden an Premium-Mitglieder ausgegeben, die bei der Platzierung bevorrechtigt berücksichtigt wurden. Weitere 0,6% der Aktien gingen an Mitarbeiter und Partner der Gesellschaft; 0,3% der Aktien an Organmitglieder. Seit dem 21. Dezember 2006 beläuft sich der Streubesitz auf 43,7%.

Die OPEN Business Club-Aktie wird an den Börsen Berlin-Bremen, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München, Stuttgart sowie über XETRA gehandelt. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen betrug im Zeitraum vom 7. bis zum 31. Dezember 2006 43.571 Stück.

Development of the share price since IPO at December 7, 2006 to February 28, 2007



Auf Basis des XETRA-Schlusskurses in Höhe von € 30,65 am 31. Dezember 2006 errechnet sich eine Marktkapitalisierung von ca. € 159,4 Mio.

Kursentwicklung

Mit einem Plus von ca. 4 % und einem Kurs von € 31,06 am 31. Dezember 2006 hat die Aktie der Open Business Club AG in der Zeit von der Notierungsaufnahme am 7. Dezember bis zum Jahresende einen soliden Kursverlauf genommen. Die Aktie erreichte in diesem Zeitraum ein Kurshoch von € 32,80 (13. Dezember 2006). Niedrigster Kurs war der Ausgabepreis mit € 30,00.

Im Vergleich zum TecDAX, der im gleichen Betrachtungszeitraum um ca. 7 % zulegte, nahm die XING-Aktie einen volatileren Verlauf.

Im erweiterten Betrachtungszeitraum vom 1. Januar bis 15. März 2007 wies die Aktie nach einem Kursrückgang Mitte Januar einen soliden Kursanstieg bis auf das bisherige Allzeithoch von € 33,89 am 24. Januar 2007 auf. Im Zuge der allgemeinen Marktschwäche Anfang bis Mitte März 2007 fiel jedoch auch die openBC-Aktie und notierte am 23. März 2007 auf einem Kursniveau von € 29,70.

Seit dem Listing an der Frankfurter Wertpapierbörse hat die OPEN Business Club AG ihre Aktivitäten im Bereich Investor Relations weiter ausgebaut. Um die Investorenbasis weiter zu verbreitern und sich in den internationalen Kapitalmarktzentren vorzustellen, hat der Vorstand bereits an ausgewählten Investorenkonferenzen im Ausland teilgenommen. Mitte Februar 2007 haben die Deutsche Bank AG und Lehman Brothers die Coverage der Aktie aufgenommen. Weitere namhafte Häuser sind daran interessiert, ihre Kunden durch die regelmäßige Veröffentlichung von Unternehmensstudien über die Entwicklung der OPEN Business Club AG zu informieren.

Wenn Sie weitere Informationen zum Unternehmen wünschen, freuen wir uns, wenn Sie uns im Internet unter corporate.xing.com besuchen oder direkt anrufen. Wir sind bemüht, Ihnen die gewünschten Informationen jederzeit auf dem schnellsten Weg zukommen zu lassen.

Aktive Kapitalmarktkommunikation

Bereits während des Börsengangs Ende 2006 suchte die OPEN Business Club AG pro-aktiv den Dialog mit den Kapitalmarktteilnehmern. In seiner Investor Relations-Arbeit folgt das Unternehmen der Strategie eines offenen und kontinuierlichen Informationsaustausches mit institutionellen Investoren und Privatanlegern, Wertpapieranalysten sowie der Finanz- und Wirtschaftspresse.

Lagebericht ➤

für das Rumpfgeschäftsjahr
vom 1. Juli bis 31. Dezember 2006

Seite 31 Geschäft und Rahmenbedingungen

Seite 36 Geschäftsverlauf

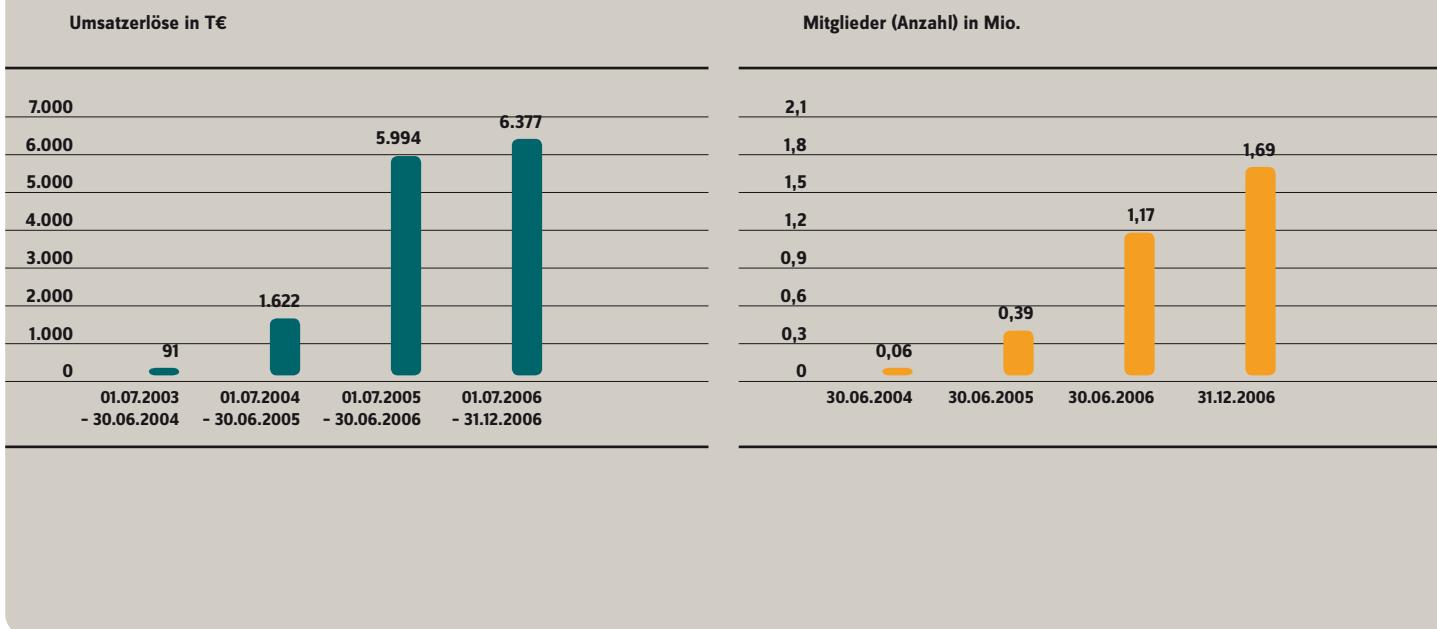
Seite 41 Nachtragsbericht

Seite 41 Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Seite 44 Risikobericht

Seite 47 Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB

Seite 49 Prognosebericht



Geschäft und Rahmenbedingungen

Historie und Wachstum von openBC

Die OPEN Business Club AG (im Folgenden auch „openBC“ oder „Gesellschaft“ genannt) betreibt unter der Bezeichnung „XING“ eine führende Website für Professional Networking. Seit Beginn ihrer Geschäftstätigkeit im Jahr 2003 verzeichnet die Gesellschaft einen starken Anstieg ihrer Mitgliederzahl: Zum 30. Juni 2004 waren ca. 0,06 Mio. Mitglieder registriert. Ein Jahr später waren es bereits 0,39 Mio. und zum 30. Juni 2006 hatte die Plattform schon 1,17 Mio. registrierte Nutzer. Bis zum 30. September 2006 konnte openBC die Zahl der Mitglieder auf 1,45 Mio. weiter steigern. Am 31. Dezember 2006 zählte XING 1,69 Mio. Mitglieder.

Parallel zum starken Mitgliederwachstum stiegen auch die Umsatzerlöse von openBC kontinuierlich an. Im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2004 betrug der gesamte Umsatz (Umsatzerlöse aus Dienstleistungen und sonstige betriebliche Erträge) T€ 91. Im darauf folgenden Geschäftsjahr stieg er auf T€ 1.622. Im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006 lag er bereits bei T€ 5.994. Im sechsmonatigen Rumpfgeschäftsjahr zum 31. Dezember 2006 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von T€ 6.377.

Mitglieder können zwischen einer beitragsfreien „Basis-Mitgliedschaft“ und einer beitragspflichtigen „Premium-Mitgliedschaft“ wählen. Zum 31. Dezember 2006 waren 13 % aller Mitglieder zahlende Premium-Mitglieder. Premium-Mitglieder zahlen in der Regel einen Mitgliedsbeitrag von € 5,95 monatlich im Voraus und können ihre Mitgliedschaft über einen Zeitraum von drei Monaten, einem oder zwei Jahren abschließen. Neben den umfangreicheren Suchmöglichkeiten stehen Premium-Mitgliedern erweiterte Funktionen – wie etwa die Möglichkeit, persönliche Nachrichten an andere Mitglieder zu versenden – sowie exklusive Preisnachlässe auf eine Reihe von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung. Premium-Mitgliedern, die einen längeren Mitgliedschaftszeitraum wählen, gewährt openBC ebenso ermäßigte Mitgliedsbeiträge wie Mitgliedern, die neue Premium-Mitglieder für das XING-Netzwerk gewinnen. Den Hauptteil der Umsätze erzielt openBC aus Mitgliedsbeiträgen. Neue Mitglieder werden in erster Linie über so genanntes „virales Marketing“ gewonnen. Darunter versteht man persönliche Empfehlungen wie etwa E-Mails bestehender Mitglieder, mit denen diese Kollegen und Bekannte einladen, dem XING-Netzwerk beizutreten.

XING unterstützt 16 Sprachen. Über die Plattform kommunizieren Menschen aus 190 Ländern. Die Mitglieder sind im Durchschnitt 34 Jahre alt. Mehr als 29 % der Mitglieder sind Frauen.

Die XING-Website

Die XING-Plattform bietet ihren Mitgliedern die Möglichkeit, neue geschäftliche Kontakte zu finden, bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten und zu vertiefen, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen.

Um Mitglied zu werden, müssen sich Nutzer registrieren und ein individuelles Profil mit persönlichen Informationen erstellen. Den Mitgliedern stehen eine Reihe leistungsfähiger und intuitiv zu bedienender Funktionen zur Verfügung, mit denen sie anderen Mitgliedern anbieten können, sich ihrem persönlichen Netzwerk innerhalb der Plattform anzuschließen, und mit deren Hilfe sie nach Profilen anderer Mitglieder suchen und diese einsehen können. So lassen sich potenzielle Ansprechpartner identifizieren, die für die eigene berufliche Tätigkeit und die geschäftlichen Interessen von Bedeutung sind.

Auf XING können die Mitglieder den Grad ihrer Privatsphäre selbst bestimmen, indem sie in ihren Profilen angeben, welche persönlichen Daten sie anderen Mitgliedern zugänglich machen wollen. Die Datenschutzeinstellungen lassen sich in hohem Maße an die individuellen Bedürfnisse anpassen. Sie ermöglichen es den Mitgliedern, einzelnen Personen oder Gruppen von Mitgliedern Zugang zu unterschiedlichen Informationsebenen zu gewähren.

Die Plattform ist unter www.xing.com erreichbar. Für Nutzer mobiler Zugangsgeräte wie Mobiltelefone und PDAs (Personal Digital Assistants) steht eine spezielle Version der Website unter mobile.xing.com zur Verfügung.

Die Mitglieder des XING-Netzwerks sind besonders aktiv: Im vierten Quartal des Kalenderjahres 2006 (Oktober bis Dezember) besuchten im Durchschnitt pro Monat ca. 57% der Basis-Mitglieder und ca. 89 % der Premium-Mitglieder die Plattform. Das hohe Maß der Kundenzufriedenheit zeigt sich außerdem in den niedrigen Kündigungsquoten. Im Rumpfgeschäftsjahr lag die durchschnittliche monatliche Kündigungsquote bei lediglich 1,7%.

Geschäftsmodell

Beitragsfinanziertes Geschäftsmodell

Die OPEN Business Club AG hat ein erfolgreiches, nachhaltiges und skalierbares Geschäftsmodell entwickelt. Sie vereinnahmt die Mitgliedsbeiträge der Premium-Mitglieder im Voraus. Dies ermöglicht der Gesellschaft stetige Einnahmen, die nicht den bei Werbeeinnahmen üblichen Schwankungen unterliegen. Beitragsfinanzierte Geschäftsmodelle konzentrieren sich demgegenüber nicht auf den Aufbau einer großen Mitgliedschaft, um daraus bei kostenlosem Leistungsangebot Einnahmen zu erzielen. Beitragsfinanzierte Social Networking-Websites beginnen in der Regel klein und vereinnahmen Mitgliedsbeiträge im Voraus. Um mit den vollständig beitragsfreien werbefinanzierten Websites konkurrieren zu können, bieten beitragsfinanzierte Websites gewöhnlich lediglich eine eingeschränkte Version ihrer Websites kostenfrei an.

Zu den entscheidenden Vorteilen beitragsfinanzierter Websites zählt die Tatsache, dass zahlende Mitglieder das Angebot häufig aktiver und eher über eine längere Zeit nutzen als Kunden von werbefinanzierten Websites.

Skalierbarkeit des Geschäftsmodells und der eingesetzten Technologie

Sowohl das Geschäftsmodell als auch die technische Plattform von openBC verfügen über ein hohes Maß an Skalierbarkeit. Durch den Aufbau der technischen Infrastruktur können neue Mitglieder gewonnen werden, ohne dass dies zu einer unmittelbaren proportionalen Steigerung der Betriebskosten führt. Die Hardwarearchitektur von openBC bietet eine stabile und zuverlässige Plattform, deren Kapazität leicht erweitert werden kann. Außerdem zeichnet sich das Geschäftsmodell durch niedrige Kosten bei der Gewinnung von neuen Mitgliedern aus. Dies ist auf die Nutzung des wirkungsvollen viralen Marketings zurückzuführen.

Strategie

Gewinnung neuer Mitglieder

Das primäre strategische Ziel der Gesellschaft ist es, die Anzahl der kostenfreien und zahlenden Mitglieder des Netzwerks zu erhöhen. Dafür wird openBC seine kostengünstige virale Marketingstrategie weiter optimieren und durch eigenes Marketing ergänzen. Beim Ausbau des Netzwerks konzentriert sich das Unternehmen zunächst auf strategisch ausgewählte Städte.

Bindung bestehender Mitglieder

Unabdingbare Voraussetzungen für den langfristigen Geschäftserfolg sind die Ansprechbarkeit für Fragen und Bedürfnisse der Mitglieder und das Eingehen auf deren Anliegen. Aus diesem Grund beschäftigt die Gesellschaft in ihrer Hamburger Unternehmenszentrale ein Team von 22 Mitarbeitern zur Mitgliederbetreuung. Außerdem hat openBC die Unterstützung bei Live-Events zu einem Schwerpunkt der Strategie im Bereich Kundenservice gemacht. Unter Live-Events verstehen wir Veranstaltungen, die von XING-Mitgliedern und/oder von openBC direkt organisiert werden, bei denen sich Mitglieder der Plattform treffen und vernetzen können. Der persönliche Kontakt ist für einige Mitglieder noch immer Grundlage für eine anschließende Vernetzung über die Plattform.

Steigerung der Mitgliederaktivität und des Anteils der Premium-Mitglieder

Aktive Mitglieder werden oder bleiben mit höherer Wahrscheinlichkeit Premium-Mitglieder. Deshalb steigert openBC durch die permanente Einführung neuer Funktionen und Angebote die Aktivität sämtlicher Mitglieder und den Prozentsatz der Basis-Mitglieder, die sich für eine kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft entscheiden. Beispiele für diese Strategie sind das Bonusprogramm „PremiumWorld“, das Premium-Mitgliedern vergünstigte Konditionen etwa bei Reiseveranstaltern und Finanzdienstleistern bietet, oder „Marketplace“, eine Online-Börse für Stellenanzeigen und Dienstleistungen, deren Einführung Mitte 2007 vorgesehen ist. Um den Wechsel von Basis-Mitgliedschaften zu Premium-Mitgliedschaften zu beschleunigen, wird openBC regionalen Kaufkraftunterschieden Rechnung tragen und die Preisstrategie in Schwellenländern anpassen.

Profitables Wachstum

Um ein profitables Wachstum sicherzustellen, beabsichtigt openBC das beitragsfinanzierte Geschäftsmodell weiterzuverfolgen und die Preisstrategie zu optimieren. Die Umsetzung der oben ausgeführten Strategien soll zu weiterem Mitgliederwachstum führen, das sich zu Gunsten der mittelfristigen Profitabilität auswirkt.

Die Gesellschaft rechnet damit, dass die Aufwendungen im Verhältnis zu den Umsatzerlösen zurückgehen werden. Gründe dafür sind die oben beschriebenen Skaleneffekte.

Beobachtung des Marktes im Hinblick auf attraktive Übernahmekandidaten

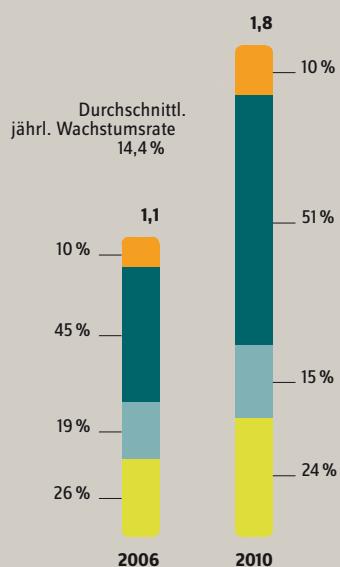
openBC beobachtet den Markt der lokalen Networking-Websites in Europa und Amerika, um attraktive Übernahmekandidaten zu identifizieren. Hauptziele möglicher Übernahmen sind die Gewinnung neuer Mitglieder für das XING-Netzwerk und die Stärkung der Marktposition der Gesellschaft in bestimmten Ländern. Demgegenüber steht der Erwerb von Software, Human Resources und Hardware oder sonstigen Ressourcen im Hintergrund.

Entwicklung der Website im Ausland

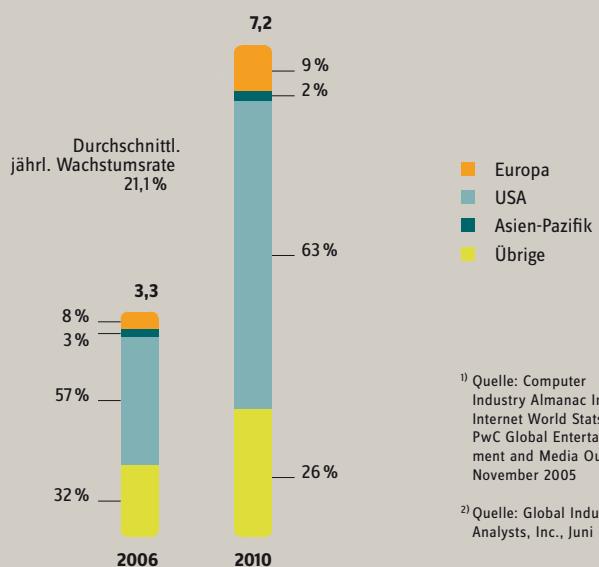
Nach den Ergebnissen des Media Metrix 2.0 Reports zum Dezember 2006 von comScore Networks, Inc. ist openBC mit deutlichem Abstand Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter den Websites für Professional Networking. Trotz einer verschärften Wettbewerbssituation konnte openBC europaweit ihre führende Marktposition bestätigen und weiter ausbauen. Die Gesellschaft konzentriert sich nun auf den Ausbau des deutschsprachigen Heimatmarktes, um gezielt weitere Marktführerpositionen in anderen Ländern zu sichern. Durch ihre internationale Ausrichtung ist es der Gesellschaft gelungen, ein Netzwerk aufzubauen, dem Mitglieder aus über 190 Ländern angehören.

Unter den 16 von XING unterstützten Sprachen sind Englisch, Spanisch, Französisch, Deutsch, Portugiesisch, Chinesisch, Russisch, Finnisch, Schwedisch und Japanisch. Die Mehrsprachigkeit der Benutzeroberfläche und des Kommunikationssystems hat der Gesellschaft eine rasche internationale Expansion ermöglicht. So hat die OPEN Business Club AG ihre Marktpräsenz auf dem strategisch wichtigen und schnell wachsenden chinesischen Markt durch ein im November 2005 gegründetes Joint Venture aufgebaut, an dem sie die Mehrheit der Anteile hält.

Entwicklung Internetnutzer in Mrd.¹⁾



Entwicklung globaler Markt für bezahlte Online-Services und -Inhalte in Mrd. €²⁾



¹⁾ Quelle: Computer Industry Almanac Inc., Internet World Stats, PwC Global Entertainment and Media Outlook, November 2005

²⁾ Quelle: Global Industry Analysts, Inc., Juni 2006

Insgesamt sorgen die mehrsprachige Plattform der Gesellschaft, die unter der XING.com-Domain sowie unter der bisher verwendeten openbc.com-Domain erreichbar ist, die internationale Zusammensetzung der Mitglieder sowie die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells und der technischen Infrastruktur dafür, dass die Gesellschaft über eine starke Basis für eine weitere internationale Expansion verfügt.

Gesamt- und branchenwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Lage

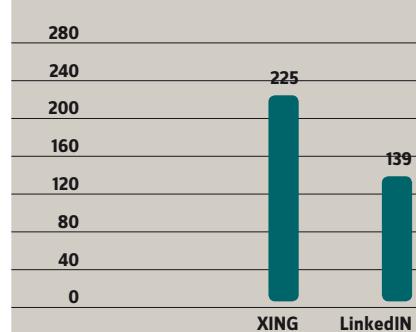
Das konjunkturelle Umfeld hat sich im Jahr 2006 nicht nur in Deutschland, sondern auch weltweit positiv entwickelt. Neben der allgemein positiven Konjunkturentwicklung gewinnt das Internet stetig an Bedeutung. Davon profitiert auch openBC als Betreiberin der XING-Plattform. Insgesamt sieht sich openBC jedoch keinen besonderen konjunkturellen Einflüssen ausgesetzt. Das Geschäftsmodell ist insofern nicht ungewöhnlich konjunkturabhängig.

Der Markt für Online Professional Networking

openBC ist im Online Professional Networking-Markt tätig. Dieser Markt ist ein Teilsegment des Online Social Networking-Marktes. Social Networking-Websites ziehen weltweit Millionen von Nutzern an. Auf diesen Internetseiten können Nutzer persönliche Profile erstellen, in denen sie sich selbst und ihre Interessen beschreiben. Darüber hinaus können sie Informationen und Gedanken in Foren oder so genannten Postings austauschen sowie andere Nutzer im Netzwerk finden und mit ihnen in Verbindung treten.

Social Networking-Websites wachsen in erster Linie durch persönliche Empfehlung oder E-Mail-Einladungen, die zur Teilnahme am Netzwerk einladen. Weil diese Netzwerke auf den persönlichen Beziehungen ihrer Nutzer basieren, wächst ihr Wert für den einzelnen Nutzer mit der Anzahl von Personen, die er im Netz „kennt“. Da Social Networking-Websites größtenteils aus Inhalten bestehen, die von Nutzern oder Mitgliedern eingebracht werden (so genannter „user generated content“), sind die Kosten für die Erstellung von Inhalten für die Betreiber in der Regel unwesentlich.

Aufgerufene Seiten im 4. Quartal 2006 in Mio.



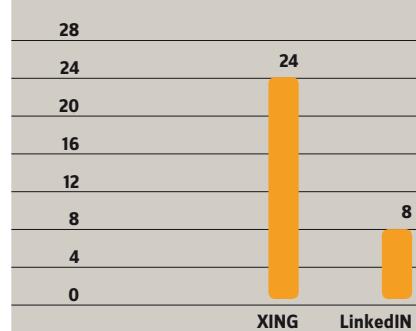
Der Online Social Networking-Markt wird nach Ansicht von openBC von einer Zunahme der Internetnutzung profitieren. Der Erfolg beitragsfinanzierter Geschäftsmodelle im Online Social Networking-Markt hängt vom Anstieg der Bereitschaft zur Nutzung bezahlter Online-Dienstleistungen ab. Nach einer Studie aus dem Jahr 2005 soll die Zahl der Internet-Nutzer von 1,1 Milliarden im Jahr 2006 auf 1,8 Milliarden im Jahr 2010 ansteigen. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 14,4% (Computer Industry Almanac Inc., „USA Leads Broadband Subscriber Top 15 Ranking – Worldwide Broadband Subscribers Will Top 215M in 2005“, November 2005). Das Marktvolumen des globalen Marktes für bezahlte Online-Services und -Inhalte soll nach einer Untersuchung aus dem Juni 2006 im gleichen Zeitraum von € 3,3 Milliarden auf € 7,2 Milliarden steigen, was einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 21,1% entspricht (Global Industry Analysts, Inc., „Online Paid Content – A Global Strategic Business Report“, Juni 2006).

Wettbewerb

Wie Besucherstatistiken für Websites mit Secure Socket Layer (SSL)-Verschlüsselung zeigen, wird die XING-Website mit 225 Millionen aufgerufenen Seiten im 4. Quartal 2006 signifikant stärker genutzt als die Website des engsten Mitbewerbers LinkedIn, der zurzeit über mehr registrierte Mitglieder verfügt, jedoch nach dem ComScore Key Measures Report-MyMetric vom Dezember 2006 lediglich 139 Millionen Seiten-Aufrufe vorweisen kann. Nach dieser Erhebung verzeichnetet die XING-Website außerdem in der jüngsten Vergangenheit zeitweise mehr Unique Visitors (Anzahl der einzelnen Besucher einer Website, basierend auf den Anfragen einzelner Internet Protocol Adressen) als LinkedIn.

Nach eigener Analyse besuchten im Durchschnitt pro Monat im 4. Quartal 2006 ca. 57% der Basis-Mitglieder und ca. 89% der Premium-Mitglieder die XING-Plattform. Die durchschnittliche Verweildauer eines openBC-Mitglieds bei einem Besuch auf der Website betrug im Dezember 2006 ca. 24 Minuten, während der Wert des Mitbewerbers nur bei ca. 8 Minuten lag (Quelle: comScore Networks, Dezember 2006).

Durchschnittliche Verweildauer im 4. Quartal 2006 in Min.



Geschäftsverlauf

Entwicklung im Rumpfgeschäftsjahr 2006

Börsengang im Dezember 2006

Der Börsengang der OPEN Business Club AG im Dezember 2006 war der erste Web 2.0-Börsengang außerhalb Asiens. Die Gesellschaft ist seither im Prime Standard des amtlichen Marktes der Frankfurter Börse gelistet. Insgesamt wurden im Rahmen des Börsengangs 2.272.401 Aktien zum Preis von € 30,00 platziert. Durch die im Rahmen des Börsengangs erfolgte Barkapitalerhöhung um 1.350.000 Aktien flossen openBC liquide Mittel in Höhe von € 40,5 Mio. zu. Diese Mittel werden für Investitionen in das weitere Wachstum der Gesellschaft sowie für gezielte Akquisitionen verwendet.

Einführung der Marke „XING“

Im November 2006 hat openBC die Einführung der Marke XING erfolgreich umgesetzt. Die neue Marke geht mit einer vollständig überarbeiteten und neu designten Website einher. Mit der Marke XING unterstreicht die Gesellschaft ihre Fokussierung auf internationales Wachstum. Die Neugestaltung der Website zielt darauf ab, die Benutzerfreundlichkeit und Funktionalität der Plattform weiter zu verbessern.

Entwicklung der Communities

Die Plattform XING enthält Funktionen und Leistungen, die eine Einrichtung und Verwaltung von Online-Gruppen (so genannten „Communities“) von Mitgliedern ermöglichen, die gemeinsame Interessen haben oder einer Institution oder Organisation angehören. Solche Gruppen sind von Mitgliedern moderierte Foren, die bestimmten Themen oder Interessen gewidmet sind. Innerhalb einer Gruppe können Nutzer Informationen austauschen und erörtern, indem sie diese in ein Forum einstellen. Andere Mitglieder können diese Postings genannten Nachrichten lesen und darauf antworten.

Die Gruppen-Funktion steht sowohl Basis- als auch Premium-Mitgliedern offen. Zum 31. Dezember 2006 gab es bei openBC ca. 5.000 Gruppen. Zu diesem Zeitpunkt waren insgesamt ca. 470.000 Mitglieder - 59 % aller Premium-Mitglieder und 23 % der Basis-Mitglieder - in mindestens einer Gruppe aktiv. Einige dieser Gruppen haben mehrere tausend Mitglieder und einen Anteil an Premium-Mitgliedern, der über 50 % liegt.

Die Gesellschaft bietet auch Gruppen an, die als „Premium-Gruppen“ bezeichnet werden und nur Mitgliedern zugänglich sind, die einer bestimmten Institution oder Organisation angehören. Diese Gruppen wurden für größere Gemeinschaften wie Unternehmen, internationale Organisationen oder Alumni-Gruppen von Hochschulen geschaffen. Über die Premium-Gruppen können Mitglieder auf einfachem Weg Verbindungen zu anderen Mitgliedern herstellen, die der selben Institution angehören. Dies sorgt für eine stärkere Bindung der Mitglieder innerhalb der Premium-Gruppe. Zum 31. Dezember 2006 bestanden 34 Premium-Gruppen mit insgesamt ca. 109.000 Mitgliedern, z. B. von Accenture und der Universität Hamburg.

Mit der IBM Corp. hat openBC im Dezember 2006 einen Vertrag über die Einrichtung und den Betrieb einer Premium-Gruppe für dessen Alumni-Netzwerk geschlossen. Der Vertragspartner hat das Recht erhalten, eine bestimmte Anzahl von Premium-Mitgliedschaften pro Jahr nach eigenem Ermessen zu vergeben sowie weitere Jahres-Premium-Mitgliedschaften zu einem vergünstigten Paketpreis zu erwerben. Die Gesellschaft erhält eine einmalige Vergütung für die Einrichtung der Premium-Gruppe auf der XING-Plattform sowie eine jährliche Gebühr für deren Betrieb und die dazugehörigen Serviceleistungen.

Betriebliche Kennzahlen

	2006 Q1	2006 Q2	2006 Q3	2006 Q4
Registrierte Mitglieder am Ende der Periode	927.482	1.170.627	1.446.334	1.694.043
%-Wachstum		26	24	17
davon Premium-Mitglieder	125.028	154.394	188.889	220.527
%-Wachstum		23	22	17
Premium-Mitglieder in % der Registrierten Mitglieder (Anteil der zahlenden Mitglieder)	13,5	13,2	13,1	13,0
Durchschnittliche Wachstumsrate der Registrierten Mitglieder in %	33,8	26,2	23,6	17,1
Durchschnittliche Wachstumsrate der Premium-Mitglieder in %	36,6	23,5	22,3	16,7
Kündigungen	4.400	7.164	7.592	11.971
Durchschnittliche monatliche Kündigungsquote in %	1,3	1,7	1,5	1,9
Monatlicher Durchschnitt in % der Registrierten Mitglieder, die innerhalb von 30 Tagen vor Periodenende aktiv waren	k. A.	k. A.	69	57
Premium-Mitglieder in %, die innerhalb von 30 Tagen vor Periodenende aktiv waren	k. A.	k. A.	95	89
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	36	46	55	70

Einführung von „PremiumWorld“

Im September 2006 hat openBC das Bonusprogramm „PremiumWorld“ eingeführt. Dieses bietet Premium-Mitgliedern über Kooperationspartner exklusive Vorteile und Preisnachlässe wie etwa spezielle Kreditkartenbedingungen oder besondere Konditionen bei Reiseservices, Reiseversicherungen, Autovermietungen und Bankkonten. Mit „PremiumWorld“ kommen Premium-Mitglieder in den Genuss von Vorteilen und Vergünstigungen, die in der Regel nur große Unternehmen erhalten. Um die Vergünstigungen für die Nutzer nicht zu schmälern, erhält die Gesellschaft im Rahmen der Kooperation von ihren Partnern keine Provisionen oder Vergütungen.

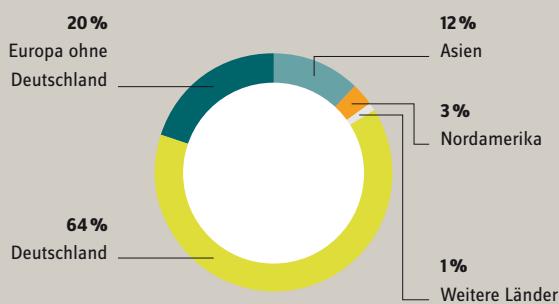
In Deutschland beträgt der Mitgliedsbeitrag für eine Premium-Mitgliedschaft wie im Vorjahr monatlich € 5,95. Dieser Mitgliedsbeitrag enthält die gesetzlich abzuführende Umsatzsteuer von seit dem 1. Januar 2007 19 % (davor 16 %). openBC hat die Umsatzsteuererhöhung nicht an ihre Premium-Mitglieder weitergereicht und die bisherigen Konditionen beibehalten. Die Beitragszahlungen der Premium-Mitglieder stellen den wesentlichen Teil der Umsatzerlöse von openBC dar. Im sechsmonatigen Rumpfgeschäftsjahr erzielte die Gesellschaft Umsatzerlöse in Höhe von € 6,4 Mio. Der Umsatz für das gesamte Kalenderjahr 2006 betrug € 10,1 Mio. Im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006 lagen die Umsätze von openBC bei € 6,0 Mio.

Entwicklung der Mitgliederzahlen

Die Zahl der XING-Mitglieder ist im Rumpfgeschäftsjahr weiter kontinuierlich gestiegen: Nachdem XING zum 30. September 2006 ca. 1,45 Mio. registrierte Mitglieder hatte, waren es zum 31. Dezember 2006 bereits 1,69 Mio. Dies entspricht einer quartalsbezogenen Steigerung von 17 %. Die Anzahl der zahlenden Premium-Mitglieder erhöhte sich im selben Zeitraum ebenfalls um 16,7 % von ca. 189.000 auf mehr als 220.000 Mitglieder. Damit liegt die Bezahlquote bei 13 %.

Wichtige betriebliche Kennzahlen für openBC aus dem Kalenderjahr 2006 zeigt die oben stehende Übersicht.

Regionale Mitgliederzahlen zum 31.12.2006



Entwicklung der Mitgliederzahlen nach Regionen in 2006

	2006 Q1	2006 Q2	2006 Q3	2006 Q4
Deutschland	68 %	66 %	64 %	64 %
Europa ohne Deutschland	22 %	21 %	20 %	20 %
Asien	6 %	9 %	12 %	12 %
Nordamerika	4 %	4 %	3 %	3 %
Weitere Länder	1 %	1 %	1 %	1 %

Obgleich die monatliche Kündigungsrate mit 1,9% im vierten Quartal 2006 im Vergleich zu den 1,5% im dritten Quartal leicht gestiegen ist, bleibt diese konstant auf einem niedrigen Niveau. Dies begründet sich darin, dass die Mitglieder in diesem Jahr die Tendenz zeigten, die Plattform analog zu anderen Mitgliedschaften zum Jahreswechsel zu überprüfen und gegebenenfalls zu kündigen.

Entwicklung der Mitgliederzahlen nach Regionen

Im Hinblick auf die Zahl der Mitglieder ist Deutschland mit 64% unverändert zum Vorjahr derzeit der wichtigste Markt für openBC. Der Anteil der Mitglieder in Europa (ohne Deutschland) beträgt 20%, in Asien 12%, Nordamerika 3% und in weiteren Ländern 1%. Für die kommenden Monate erwartet die Gesellschaft durch eine steigende Zahl ausländischer Mitglieder ein proportional stärkeres Wachstum außerhalb Deutschlands.

Produktentwicklung

Auch im Rumpfgeschäftsjahr 2006 hat openBC die Website kontinuierlich weiterentwickelt. Neben dem neuen Auftritt unter der Marke „XING“ wurden insbesondere folgende Funktionen neu geschaffen:

- Premium-Gruppen: Entwicklung eines neuen Bereiches auf der XING-Plattform, mit denen Community-Manager aus Unternehmen, Hochschulen und sonstigen Organisationen ihre Mitglieder auf XING komfortabel zusammenbringen und professionell verwalten können; ausgedehntes Angebot für die Integration von „Corporates“ wie IBM.
- PremiumWorld: Entwicklung eines neuen Angebots für Premium-Mitglieder, welches diesen Vorzugsangebote ausgewählter Partnerunternehmen bietet. Die Angebote reichen von Geschäftsreisen, Kommunikationsmitteln, Medien bis hin zu Finanzdiensten und sind an die speziellen Bedürfnisse der XING-Community angepasst.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Abteilung/Funktion	30.06.2004	30.06.2005	30.06.2006	31.12.2006
Produkte	0	0	3	9
Technik	0	0	1	3
Mitgliederbetreuung	0	4	13	22
Geschäftsentwicklung/Vertrieb	0	4	8	4
Marketing	0	0	0	3
Kommunikation	0	2	4	4
Finanzen & Verwaltung	0	2	7	11
Internationales	1	0	0	1
Projekte	0	0	0	1
Netzwerk Beratung/ Network Advisory in Zürich	0	0	5	8
langfristige freie Mitarbeiter	0	2	4	7
Gesamt	1	14	45	73

- Re-Design: Komplette Neugestaltung der openBC/XING-Website inklusive dazugehöriger Applikationen (Mobile, Plugins). Die neue Marke XING wird durch ein neues, frisches Layout repräsentiert, das internationalen Standards gerecht wird. Eine verbesserte Menüstruktur und optimierte Aufbereitung der Inhalte erleichtern zusätzlich eine intuitivere Benutzung und schnelleren Zugang zu relevanten Inhalten.

Die Aufwendungen für die Weiterentwicklungen der Website betragen im Rumpfgeschäftsjahr 2006 T€ 1.669 nach T€ 1.326 im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006. Von diesen Gesamtinvestitionen wurde ein Teilbetrag in Höhe von T€ 1.129 (30. Juni 2006: T€ 788) in der Bilanz innerhalb der immateriellen Vermögenswerte aktiviert. Der verbleibende Teilbetrag von T€ 540 (30. Juni 2006: T€ 538) wurde aufwandswirksam innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Mitarbeiter und Vorstand

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Die Zahl der Mitarbeiter ist von 45 am 30. Juni 2006 auf 73 am 31. Dezember 2006 gestiegen. Die oben stehende Aufstellung zeigt die Verteilung und Entwicklung der Mitarbeiterzahlen von openBC. Es werden nur festangestellte Mitarbeiter mit Ausnahme der Mitglieder der Geschäftsführungen sowie langfristige freie Mitarbeiter nach Abteilungen dargestellt.

Die Übersicht verdeutlicht die im Verlauf der Geschäftsjahre gestiegene Mitarbeiterzahl. Insbesondere der für openBC wichtige Bereich Mitgliederbetreuung hat dabei stetig an Bedeutung gewonnen, da die enge und persönliche Betreuung der Mitglieder des XING-Netzwerks nur mit dem Einsatz qualifizierter Mitarbeiter in ausreichender Anzahl gewährleistet werden kann.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 hat openBC zusätzliche Geschäftsbereiche etabliert. Die wesentlichen Funktionen betreffen dabei die Bereiche Product Management, Business Intelligence, Online Marketing und Community Relations.

Mitarbeiterbeteiligungsprogramm

Im November 2006 wurde durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft zum Zwecke eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms ein bedingtes Kapital im Umfang von bis zu € 288.822,00 geschaffen. In der Folge wurden 160.617 Aktienoptionen im Rahmen des „Aktienoptionsplans 2006“ (AOP 2006) an Vorstand sowie Mitarbeiter von openBC ausgegeben.

Der Aktienoptionsplan gewährt die Option zur Zeichnung von Aktien der Gesellschaft und sieht eine feste Laufzeit von fünf Jahren vor. Jede Option gewährt das Recht, eine Aktie der Gesellschaft zu zeichnen. Dabei ist das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen. Die wesentlichen Regelungen des AOP 2006 stellen sich in zusammengefasster Form wie folgt dar:

- Im Zuge des AOP 2006 dürfen Aktienoptionen ausschließlich an Mitglieder des Vorstands der OPEN Business Club AG, an Mitglieder der Geschäftsführung von Tochtergesellschaften sowie an ausgewählte Führungskräfte, sonstige Leistungsträger und sonstige Mitarbeiter der OPEN Business Club AG und ihrer Tochtergesellschaften ausgegeben werden.
- Die Aktienoptionen gewähren dem Inhaber das Recht zum Bezug von auf den Inhaber lautenden stimmberechtigten Stückaktien der OPEN Business Club AG. Dabei gewährt jede Aktienoption das Recht auf den Bezug von einer Aktie der OPEN Business Club AG gegen Zahlung des Ausübungspreises. Die Optionsbedingungen können vorsehen, dass die Gesellschaft dem Bezugsberechtigten in Erfüllung des Bezugsrechts wahlweise anstelle von neuen Aktien unter Inanspruchnahme des bedingten Kapitals auch eigene Aktien oder einen Barausgleich gewährt.
- Die Bezugsrechte aus den Aktienoptionen können erstmals nach Ablauf einer Wartezeit ausgeübt werden. Die Wartezeit beträgt für 50 % der gewährten Aktienoptionen mindestens zwei Jahre, für weitere 25 % mindestens drei Jahre und für die verbleibenden 25 % mindestens vier Jahre. Sie beginnt am Tag nach Ausgabe der jeweiligen Aktienoptionen. Die Ausübung der Bezugsrechte ist beginnend mit dem Tag der Ausgabe der Aktienoption innerhalb von bis zu fünf Jahren möglich.

- Der Ausübungspreis für eine Aktie der Gesellschaft entspricht dem arithmetischen Mittel der Schlussauktionspreise der Aktien der Gesellschaft im XETRA-Handel oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten 20 Börsentagen vor Ausgabe der jeweiligen Aktienoption. Für diese gilt der Tag der Annahme der Zeichnungserklärung des Berechtigten durch die Gesellschaft oder das von ihr für die Abwicklung eingeschaltete Kreditinstitut. Abweichend hiervon entspricht der Ausübungspreis für Aktienoptionen, die bis zur Handelsaufnahme der Aktien im Rahmen des Börsengangs der Gesellschaft ausgegeben werden, dem Kaufpreis, zu dem im Rahmen des Börsengangs die Aktien der Gesellschaft platziert werden.
- Bezugsrechte aus den Aktienoptionen können nur ausgeübt werden, wenn sich der Schlussauktionspreis der Aktien der Gesellschaft im XETRA-Handel oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem an der Frankfurter Wertpapierbörse innerhalb eines Jahres vor dem Tag der Ausübung des Bezugsrechts an mindestens zehn aufeinander folgenden Handelstagen positiver entwickelt hat als der SDAX-Index oder ein vergleichbarer Nachfolgeindex.

Vorstand der Gesellschaft und Vergütungssystem der Organe

Der Vorstand der Gesellschaft besteht zum 31. Dezember 2006 aus Lars Hinrichs (CEO, Vorstandsvorsitzender) und Eoghan Jennings (CFO, verantwortlich für die Bereiche Finance, Legal, Human Resources und Investor Relations).

Lars Hinrichs erhält als Vorstandsvorsitzender der Gesellschaft eine feste Vergütung von T€ 150 jährlich und einen variablen Bonus von bis zu T€ 25. Der Vertrag mit Eoghan Jennings sieht eine feste Vergütung von T€ 160 jährlich ohne variable Vergütung vor. Die Gesellschaft zahlt im Rahmen betrieblicher Altersversorgung Zuschüsse zur Kranken- und Pflegeversicherung sowie zur privaten Lebens- bzw. Rentenversicherung. Die Vorteile aus diesen von der Gesellschaft übernommenen Zahlungen von Versicherungsprämien sind bei der Berechnung der Gesamtvergütung einbezogen. Die Vorstände nehmen darüber hinaus am Aktienoptionsprogramm der Gesellschaft teil. Zum 31. Dezember 2006 hielten Lars Hinrichs 17.333 und Eoghan Jennings 13.841 Stück

Aktienoptionen der Gesellschaft. Die beizulegenden Zeitwerte betrugen zum Zeitpunkt der Gewährung am 6. Dezember 2006, je nach Dauer der Wartezeit von zwei bis vier Jahren, zwischen € 9,27 und € 10,62 je Aktienoption. Der gesamte Zeitwert der gewährten Aktienoptionen betrug für Lars Hinrichs T€ 170 und Eoghan Jennings T€ 135.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für die Teilnahme an jeder Aufsichtsratssitzung eine Vergütung von € 1.666,00 pro Sitzungstag. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält eine Vergütung in Höhe des zweifachen Betrags. Im Rumpfgeschäftsjahr betrug die Aufsichtsratsvergütung insgesamt T€ 20 (Vorjahr: T€ 0).

Die Sondereinflüsse betreffen in voller Höhe die im Zusammenhang mit dem Börsengang aufwandswirksam erfassten Kosten von T€ 2.657, die sich aus direkten Kosten des Börsengangs von T€ 1.231, die sich auf das Umplatzierungsvolumen beziehen, indirekten Kosten von T€ 1.082, die auch über den Börsengang hinaus nutzbar sind (z. B. für die IFRS-Umstellung und die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft), sowie aus Sondervergütungen für Mitarbeiter in Höhe von T€ 344 zusammensetzen. Die Überleitung von dem in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen EBITDA zum EBITDA vor Sondereinflüssen stellt sich wie folgt dar:

EBITDA vor Sondereinflüssen

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
EBITDA laut Gewinn- und Verlustrechnung	-1.219	-631
darin enthaltene Kosten des Börsengangs	2.657	0
EBITDA vor Sondereinflüssen	1.438	-631

In Bezug auf das Konzernergebnis ergibt sich folgende Überleitung:

Konzernergebnis vor Sondereinflüssen

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Konzernergebnis laut Gewinn- und Verlustrechnung	-1.565	-779
darin enthaltene Kosten des Börsengangs	2.657	0
Konzernergebnis vor Sondereinflüssen	1.092	-779

Nachfolgend wird die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns, wie sie sich aus dem vorliegenden IFRS-Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 ergibt, näher erläutert und analysiert.

Nachtragsbericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage von openBC haben, sind nicht zu verzeichnen.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Überblick

Im Kalenderjahr 2006 erzielte die OPEN Business Club AG Umsatzerlöse von € 10,1 Mio., nach € 3,3 Mio. im Kalenderjahr 2005. Dies entspricht einer Steigerung von mehr als 200 %. Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 erwirtschaftete der Konzern einen Umsatz von € 6,4 Mio., im Jahresendquartal konnten Umsatzerlöse in Höhe von € 3,6 Mio. verbucht werden.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 konnte die OPEN Business Club AG die Ertragslage weiter verbessern und den profitablen Wachstumskurs fortsetzen. So lag das operative Betriebsergebnis EBITDA vor Sondereinflüssen in der Berichtsperiode vom 1. Juli bis 31. Dezember 2006 bei ca. € 1,4 Mio. Dies entspricht einer EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen von 23 %. Vor Sondereinflüssen wurde im Rumpfgeschäftsjahr 2006 ein positives Konzernergebnis von ca. € 1,1 Mio. erzielt.

Ertragslage

Umsatzerlöse

Im Sechs-Monats-Zeitraum vom 1. Juli bis 31. Dezember 2006 erzielte openBC Umsatzerlöse aus Dienstleistungen in Höhe von T€ 6.172. Der Umsatz für den am 30. Juni 2006 endenden Zwölf-Monats-Zeitraum betrug T€ 5.983. Im gesamten Kalenderjahr 2006 erzielte openBC Umsatzerlöse aus Dienstleistungen in Höhe von T€ 9.924 und erreichte damit erstmals fast die Grenze von € 10 Mio. Die nachfolgende Übersicht zeigt die Zusammensetzung der Umsatzerlöse aus Dienstleistungen von openBC:

Umsatzerlöse aus Dienstleistungen

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Premium-Mitgliedschaften (inkl. Premium-Groups)	5.858	5.740
Beratung & Veranstaltungsorganisation	269	156
Sonstige	45	87
Gesamt	6.172	5.983

openBC erzielt seine Umsätze damit derzeit im Wesentlichen durch das Produkt „Premium-Mitgliedschaft“. Unterteilt nach geographischen Regionen stellen sich die Umsatzerlöse aus Dienstleistungen des Rumpfgeschäftsjahrs wie folgt dar:

Umsatzerlöse nach geographischen Regionen

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Deutschland	4.771	4.685
Sonstiges Europa	1.233	1.068
Asien	83	80
Amerika	70	63
Sonstige	15	87
Gesamt	6.172	5.983

Damit resultiert analog zum Vorjahr der größte Teil der Umsatzerlöse aus Dienstleistungen mit 77% (Vorjahr: 78%) aus Premium-Mitgliedschaften in Deutschland.

Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge des Berichtszeitraums von T€ 205 enthalten im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen für Überstunden sowie Rechts- und Beratungskosten (T€ 140). Die sonstigen betrieblichen Erträge des Vorjahrs waren mit T€ 11 von untergeordneter Bedeutung.

Personalaufwand und freie Mitarbeiter

Bedingt durch ihr starkes Wachstum hat die Gesellschaft neue Mitarbeiter eingestellt. Während des Rumpfgeschäftsjahrs vom 1. Juli 2006 bis zum 31. Dezember 2006 waren neben den beiden Vorständen durchschnittlich 61 Mitarbeiter (Vorjahr: 31) beschäftigt. Zum 31. Dezember 2006 waren insgesamt 73 (Vorjahr: 42) Mitarbeiter für openBC tätig. Insbesondere im Bereich der Entwicklung der Website arbeiteten wie schon im Vorjahr neben den eigenen Mitarbeitern auch freie Mitarbeiter für die Gesellschaft.

Die gestiegene Mitarbeiterzahl und der Aufbau einzelner Teams für die verschiedenen Unternehmensbereiche sorgten für einen Anstieg des Personalaufwands von T€ 1.673 auf T€ 2.806 im Rumpfgeschäftsjahr 2006. Weiterhin trugen dazu auch aufgelaufene Urlaubsansprüche sowie einmalige Sonderzahlungen aufgrund des erfolgreichen Börsengangs und der damit verbundenen Vorbereitungen zum Anstieg des Personalaufwands bei.

Marketingaufwendungen

Die Gesellschaft hat ihre Marketingaktivitäten im Berichtszeitraum verstärkt. Obgleich openBC die Effekte des viralen Marketings weiterhin als wichtige Basis des Erfolgs sieht, unternahm das Unternehmen insbesondere im Bereich der nationalen und internationalen Pressearbeit verstärkte Anstrengungen. Nachdem die Marketingsausgaben im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006 bei T€ 486 lagen, stiegen sie aus diesem Grund im Rumpfgeschäftsjahr zum 31. Dezember 2006 auf T€ 620.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Der Börsengang der Gesellschaft leistete einen maßgeblichen Beitrag zu dem Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen auf insgesamt T€ 4.171 (Vorjahr: T€ 4.467). Insgesamt sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen Kosten im Zusammenhang mit dem Börsengang von T€ 2.313 enthalten. Davon entfällt ein Teilbetrag von T€ 1.231 auf direkte Kosten, die zum Teil erfolgsneutral mit der Kapitalrücklage verrechnet werden konnten. Der verbleibende Teilbetrag von T€ 1.082 betrifft die auch über den Börsengang hinaus nutzbaren indirekten Kosten, wie z.B. Rechts- und Beratungskosten im Zusammenhang mit der IFRS-Umstellung und der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft.

Abschreibungen

Die Abschreibungen beinhalten die planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. Insgesamt waren Abschreibungen von T€ 431 nach T€ 295 im Vorjahr zu verzeichnen. Mit T€ 204 (Vorjahr: T€ 147) nimmt die Abschreibung auf die weiter optimierte, selbst entwickelte Software die größte Position ein. Daneben führten Investitionen in Höhe von T€ 215 (T€ 126 im Vorjahr) in entgeltlich erworbene Software zu einem weiteren Anstieg der Abschreibungen.

Zinserträge und Zinsaufwendungen

Das Zinsergebnis ist mit T€ 84 analog zum Vorjahr (T€ 143) positiv und resultiert im Wesentlichen aus kurzfristigen Anlagen der liquiden Mittel.

Erträge aus Ertragsteuern

Seit der Gründung hat openBC steuerlich keine Gewinne erzielt. Aktive latente Steuern auf die vorhandenen steuerlichen Verlustvorträge wurden nur in dem Umfang gebildet, in dem passive latente Steuern (z.B. aus der Aktivierung von Entwicklungskosten für die selbst erstellte Software) zu bilden waren. Darüber hinaus bestehen zum Stichtag in Deutschland steuerliche Verlustvorträge in Höhe von ca. € 6,6 Mio. (Vorjahr: ca. € 1,5 Mio.) und in der Schweiz in Höhe von ca. € 0,5 Mio. (Vorjahr: ca. € 0,2 Mio.), die bisher noch nicht aktiviert werden konnten.

Aufgrund der vorhandenen Verlustvorträge entstehen innerhalb des Konzerns derzeit keine tatsächlichen Belastungen in Form von Steuerzahlungen. Das Ertragsteuerergebnis betrug im Rumpfgeschäftsjahr T€ 0 nach einem Steuerertrag aus latenten Steuereffekten von T€ 4 im Vorjahr.

Vermögenslage

Das bilanzielle Vermögen des Konzerns besteht zum Stichtag 31. Dezember 2006 mit T€ 45.225 bei einer Bilanzsumme von T€ 50.973 zu 88,7% (Vorjahr: 68,3%) aus liquiden Mitteln. Der Anstieg der liquiden Mittel von T€ 6.791 zum 30. Juni 2006 auf T€ 45.225 zum 31. Dezember 2006 resultiert im Wesentlichen aus der im Rahmen des Börsengangs durchgeführten Barkapitalerhöhung.

Neben den liquiden Mitteln ist die selbst entwickelte Software mit einem Buchwert von T€ 1.869 (Vorjahr: T€ 944) der wesentliche Posten innerhalb des Vermögens. openBC hat auch im Rumpfgeschäftsjahr 2006 weiter an der Entwicklung der Plattform gearbeitet, neue Funktionen geschaffen und vorhandene optimiert.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von T€ 1.532 (Vorjahr: T€ 844) betreffen im Wesentlichen Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen gegen Premium-Mitglieder. Der Anstieg der Forderungen verläuft korrespondierend zum Wachstum der Umsatzerlöse. Die Wertberichtigungen zu Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen betragen im Rumpfgeschäftsjahr 2006 T€ 20 (Vorjahr: T€ 0) und waren damit von untergeordneter Bedeutung.

Finanzlage

Eigenkapital und Schulden

openBC finanziert sich seit der Gründung nahezu ausschließlich aus Eigenmitteln (in Form von Barkapitalerhöhungen) und aus den vorausbezahlten Mitgliedsbeiträgen der Premium-Mitglieder, die als passiver Rechnungsabgrenzungsposten gezeigt werden.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 hat openBC verstärkt IT-Hardware und IT-Software geleast. Bankverbindlichkeiten oder sonstige Darlehensverbindlichkeiten bestehen wie im Vorjahr nicht.

Die Eigenkapitalquote beträgt zum 31. Dezember 2006 80 % nach einem Wert von 56 % zum 30. Juni 2006. Damit hat openBC die Grundlage für weiteres Wachstum in der Zukunft geschaffen.

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit

Der positive Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug im Rumpfgeschäftsjahr 2006 T€ 3.880 nach T€ 1.734 im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006. Neben dem stichtagsbedingten Anstieg der Rückstellungen und Forderungen sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sorgten insbesondere die vorausbezahlten Mitgliedsbeiträge (Anstieg der passiven Rechnungsabgrenzung um T€ 1.612) für diesen operativen Mittelzufluss. Die positive Veränderung des Nettoumlauvermögens betrug zum 31. Dezember 2006 T€ 2.529 nach T€ 1.800 zum 30. Juni 2006.

Cashflow aus Investitionstätigkeit

Die wesentlichen Investitionen flossen auch im Rumpfgeschäftsjahr 2006 in den Erwerb von Software und vor allem in die weitere Entwicklung der Plattform. Nach Investitionen in Höhe von T€ 1.023 im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006 investierte die Gesellschaft im Rumpfgeschäftsjahr 2006 T€ 1.398, mit denen sie ihre Ausgaben für die Optimierung der selbst entwickelten Software weiter verstärkt hat.

Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen, die im Wesentlichen IT-Hardware (z. B. Server) betreffen, wurden im Umfang von T€ 710 nach T€ 457 im Vorjahr vorgenommen.

Die Investitionen in Finanzanlagen betrafen im Rumpfgeschäftsjahr im Wesentlichen langfristig hinterlegte Kau-
tionen für Zahlungsverkehrssysteme und Mietkautionen.
Der Vorjahresausweis betraf die Akquisitionen der konsolidierten Unternehmen First Tuesday AG, Zürich, Schweiz und openBC China Ltd., Hongkong, China sowie in diesem Zusammenhang ausgereichte Darlehen.

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit

Wie im Vorjahr resultiert der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit ausschließlich aus Barkapitalerhöhungen. Nach Abzug der entstandenen Kosten flossen der Gesellschaft hier liquide Mittel in Höhe von T€ 36.833 zu.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Die positive Entwicklung der Ertragslage bei Eliminierung der Sondereinflüsse des Rumpfgeschäftsjahres 2006 übertrifft die Erwartungen von openBC, so dass Skaleneffekte nunmehr zum Tragen kommen. openBC ist bei einer Eigenkapitalquote von 80 % zum 31. Dezember 2006 überwiegend durch Eigenkapital finanziert, so dass auch mögliche negative Entwicklungen robust überstanden werden können. Der Börsengang der Gesellschaft im Dezember 2006 hat zudem zu einem erheblichen Zufluss liquider Mittel geführt, die zusammen mit dem positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit openBC in die Lage versetzen, das weitere Wachstum aus den vorhandenen Mitteln zu finanzieren.

Risikobericht

Überblick

Derzeit sieht der Vorstand der Gesellschaft keine bestandsgefährdenden Risiken. Gleichwohl sind die permanente Überwachung und das Management von Risiken eine der zentralen Aufgaben des Vorstands. Hierzu hat der Vorstand das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikofrüherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensentwicklungen fortlaufend weiter. Nachfolgend sind die aus heutiger Sicht für die Gesellschaft wesentlichen Risiken dargestellt.

Risiken aus dem beitragsfinanzierten Geschäftsmodell von openBC

Das Geschäftsmodell von openBC beruht auf Beiträgen von Mitgliedern, die für den Zugang zu den erweiterten Funktionen der Website der Gesellschaft zahlen. Da die Gesellschaft zum jetzigen Zeitpunkt keine bezahlte Werbung akzeptiert, sind diese Beiträge die Haupteinnahmequelle von openBC.

In Zukunft könnten wichtige Wettbewerber auftreten, die ein auf Werbeeinnahmen basierendes Geschäftsmodell verfolgen und dadurch Produkte und Dienstleistungen kostenfrei anbieten könnten, die den Dienstleistungen, die zahlenden Mitgliedern der Gesellschaft zur Verfügung stehen, ähneln oder diesen sogar überlegen sind. Sollten werbefinanzierte Geschäftsmodelle im Professional Networking-Markt Erfolg

haben, könnte sich die Gesellschaft gezwungen sehen, ihre Mitgliedsbeiträge zu senken, um die Zahl ihrer Mitglieder und ihr Wachstum zu erhalten.

Auch wenn das beitragsfinanzierte Geschäftsmodell der Gesellschaft von den Mitgliedern in Ländern des deutschsprachigen Raums weiterhin akzeptiert würde, könnte es in anderen Ländern hinsichtlich der Gewinnung neuer und der Bindung bestehender zahlender Mitglieder weniger geeignet sein. Dies gilt insbesondere für Länder, in denen die Internetnutzer in geringerem Maße bereit sind, Gebühren für Leistungen zu entrichten, die von werbefinanzierten Anbietern kostenlos erhältlich sind.

Risiken in den geographischen Märkten von openBC

Die Strategie von openBC besteht in der Ausweitung der Geschäftstätigkeit auf strategisch wichtige Städte in einer Vielzahl von Ländern. Viele der regionalen Märkte für Professional Networking-Services, die openBC als Märkte für zukünftiges Wachstum identifiziert hat, bestehen erst seit kurzer Zeit, sind derzeit noch klein und weisen unter Umständen Charakteristika auf, an die das Geschäftsmodell und die -methoden von openBC erst angepasst werden müssten. Darüber hinaus könnte openBC sich veranlasst sehen, für bestimmte Märkte niedrigere Mitgliedsbeiträge einzuführen. Solche Märkte könnten etwa Schwellenländer und Länder sein, in denen Mitglieder in geringerem Maße bereit sind, für webbasierte Dienstleistungen Gebühren zu entrichten.

Risiken in Bezug auf Wettbewerber

openBC steht im Wettbewerb mit Unternehmen, die ähnliche Leistungen anbieten. Auch in Zukunft können neue Wettbewerber auftreten. So hat beispielsweise ein Wettbewerber kürzlich verkündet, die Expansion auf den deutschen Markt mit einer deutschsprachigen Version seiner Plattform anzustreben.

Wettbewerber könnten in der Lage sein, Leistungen anzubieten, die den von openBC angebotenen Leistungen überlegen sind.

Neben dem Wettbewerb durch existierende und in Zukunft entstehende Social Networking-Unternehmen könnte sich auch der Wettbewerb mit anderen Internet-Unternehmen verstärken, die über eine umfangreichere Nutzerbasis verfügen. Außerdem bieten manche Suchmaschinen Dienste an, die einigen der Hauptfunktionen von openBC stark ähneln. Dazu zählen zum Beispiel internetbasierte E-Mail-Dienste, Adressbücher und Software für kartographische Abbildungen, die zusätzlich zu erweiterten Suchfunktionen angeboten werden. Einige Anbieter von Suchmaschinen haben zudem Unternehmen und Plattformen für Social Networking erworben oder sind derzeit dabei, solche zu erwerben.

Viele Suchmaschinen und Internetdienstleister sind bereits seit längerer Zeit geschäftlich tätig, verfügen über einen höheren Bekanntheitsgrad, einen größeren Kundenstamm und wesentlich umfangreichere finanzielle, technische und Vermarktungskapazitäten als openBC. Diese Wettbewerber könnten ihre Aktivitäten im Bereich Produktentwicklung verstärken, Marketing-Kampagnen mit größerer Reichweite durchführen, eine aggressivere Preispolitik verfolgen und den Arbeitnehmern, Institutionen oder Unternehmen, mit denen openBC in Geschäftsbeziehungen steht, attraktivere Leistungen anbieten.

Sicherheit des Netzwerks von openBC

Jede Störung der Netzwerksicherheit von openBC könnte zu Unterbrechungen der Geschäftstätigkeit führen, die betrieblichen Aufwendungen erhöhen und den Ruf der Gesellschaft schädigen. Eine Erweiterung der Leistungsfähigkeit von Computern, neue Erfindungen oder sonstige Entwicklungen könnten zu einer Beeinträchtigung oder Überwindung der Sicherheitstechnologie führen, die openBC zur Speicherung der Mitgliederdaten auf ihrer Plattform nutzt. Angriffe gegen die Plattform von openBC könnten eine Vernichtung oder Veränderung von gespeicherten personenbezogenen Daten nach sich ziehen oder dazu führen, dass personenbezogene Daten für unlautere Zwecke oder ohne Genehmigung verwendet werden. Zu diesen Risiken zählen Identitätsdiebstahl, Kreditkartenbetrug oder sonstige Betrugsfälle, Werbemails und Spam-Mails von Unternehmen, die nicht mit openBC verbunden sind.

Außerdem könnten sich Mitglieder die bei XING zur Verfügung stehenden persönlichen Daten anderer Mitglieder zu Nutzen machen und sie Dritten, wie z.B. Werbetreibenden oder Versendern von Spam-Mails, zur Verfügung stellen. Auch könnten Werbetreibende und Versender von Spam-Mails versuchen, Mitglieder bei XING zu werden, um in den Besitz von persönlichen Daten anderer Mitglieder zu kommen. Solche Aktivitäten könnten den Ruf von openBC nachhaltig schädigen und dazu führen, dass openBC nicht mehr in der Lage ist, neue Mitglieder zu gewinnen oder bestehende Mitglieder an sich zu binden. openBC könnte sich gezwungen sehen, hohe Geldbeträge und andere Ressourcen aufzuwenden, um die Plattform vor potenziellen oder bestehenden Sicherheitsverletzungen zu schützen.

openBC arbeitet permanent an der Sicherheit ihres Netzwerks durch technische Weiterentwicklungen und Einsatz eigener Mitarbeiter. Die getroffenen Maßnahmen haben sich bisher als wirkungsvoll erwiesen. Gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass zukünftig Störungen in der Netzwerksicherheit eintreten können.

Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern

openBC ist von externen Dienstleistern abhängig, die aufgrund von Fachwissen und speziellen Technologien Leistungen erbringen, die entscheidend für die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft sind. Dazu gehören die Beschaffung, Installation, Entwicklung, Instandhaltung und Wartung von Hard- und Software; Daten- und Sprachübertragungsdienste, Server-Housing, Zahlungsabwicklung und der Versand von Textnachrichten. Im Hinblick auf eine wichtige Software ist openBC derzeit im Wesentlichen von einem einzigen Lieferanten abhängig. Externe Dienstleister könnten ihren Verpflichtungen nicht in zufriedenstellender Weise nachkommen oder ihre Leistungen nicht fristgerecht liefern. Hinzu kommt, dass externe Dienstleister sich entscheiden könnten, ihre Verträge mit openBC zu kündigen, oder nicht bereit sein könnten, diese Verträge zu wirtschaftlich vertretbaren Bedingungen fortzuführen.

openBC hat mit ihren wesentlichen Lieferanten zum Teil langfristige Partnerschaften – z.B. durch die Beteiligung eines Softwareentwicklers an openBC – abgeschlossen. Die Gesellschaft steht in ständigem Kontakt zu ihren Kooperationspartnern, um Weiterentwicklungen in den dargestellten Bereichen frühzeitig in die Wege zu leiten und gemeinsame Projekte mit ausreichender Vorlaufzeit verhandeln zu können.

Risiken in der Hard- und Software von openBC

Um ihre Dienstleistungen für Mitglieder erbringen zu können, ist openBC von automatisierten Prozessen abhängig, deren Effizienz und Zuverlässigkeit von der Funktionsfähigkeit und Stabilität der ihnen zugrunde liegenden technischen Infrastruktur abhängen. Die von openBC eingesetzten Server sowie die dazugehörige Hard- und Software sind von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der Geschäftstätigkeit sowie für das Ansehen und die Attraktivität der Gesellschaft für Kunden. Das Risiko einer Betriebsunterbrechung durch Ausfall der Hardware und Softwarefehler kann nicht vollständig ausgeschlossen werden.

Die Website und die Dienstleistungen der Gesellschaft könnten durch Ausfälle oder Unterbrechungen der IT-Systeme durch physische Beschädigungen, Stromausfälle, Systemabstürze, Softwareprobleme, schädliche Software (wie Viren und Würmer) und böswillige Angriffe (einschließlich so genannter „Denial of Service“-Angriffe) erheblich beeinträchtigt werden. In diesen Fällen könnte es zu einer Unterbrechung der Leistungen von openBC kommen.

Verstöße gegen Datenschutzbestimmungen und Bestimmungen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten

Die Mitglieder stellen der Gesellschaft umfangreiche personenbezogene Daten zur Verfügung, die auf den Servern von openBC in Deutschland gespeichert werden. Auf diese Daten haben Mitglieder innerhalb und außerhalb der Europäischen Union Zugriff. Ferner können Mitglieder über openBC weltweit personenbezogene Daten übermitteln. Die Erfassung, Verarbeitung und Übermittlung von personenbezogenen Daten sowie die Kommunikation der Mitglieder untereinander erfolgt in Übereinstimmung mit den strengen europäischen und deutschen Datenschutzgesetzen sowie den Datenschutzbestimmungen und Gesetzen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten weiterer Länder.

Sollte openBC gegen Datenschutzbestimmungen, Bestimmungen zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses oder Bestimmungen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten verstoßen, könnten Ermittlungen, datenschutzrechtliche Verfügungen und Schadenersatzforderungen, darunter auch Forderungen auf Ersatz immaterieller Schäden, die Folge sein. Unter Umständen könnten sogar strafrechtliche Verfahren gegen openBC und die Geschäftsleitung eingeleitet werden.

Eine Verletzung von Datenschutzbestimmungen und Gesetzen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten könnte sich nachteilig auf den Ruf der Gesellschaft und ihre Fähigkeit auswirken, neue Mitglieder zu gewinnen und bestehende Mitglieder an sich zu binden. Sie könnte sogar dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Leistungen zeitweise oder auf Dauer in manchen Ländern ganz oder teilweise nicht mehr anbieten und erbringen kann.

openBC überwacht mit Hilfe eigens dafür bestimmter Mitarbeiter die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Zudem werden im Rahmen der laufenden rechtlichen Beratung der Gesellschaft Neuerungen in Datenschutzbestimmungen identifiziert und Maßnahmen zur Überwachung und Einhaltung der Regelungen überprüft und gegebenenfalls neu erarbeitet.

Finanzielle Risiken

Ausfallrisiken aus Forderungen aus Beiträgen von Premium-Mitgliedern sind aufgrund der Zahlungsweise (in der Regel Kreditkarteneinzug) und der Tatsache, dass Forderungen aus einzelnen Premium-Mitgliedsbeiträgen jeweils nur bis zu T€ 1 betragen, nicht von wesentlicher Bedeutung. Das Liquiditätsrisiko ist dadurch beschränkt, dass openBC seine Zahlungsmittelbestände ausschließlich bei Banken mit hoher Bonität unterhält bzw. nur in Wertpapiere mit hoher Bonität und Liquidität investiert.

Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft ist in 5.201.700 auf den Namen lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) eingeteilt.

Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Oktober 2011 ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu € 1.925.850,00 durch Ausgabe von neuen auf den Namen lautenden bis zu 1.925.850 Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen. Bei der Kapitalerhöhung gegen Bareinlage ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen, als dies erforderlich ist, um den Inhabern von Optionsscheinen, Wandelschuldverschreibungen oder Optionsanleihen, die von der Gesellschaft oder ihr nachgeordneten in- oder ausländischen Konzernunternehmen ausgegeben wurden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang einräumen zu können, wie es ihnen nach Ausübung ihres Wandlungs- oder Optionsrechts bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zusteünde.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu 288.822 auf den Namen lautenden nennwertlosen Aktien um € 288.822,00 bedingt erhöht (bedingtes Kapital I). Das bedingte Kapital I dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 3. November 2006 von der Gesellschaft im Rahmen des Aktienoptionsplans 2006 in der Zeit bis zum 31. Oktober 2011 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur in so weit durchgeführt, wie Aktienoptionen ausgegeben werden und die Inhaber dieser Aktienoptionen von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien oder einen Barausgleich gewährt.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu Stück 1.540.680 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien um insgesamt € 1.540.680,00 bedingt erhöht (bedingtes Kapital II). Das bedingte Kapital II dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten, die gemäß Ermächtigungsbeschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 durch die Gesellschaft oder durch Gesellschaften, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, ausgegeben werden.

Beschränkungen hinsichtlich der Übertragung von Aktien

Die Gesellschaft hat sich im Rahmen des Börsengangs gegenüber den Konsortialbanken verpflichtet, ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Konsortialbanken innerhalb eines Zeitraums von zwölf Monaten

- keine Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital anzukündigen oder durchzuführen;
- der Hauptversammlung der Gesellschaft keine Kapitalerhöhung zur Beschlussfassung vorzuschlagen;
- keine Ausgabe von Wertpapieren, die in Aktien der Gesellschaft umgewandelt oder dafür eingetauscht werden können, anzukündigen oder durchzuführen oder die Ausgabe der Hauptversammlung der Gesellschaft zur Beschlussfassung vorzuschlagen;
- keine Verpflichtung hinsichtlich einer Transaktion einzugehen oder zu erfüllen, die wirtschaftlich den vorstehend genannten Geschäften entspricht.

Diejenigen Aktionäre, die im Rahmen des Börsengangs Aktien veräußerten, haben sich gegenüber den Konsortialbanken verpflichtet, bis zum Ablauf von sechs Monaten nach Lieferung ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Konsortialbanken

- keine Aktien der Gesellschaft zu verpfänden, zu verkaufen, Optionsgeschäfte in Bezug auf die Aktien zu tätigen oder die Aktien in anderer Weise abzugeben oder zu veräußern;
- keine Geschäfte (einschließlich Swap-Geschäften) abzuschließen, durch die das wirtschaftliche Risiko des Aktienbesitzes ganz oder teilweise auf einen Dritten übertragen wird;

unabhängig davon, ob diese Geschäfte durch Lieferung von Anteilen oder durch Geldzahlungen oder andere Leistungen zu erfüllen sind; und

- keine Kapitalerhöhung der Gesellschaft zu initiieren, für sie zu stimmen oder in anderer Weise zu unterstützen;
- keine Verpflichtung hinsichtlich einer Transaktion einzugehen oder zu erfüllen, die wirtschaftlich den vorstehend genannten Geschäften entspricht.

Ausgenommen von den vorstehenden Verpflichtungen sind Aktienübertragungen der veräußernden Aktionäre an ihre jeweiligen Angehörigen im Sinne des § 15 AO oder verbundene Unternehmen im Sinne des § 15 AktG sowie von veräußernden Aktionären (mit Ausnahme von Lars Hinrichs, der LH Cinco Capital GmbH sowie William Liao) an andere veräußernde Aktionäre. Voraussetzung hierfür ist, dass der jeweilige Erwerber seinerseits die Einhaltung der vorstehenden Verpflichtungen durch schriftliche Erklärung gegenüber den Konsortialbanken übernimmt. Im Falle der Übertragung an ein verbundenes Unternehmen ist Voraussetzung, dass die Aktienübertragung unter der auflösenden Bedingung erfolgt, dass ein solches Unternehmen kein mit dem übertragenden Aktionär verbundenes Unternehmen mehr ist.

Ausgenommen von den vorstehenden Verpflichtungen sind weiterhin Aktienübertragungen der veräußernden Aktionäre an Mitglieder des Vorstands oder Mitarbeiter von openBC (oder an Gesellschaften, die Aktien für die Mitglieder des Vorstands oder Mitarbeiter von openBC halten) im Zusammenhang mit einem Beteiligungsprogramm. Voraussetzung hierfür ist, dass solche Aktienübertragungen insgesamt nicht 2,1% der Gesamtzahl der Aktien der Gesellschaft überschreiten und dass der jeweilige Erwerber seinerseits die Einhaltung der vorstehenden Verpflichtungen durch schriftliche Erklärung gegenüber den Konsortialbanken übernimmt.

Lars Hinrichs sowie die veräußernden Aktionäre Daniela Hinrichs, William Liao und die LH Cinco Capital GmbH, deren alleiniger Gesellschafter Lars Hinrichs ist, haben sich in gleicher Weise für einen Zeitraum von zwölf Monaten nach Lieferung der angebotenen Aktien verpflichtet.

Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft von mehr als 10 % der Stimmrechte

Der Gesellschaft ist zum 31. Dezember 2006 eine Beteiligung der LH Cinco Capital GmbH, Hamburg, deren alleiniger Gesellschafter Lars Hinrichs ist, in Höhe von 28,3 % der Stimmrechte bekannt.

Ernennung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands

Zur Bestellung und Abberufung des Vorstands der Gesellschaft gelten die gesetzlichen Anforderungen des § 84 AktG. Die Satzung der Gesellschaft enthält darüber hinaus keine besonderen Regelungen zur Bestellung oder Abberufung des Vorstands.

angesichts der Verzerrungen infolge der Mehrwertsteuererhöhung mit Unsicherheiten behaftet. Die Mehrwertsteuererhöhung kann im ersten Quartal zu einem Rückgang des Konsums führen und insgesamt etwa einen halben Prozentpunkt Wachstum kosten, da die Käufe langlebiger Konsumgüter und die Wohnungsbauinvestitionen zum Teil in das Jahr 2006 vorgezogen worden sein könnten. Nach diesem möglichen Wachstumseinbruch sollte die Wirtschaft aber wieder Fahrt aufnehmen. Die weitere Besserung am Arbeitsmarkt wird dafür sorgen, dass die Konsumfreude wieder auflebt. Die hohe Kapazitätsauslastung, gefüllte Auftragsbücher und gute Ertragsperspektiven werden die Investitionen der Unternehmen beleben. Dies sind Trends, die sich positiv auf Geschäftsabschlüsse auswirken werden, für die XING den idealen Rahmen bietet.

Die Konjunktur in den USA stand im Jahr 2006 im Zeichen der Entwicklung am Immobilienmarkt. Deutlich rückläufige Wohnungsbauinvestitionen führten seit dem Frühjahr zu einer merklichen Schwächung des Wachstums. Auch die sonstigen Investitionen und der private Verbrauch entwickeln sich weniger lebhaft. Gleichwohl spricht einiges für ein „soft landing“ der US-Wirtschaft: Der Konsum dürfte von der robusten Arbeitsmarktlage und der guten Entwicklung an den Aktienmärkten gestützt werden. Investoren profitieren von den historisch niedrigen langfristigen Zinsen. Der Exportwirtschaft dürften die weiter hohe Nachfrage aus Europa und Asien sowie die Abschwächung des US-Dollar zugute kommen. Mit Auslaufen der Korrekturbewegung am Immobilienmarkt sollte die Konjunktur gegen Ende des Jahres anziehen. Nach Einschätzungen von Marktbeobachtern wird die US-Wirtschaft 2007 mit einer Rate von rund 2,3 % wachsen, nach ca. 3,3 % im Jahr 2006. Diese Situation bietet openBC eine günstige Ausgangslage für den Eintritt in den US-Markt.

Prognosebericht

Im Quartal zum 31. Dezember 2006 ist openBC erneut stark gewachsen. Das Unternehmen konnte mehr als 248.000 neue Mitglieder für die XING-Plattform gewinnen, so dass zum 31. Dezember 2006 die Mitgliederzahl bei rund 1,69 Millionen lag. Im gleichen Zeitraum erhöhte sich die Zahl der Premium-Mitglieder um mehr als 32.000 auf insgesamt mehr als 220.000. Der Zuwachs an Premium-Mitgliedern trug zum Wachstum der Umsatzerlöse bei, die sich im Quartal zum 31. Dezember 2006 mit € 3,6 Mio. im Vergleich zum Vorjahr (€ 1,3 Mio.) mehr als verdoppelt haben.

Erwartete wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Branchenentwicklungen

Beim Wirtschaftswachstum der Eurozone geht die EZB von einem robusten Aufschwung aus. Die Konjunktur im Euroraum soll im Jahr 2007 um rund 2,5 % zulegen. Zu den maßgeblichen Wachstumstreibern sollen der private Verbrauch und die Investitionstätigkeit zählen. Positiven Einfluss sollen auch das robuste weltwirtschaftliche Wachstum und das niedrigere Energiepreisniveau haben.

In Deutschland dürfte das reale Bruttoinlandsprodukt nach Schätzung des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) wie im Vorjahr um 2,7 % zulegen und damit etwas höher sein als im übrigen Euroraum. Die Prognosen für Deutschland sind

Anhaltende Durchdringung von Breitband-Internetverbindungen

Der Online Social Networking-Markt wird nach Ansicht der Gesellschaft von einer Zunahme der Internetnutzung profitieren. Die Verbreitung des Internets wird nach einer Studie der Computer Industry Almanac Inc. weltweit von 1,1 Milliarden Nutzern im Jahr 2006 auf 1,8 Milliarden im Jahr 2010 ansteigen. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 14,4 %.

Regionale Unterschiede im Markt für bezahlte Online-Services

Der Erfolg beitragsfinanzierter Geschäftsmodelle im Online Social Networking-Markt hängt vom dem Anstieg der Bereitschaft zur Nutzung bezahlter Online-Dienstleistungen ab. Der Markt für bezahlte Online-Services und -Inhalte wird nach Einschätzung der Global Industry Analysts (Juni 2006) zwischen 2006 und 2010 von € 3,3 Mrd. auf € 7,2 Mrd. wachsen. Erfreulicherweise soll die Entwicklung in den ausländischen Märkten, insbesondere in den Schlüsselmärkten innerhalb Europas und Asiens, weiter anhalten. Mit über 220.000 Premium-Mitgliedern zum 31. Dezember 2006 hat sich openBC weltweit als Nummer 1 unter den Networking-Plattformen mit beitragspflichtigem Businessmodell positioniert.

Erhöhte Fluktuation auf dem Arbeitsmarkt und Anstieg freier Mitarbeit

In einem zunehmend spezialisierten und internationalisierten Arbeitsumfeld sinkt seit Jahren die durchschnittliche Verweildauer der Arbeitnehmer in einem Unternehmen. Außerdem ist eine Zunahme projektbezogener freier Mitarbeit zu verzeichnen. Von diesem globalen Trend profitiert die openBC, da XING-Nutzer ihre Networking-Aktivitäten bei der Job- oder Auftragssuche auf der Plattform optimal umsetzen können.

Internationalisierung der Geschäftskontakte

Der erhebliche Anstieg des weltweiten Handels von Gütern und Dienstleistungen führt zu einer Globalisierung der Geschäftskontakte und einer Ausweitung geschäftlicher Netzwerke. XING ermöglicht der globalen Community, ihre Geschäftskontakte über Ländergrenzen, Sprachbarrieren und Zeitunterschiede hinweg zu managen. Dies schafft ideale Ausgangsbedingungen für ein fort dauerndes Wachstum.

Konvergenz zwischen Social Networking und sonstigen Medien

Im Zuge des Zusammenwachsens von Internet und mobiler Telefonie werden auch Online-Anwendungen zunehmend mobil. Dies gilt auch für die elektronische Verwaltung und Nutzung von Kontaktdaten. openBC hat als erste Social Networking-Plattform einen mobilen Zugang angeboten. Diesen Vorsprung durch den Zugriff auf die wichtigsten Funktionen über mobile Geräte wird die Gesellschaft kontinuierlich ausbauen.

Konsolidierung des Marktes für Professional Social Networking

Der Professional Networking-Markt ist derzeit stark fragmentiert. Die meisten Websites sind auf ein Land oder eine geographische Region und üblicherweise auf eine einzige Sprache beschränkt. Hier erwartet openBC eine Konsolidierung. Mit 42 Millionen Peer-to-Peer-Verbindungen zum Ende 2006 etabliert sich XING trotz zunehmender Markteintritte neuer Teilnehmer weiterhin als eine hoch-dynamische und sehr dicht vernetzte Plattform.

Konsequenzen für die Unternehmensstrategie

Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum

Um die Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum weiter auszubauen, wird openBC weiter der Strategie des Durchdringens von wichtigen Ballungsräumen folgen. Daneben sollen auch in Zukunft Schlüsselunternehmen, wie etwa DAX-Unternehmen, als Kooperationspartner gewonnen werden, um mit starken Marken eine breite Kundenbasis für die „PremiumWorld“ oder andere Dienste zu gewinnen. Zusätzlich verfolgt openBC mit der Unterstützung bei Live-Events eine Strategie zur Sicherung des Heimatmarktes. Bereits kurz nachdem die XING-Plattform ins Netz gestellt worden war, begannen die Mitglieder Live-Events und Treffen untereinander zu organisieren. Dies führte zu einer Stärkung ihrer Bindung an das XING-Netzwerk. Inzwischen ist die Zahl der von Mitgliedern organisierten Events gestiegen und Events werden auf der ganzen Welt angeboten. openBC plant, diese Events zu fördern und eine aktiver Rolle bei der Unterstützung und Initiierung solcher Events zu übernehmen. Beim Erreichen der Wachstumsziele ist und bleibt die Förderung des viralen Wachstums in Schlüsselmärkten die Hauptstrategie von openBC. In einigen Städten liegt die Quote der zahlenden Mitglieder bei mehr als 20 % und es ist nur eine Frage der Zeit, bis andere Städte sich in dieselbe Richtung entwickeln.

Internationalisierung vorantreiben

Mit dem Kauf ausgewählter Unternehmen mit gleichem oder ähnlichem Dienstleistungsangebot wird die Gesellschaft ihre erfolgreiche Marktposition im europäischen Ausland ausweiten. Die Gesellschaft beabsichtigt, mittels der Akquisitionen profunde regionale Marktkenntnisse zu gewinnen und damit die Lokalisierung bzw. Internationalisierung von

openBC weiter voranzutreiben. Insofern liegt der Fokus derzeit auf der Akquisition lokaler und regionaler Marktteilnehmer, die ihren jeweiligen Markt dominieren. Darüber hinaus wird die gezielte Ausweitung der PR-Aktivitäten in Drittländer dafür sorgen, dass auch dort das virale Wachstum angeschoben wird. Insgesamt plant openBC den Auslandsanteil am Umsatz mittelfristig auf mehr als 50 % des Gesamtumsatzes zu steigern.

Bevorstehende Marktkonsolidierung forcieren und vorantreiben

Mit fast 1,7 Millionen registrierten XING-Mitgliedern nimmt openBC eine Vorreiterrolle im Bereich der Professional Networking Services ein. Im Hinblick auf die bevorstehende Marktkonsolidierung wird die Gesellschaft den Markt für Online Professional Networking weiterhin auf attraktive Übernahmekandidaten beobachten. Hauptziel möglicher Übernahmen ist es, neue Mitglieder zu gewinnen, die Marktposition der Gesellschaft in bestimmten Ländern zu stärken und zusätzliche Services anzubieten, damit Mehrwert für unsere Mitglieder generiert wird. Der Vorteil dieser Strategie liegt insbesondere darin, eine kritische Masse an Nutzern schneller zu erreichen, als dies über sonstige Akquisitionskanäle möglich wäre.

In diesem Zusammenhang prüft die Gesellschaft derzeit die Akquisition mehrerer auf diesem Gebiet tätiger Unternehmen. Ziel dieser Analyse ist der Kauf eines oder mehrerer Unternehmen im entsprechenden Umfeld. Die ersten Umsatz- und Ergebniseffekte aus diesem Projekt erwartet openBC bereits für das Geschäftsjahr 2007.

Da die möglichen Kaufpreise der Akquisitionsziele in Abhängigkeit von der Größe des jeweiligen Unternehmens erheblich schwanken können, lässt sich dieser Schritt zum jetzigen Zeitpunkt im Hinblick auf die Eigenkapitalrendite in den beiden kommenden Jahren noch nicht quantifizieren.

Während openBC die Kundengewinnung in Deutschland aus dem Cashflow finanzieren wird, sollen die mit dem Börsengang erhaltenen Nettoemissionserlöse von ca. € 36,8 Mio. für die drei anderen beschriebenen Wachstumsdimensionen (Ausbau der deutschen Marktführerschaft, Vorantreiben der Internationalisierung und Marktkonsolidierung) eingesetzt werden.

Künftige Produktentwicklung und Plattformverbesserung

Vereinfachter Registrierungs- und Einladungsprozess

Um neue Mitglieder zu gewinnen, die Mitgliederaktivität zu steigern und den Wechsel von einer Basis-Mitgliedschaft zu einer Premium-Mitgliedschaft zu beschleunigen, hat die Gesellschaft in jüngster Zeit eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet und neue Funktionen auf ihrer Plattform eingeführt. Ein wesentlich vereinfachter Registrierungsprozess wird zusätzliche Impulse für die Anzahl der registrierten Mitglieder in allen Märkten geben. Auch die Gruppen-Funktionalitäten werden künftig weiter ausgebaut, um Affinitäten und Mitgliederwachstum zu stärken. Ziel der Erweiterung des Produktangebots ist es, heute noch unversorgte Zielgruppen zu erreichen.

Geplante Neuentwicklungen

Das neue Produkt „Marketplace“ wird im ersten Halbjahr 2007 eingeführt. Es wird das Platzieren und die Veröffentlichung von Online-Kleinanzeigen ermöglichen, in denen Dienstleistungen, Stellenangebote und -gesuche offeriert werden. Jedes Mitglied des Netzwerks hat die Möglichkeit, diese Anzeigen einzusehen und zu durchsuchen. Darüber hinaus wird openBC im Jahr 2007 an weiteren Funktionalitäten arbeiten, die, wie etwa Profil 2.0, Adressbuch 2.0 oder Suchtechnologien, für XING-Mitglieder einen klaren Mehrwert schaffen und das virale Wachstum der Mitglieder-Basis vorantreiben.

Erhöhte Abwicklungsgeschwindigkeit und Sicherheit

Mit den Entwicklungen zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit der Softwaresysteme – insbesondere im Hinblick auf die Abwicklungsgeschwindigkeit und die Sicherheit – zielt openBC auf die Sicherstellung der nachhaltigen Zuverlässigkeit in der Geschäftsabwicklung. Sie beeinflussen die Umsatzentwicklung nur mittelbar. Insgesamt sind die Kapazitäten der für den laufenden Betrieb eingesetzten Hard- und Softwaresysteme von openBC auf das zukünftig erwartete Datenvolumen für die Abwicklung von Spitzenlasten ausgelegt.

Künftige Markenkommunikation und Marketingaktivitäten

Marketing

Der Erfolgsfaktor von openBC ist das virale Wachstum. Entscheidend ist dafür u.a. die Markenbekanntheit, um schnell eine kritische Masse aufzubauen. Das Wachstum im internationalen Bereich wird durch verschiedene Maßnahmen im Online- und klassischen Marketing unterstützt. Einer der Unterschiede zu den Wettbewerbern und ganz generell ein Treiber für den Erfolg von Communities ist die hohe Aktivität der Nutzer. Diese wird openBC weiter stimulieren und auch nutzen, um aus der Community heraus in anderen Ländern wachsen zu können.

Bestandskundenmarketing

Die Aktivität der XING-Mitglieder spiegelt sich u.a. auch in den hohen Reagierer-Quoten (Response Rate) wider, die mit der Bestandskunden-Kommunikation erreicht wird. openBC wird diese weiter optimieren und in den Bereichen Aktivierung, Reaktivierung und Upselling weiter ausbauen. Des Weiteren werden die bereits bestehenden Kontakte in internationalen Ländern genutzt, um dort das virale Wachstum aus dem Kundenstamm heraus zu stimulieren.

Suchmaschinenoptimierung

Einer der Gründe, warum Mitglieder den XING-Service nutzen, ist, weil sie damit eine selbstbestimmte Identität in der Welt des Internets erhalten. Die XING-Mitglieder werden auch weiterhin dabei unterstützt, indem XING die „Sichtbarkeit“ der Profile sowie des gesamten Service kontinuierlich ausbaut. Eine wesentliche Maßnahme ist dabei die Optimierung der Webseiten auf Suchmaschinen, wodurch erhebliche Traffic-Steigerungen zu erwarten sind.

Kooperationsmarketing

openBC setzt im nationalen und internationalen Bereich auf starke Partnerschaften, um den Mitgliedern einen Mehrwert zu bieten und um günstige Marketingchancen wahrnehmen zu können (Barter Deals). Beispielsweise arbeiten wir an globalen Produkt-Kooperationen, wie mit IBM, oder auch im Bereich Mediapartnerschaften mit BMW, Lenovo, Sixt etc. innerhalb der „PremiumWorld“. Zusammen mit Partnern bietet die XING-Plattform den Mitgliedern damit exklusive Preis- und Produktvorteile. Diese werden weiter ausgebaut und besonders im internationalen Bereich gefördert.

Events

Über Events wird die Online Community mit der Offline Welt verbunden. Seit Bestehen von openBC hat nicht nur das Unternehmen Events gefördert, sondern auch die Mitglieder von sich aus weltweit XING-Events veranstaltet. Damit wurde der Gedanke des Networking in beiden „Welten“ gelebt. Durch einen klaren Fokus auf die Events mit zahlreichen Partnern wird für die XING-Mitglieder ein besonderer Mehrwert geschaffen.

Steigerung des Umsatzes

Stimulierung von Mitgliederaktivität und viralem Wachstum

Social Networking-Websites wachsen in erster Linie durch persönliche Empfehlung oder E-Mails, die zur Teilnahme am Netzwerk einladen. Da diese Netzwerke auf den persönlichen Beziehungen ihrer Nutzer basieren, wächst ihr Wert für den einzelnen Nutzer gemessen an der Funktionsvielfalt mit der Anzahl von Personen, die er im Netz „kennt“. In diesem Zusammenhang spricht man vom so genannten „Netzwerkeffekt“. Erhöhte Einladungsquoten der Mitglieder untereinander führen hier zu einer Erhöhung der Aktivität auf der Website. Dies bestätigt die hohe Zahl von 42 Mio. Peer-to-Peer-Verbindungen auf XING.

Erhöhung des Prozentsatzes der Basis-Mitglieder, die eine Premium-Mitgliedschaft abschließen

Ein aktives Mitglied wird bzw. bleibt eher Premium-Mitglied als ein inaktives. Daher ist die Gesellschaft bestrebt, die Aktivität sämtlicher Mitglieder und damit den Prozentsatz der Basis-Mitglieder zu steigern, die sich für eine Premium-Mitgliedschaft entscheiden. openBC ist der Ansicht, dass diese beiden Ziele durch die Einführung neuer Funktionen auf der Plattform erreicht werden können. Einige dieser Funktionen werden allen Mitgliedern zur Verfügung stehen. Ausgewählte Funktionen sind dagegen ausschließlich den Premium-Mitgliedern vorbehalten, die sich positiv auf die Konvertierungsrate und die Kundenbindung der bestehenden Premium-Mitglieder auswirken und neue Einnahmequellen darstellen können.

Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

openBC erwartet eine weiterhin stark steigende Umsatzentwicklung durch erhöhte Neukundengewinnung und den konsequenten Ausbau der Kommunikations- und Marketingmaßnahmen. Die Entwicklung künftiger Serviceleistungen wie z. B. „Marketplace“ wird dies zudem unterstützen.

openBC wird zukünftig von der Skalierbarkeit des Geschäftsmodells profitieren. Diese ermöglicht es der Gesellschaft, ihre EBITDA-Marge kontinuierlich zu steigern. Dabei beabsichtigt openBC jedoch nicht, durch die Umsetzung der Strategien ein Mitgliederwachstum zu erreichen, das sich zu Lasten der mittelfristigen Profitabilität auswirkt, etwa indem zu hohe Marketingausgaben getätigt werden oder die Beiträge für die Premium-Mitgliedschaft übermäßig reduziert werden, um neue Mitglieder zu gewinnen. Die Gesellschaft plant vielmehr, ihr beitragsfinanziertes Geschäftsmodell weiterzuverfolgen und ihre Preisstrategie zu optimieren, um ein profitables Wachstum sicherzustellen.

Das Ergebnis nach Steuern soll im laufenden Jahr und darüber hinaus weiter stark gesteigert werden.

Mitarbeiter und Investitionen

Im Vergleich zum Stand Ende 2006 erwartet openBC ab dem Jahr 2007 mindestens eine durchschnittliche Steigerung der Mitarbeiterzahlen um 50 %.

Die Gesellschaft plant, ihre Investitionstätigkeit im bisherigen Umfang fortzusetzen. Darüber hinaus will sie ihre Plattform bei günstigen ökonomischen Rahmenparametern durch Akquisition eines oder mehrerer Unternehmen aus vergleichbarem Geschäftsfeld erweitern. Alle Investitionen von openBC werden unter Berücksichtigung der Skalierbarkeit des Geschäftsmodells getätigt.

Chancen der zukünftigen Entwicklung

Die Chancen von openBC liegen zunächst in der zunehmenden Nutzung des Mediums Internet. Das Wachstum durch die Strategie des viralen Marketings wird auch in bisher wenig oder kaum erschlossenen Drittländern zu steigenden Mitgliederzahlen führen. Dabei profitiert das Unternehmen überproportional vom erwarteten steigenden Kundenzuspruch für Social Networking Services. Zunehmend verstärkt sich auch die Nachfrage für Möglichkeiten, die eigene „digitale Identität“ zu managen.

Darüber hinaus werden auch strategische Partnerschaften die Mitgliederzahlen steigern und den Leistungsumfang erhöhen. Neue Geschäftsmodelle dieser Partnerschaften und das dort entstehende Wachstum werden das Wachstum und die Profitabilität von openBC durch den damit verbundenen Anstieg der Mitgliederzahlen fördern.

Wir erwarten eine überdurchschnittliche Beschleunigung der Wachstumszahlen bei zukünftig akquirierten Unternehmen durch die Kombination der nachweislich sehr erfolgreichen Benutzerführung der XING-Plattform mit der Erfahrung des lokalen Managements auf dem Gebiet der Mitgliederansprache und des Marketings.

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft

Für die beiden kommenden Geschäftsjahre plant openBC, den in den vergangenen Jahren verfolgten Wachstumskurs weiter fortzusetzen. Die Gesellschaft geht davon aus, dass die Zahl der registrierten Mitglieder ebenso wie die der Premium-Mitglieder weiterhin stark steigen wird. Dies wird zu weiterem Umsatzwachstum führen. Neben dem weiteren Wachstum im Kernmarkt Deutschland strebt openBC dabei an, die Professional Networking-Plattform in strategisch ausgewählten Städten weiter aktiv und systematisch zu vermarkten und über Akquisitionen zu wachsen. Außerdem wird die konstante Weiterentwicklung und Optimierung der Plattform sowie die Einführung von neuen Funktionalitäten vorangetrieben, die die Attraktivität der Premium-Mitgliedschaften steigern. Darüber hinaus soll die Erschließung neuer Einnahmequellen weiteres Wachstum ermöglichen.

Hamburg, 26. Februar 2007



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
OPEN Business Club AG



Eoghan Jennings
Finanzvorstand
OPEN Business Club AG

Konzernabschluss ➤

für das Rumpfgeschäftsjahr
vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006

Seite 55 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Seite 56 Konzern-Bilanz

Seite 57 Konzern-Kapitalflussrechnung

Seite 58 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Seite 60 Anhang zum IFRS-Konzernabschluss

Seite 87 Bestätigungsvermerk

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006

	Anhang Nr.	01.07.2006 - 31.12.2006	01.07.2005 - 30.06.2006
		T€	T€
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	1 ➤	6.172	5.983
Sonstige betriebliche Erträge	2 ➤	205	11
Gesamte Umsatzerlöse		6.377	5.994
Personalaufwand und freie Mitarbeiter	3 ➤	- 2.806	- 1.673
Marketingkosten	4 ➤	- 620	- 486
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5 ➤	- 4.171	- 4.467
EBITDA		- 1.219	- 631
Abschreibungen	6 ➤	- 431	- 295
EBIT		- 1.650	- 926
Zinserträge und Zinsaufwendungen (netto)	7 ➤	84	143
EBT		- 1.566	- 783
Erträge aus Ertragsteuern	8 ➤	0	4
Jahresfehlbetrag		- 1.566	- 779
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		- 1.565	- 779
Minderheitenanteile	12 ➤	0	0
		- 1.566	- 779
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	9 ➤	- 0,39 €	- 0,22 €
Ergebnis je Aktie (verwässert)	9 ➤	- 0,38 €	- 0,22 €

Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2006

AKTIVA	Anhang Nr.	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte			
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	10 ▶	202	187
Erworben Software	10 ▶	297	139
Selbst entwickelte Software	10 ▶	1.869	944
Geschäfts- oder Firmenwert	10 ▶	254	254
Sachanlagen			
Technische Ausstattung und Maschinen	10 ▶	12	20
EDV-Hardware und sonstige Geschäftsausstattung	10 ▶	971	384
Finanzanlagen			
Beteiligungen	10 ▶	100	100
Andere finanzielle Vermögenswerte	10 ▶	289	118
		3.994	2.146
Kurzfristige Vermögenswerte			
Forderungen und sonstige Vermögenswerte			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11 ▶	1.532	844
Sonstige Vermögenswerte	11 ▶	221	158
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	11 ▶	45.225	6.791
		46.978	7.793
		50.973	9.938
PASSIVA	Anhang Nr.	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	12 ▶	5.202	52
Kapitalrücklagen	12 ▶	38.562	6.834
Sonstige Rücklagen	12 ▶	9	0
Bilanzverlust	12 ▶	-2.862	-1.296
		40.910	5.590
Minderheitenanteile	12 ▶	0	0
		40.910	5.590
Langfristige Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	13 ▶	393	12
Passive Rechnungsabgrenzung	13 ▶	500	199
		893	210
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	13 ▶	157	12
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14 ▶	1.732	734
Rückstellungen	14 ▶	2.877	436
Passive Rechnungsabgrenzung	14 ▶	4.160	2.850
Sonstige Verbindlichkeiten	14 ▶	242	105
		9.169	4.138
		50.973	9.938

Konzern-Kapitalflussrechnung für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006

	Anhang Nr.	01.07.2006 - 31.12.2006 T€	01.07.2005 - 30.06.2006 T€
Jahresfehlbetrag		- 1.566	- 779
Abschreibungen	6 ▶	431	295
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	3 ▶	45	0
Veränderung der Rückstellungen		2.440	422
Veränderung Erträge aus latenten Ertragsteuern	8 ▶	0	- 4
Veränderung des Nettoumlauvermögens			
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva		- 752	- 486
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva		1.671	404
Veränderung der passiven Rechnungsabgrenzung		1.612	1.881
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		3.880	1.734
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten	10 ▶	- 1.398	- 1.023
Erwerb von Sachanlagen	10 ▶	- 710	- 457
Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	10 ▶	0	- 245
Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	10 ▶	- 171	- 218
Cashflow aus Investitionstätigkeit		- 2.280	- 1.942
Kapitalerhöhungen	12 ▶	36.833	5.905
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		36.833	5.905
Veränderung des Finanzmittelbestands		38.434	5.697
Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode		6.791	1.094
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	11 ▶	45.225	6.791

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006

		Auf Gesellschafter des Mutterunternehmens		
	Anhang Nr.	Gezeichnetes Kapital T€	Kapital- rücklagen T€	Sonstige Rücklagen T€
Stand 01.07.2005		40	941	0
Währungsumrechnung		0	0	0
Jahresfehlbetrag		0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis		0	0	0
Kapitalerhöhungen	12 ➤	12	5.896	0
Kosten der Eigenkapitalbeschaffung	12 ➤	0	-3	0
Erstkonsolidierung openBC China Ltd.		0	0	0
Stand 30.06.2006		52	6.834	0
Währungsumrechnung		0	0	9
Jahresfehlbetrag		0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis		0	0	9
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	12 ➤	3.800	-3.800	0
Barkapitalerhöhung	12 ➤	1.350	39.150	0
Kosten der Eigenkapitalbeschaffung	12 ➤	0	-3.667	0
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	3 ➤	0	45	0
Stand 31.12.2006		5.202	38.562	9

entfallendes Eigenkapital

Bilanz- verlust T€	Summe T€	Minderheiten- anteile T€	Eigenkapital gesamt T€
- 517	464	0	464
0	0	0	0
- 779	- 779	0	- 779
- 779	- 779	0	- 779
0	5.908	0	5.908
0	- 3	0	- 3
0	0	0	0
- 1.296	5.589	0	5.590
0	9	0	9
- 1.565	- 1.565	0	- 1.566
- 1.565	- 1.557	0	- 1.557
0	0	0	0
0	40.500	0	40.500
0	- 3.667	0	- 3.667
0	45	0	45
- 2.862	40.910	0	40.910

Anhang zum IFRS-Konzernabschluss für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2006

Informationen zum Unternehmen

Die Gesellschaft wurde in Hamburg, Deutschland, mit Gesellschaftsvertrag vom 12. August 2003 als Gesellschaft mit beschränkter Haftung unter der Firma „OPEN Business Club GmbH“ (nachfolgend auch „openBC“ oder die „Gesellschaft“ genannt) gegründet und wurde in das Handelsregister am 26. August 2003 eingetragen.

Am 19. Juli 2006 verabschiedete die Gesellschafterversammlung einen Beschluss über die Umwandlung der Gesellschaft in eine Aktiengesellschaft mit einem Stammkapital von € 52.050,00 unter der Firma „OPEN Business Club AG“. Die Änderung der Rechtsform wurde am 16. Oktober 2006 in das Handelsregister eingetragen.

Am 7. Dezember 2006 erfolgte der Börsengang der Gesellschaft mit einer Zulassung von insgesamt Stück 5.201.700 Aktien im Amtlichen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse. Die Erstemission bestand aus einem öffentlichen Angebot in Deutschland und in der Schweiz und in internationalen Privatplatzierungen in anderen Jurisdiktionen.

Gemessen an der weltweiten Gesamtzahl einzelner Besucher betreibt openBC eine der führenden Websites für Professional Networking. Die internationale, mehrsprachige, internetbasierte Plattform ist eine „Beziehungsmaschine“, die ihren Mitgliedern die Möglichkeit gibt, neue geschäftliche Kontakte zu finden, bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. openBC erzielt seine Umsatzerlöse aus Mitgliedsbeiträgen und betreibt die Plattform gegenwärtig frei von bezahlter Werbung.

Der Sitz von openBC befindet sich unter der Anschrift Gänsemarkt 43, 20354 Hamburg, Deutschland.

Grundlage der Abschlusserstellung

Der Konzernabschluss der OPEN Business Club AG und ihrer Tochtergesellschaften für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2006 wurde gemäß den internationalen Rechnungslegungsvorschriften IFRS (International Financial Reporting Standards), wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt. Der Konzern wendet alle zum Bilanzstichtag verpflichtend anzuwendenden IFRS an, soweit diese Standards von der EU bis zum Freigabezeitpunkt des Konzernabschlusses durch die Geschäftsleitung verabschiedet wurden.

Die IFRS beinhalten die International Financial Reporting Standards, in der Fassung wie sie durch das International Accounting Standards Board (IASB) und seine Vorgänger-Organisation, soweit der IASB nicht deren Anwendung verworfen hat, herausgegeben wurden und die dazugehörigen Interpretationen, in der Fassung wie sie durch das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) und seine Vorgänger-Organisation, soweit der IASB nicht deren Anwendung verworfen hat, herausgegeben wurden.

Die von den angewendeten Standards vorgeschriebenen Anforderungen wurden eingehalten, so dass der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.

Der Konzernabschluss wurde in Euro erstellt. Sofern nichts anderes angegeben ist, sind alle Beträge auf Tausend Euro (T€) gerundet.

Die Vorjahreswerte beziehen sich auf den Zeitraum vom 1. Juli 2005 bis zum 30. Juni 2006. Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 wurde das Geschäftsjahr der Gesellschaft auf das Kalenderjahr umgestellt. Das Berichtsjahr ist somit ein Rumpfgeschäftsjahr und dauert vom 1. Juli 2006 bis zum 31. Dezember 2006. Die Werte des Berichtsjahrs sind demnach nur bedingt mit den Vorjahreswerten vergleichbar.

Abweichend zum Vorjahr wird – einer international üblichen Darstellung folgend – die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. Dezember 2006 vor der Konzern-Bilanz dargestellt. Entsprechend erfolgen die Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung innerhalb des Konzernanhangs zum 31. Dezember 2006 vor den Erläuterungen zur Konzern-Bilanz.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. EBITDA ist definiert als Ergebnis vor Ertragsteuern, Zinsen und sonstigen Finanzergebnissen und Abschreibungen. EBIT ist definiert als Ergebnis vor Ertragsteuern, Zinsen und sonstigen Finanzergebnissen, EBT ist definiert als Ergebnis vor Ertragsteuern.

Der Konzernabschluss wurde nach dem Anschaffungskostenprinzip, mit Ausnahme der zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumente, die mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, erstellt.

Die Bilanzierung und Bewertung sowie die Erläuterungen und Angaben in dem IFRS-Konzernabschluss für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2006 beruhen auf denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die bei der Aufstellung des Jahresabschlusses zum 30. Juni 2006 zur Anwendung gekommen sind.

Die Bilanzierungsgrundsätze beruhen auf den von der EU herausgegebenen und verabschiedeten IFRS zum Zeitpunkt der Freigabe des Konzernabschlusses durch die Geschäftsleitung. Dies schließt die Anwendung folgender Standards ein:

- IFRS 2 - Aktienbasierte Vergütung;
- IFRS 3 - Unternehmenszusammenschlüsse, IAS 36 (überarbeitet) - Wertminderung von Vermögenswerten und IAS 38 (überarbeitet) - Immaterielle Vermögenswerte;
- IFRS 4 - Versicherungsverträge;
- IFRS 5 - Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche;
- IAS 1 - Darstellung des Abschlusses;
- IAS 8 - Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Änderungen von Schätzungen und Fehlern;
- IAS 10 - Ereignisse nach dem Bilanzstichtag;
- IAS 16 (überarbeitet) - Sachanlagen;
- IAS 17 - Leasing;
- IAS 19 (überarbeitet) - Leistungen an Arbeitnehmer;
- IAS 21 (überarbeitet und ergänzt) - Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse;
- IAS 24 - Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen;
- IAS 27 - Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS;
- IAS 32 - Finanzinstrumente: Angaben und Darstellung;
- IAS 36 - Wertminderung von Vermögenswerten;
- IAS 38 - Immaterielle Vermögenswerte; und
- IAS 39 (Ergänzung) - Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung;
- IFRIC 4 - Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält; und
- IFRIC 8 - Anwendungsbereich von IFRS 2.

Der Konzern hat im Geschäftsjahr die nachfolgend aufgelisteten neuen Standards und Interpretationen angewandt. Aus der Anwendung dieser neuen IFRS-Standards und -Interpretationen ergaben sich keine Auswirkungen auf die Vermögens- und Finanzlage des Konzerns:

- IFRS 6 - Erkundung und Bewertung von mineralischen Ressourcen;
- IFRIC 5 - Rechte auf Anteile an Fonds für Entsorgung, Wiederherstellung und Umweltsanierung;
- IFRIC 9 - Neubeurteilung eingebetteter Derivate.

IFRS 7, der von Anwendern Angaben erfordert, durch die es möglich ist, den Stellenwert der Finanzinstrumente des Konzerns sowie die Art und das Ausmaß der Risiken, die solche Finanzinstrumente mit sich bringen, zu bewerten, wurde noch nicht angewandt. Der Konzern hat die Auswirkungen bis zum Zeitpunkt der Freigabe des Konzernabschlusses noch nicht vollständig abgeschätzt.

Der Konzern hat darüber hinaus IAS 1 (überarbeitet) - Darstellung des Abschlusses, der bereits herausgegeben wurde, aber noch nicht in Kraft getreten ist, nicht angewandt. Aus der Überarbeitung resultieren neue Angaben, die es den Abschlussadressaten ermöglichen, die Ziele, Methoden und Prozesse des Konzerns zum Kapitalmanagement zu beurteilen.

Der Konzernabschluss und Konzernlagebericht der OPEN Business Club AG wurden durch den Vorstand am 26. Februar 2007 aufgestellt und am 20. März 2007 zur Billigung dem Aufsichtsrat der Gesellschaft vorgelegt.

Konsolidierungskreis und Unternehmenszusammenschlüsse

In den Konzernabschluss sind die Tochtergesellschaften einbezogen, die von openBC beherrscht werden. Eine Beherrschung wird angenommen, wenn openBC direkt oder indirekt mehr als die Hälfte der Stimmrechte des Tochterunternehmens besitzt, es sei denn, es kann eindeutig bestimmt werden, dass dieser Besitz nicht eine Beherrschung begründet. Die Tochtergesellschaften werden ab dem Zeitpunkt konsolidiert, ab dem der Konzern die Beherrschung erlangt, und ab dem Zeitpunkt nicht mehr konsolidiert, sobald durch den Konzern keine Beherrschung mehr besteht.

Der Konsolidierungskreis umfasst die Abschlüsse

- der OPEN Business Club GmbH, Hamburg, der Muttergesellschaft des Konzerns,
- der First Tuesday AG, Zürich, einer in vollständigem Anteilsbesitz befindlichen Schweizer Gesellschaft,
- der openBC China Ltd., einer in Hongkong, China, gegründeten Gesellschaft, sowie
- der openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., Beijing, China, (openBC China Ltd. besitzt 100 % der Anteile).

Am 3. Februar 2006 hat openBC alle Anteile an der First Tuesday AG erworben. Der Abschluss der First Tuesday AG wurde unter Anwendung gleicher Bilanzierungsmethoden erstellt. Das Geschäftsjahr der First Tuesday AG entspricht dem Kalenderjahr und beginnt am 1. Januar und endet am 31. Dezember.

openBC hält 55 % der Anteile an der openBC China Ltd., so dass diese Gesellschaft zum 31. Dezember 2006 vollkonsolidiert wird. Die Erstkonsolidierung erfolgte zum 30. Juni 2006. Der Abschluss der openBC China Ltd. wurde unter Anwendung gleicher Bilanzierungsmethoden erstellt. Das Geschäftsjahr dieser Gesellschaft entspricht dem Kalenderjahr und beginnt am 1. Januar und endet am 31. Dezember.

openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., das zum ersten Mal in den Konzernabschluss mit Wirkung zum 30. September 2006 einbezogen wurde, wurde am 20. Juni 2006 gegründet und nahm seine Geschäftstätigkeit im September 2006 auf. Da openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. durch openBC China Ltd. ausschließlich mit Barmitteln gegründet wurde, war eine Aufteilung des Kaufpreises auf die beizulegenden Zeitwerte der erworbenen Vermögensgegenstände und Schulden nicht erforderlich. Seit der Aufnahme ihrer Geschäftstätigkeit hat openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. einen Verlust von T€ 88 zum 31. Dezember 2006 zu verzeichnen. openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. wurde gegründet, um das Wachstum von openBC im asiatischen Markt zu fördern. Der Geschäftszweck von openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. entspricht dem Geschäftszweck von openBC. Das Geschäftsjahr dieser Gesellschaft entspricht dem Kalenderjahr und beginnt am 1. Januar und endet am 31. Dezember.

Alle konzerninternen Salden, Geschäftsvorfälle, Erträge und Aufwendungen sowie sämtliche Ergebnisse aus konzerninternen Transaktionen wurden in voller Höhe eliminiert.

Die Tochtergesellschaften wurden beginnend mit dem Erwerbsdatum vollkonsolidiert. Als Erwerbsdatum gilt das Datum, zu dem openBC die Beherrschung erlangte.

Wesentliche Ermessensentscheidungen und Schätzungen

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfordert Annahmen und Schätzungen, die sich auf die im Konzernabschluss ausgewiesenen Beträge und die diesbezüglichen Erläuterungen auswirken. Obwohl diese Schätzungen durch die Geschäftsleitung nach bestem Wissen vorgenommen wurden, können die tatsächlichen Ergebnisse von diesen Schätzungen abweichen.

Der Konzern bestimmt auf jährlicher Basis, ob der Geschäfts- oder Firmenwert im Wert gemindert ist oder nicht. Dies setzt eine Schätzung des erzielbaren Betrags der Zahlungsmittel generierenden Einheit, der der Geschäfts- oder Firmenwert zugerechnet wird, voraus. Eine Schätzung des erzielbaren Betrags bedeutet, dass der Konzern den zukünftigen erwarteten Cashflow der Zahlungsmittel generierenden Einheiten schätzt sowie einen angemessenen Diskontierungssatz wählt, um den Barwert dieser Cashflows zu berechnen. Der Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts betrug zum 31. Dezember 2006 T€ 254 (Vorjahr: T€ 254).

Ermessensentscheidungen sind im Zusammenhang mit der Aktivierung von Entwicklungskosten erforderlich. Die Gesellschaft hat diese Schätzungen auf der Grundlage der Informationen vorgenommen, die bis zur Veröffentlichung dieses Abschlusses zugänglich waren. Der Buchwert der aktivierten Entwicklungskosten beläuft sich zum 31. Dezember 2006 auf T€ 1.869 (Vorjahr: T€ 944).

Fremdwährungsumrechnung

Der Konzernabschluss wird in Euro, der funktionalen Währung und Berichtswährung des Konzerns, erstellt. Jedes Unternehmen innerhalb des Konzerns bestimmt seine eigene funktionale Währung, und alle im Jahresabschluss enthaltenen Posten des jeweiligen Unternehmens werden unter Verwendung dieser funktionalen Währung erfasst. Monetäre Vermögenswerte und Schulden in einer Fremdwährung werden zu dem am Bilanzstichtag geltenden Wechselkurs in die funktionale Währung umgerechnet. Entstehende Umrechnungsdifferenzen werden im Periodenergebnis berücksichtigt.

Nicht monetäre Positionen, die zu historischen Anschaffungskosten in fremder Währung angesetzt sind, werden mit dem Umrechnungskurs zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalls umgerechnet. Nicht monetäre Positionen, die zum beizulegenden Zeitwert in fremder Währung angesetzt sind, werden mit dem Umrechnungskurs zu dem Zeitpunkt umgerechnet, zu dem der beizulegende Zeitwert bestimmt wurde.

Die funktionale Währung der First Tuesday AG ist der Schweizer Franken (CHF), die funktionale Währung der openBC China Ltd. ist der Hongkong-Dollar (HKD) und die funktionale Währung der openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. ist der chinesische Renminbi Yuan (CNY). Zum Bilanzstichtag werden die Vermögenswerte und Schulden zu dem am Bilanzstichtag geltenden Wechselkurs in die Berichtswährung des Konzerns umgerechnet. Die Gewinn- und Verlustrechnung wird zu den gewichteten durchschnittlichen Umrechnungskursen des Jahres umgerechnet. Die sich ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden direkt als separater Bestandteil des Eigenkapitals angesetzt.

Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Ausgaben für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten werden aktiviert und über die erwartete Nutzungsdauer nach der linearen Methode abgeschrieben. Die Abschreibung beginnt zu dem Zeitpunkt, zu dem der immaterielle Vermögenswert genutzt werden kann.

Gemäß IAS 38 und SIC 32 werden immaterielle Vermögenswerte, die aus der Entwicklung im Rahmen eines einzelnen Projekts entstehen, nur dann angesetzt, wenn der Konzern nachweisen kann, dass die technische Realisierbarkeit zur Fertigstellung des Projekts, so dass es für den internen Gebrauch oder den Verkauf genutzt werden kann, gegeben ist, dass die Absicht besteht, das Projekt durchzuführen, und die Fähigkeit zum internen Gebrauch oder zum Verkauf des Vermögenswerts besteht, dass der Vermögenswert zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen generieren wird und die Verfügbarkeit von Ressourcen zur Fertigstellung und die Fähigkeit zur zuverlässigen Messung der Ausgaben vorhanden ist. Nach dem erstmaligen Ansatz der Entwicklungskosten wird der Vermögenswert zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und kumulierter Wertminderungen bilanziert. Alle aktivierten Entwicklungskosten werden linear über die erwartete Nutzungsdauer von sechs Jahren abgeschrieben. Der beizulegende Zeitwert der Entwicklungskosten wird jährlich auf Wertminderungen hin überprüft, solange der Vermögenswert noch nicht genutzt wird bzw. wenn unterjährig Indikatoren für eine Wertminderung vorliegen.

Immaterielle Vermögenswerte werden auf Wertminderungen untersucht, sobald Anzeichen hierfür erkennbar sind. Die Abschreibungsdauer und die Abschreibungsmethode für einen immateriellen Vermögenswert mit begrenzter Nutzungsdauer werden zumindest zum Ende eines jeden Geschäftsjahres überprüft. Wenn der geschätzte erzielbare Ertrag den Buchwert unterschreitet, wird ein Wertminderungsaufwand in Höhe der Differenz aus erzielbarem Betrag und Buchwert erfasst. Wenn der Grund für den Wertminderungsaufwand entfällt, wird der Wertminderungsaufwand aufgelöst, jedoch nur bis zu dem Buchwert, der sich ergeben hätte, wenn zuvor kein Wertminderungsaufwand erfasst worden wäre.

Die Gesellschaft bilanziert Unternehmenserwerbe mit Hilfe der Erwerbsmethode, was zum Ansatz eines Geschäfts- oder Firmenwerts führt. Der im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbene Geschäfts- oder Firmenwert wird anfänglich zu Anschaffungskosten angesetzt, wobei es sich um die Mehrkosten des Unternehmenszusammenschlusses gegenüber dem Anteil des Konzerns am Nettozeitwert der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden handelt. Nach IFRS wird der Geschäfts- oder Firmenwert nicht planmäßig über seine Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Gesellschaft ist verpflichtet, den Geschäfts- oder Firmenwert mindestens einmal jährlich auf Wertminderung zu überprüfen, sofern keine Hinweise auf eine potenzielle Wertminderung bestehen.

Bei Vorliegen entsprechender Indikatoren ist eine sofortige Überprüfung auf eine mögliche Wertminderung durchzuführen. Für die Zwecke der Überprüfung auf Wertminderung wird der Geschäfts- oder Firmenwert ab dem Erwerbszeitpunkt jeder der Zahlungsmittel generierenden Einheiten des Konzerns zugerechnet, die aus den Synergien des Zusammenschlusses Nutzen ziehen sollen. Die Wertminderung wird durch Ermittlung des erzielbaren Betrags der Zahlungsmittel generierenden Einheit, auf die sich der Geschäfts- oder Firmenwert bezieht, bestimmt. Wenn der erzielbare Betrag der Zahlungsmittel generierenden Einheit geringer ist als der Buchwert, wird ein Wertminderungsaufwand erfasst.

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter linearer Abschreibung über eine Nutzungsdauer von drei (IT-Ausstattung) bis zu 13 Jahren (Büroausstattung) und kumulierten Wertminderungen angesetzt. Die Restbuchwerte, Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden werden mit Abschluss des Geschäftsjahres bei Bedarf überarbeitet und angepasst.

Finanzielle Vermögenswerte im Sinne des IAS 39 werden in unterschiedliche Kategorien eingeordnet. Beim erstmaligen Ansatz solcher Vermögenswerte werden diese mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Direkt zurechenbare Transaktionskosten werden erfolgswirksam erfasst, sofern das betreffende Finanzinstrument anschließend zum beizulegenden Zeitwert bewertet wird. Nach erstmaligem Ansatz werden zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet und die Gewinne und Verluste direkt im Eigenkapital erfasst. Der beizulegende Zeitwert von Beteiligungen, die aktiv in einem organisierten Finanzmarkt gehandelt werden, wird am Ende des Geschäftsjahres durch den aktuellen Angebotspreis zum Bilanzstichtag ermittelt. Ist der beizulegende Zeitwert der Beteiligung nicht verlässlich ermittelbar, wird diese zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Finanzinstrumente der Kategorien „Kredite und Forderungen“ und „Sonstige Verbindlichkeiten“ werden anschließend mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Wertminderungen auf Finanzinstrumente werden erfolgswirksam erfasst – im Falle von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten, sofern eine Wertminderung des Vermögenswerts objektiv notwendig ist. Der Konzern verfügt derzeit über keine Finanzinstrumente der Kategorien „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (inkl. „Zu Handelszwecken gehalten“) und „Bis zur Endfälligkeit gehalten“.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn i) die vertraglichen Rechte auf Cashflows aus dem Vermögenswert auslaufen; ii) der Konzern das Recht, Cashflows aus dem Vermögenswert zu generieren, behält, jedoch eine Verpflichtung zur vollständigen und unverzüglichen Zahlung der Cashflows an einen Dritten im Rahmen einer Vereinbarung zur Weiterleitung angenommen hat; oder iii) das Recht, Cashflows aus dem Vermögenswert zu generieren, übertragen hat und entweder (a) im Wesentlichen alle Risiken und Chancen des Vermögenswerts übertragen wurden, oder (b) weder alle wesentlichen Risiken und Chancen des Vermögenswerts übertragen noch zurückbehalten, jedoch die Verfügungsmacht des Vermögenswerts übertragen wurde.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird dann ausgebucht, wenn die Verpflichtung aus der Verbindlichkeit erlassen oder aufgehoben wurde oder erloschen ist.

Die beizulegenden Zeitwerte der finanziellen Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten entsprechen den Buchwerten.

In Übereinstimmung mit IAS 12 werden latente Steuern für temporäre Differenzen zwischen dem Buchwert eines Vermögenswerts oder einer Verbindlichkeit in der Bilanz und seiner steuerlichen Bemessungsgrundlage gebildet.

Aktive und passive latente Steuern werden in Höhe der für die nachfolgenden Geschäftsjahre angenommenen Steuerlasten bzw. Steuergutschriften auf der Grundlage der zum Bilanzstichtag gültigen Steuergesetze gebildet. Aus steuerlichen Verlustvorträgen resultierende aktive latente Steuern werden aktiviert, soweit es wahrscheinlich ist, dass in absehbarer Zukunft ein steuerliches Ergebnis vorhanden ist, mit dem die steuerlichen Verlustvorträge verrechnet werden können.

Latente Steuern sind unter Verwendung der zu dem Zeitpunkt gültigen Steuersätze zu ermitteln, zu dem es wahrscheinlich ist, dass die temporären Differenzen ausgeglichen werden. Die Auswirkungen von Änderungen in der Steuergesetzgebung, die sich in Bezug auf aktive und passive latente Steuern ergeben, sind während der Periode in der Gewinn- und Verlustrechnung zu erfassen, in der die Änderung wirksam wird. Der Steuersatz von 40,4 % (Vorjahr: 40,4 %) setzt sich zusammen aus der Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag sowie dem durchschnittlich anwendbaren Gewerbesteuersatz.

Aktive latente Steuern sind zu bilden, wenn Aktiva zu einem niedrigeren Wert bzw. Passiva zu einem höheren Wert als der steuerlichen Bemessungsgrundlage ausgewiesen sind, sofern diese Unterschiede temporär und steuerlich abzugsfähig sind.

Passive latente Steuern sind zu bilden, wenn Aktiva zu einem höheren Wert bzw. Passiva zu einem niedrigeren Wert als der steuerlichen Bemessungsgrundlage ausgewiesen sind, sofern diese Unterschiede temporär und steuerbar sind.

Die Berechnung aktiver latenter Steuern für noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge erfolgt auf Basis eines überschaubaren Planungszeitraums. Latente Steuern für noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge werden bis zur Höhe der passiven latenten Steuern aktiviert.

Forderungen und sonstige Vermögenswerte werden mit dem ursprünglichen Rechnungsbetrag abzüglich einer Wertberichtigung für uneinbringliche Beträge erfasst. Wertberichtigungen werden dann vorgenommen, wenn es objektive Hinweise darauf gibt, dass die Forderungen nicht mehr einbringlich sind.

Laufende Guthaben und Barbestände werden zu ihren Nominalbeträgen angesetzt.

Kosten der Eigenkapitalbeschaffung werden nach IAS 32.35 als Abzug vom Eigenkapital (Verrechnung mit der Kapitalrücklage) unter Abzug der damit verbundenen Ertragsteuervorteile, jedoch nur sofern wahrscheinlich zu erwarten, bilanziert.

Einige Mitarbeiter und Führungskräfte des Konzerns erhalten aktienbasierte Vergütungen in Form von Eigenkapitalinstrumenten (Aktienoptionen). Die Aufwendungen, die aufgrund von Transaktionen mit diesen Eigenkapitalinstrumenten entstehen, werden mit dem beizulegenden Zeitwert der gewährten Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt ihrer Gewährung bewertet. Der beizulegende Zeitwert wird durch externe Sachverständige unter Anwendung anerkannter Bewertungsmodelle ermittelt.

Die Aufwendungen aus den Transaktionen werden bei gleichzeitiger entsprechender Erhöhung des Eigenkapitals über den Zeitraum erfasst, in dem die Leistungs- und/oder Dienstbedingungen erfüllt werden. Dieser Zeitraum endet erst zu dem Zeitpunkt, ab dem der betreffende Mitarbeiter bzw. die Führungskraft unwiderruflich bezugsberechtigt wird (Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit). Die kumulierten Aufwendungen reflektieren zu jedem Berichtszeitpunkt bis zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit den Teil des bereits abgelaufenen Erdienungszeitraums sowie die Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die auf Grundlage der besten Schätzung des Konzerns schließlich unverfallbar werden. Der Betrag, der der Gewinn- und Verlustrechnung belastet bzw. gutgeschrieben wird, reflektiert die Entwicklung der zu Beginn und der zum Ende des Berichtszeitraums erfassten kumulierten Aufwendungen. Der verwässernde Effekt der ausstehenden Aktienoptionen wird bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie als zusätzliche Verwässerung berücksichtigt.

Finanzierungsleasingverhältnisse, durch die im Wesentlichen sämtliche Risiken und der gesamte Nutzen aus dem Eigentum an dem geleasten Vermögenswert auf den Konzern übergehen, werden bei Beginn des Leasingverhältnisses mit dem beizulegenden Zeitwert des Leasinggegenstandes aktiviert oder, sofern der Wert niedriger ist, mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen. Der Konzern wendet in diesem Zusammenhang für die Frage, ob die Laufzeit des Leasingverhältnisses den überwiegenden Teil der wirtschaftlichen Nutzungsdauer des Vermögenswerts umfasst, einen Schwellenwert von 75 % an. Leasingzahlungen werden in einen Zins- und einen Tilgungsanteil der Leasingschuld aufgeteilt, so dass über die Perioden ein konstanter Zinssatz für die verbleibende Verbindlichkeit entsteht. Finanzierungskosten werden direkt erfolgswirksam erfasst.

Rückstellungen werden angesetzt, wenn i) die Gesellschaft eine gegenwärtige Verpflichtung aus einem vergangenen Ereignis hat, ii) es wahrscheinlich ist, dass ein Abfluss von wirtschaftlichen Ressourcen erforderlich sein wird, um die Verpflichtung zu erfüllen, und iii) eine zuverlässige Schätzung dahingehend vorgenommen werden kann, wie hoch die Verpflichtung ist.

Eventualverbindlichkeiten sind definiert als mögliche Verpflichtungen, deren Existenz durch das Eintreten oder Nichteintreten eines oder mehrerer unsicherer künftiger Ereignisse erst noch bestätigt wird, die nicht vollständig unter der Kontrolle des Unternehmens stehen. Verpflichtungen, bei denen ein Abfluss von Ressourcen unwahrscheinlich ist oder ein Abfluss von Ressourcen nicht verlässlich beziffert werden kann, sind unter diesem Posten zusammengefasst. Gemäß IAS 37 sind Eventualverbindlichkeiten nicht in der Bilanz auszuweisen.

Erträge aus Mitgliedsbeiträgen werden tagessgenau unter Berücksichtigung der anteiligen Dauer der jeweiligen Mitgliedschaft zum Bilanzstichtag erfasst. Sämtliche erhaltene Vorauszahlungen für Perioden nach dem Stichtag sind in der Bilanz als passive Rechnungsabgrenzung ausgewiesen; die Umsatzerlöse werden in den nachfolgenden Zeiträumen erfasst.

Erträge aus Veranstaltungen werden nach Maßgabe des Fertigstellungsgrads der Veranstaltung am Bilanzstichtag erfasst, wenn das Ergebnis des Dienstleistungsgeschäfts verlässlich geschätzt werden kann. Das Ergebnis des Geschäfts kann dann verlässlich geschätzt werden, wenn die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann und es hinreichend wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen aus dem Geschäft dem Unternehmen zufließt wird.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten sind zu ihrem Rückzahlungsbetrag bilanziert.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

1 > Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse betreffen hauptsächlich Mitgliedsbeiträge der Premium-Mitglieder. Seit dem Erwerb der First Tuesday AG erzielt der Konzern außerdem Erlöse aus den von dieser Tochtergesellschaft organisierten Events. Die Umsatzerlöse lassen sich zum 31. Dezember 2006 wie folgt aufteilen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Premium-Mitgliedschaften (inkl. Premium-Groups)	5.858	5.740
Beratung/Veranstaltungsorganisationen	269	156
Sonstige	45	87
Gesamt	6.172	5.983

2 > Sonstige betriebliche Erträge

In nachfolgender Tabelle sind die wesentlichen Posten der sonstigen betrieblichen Erträge dargestellt:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	140	4
Periodenfremde Erträge	16	0
Erträge aus Kursgewinnen	12	0
Sonstiges	37	7
Gesamt	205	11

3 > Personalaufwand und freie Mitarbeiter

In nachfolgender Tabelle ist der Personalaufwand einschließlich der Kosten für freie Mitarbeiter aufgeschlüsselt:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Löhne, Gehälter und sonstige Arten von Vergütung	1.119	1.124
Freie Mitarbeiter	554	234
Rückstellungen für Urlaubs- und Überstundenansprüche	458	137
Sondervergütungen Börsengang	344	0
Beiträge zur Sozialversicherung (Arbeitgeberanteil)	267	161
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	45	0
Pensionsaufwendungen (beitragsorientierter Versorgungsplan)	17	13
Sonstiges	2	4
Gesamt	2.806	1.673

Die Beiträge zur Sozialversicherung enthalten Zahlungen zur gesetzlichen Rentenversicherung in Höhe von T€ 111 (Vorjahr: T€ 80).

4 ▶ Marketingkosten

Die Marketingkosten setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Internationale Presse	282	18
Werbekosten	224	51
Webdesign	28	25
Veranstaltungen	6	209
Sonstiges	80	183
Gesamt	620	486

5 ▶ Sonstige betriebliche Aufwendungen

In nachfolgender Tabelle sind die wesentlichen Posten der sonstigen betrieblichen Aufwendungen aufgeschlüsselt:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Nicht ergebnisneutral zu erfassende direkt zurechenbare Kosten des Börsengangs	1.231	0
Rechtsberatungs-, Prüfungs- und Buchführungskosten	806	628
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	772	1.813
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	251	393
Server-Leasing, -Housing und -Administration	240	379
Kosten für die Zahlungsabwicklung	247	387
Markenentwicklung	0	249
Sonstige	624	618
Gesamt	4.171	4.467

Insgesamt sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen Kosten im Zusammenhang mit dem Börsengang von T€ 2.313 enthalten. Davon entfällt ein Teilbetrag von T€ 1.231 auf direkte, dem Börsengang zuzuordnende Kosten, wie z.B. die Kosten der Erstzustellung des Wertpapierprospekts, soweit sich diese auf das Umplatzierungsvolumen beziehen. Der verbleibende Teilbetrag von T€ 1.082 betrifft die auch über den Börsengang hinaus entstandenen indirekten Kosten, wie z.B. Rechts- und Beratungskosten im Zusammenhang mit der IFRS-Umstellung und der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft.

6 ➤ Abschreibungen

Die Abschreibungen werden linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer vorgenommen und lassen sich wie folgt aufteilen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte		
Erworben Software	57	25
Selbst entwickelte Software	204	147
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	39	0
Abschreibungen auf Sachanlagen	85	109
Abschreibungen aus Finanzierungsleasing	46	14
Gesamt	431	295

7 ➤ Zinserträge und Zinsaufwendungen (netto)

Das Zinsergebnis besteht aus folgenden Posten:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Zinsertrag	116	146
Zinsaufwand	-32	-3
Gesamt	84	143

8 ➤ Ertragsteuern

Das Ertragsteuerergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Gezahlte bzw. geschuldete Steuern	0	0
Latente Steuern (Ertrag)	0	4
Gesamt	0	4

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Zusammensetzung der latenten Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung untergliedert nach den verschiedenen zeitlichen Differenzen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Aktivierung steuerliche Verlustvorträge	361	279
Ansatz von selbst entwickelter Software	- 374	- 259
Veränderung Pauschalwertberichtigung auf Forderungen	13	- 16
Gesamt	0	4

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Überleitung des erwarteten Steuerergebnisses und des tatsächlichen Steuerergebnisses:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	- 1.407	- 783
Erwartetes Steuerergebnis (Steuersatz 40,38 %)	568	316
Steuerliche Effekte auf		
nicht angesetzte latente Steuern auf Verlustvorträge	- 518	- 275
Unterschiede ausländischer Steuersätze (Schweiz 21,32 %)	- 48	- 33
steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen	- 2	- 4
Tatsächliches Steuerergebnis	0	4

Der theoretische Steuersatz wird wie folgt ermittelt:

	31.12.2006 %	30.06.2006 %
Steuermesszahl	5,00	5,00
Hebesatz	470,00	470,00
Körperschaftsteuer einschl. Solidaritätszuschlag	26,38	26,38
Gewerbesteuersatz	19,03	19,03
Durchschnittlicher Steuersatz	40,38	40,38

In der Bilanz setzen sich die latenten Steuern wie folgt zusammen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Steuerliche Verlustvorträge	760	399
Ansatz von selbst entwickelter Software	- 754	- 380
Auflösung Pauschalwertberichtigungen auf Forderungen	- 6	- 19
Gesamt	0	0

Aktive und passive latente Steuern wurden miteinander verrechnet.

Zum 31. Dezember 2006 bestehen steuerliche Verlustvorträge in Deutschland in Höhe von ca. € 6,6 Mio. (Vorjahr: ca. € 1,5 Mio.) und in der Schweiz in Höhe von ca. € 0,5 Mio. (Vorjahr: ca. € 0,2 Mio.), die unbegrenzt für die Verrechnung mit zukünftigen steuerlichen Gewinnen von openBC bzw. der First Tuesday AG verfügbar sind. Aktive latente Steuern in Bezug auf diese Verluste wurden in der Bilanz nicht angesetzt, da openBC seit seiner Gründung Verluste erzielt und die First Tuesday AG in den letzten Jahren ebenfalls keine Gewinne erwirtschaftet hat.

9 ► Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie gibt an, welcher Teil des in einer Periode erwirtschafteten Ergebnisses auf eine Aktie entfällt. Hierbei wird das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Konzernergebnis durch die gewichtete Zahl der ausstehenden Aktien dividiert. Eine Verwässerung dieser Kennzahl tritt durch so genannte potenzielle Aktien (wie im Falle von openBC in Bezug auf die ausgegebenen Aktienoptionen) auf.

Vor der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft, die mit der Eintragung in das Handelsregister am 16. Oktober 2006 wirksam wurde, hatte die Gesellschaft keine festgelegte Zahl an Aktien. Aus diesem Grund wird das Ergebnis pro Aktie auf der Annahme ermittelt, dass € 1,00 Stammkapital einer Aktie entspricht.

Bei der Berechnung der Werte wurden für die dargestellten Zeiträume vor der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln am 10. November 2006, bei welcher je Aktie 73 weitere ausgegeben wurden, entsprechende Anpassungen der Aktienzahlen gemäß IAS 33 um den Faktor 74 vorgenommen, um eine Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

Die durchschnittliche gewogene Anzahl der in Umlauf befindlichen Aktien ermittelt sich für das zum 30. Juni 2006 endende Geschäftsjahr wie folgt:

	Stück Aktien	Anzahl Tage	Gewogene Aktienzahl
01.07.2005 - 13.11.2005 (Stammkapital GmbH)	2.974.800	136	1.108.419
14.11.2005 - 30.06.2006 (Stammkapital GmbH)	3.851.700	229	2.416.546
	365		3.524.965

Die durchschnittliche gewogene Anzahl der in Umlauf befindlichen Aktien ermittelt sich für das zum 31. Dezember 2006 endende Rumpfgeschäftsjahr wie folgt:

	Stück Aktien	Anzahl Tage	Gewogene Aktienzahl
01.07. - 15.10.2006 (Stammkapital GmbH)	3.851.700	107	2.252.087
16.10. - 04.12.2006 (Grundkapital AG)	3.851.700	49	1.031.330
05.12. - 31.12.2006 (Grundkapital AG)	5.201.700	27	767.464
	183		4.050.881

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie stellt sich damit wie folgt dar:

		31.12.2006	30.06.2006
Konzernergebnis	€	- 1.565.365,41	- 779.194,73
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	in Stück	4.050.881	3.524.965
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	€	- 0,39	- 0,22

Mit Datum vom 6. Dezember 2006 hat die Gesellschaft insgesamt 160.617 Stück Aktienoptionen an Mitarbeiter und Führungskräfte des Konzerns ausgegeben. Jede Aktienoption gewährt das Recht auf Bezug einer Stückaktie.

Die durchschnittliche gewogene Anzahl der in Umlauf befindlichen Aktien ermittelt sich unter Berücksichtigung der möglichen Verwässerungseffekte für das zum 31. Dezember 2006 endende Rumpfgeschäftsjahr wie folgt:

	Stück Aktien	Anzahl Tage	Gewogene Aktienzahl
01.07. - 15.10.2006 (Stammkapital GmbH)	3.851.700	107	2.252.087
16.10. - 04.12.2006 (Grundkapital AG)	3.851.700	49	1.031.330
05.12. - 31.12.2006 (Grundkapital AG)	5.201.700	27	767.464
Gewichtete durchschnittliche Anzahl Aktien		183	4.050.881
Aktienoptionen		25	21.942
			4.072.823

Das verwässerte Ergebnis je Aktie stellt sich damit wie folgt dar:

		31.12.2006	30.06.2006
Konzernergebnis	€	- 1.565.365,41	- 779.194,73
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	in Stück	4.072.823	3.524.965
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€	- 0,38	- 0,22

Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

10 > Langfristige Vermögenswerte

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten zum Stichtag Markenrechte, Kundenstamm, erworbene sowie selbst entwickelte Software und einen Geschäfts- und Firmenwert.

Markenrechte und Kundenstamm betragen zum Stichtag T€ 202 (Vorjahr: T€ 187). Die erworbene und selbst erstellte Software beträgt T€ 297 (Vorjahr: T€ 139) bzw. T€ 1.869 (Vorjahr: T€ 944). Die Restnutzungsdauer für die selbst entwickelte Website beträgt 34 Monate. Die aufwandswirksam erfassten Ausgaben für Entwicklung im Konzern beliefen sich auf T€ 540 (Vorjahr: T€ 538). Die aktivierte selbst entwickelte Software umfasst Kosten für die Einrichtung, das Design und die Entwicklung der Website von openBC.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte:

	Sonstige immaterielle Vermögenswerte T€	Erworbenen Software T€	Selbst entwickelte Software T€	Geschäfts- oder Firmenwert T€	Gesamt T€
Buchwerte					
Stand 01.07.2005	0	38	303	0	341
Zugänge	187	126	788	254	1.355
Abschreibungen	0	-25	-147	0	-172
Stand 30.06.2006	187	139	944	254	1.524
Zugänge	54	215	1.129	0	1.398
Abschreibungen	-39	-57	-204	0	-300
Stand 31.12.2006	202	297	1.869	254	2.622
Anschaffungs- und Herstellungskosten					
Stand 01.07.2005	0	39	345	0	384
Zugänge	109	126	788	0	1.023
Zugänge Konsolidierung	78	0	0	254	332
Stand 30.06.2006	187	165	1.133	254	1.739
Zugänge	54	215	1.129	0	1.398
Stand 31.12.2006	241	380	2.262	254	3.137
Abschreibung					
Stand 01.07.2005	0	1	42	0	43
Zugänge	0	25	147	0	172
Stand 30.06.2006	0	26	189	0	215
Zugänge	39	57	204	0	300
Stand 31.12.2006	39	83	393	0	515

Der Geschäfts- oder Firmenwert zum 31. Dezember 2006 stammt aus dem Erwerb der Aktien der First Tuesday AG (T€ 236) und openBC China Ltd. (T€ 18) aus dem Vorjahr. Der durch den Unternehmenszusammenschluss erworbene Geschäfts- oder Firmenwert entfällt zum Zweck der Wertminderungsprüfung auf die einzige Zahlungsmittel generierende Einheit, die Premium-Mitgliedschaften. Der erzielbare Betrag der Einheit Premium-Mitgliedschaften wurde auf der Basis der Berechnung des Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow-Schätzungen, die auf Finanzplänen beruhen, die von der Geschäftsleitung gebilligt wurden, bestimmt. Der für die Cashflow-Schätzung angewandte Diskontierungssatz beträgt 10,47 % (Vorjahr: 10,27 %).

Die Sachanlagen zum 31. Dezember 2006 bestehen aus technischer Ausstattung und Maschinen in Höhe von T€ 12 (Vorjahr: T€ 20) sowie EDV-Hardware und sonstiger Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von T€ 971 (Vorjahr: T€ 384).

In der nachfolgenden Tabelle ist die Entwicklung der Sachanlagen im Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2006 dargestellt:

	Technische Ausstattung und Maschinen	EDV-Hardware und sonstige Geschäfts- ausstattung	Gesamt
	T€	T€	T€
Buchwerte			
Stand 01.07.2005	34	31	65
Zugänge	0	462	462
Abschreibungen	- 14	- 109	- 123
Stand 30.06.2006	20	384	404
Zugänge	0	710	710
Abschreibungen	- 8	- 124	- 132
Stand 31.12.2006	12	971	982
Anschaffungs- und Herstellungskosten			
Stand 01.07.2005	37	50	87
Zugänge	0	456	456
Zugänge Konsolidierung	0	5	5
Stand 30.06.2006	37	511	548
Zugänge	0	710	710
Stand 31.12.2006	37	1.221	1.258
Abschreibung			
Stand 01.07.2005	3	18	21
Zugänge	14	109	123
Stand 30.06.2006	17	127	144
Zugänge	8	124	132
Stand 31.12.2006	25	251	276

Der Buchwert der geleasten Sachanlagen beträgt T€ 533 (Vorjahr: T€ 19).

Die Finanzanlagen des Konzerns von T€ 100 betreffen 2,4 % des gezeichneten Kapitals der Plazes AG, Zürich, Schweiz, als strategische Beteiligung, die zu Anschaffungskosten bewertet wurden, da der beizulegende Zeitwert nicht verlässlich bestimmt werden kann.

Die anderen finanziellen Vermögenswerte beinhalten zum Stichtag langfristig hinterlegte Kautionsen für Zahlungsverkehrssysteme sowie Mietkautionsen. Die anderen finanziellen Vermögenswerte des Vorjahrs von T€ 118 beinhalteten Vorauszahlungen an nahe stehende Unternehmen und Personen, die im Rumpfgeschäftsjahr für die Gründung der openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. verwendet wurden.

11 > Kurzfristige Vermögenswerte

Die zum Stichtag 31. Dezember 2006 bilanzierten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von openBC sind analog zum Vorjahr ausnahmslos innerhalb eines Jahres fällig. Unten stehende Tabelle zeigt die Zusammensetzung der sonstigen Vermögenswerte:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Aktive Rechnungsabgrenzung	29	19
Kurzfristige Darlehen an Mitarbeiter	19	56
Sonstige Aktiva	173	83
Gesamt	221	158

Die kurzfristigen Darlehen an Mitarbeiter können mit einer Frist von drei Monaten gekündigt werden und werden mit 6 % p.a. verzinst.

Der Posten „Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen“ betrifft Bankguthaben von T€ 45.224 (Vorjahr: T€ 4.827), Anteile an einem offenen Immobilienfonds von T€ 0 (Vorjahr: T€ 1.963) und Kassenbestände von T€ 1 (Vorjahr: T€ 1). Die Konzern-Kapitalflussrechnung zum 31. Dezember 2006 enthält die frei verfügbaren Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen.

12 > Eigenkapital und Minderheitenanteile

Am 19. Juli 2006 beschloss die Gesellschafterversammlung die formwechselnde Umwandlung der Gesellschaft in eine Aktiengesellschaft mit einem Grundkapital von € 52.050,00, die am 16. Oktober 2006 in das Handelsregister eingetragen wurde. Zum Zeitpunkt der Eintragung des Formwechsels war das Grundkapital in 40.200 nennwertlose Namensaktien und 11.850 Vorzugsaktien eingeteilt. Am 3. November 2006 beschloss die ordentliche Hauptversammlung, die Vorzugsaktien in einfache nennwertlose Namensaktien umzuwandeln und die Satzung der Gesellschaft entsprechend zu ändern.

Darüber hinaus beschloss die ordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft am 3. November 2006, das Grundkapital der Gesellschaft gemäß §§ 207 ff. AktG aus Gesellschaftsmitteln von € 52.050,00 um € 3.799.650,00 auf € 3.851.700,00 zu erhöhen und hierzu einen Teilbetrag von € 3.799.650,00 aus der Kapitalrücklage der Gesellschaft umzuwandeln. Die Kapitalerhöhung wurde auf das Ergebnis des Jahresabschlusses zum 30. Juni 2006 gestützt und mittels Ausgabe neuer nennwertloser Stückaktien an die Aktionäre im Verhältnis 1:73 durchgeführt und am 10. November 2006 in das Handelsregister eingetragen.

Am 21. November 2006 hat die ordentliche Hauptversammlung beschlossen, das Grundkapital zum Zweck des Börsengangs der Gesellschaft gegen Bareinlagen von € 3.851.700,00 um € 1.350.000,00 auf € 5.201.700,00 zu erhöhen. Die Aktien wurden zu einem Preis von € 30,00 je Aktie ausgegeben. Das Agio aus der Kapitalerhöhung von € 39.150.000,00 wurde in die Kapitalrücklage eingestellt. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister erfolgte am 5. Dezember 2006.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 31. Oktober 2011 ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu € 1.925.850,00 durch Ausgabe von neuen auf den Namen lautenden bis zu Stück 1.925.850 Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen. Bei der Kapitalerhöhung gegen Bareinlage ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spaltenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen, als dies erforderlich ist, um den Inhabern von Optionsscheinen, Wandelschuldverschreibungen oder Optionsanleihen, die von der Gesellschaft oder ihr nachgeordneten in- oder ausländischen Konzernunternehmen ausgegeben wurden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang einräumen zu können, wie es ihnen nach Ausübung ihres Wandlungs- oder Optionsrechts bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zusteht.

Der Vorstand ist außerdem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen, wenn der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand nicht wesentlich i.S.d. §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unterschreitet und die gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegebenen Aktien insgesamt 10 % des zum Zeitpunkt der Eintragung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals nicht überschreiten. Auf diese Begrenzung sind Aktien anzurechnen, die aufgrund anderer Ermächtigungen in unmittelbarer oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Bezugsrechtsausschluss veräußert oder ausgegeben wurden.

Das Bezugsrecht der Aktionäre ist im Falle von Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen, insbesondere im Zusammenhang mit dem Erwerb von Unternehmen oder Beteiligungen oder Wirtschaftsgütern, ausgeschlossen. Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um € 288.822,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 288.822 auf den Namen lautenden nennwertlosen Aktien bedingt erhöht (bedingtes Kapital I). Das bedingte Kapital I dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 3. November 2006 von der Gesellschaft im Rahmen des Aktienoptionsplans 2006 in der Zeit bis zum 31. Oktober 2011 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Aktienoptionen ausgegeben werden und die Inhaber dieser Aktienoptionen von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien oder einen Barausgleich gewährt.

Die Ausgabe der Aktien aus dem bedingten Kapital erfolgt zu dem gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 festgelegten Ausübungspreis. Die neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres an, für das zum Zeitpunkt der Ausübung des Bezugsrechts noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist, am Gewinn teil.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um insgesamt € 1.540.680,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 1.540.680 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (bedingtes Kapital II). Das bedingte Kapital II dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten, die gemäß Ermächtigungsbeschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 durch die Gesellschaft oder durch Gesellschaftern, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, ausgegeben werden. Die Ausgabe der Aktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehenden Ermächtigungsbeschlusses jeweils festzulegenden Wandlungs- oder Optionspreis.

Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durchgeführt, soweit die Inhaber der Schuldverschreibungen ihre Wandlungs- oder Optionsrechte ausüben. Die Aktien nehmen – sofern sie bis zum Beginn der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft entstehen – vom Beginn des vorhergehenden Geschäftsjahres am Gewinn teil, ansonsten vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen.

Die in der Konzern-Bilanz und Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Minderheitenanteile betreffen die Anteile anderer Gesellschafter am Eigenkapital und am Jahresergebnis der openBC China Ltd.

13 > Langfristige Verbindlichkeiten

Im Konzern wurden Finanzierungsleasingverträge in Bezug auf mehrere PCs und diverse Server abgeschlossen. Die Laufzeit dieser Verträge beträgt zwischen 30 und 60 Monaten. Die Leasingverträge können verlängert werden, enthalten jedoch keine Kaufoption und keine Wertsicherungsklauseln. Verlängerungen können für jeweils sechs Monate vereinbart werden. Der kurzfristige Teil der Leasingschuld zum 31. Dezember 2006 bezieht sich auf die Rückzahlungsverpflichtung der Gesellschaft über die kommenden zwölf Monate in Höhe von T€ 157 (Vorjahr: T€ 12). Der verbleibende Teil der Verpflichtung ist als langfristige Verbindlichkeiten bilanziert und betrifft einen zusätzlichen Betrag von T€ 393 (Vorjahr: T€ 12).

Die langfristige passive Rechnungsabgrenzung bezieht sich auf Mitgliedsbeiträge für zukünftige Perioden mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr zum Bilanzstichtag. Zum 31. Dezember 2006 beträgt die langfristige passive Rechnungsabgrenzung T€ 500 (Vorjahr: T€ 199).

14 > Kurzfristige Verbindlichkeiten

Die Tabelle zeigt die Veränderungen bei den Rückstellungen im Verlaufe des Berichtsjahres:

	30.06.2006 T€	Nutzung T€	Auflösung T€	Zugang T€	31.12.2006 T€
Rechts-, Rechnungslegungs- und sonstige IT-Beratungskosten	274	134	140	779	779
Urlaub, Überstunden, Boni	137	137	0	603	603
Bankprovisionen	0	0	0	477	477
Druck Wertpapierprospekt	0	0	0	272	272
Sonstiges	25	25	0	746	746
	436	296	140	2.877	2.877

Die zum Stichtag 31. Dezember 2006 bilanzierten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von openBC sind analog zum Vorjahr ausnahmslos innerhalb eines Jahres fällig.

Die passive Rechnungsabgrenzung bezieht sich auf Mitgliedsbeiträge für zukünftige Perioden. Mitgliedsbeiträge für zukünftige Perioden mit einer Restlaufzeit von weniger als zwölf Monaten werden als kurzfristige passive Rechnungsabgrenzung ausgewiesen und betragen T€ 4.160 (Vorjahr: T€ 2.850).

Die sonstigen Verbindlichkeiten sind zu ihrem Rückzahlungsbetrag angesetzt und setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer	87	42
Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer	59	30
Verbindlichkeiten aus Sozialversicherung	13	0
Sonstiges	83	33
Gesamt	242	105

Segmentberichterstattung

Da der Konzern nur über das Produkt Premium-Mitgliedschaft verfügt, wurde in der Segmentberichterstattung nur eine Aufteilung nach geographischen Segmenten vorgenommen. Eine Zurechnung von Aufwendungen nach geographischen Regionen ist nicht möglich, da die Aufwendungen ebenso wie die Vermögenswerte und Schulden zentral und im Grunde sämtlich der gleichen weltweit benutzten Webseite zuzuordnen sind. Die geographisch aufgeteilten Umsätze des Berichtszeitraums sind in der nachfolgenden Tabelle abgebildet:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Deutschland	4.771	4.685
Sonstiges Europa	1.233	1.068
Asien	83	80
Amerika	70	63
Sonstige	15	87
Gesamt	6.172	5.983

Konzern-Kapitalflussrechnung

Der Finanzmittelbestand beträgt zum 31. Dezember 2006 T€ 45.225 und setzt sich aus Zahlungsmitteln aus Deutschland (T€ 45.059, Vorjahr: T€ 6.694), aus der Schweiz (T€ 139, Vorjahr: T€ 96) und aus China (T€ 27, Vorjahr: T€ 1) zusammen.

Die Entwicklung des Finanzmittelbestands des Konzerns wird in der Konzern-Kapitalflussrechnung ausgewiesen. Weitere in der Konzern-Kapitalflussrechnung enthaltene Zahlungsströme umfassen im Berichtszeitraum folgende Komponenten:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
Gezahlte Zinsen	- 32	- 3
Erhaltene Zinsen	116	146
Erhaltene und gezahlte Steuern (saldiert)	0	0

Sonstige Angaben

Eventualverbindlichkeiten und finanzielle Verpflichtungen

Im Konzern wurden Operating-Leasingverträge für Geschäftsräume, Mitarbeiterwohnungen und einige Fahrzeuge geschlossen. Diese Leasingverträge haben eine durchschnittliche Laufzeit zwischen drei und vier Jahren und können nicht verlängert werden.

Zukünftige Mindestleasingzahlungen, die nach den unkündbaren Operating-Leasingverträgen zum 31. Dezember 2006 bestehen, stellen sich wie folgt dar:

	31.12.2006 T€	30.06.2006 T€
bis zu einem Jahr	142	142
länger als ein Jahr und bis zu fünf Jahren	105	142
länger als fünf Jahre	0	0
	247	284

Der Konzern hat Leasingzahlungen in Höhe von T€ 112 (Vorjahr: T€ 107) aufwandswirksam erfasst.

Der Konzern hat Finanzierungs-Leasingverträge für mehrere PCs sowie diverse Server geschlossen. Die Laufzeit dieser Leasingverträge beträgt zwischen 30 und 60 Monaten. Diese Leasingverträge haben jeweils eine Verlängerungsklausel, jedoch keine Kaufoptionen oder Wertsicherungsklauseln. Verlängerungen sind für jeweils sechs Monate möglich.

Die zukünftigen Mindestleasingzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverträgen stellen sich zum 31. Dezember 2006 wie folgt dar:

	31.12.2006 Mindest- zahlungen T€	31.12.2006 Barwert der Zahlungen T€	30.06.2006 Mindest- zahlungen T€	30.06.2006 Barwert der Zahlungen T€
bis zu einem Jahr	195	157	13	12
länger als ein Jahr und bis zu fünf Jahren	563	393	20	12
Mindestleasingzahlungen gesamt	758	550	33	24
Beträge, die Finanzierungskosten darstellen	-208	0	-9	0
Aktueller Wert Mindestleasingzahlungen	550	550	24	24

Zielsetzung und Grundsätze des Finanzrisikomanagements

Die Finanzinstrumente des Konzerns beinhalten überwiegend Zahlungsmittel und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die aus der betrieblichen Tätigkeit resultieren. Da der überwiegende Teil der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der Zahlungsmittel in Euro besteht, existiert kein Fremdwährungsrisiko. Das Kreditrisiko ist zum einen dadurch beschränkt, dass der Konzern seine Zahlungsmittelbestände lediglich bei Banken mit hoher Bonität unterhält, und zum anderen dadurch, dass Forderungen aus einzelnen Premium-Mitgliedsbeiträgen jeweils nur bis zu T€ 1 betragen.

Der Konzern finanziert sich überwiegend über die Vorauszahlungen seiner Premium-Mitglieder, wodurch sich ein positiver Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit ergibt, und durch Eigenkapitalfinanzierung. Der Zahlungsmittelbestand wird als Bankguthaben gehalten, der Konzern ist deshalb keinen Liquiditätsrisiken ausgesetzt.

Daneben hält der Konzern keine weiteren Finanzinstrumente, die finanzielle Risiken mit sich bringen.

Angaben zum Aktienoptionsprogramm

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft vom 3. November 2006 wurde zum Zwecke eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms ein bedingtes Kapital im Umfang von bis zu € 288.822,00 geschaffen. In der Folge wurden 160.617 Aktienoptionen im Rahmen des „Aktienoptionsplans 2006“ (AOP 2006) an den Vorstand sowie Mitarbeiter von openBC ausgegeben.

Der Aktienoptionsplan gewährt die Option zur Zeichnung von Aktien der Gesellschaft und sieht eine feste Laufzeit von fünf Jahren vor. Jede Option gewährt das Recht, eine Aktie der Gesellschaft zu zeichnen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre insoweit ausgeschlossen ist. Die wesentlichen Regelungen des AOP 2006 stellen sich in zusammengefasster Form wie folgt dar:

- Im Zuge des AOP 2006 dürfen Aktienoptionen ausschließlich an Mitglieder des Vorstands der OPEN Business Club AG, an Mitglieder der Geschäftsführung von Tochtergesellschaften sowie an ausgewählte Führungskräfte, sonstige Leistungsträger und sonstige Mitarbeiter der OPEN Business Club AG und ihrer Tochtergesellschaften ausgegeben werden.

- Die Aktienoptionen gewähren dem Inhaber das Recht zum Bezug von auf den Inhaber lautenden stimmberechtigten Stückaktien der OPEN Business Club AG. Dabei gewährt jede Aktienoption das Recht auf den Bezug von je einer Aktie der OPEN Business Club AG gegen Zahlung des Ausübungspreises. Die Optionsbedingungen können vorsehen, dass die Gesellschaft dem Bezugsberechtigten in Erfüllung des Bezugsrechts wahlweise anstelle von neuen Aktien unter Inanspruchnahme des bedingten Kapitals auch eigene Aktien oder einen Barausgleich gewähren kann.
- Die Bezugsrechte aus den Aktienoptionen können erstmals nach Ablauf einer Wartezeit ausgeübt werden. Die Wartezeit beträgt für 50 % der gewährten Aktienoptionen mindestens zwei Jahre, für weitere 25 % der gewährten Aktienoptionen mindestens drei Jahre und für die verbleibenden 25 % mindestens vier Jahre. Sie beginnt am Tag nach Ausgabe der jeweiligen Aktienoptionen. Die Ausübung der Bezugsrechte ist innerhalb von bis zu fünf Jahren, beginnend mit dem Tag der Ausgabe der Aktienoption, möglich.
- Der Ausübungspreis für eine Aktie der Gesellschaft entspricht dem arithmetischen Mittel der Schlussauktionspreise der Aktien der Gesellschaft im XETRA-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten 20 Börsentagen vor Ausgabe der jeweiligen Aktienoption (Tag der Annahme der Zeichnungserklärung des Berechtigten durch die Gesellschaft oder das von ihr für die Abwicklung eingeschaltete Kreditinstitut). Abweichend hiervon entspricht der Ausübungspreis für Aktienoptionen, die bis zur Handelsaufnahme der Aktien im Rahmen des Börsengangs der Gesellschaft ausgegeben werden, dem Kaufpreis, zu dem im Rahmen des Börsengangs die Aktien der Gesellschaft platziert werden.
- Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn sich der Schlussauktionspreis der Aktien der Gesellschaft im XETRA-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse innerhalb eines Jahres vor dem Tag der Ausübung des Bezugsrechts an mindestens zehn aufeinander folgenden Handelstagen positiver entwickelt hat als der SDAX-Index (oder ein vergleichbarer Nachfolgeindex).

Der in der Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. Dezember 2006 erfasste Aufwand für die aktienbasierten Vergütungen beträgt T€ 45 (Vorjahr: T€ 0).

Der gewichtete durchschnittliche Ausübungspreis beträgt € 30,00 und entspricht dem Kaufpreis, zu dem im Rahmen des Börsengangs die Aktien der Gesellschaft platziert wurden.

Die gewichtete durchschnittliche Vertragslaufzeit für die zum 31. Dezember 2006 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 2,7 Jahre (Vorjahr: 0 Jahre).

Der gewichtete durchschnittliche Zeitwert für die zum 31. Dezember 2006 ausstehenden Aktienoptionen beträgt € 9,78 (Vorjahr: € 0,00).

Den Berechnungen lagen zum Stichtag die in der nachfolgenden Übersicht dargestellten Parameter zugrunde:

	31.12.2006
Jährliche Fluktuation optionsberechtigte Mitarbeiter	%
Erwartete Laufzeiten der Optionsrechte (in Jahren)	3,5 - 4,5
Erwartete Dividendenrendite	%
Risikoloser Zinssatz	%
Aktienkurs am 06.12.2006	€
Ausübungspreis	€
Erwartete Volatilität des Aktienkurses	%
Erwartete Volatilität des zu Grunde gelegten Aktienindex	%
Erwartete Korrelation zwischen Aktienindex und Aktienkurs	%

Der Ansatz der erwarteten Volatilität des Aktienkurses entspricht der durchschnittlichen historischen Volatilität vergleichbarer Aktien im Zeitraum 6. Dezember 2005 bis 6. Dezember 2006. Dabei wurde die erwartete Volatilität auf fünf Prozentpunkte gerundet.

Der berücksichtigten erwarteten Volatilität des zugrunde gelegten Aktienindex liegt die Annahmen zugrunde, dass von historischen Volatilitäten auf künftige Trends geschlossen werden kann, wobei die tatsächlich eintretende Volatilität auch hier von den getroffenen Annahmen abweichen kann.

Geschäftsbeziehungen zu nahe stehende Unternehmen und Personen

Im Geschäftsjahr zum 30. Juni 2006 hat openBC ihrem Joint-Venture-Partner I Zhong Investment Ltd., Hongkong, China, eine Vorauszahlung in der rechtlichen Form eines Darlehens in Höhe von T€ 450 zu einem Zinssatz von 5,5% p.a. gewährt. Das Darlehen wurde ausgereicht, um das in 2005 von openBC aufgenommene China-Geschäft ihres Joint-Ventures openBC China Ltd in Hongkong zu erweitern. Das Darlehen ist eine Vorauszahlung, die nur in der Höhe zurückgezahlt werden muss, in der sie nicht für Geschäftszwecke des Konzerns verwendet wird, die sich aus den Vorgaben des Konzerns ergeben. Im Geschäftsjahr 2006 wurden von I Zhong Investment Ltd. T€ 332 in Durchführung entsprechender Konzernvorgaben für Entwicklungsaufgaben verausgabt. Der zum 30. Juni 2006 verbleibende Vorschuss in Höhe von T€ 118 wurde von I Zhong Investment Ltd. zur Gründung der openBC China Limited sowie deren Tochtergesellschaft der openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd. verwendet. Die I Zhong Investments Ltd. hat damit ihre Verpflichtungen erfüllt.

Dr. Neil Sunderland, der Vorsitzende des Aufsichtsrats, hält 100 % des gezeichneten Kapitals der Adinvest AG, Zumikon, Schweiz, die mit nominal € 500 am gezeichneten Kapital von openBC beteiligt ist. Die Adinvest AG erbrachte für openBC im Berichtsjahr Beratungsleistungen in Höhe von T€ 216 (Vorjahr: T€ 9).

William Liao, Mitglied des Aufsichtsrats von openBC, erbrachte über seine Arbeitgeberin, die Mandarin Consulting Ltd., die für openBC Beratungsleistungen im Bereich der Geschäftsentwicklung und der Unternehmensstrategieplanung erbringt, im Berichtsjahr Dienstleistungen in Höhe von T€ 72 (Vorjahr: T€ 155).

Die epublica GmbH, Hamburg, die die Software für die openBC-Plattform entwickelt hat, erbrachte im Berichtsjahr gegenüber openBC Dienstleistungen in Höhe von T€ 757 (Vorjahr: T€ 1.021). Zum 31. Dezember 2006 hält die epublica GmbH nach einer openBC am 15. Dezember 2006 zugegangenen Mitteilung nach § 21 WpHG 3,23 % der Stimmrechte an der Gesellschaft .

Anzahl der Arbeitnehmer

Während des Rumpfgeschäftsjahres vom 1. Juli 2006 bis zum 31. Dezember 2006 wurden im Konzern, neben den beiden Vorständen, durchschnittlich 61 Mitarbeiter (Vorjahr: 31) beschäftigt. Zum 31. Dezember waren insgesamt 66 (Vorjahr: 42) festangestellte Mitarbeiter im Konzern tätig.

Mitglieder des Aufsichtsrats

Folgende Personen gehörten im Berichtsjahr dem Aufsichtsrat der Gesellschaft an:

Dr. Neil Vernon Sunderland, Investment Advisor, Vorsitzender, Zumikon, Schweiz,
weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Vorsitzender des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Geschäftsleitung der Adinvest AG, Zumikon, Schweiz, sowie der Adinvest Holding AG, Zumikon, Schweiz,
- Vorsitzender des Board der ACL Asia Limited, Hong Kong,
- Mitglied des Advisory Board der Terra Firma Capital Partners, London, Vereinigtes Königreich, und der Cycleon BV, Amsterdam, Niederlande,
- Beratender Partner der Montreux Equity Partners, Menlo Park, Vereinigte Staaten,
- Mitglied des Verwaltungsrats der Elsevier Holdings SA, Neuchâtel, Schweiz, der Elsevier Finance SA, Neuchâtel, Schweiz, der Elsevier Properties SA, Neuchâtel, Schweiz,
- Vorsitzender des Board der EuroClick LLC, Santa Monica, Vereinigte Staaten,
- Stellvertretender Vorsitzender des Supervisory Board der Quadriga Worldwide Limited, London, Vereinigtes Königreich,
- Mitglied des Supervisory Board der Tagworld Inc., Santa Monica, Vereinigte Staaten,
- Stellvertretender Vorsitzender des Verwaltungsrats der 3T Supplies AG, Schwyz, Schweiz,
- Aufsichtsratsmitglied der Aminotech AS, Oslo, Norwegen,
- Mitglied des Verwaltungsrats der Lapar AG, Fribourg, Arbon, Schweiz (bis 2006) und
- Mitglied des Beirats der Returnity BV, Soest, Niederlande (bis 2006).

Dr. Eric Archambeau, Investment Advisor, stellvertretender Vorsitzender, Brüssel, Belgien,
weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Board der BridgeCo Inc., Los Angeles, Vereinigte Staaten, der KIKA Medical Inc., Boston, Vereinigte Staaten, und der Price Minister S.A., Paris, Frankreich,
- Mitglied des Board der Industrial Origami Inc., San Francisco, Vereinigte Staaten.

William Liao, Unternehmer, Weissbad, Schweiz,
weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine.

Dr. Neil Vernon Sunderland, Dr. Eric Archambeau und William Liao waren Mitglieder des Beirats der OPEN Business Club GmbH seit dessen Einsetzung im Jahr 2005. Der Beirat wurde im Rahmen der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft durch den Aufsichtsrat ersetzt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für die Teilnahme an jeder Aufsichtsratssitzung eine Vergütung von € 1.666,00 pro Sitzungstag. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält eine Vergütung in Höhe des zweifachen Betrags. Im Rumpfgeschäftsjahr betrug die Aufsichtsratsvergütung insgesamt T€ 20 (Vorjahr: T€ 0).

Mitglieder des Vorstands

Zu Mitgliedern des Vorstands waren im abgelaufenen Geschäftsjahr bestellt:

- Lars Hinrichs, Vorstandsvorsitzender, Kaufmann, Hamburg,
weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine
- Eoghan Jennings, Finanzvorstand, Kaufmann, Hamburg,
weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Lars Hinrichs erhält eine feste Vergütung von T€ 150 jährlich und einen variablen Bonus von bis zu T€ 25. Der Vertrag von Eoghan Jennings sieht eine feste Vergütung von T€ 160 jährlich ohne variable Vergütung vor. Im Rumpfgeschäftsjahr wurden an Lars Hinrichs T€ 63 (Vorjahr: T€ 100) und an Eoghan Jennings T€ 61 (Vorjahr: T€ 90) bezahlt. Die Vorstände nehmen darüber hinaus am Aktienoptionsprogramm der Gesellschaft teil. Zum 31. Dezember 2006 hielten Lars Hinrichs 17.333 und Eoghan Jennings 13.841 Stück Aktienoptionen der Gesellschaft. Die beizulegenden Zeitwerte betrugen im Zeitpunkt der Gewährung am 6. Dezember 2006, je nach Dauer der Wartezeit von zwei bis vier Jahren, zwischen € 9,27 und € 10,62 je Aktienoption. Der gesamte Zeitwert der gewährten Aktienoptionen betrug für Lars Hinrichs T€ 170 und für Eoghan Jennings T€ 135.

Honorare des Abschlussprüfers

Im Rumpfgeschäftsjahr 2006 wurde für die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2006 und für Vorjahre ein Aufwand in Höhe von T€ 254 erfasst. Die Honorare für sonstige Bestätigungsleistungen betrugen T€ 311. In Höhe von T€ 481 wurden Versicherungsprämien für sonstige Bestätigungsleistungen weiterberechnet.

Konzernabschluss

Die OPEN Business Club AG stellt zum 31. Dezember 2006 als Muttergesellschaft einen Konzernabschluss nach den Rechnungslegungsvorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) auf, der beim Amtsgericht Hamburg unter HRB 98807 hinterlegt wird.

Erhaltene Mitteilungen nach § 21 WpHG

Am 12. Dezember 2006 hat die cominvest Asset Management GmbH, Frankfurt a.M., der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gesellschaft am 11. Dezember 2006 die Schwelle von 5 % überschritten hat und nunmehr 7,72 % beträgt.

Am 13. Dezember 2006 hat die Deutsche Bank AG, Frankfurt a.M., der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihre Tochtergesellschaft DWS Invest GmbH, Frankfurt a.M., am 7. Dezember 2006 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte an der Gesellschaft überschritten hat und nunmehr einen Stimmrechtsanteil von 7,95 % hält.

Am 15. Dezember 2006 hat die epublica GmbH, Hamburg, der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihr am 5. Dezember 2006 mehr als 5 % der Stimmrechte an der Gesellschaft, deren Aktien an diesem Tag erstmalig zum Handel an einem organisierten Markt zugelassen worden sind, zustanden und der Stimmrechtsanteil zu diesem Zeitpunkt 8,07 % betrug. Der Stimmrechtsanteil habe am 11. Dezember 2006 die Schwelle von 5 % unterschritten und betrage nunmehr 3,23 %.

Am 15./19. Dezember 2006 hat William Liao der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihm am 5. Dezember 2006 mehr als 5% der Stimmrechte an der Gesellschaft zustanden, deren Aktien an diesem Tag erstmalig zum Handel an einem organisierten Markt zugelassen worden sind, und der Stimmrechtsanteil zu diesem Zeitpunkt 9,44% betrug.

Am 19. Dezember 2006 hat die LH Cinco Capital GmbH, Hamburg, der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihr am 5. Dezember 2006 mehr als 25% der Stimmrechte an der Gesellschaft, deren Aktien an diesem Tag erstmalig zum Handel an einem organisierten Markt zugelassen worden sind, zustanden und der Stimmrechtsanteil zu diesem Zeitpunkt 28,33% betrug.

Am 19. Dezember 2006 hat Lars Hinrichs der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihm am 5. Dezember 2006 mehr als 25% der Stimmrechte an der Gesellschaft, deren Aktien an diesem Tag erstmalig zum Handel an einem organisierten Markt zugelassen worden sind, zustanden und der Stimmrechtsanteil zu diesem Zeitpunkt 28,34% betrug, wovon ihm ein Stimmrechtsanteil von 28,33% nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen sei.

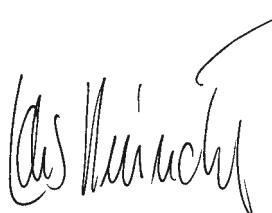
Erklärung zum Corporate Governance Kodex

Die nach § 161 AktG abzugebende Erklärung wurde abgegeben und durch Veröffentlichung den Aktionären zugänglich gemacht.

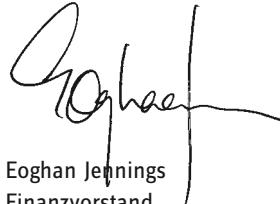
Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage von openBC haben, waren nicht zu verzeichnen.

Hamburg, 26. Februar 2007



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
OPEN Business Club AG



Eoghan Jennings
Finanzvorstand
OPEN Business Club AG

Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der OPEN Business Club AG, Hamburg, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung und Anhang - und den Konzernlagebericht für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Juli 2006 bis 31. Dezember 2006 geprüft. Die Aufstellung des Konzernabschlusses nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs.1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungs-handlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsysteins 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 der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der 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.

Hamburg, den 2. März 2007

Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Jöns
Wirtschaftsprüfer

Möbus
Wirtschaftsprüfer

Finanzkalender

Datum	Veranstaltung
29. März 2007	Veröffentlichung Ergebnisse Rumpfgeschäftsjahr 2006 (01.07.2006 - 31.12.2006) Bilanzpresse- und Analystenkonferenz in Frankfurt am Main
13. Juni 2007	Hauptversammlung in Hamburg
22. Mai 2007	Veröffentlichung Ergebnisse 1. Quartal 2007
21. August 2007	Veröffentlichung Ergebnisse 1. Halbjahr 2007
20. November 2007	Veröffentlichung Ergebnisse 3. Quartal 2007

Impressum

OPEN Business Club AG

Gänsemarkt 43
20354 Hamburg
Deutschland

Telefon +49 40 41 91 31-0

Telefax +49 40 41 91 31-11

info@xing.com

www.xing.com

Corporate Communications

Telefon +49 40 41 91 31-19

Telefax +49 40 41 91 31-11

daniela.hinrichs@xing.com

Fotos Management und Aufsichtsrat

Holde Schneider, Hamburg

