

# Geschäftsbericht 2004.



**New Identity AG**

PORTALIZING YOUR BUSINESS.

New Identity AG ist Internet-Dienstleister und Spezialist für Online-Portale.

Das inhabergeführte Unternehmen arbeitet am Mainzer Hauptsitz und einer Niederlassung in Polen mit über 35 Spezialisten in den drei Units Konzeption, Design und Systeme.

Zahlreiche international renommierte Kunden wie die Deutsche Bank, LTU International Airways, BAUHAUS und T-Online International AG vertrauen auf die Kompetenz und Erfahrung des 1998 gegründeten Unternehmens. Seit 2003 zählt das Unternehmen zu den Top-75 der deutschen Interaktivbranche.

# Portalizing Your Business.

Unser Ziel: Unsere Kunden im Netz erfolgreich zu machen. Als Partner unserer Kunden bilden wir deren Geschäftsprozesse in anspruchsvollen Portalanwendungen ab. Die langfristige Bindung der Portalnutzer steht dabei für uns im Mittelpunkt aller Aktivitäten.

Unsere Kernkompetenz ist die Abbildung von Geschäftsmodellen im Inter-, Intra- und Extranet für Unternehmen.

## Was machen wir?

---

Konzeption, Design und Systeme für Online-Portale.

Spezialisierung auf Abbildung und Unterstützung von Geschäftsprozessen.

Keine Produkte, sondern Individualentwicklung.

## Wie machen wir's?

---

Mit Zielgruppenfokus statt Branchenfokus.

Mit hoher Begeisterung für das digitale Medium.

Mit Blick auf langfristige Partnerschaft mit unseren Kunden.

Mit profitablen Wachstum aus eigener Kraft.

## Was machen wir nicht?

---

E-Business-Strategie .

„Digitale Werbung“.

Hardware.

Nicht internetbasierte Interfaces.

Die New Identity AG ist stolz darauf, kein Start-Up zu sein, sondern das dynamische Wachstum aus eigener Kraft realisieren zu können. Spezialisierte Mitarbeiter, die ihre große Begeisterung für die digitale Zukunft in den Dienst unserer Kunden stellen, sind die Voraussetzung für den Erfolg unserer Projekte.

# Im Überblick.

Ergebnis in EUR	2004	2003
Umsatzerlöse	1.780.731	1.335.317
EEG	252.903	156.218
EBIT	251.743	160.093

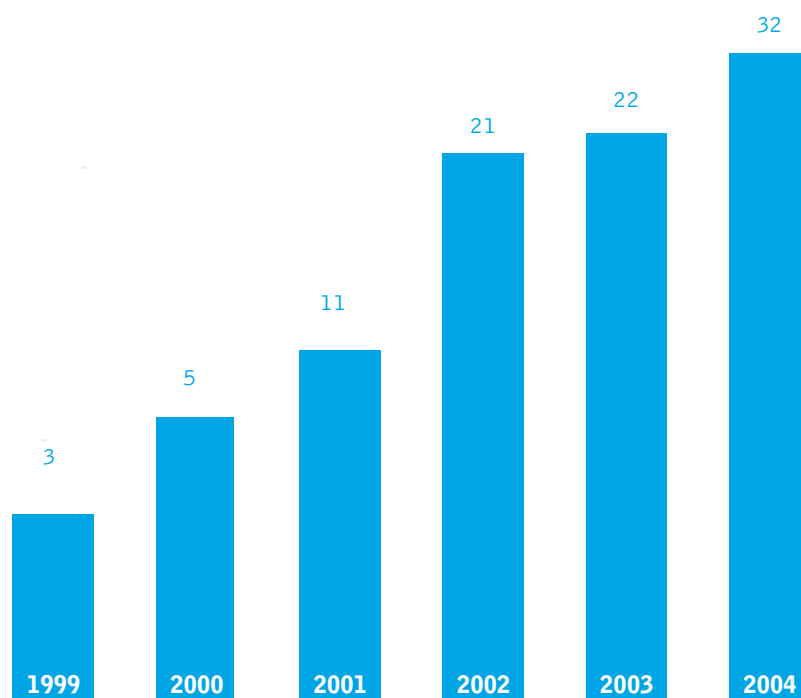
## Bilanz

Umsatzrendite	14,0 %	11,9 %
Eigenkapitalquote	64,3 %	54,5 %
ROI	34,8 %	33,7 %

## Mitarbeiter

Anzahl	32	22
Personalaufwand	1.102.832	762.112
Umsatz je Mitarbeiter	55.647	60.696

# Mitarbeiterentwicklung.





..... *Historische Fassade des Hauptsitzes in Mainz.*

# Statement des Vorstands.

## **Sehr geehrte Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und Freunde der New Identity AG,**

das Geschäftsjahr 2004 stand für die New Identity AG im Zeichen des Wachstums bei gleichzeitiger Vorbereitung der nächsten Schritte. Die damit verbundenen organisatorischen Optimierungen sollen dabei die Grundlage für eine nachhaltige und erfolgreiche Geschäftsentwicklung bilden.

### **NIDAG 2.0-Strategie erfolgreich implementiert.**

Mit Ablauf des Geschäftsjahres 2004 und dem Ihnen vorliegenden Geschäftsbericht können wir konstatieren, dass die Strategie NIDAG 2.0 greift! NIDAG 2.0 steht dabei für die bereits in 2002 eingeleiteten organisatorischen Maßnahmen in Form der konsequenten Einführung einer zweiten Führungsebene, der Project Manager, die eigenverantwortlich für finanzielle und planerische Aspekte im jeweiligen Kundenumfeld zeichnen. „Klare Verantwortlichkeiten, klare Aufgaben, klare Ziele“ lautete damals die strategische Überlegung zur Optimierung von Steuerungs- und Führungsprozessen sowie einer systematischen und effizienten Projektabwicklung. Die hiermit verbundenen organisatorischen und kommunikativen Maßnahmen wurden dabei mit Ende des ersten Halbjahres 2004 planmäßig und erfolgreich abgeschlossen.

Die aktive Beteiligung und Integration dieser zweiten Führungsebene in den Wertschöpfungsprozess und die Steuerung über Zielvereinbarungen führte zu einer deutlichen Erhöhung der internen Transparenz und Optimierung innerbetrieblicher Abläufe.

Der Vorstand konzentrierte sich in diesem Zuge auf die Unterstützung und das Coaching der Project Manager sowie die Neukundenakquise und Marketingmaßnahmen. Darüber hinaus wurden die internen Management-Informationssysteme sowie das Risikomanagement weiter ausgebaut. Im Bereich Human Resources wurden die internen und externen Trainingsmaßnahmen systematisiert und interne Zielvereinbarungs- und Evaluationsverfahren für alle Ebenen etabliert.

### **Sehr gute wirtschaftliche Basis ausgebaut.**

Aufgrund des soliden Wirtschaftens der letzten Jahre präsentiert sich das Unternehmen frei von Fremdkapital und – sieht man von Lieferantenverbindlichkeiten ab – frei von Schulden. Obwohl im Geschäftsjahr 2004 durch die stagnierende Nachfrage nach IT-Dienstleistungen die Umsatzentwicklung der Gesamtbranche rückläufig war, konnte die New Identity AG umsatzseitig um etwa 30% wachsen. Insgesamt erlöste die Unternehmung damit in 2004 knapp 1,8 Mio. EUR (Vorjahr 1,4 Mio. EUR).

Auch die – bereits deutlich zweistellige – Umsatzrendite konnte um weitere 18% gesteigert werden, sodass auch das Ergebnis der Unternehmung noch einmal positiver ausfiel. Dies drückt sich nicht zuletzt in einem weiteren deutlichen Sprung im Umsatzranking des Deutschen Multimedia Verbandes (DMMV) aus, bei dem die New Identity AG von Platz 83 auf Platz 61 vorrückte.

Wie schon in den Vorjahren, wurde die gesamtwirtschaftliche Entwicklung des Geschäftsjahres 2004 von der grundsätzlichen Verunsicherung IT-Investitionen betreffend geprägt. Andererseits ist nach Jahren der wirtschaftlichen Stagnation ein vorsichtiger Optimismus bezüglich einer konjunkturellen Trendwende auszumachen. In den Prognosen für das Geschäftsjahr 2005 gehen die Volkswirte von einem Konjunkturanstieg aus. Im Euro-Raum gab es bereits Ende 2004 positive Konjunkturmeldungen. So ist der ifo-Index für DV-Dienstleistungen Ende 2004 weiter angestiegen. Sowohl die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage wie auch die Geschäftserwartungen der Unternehmen haben sich positiv entwickelt.

Aufgrund der relativen Größe der New Identity AG zum Gesamtmarkt als auch der Positionierung im Markt und nicht zuletzt als Ergebnis der strategischen Umsetzungen besteht für die New Identity AG in der Marktentwicklung allerdings kein grundsätzliches Wachstumshindernis.

Der Vorstand erwartet daher für das laufende Geschäftsjahr bei anhaltend positiver Geschäftsentwicklung eine weitere Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr bei allerdings sinkender Umsatzrendite. Dies ist darin begründet, dass bei weiterem Wachstum und der Installation zusätzlicher Projektteams erfahrungsgemäß Ineffizienzen auftreten.

Neben diesen Investitionen ist im Rahmen der Strategie ein weiterer, zusätzlicher struktureller Ausbau der Vertriebskanäle geplant, was weitere Aufwände zur Folge hat. Der Planansatz sieht daher eine deutlich positive aber einstellige Rendite vor Steuern vor.

### **Als Internet-Dienstleister und Spezialist für Online-Portale etabliert.**

In den vergangenen 12 Monaten hat sich die New Identity AG am Markt nachhaltig positioniert und im Außenauftritt etabliert: Als Internet-Dienstleister und Spezialist für Online-Portale wurde der Fokus bei Außenauftritten vor allem auf den Experten-Bereich gelegt und bei zahlreichen Fachvorträgen und gemeinsamen Veranstaltungen mit Kunden, Partnern und externen Experten diese Kernkompetenzen unterstrichen. Neben diesen Veranstaltungen fand eine Vielzahl von Veranstaltungen für Kunden und Neukunden bzw. potenzielle Neukunden statt.

Im Verlauf des letzten Geschäftsjahres ist es insbesondere durch die Intensivierung der Marktkommunikation nicht nur gelungen, den bestehenden Kundenstamm zu festigen und auszubauen, sondern auch namhafte Unternehmen als Neukunden zu verzeichnen. Mit ihnen gemeinsam hat die New Identity AG die Herausforderung angenommen, interessante, weil branchenspezifisch innovative und oftmals äußerst komplexe, Projekte umzusetzen. So ist die New Identity AG weiterhin für die Betreuung des ExtraNet der BAHAG AG zuständig, des Transaktionsportals der BAUHAUS AG. Es handelt sich dabei um das bisher größte Integrationsprojekt in der Unternehmensgeschichte. Über den vollständigen Relaunch hinaus wurde auch ein Wechsel der Infrastruktur auf TYPO3 vorgenommen.

Auch die Zusammenarbeit mit der T-Online International AG wurde weiter ausgebaut: Nach wie vor wird das Kommunikationscenter weiterentwickelt, das es dem Kunden ermöglicht, Unified-Messaging schnell und bequem in einer Anwendung zu betreiben. Darüber hinaus konnten in 2004 mit dem Wetterportal und der zentralen Domain-Namen-Verwaltung zwei weitere Projekte der T-Online International AG akquiriert und realisiert werden. Seit Sommer arbeitet die New Identity AG zudem auch für die Unit Content-Sourcing und produziert Specials für das T-Online-Portal.

Neben den zentralen Portalprojekten für die Kunden Deutsche Bank PGK AG und die regionalen Energieversorger HEAG Südhessische Energie AG und Entega Vertriebs GmbH & Co. KG konnte im vergangenen Jahr auch der lokale Key-Player Brezelbäckerei Ditsch als Neukunde gewonnen werden.

Die Etablierung der New Identity AG im regionalen Markt lässt sich darüber hinaus nicht zuletzt an der massiv steigenden Zahl der Bewerbungen ablesen, die inzwischen aus dem gesamten Bundesgebiet eintreffen.

### **NIDAG 2.0 als Basis für nachhaltiges Wachstum.**

Auch wenn die 2004 erreichten Ergebnisse die Richtigkeit der getroffenen Maßnahmen bestätigen - die New Identity AG ist noch nicht am Ende des Weges. Ziel bleibt nach wie vor eine mittelfristige Umsatzsteigerung auf 5 Mio. EUR bei einer zweistelligen Umsatzrendite.

Durch die erfolgreiche Einführung von NIDAG 2.0 ist das Unternehmen auf der Kostenseite operativ solide aufgestellt, der Fokus liegt nun darauf, Umsatz und Ergebnis gezielt und nachhaltig auszubauen.

Der Vorstand hat daher auf Basis der aktuellen Entwicklung im zweiten Quartal 2004 die Wachstumsstrategie weiterentwickelt, die die hierfür notwendigen Wachstumsressourcen erstmals auf Basis eines 3-Jahres-Planes detailliert prognostiziert. Im Zuge der gemeinsamen Diskussionen mit dem Aufsichtsrat wurden dabei Detailprozesse wie Akquise und Personalbeschaffung und -entwicklung weiter ausgearbeitet und verschiedene Szenarien zur Entwicklung aufgestellt. Die ausgearbeiteten Strategien befinden sich derzeit im abschließenden Diskussionsprozess mit Finanzinstituten und Beratern, sodass diese mit Ende des Q2/2005 abschließend veröffentlicht werden können.

Zum heutigen Zeitpunkt möchten wir unseren Mitarbeitern, Aufsichtsrat und Aktionären der New Identity AG für das Engagement und das uns entgegengebrachte Vertrauen im abgelaufenen Geschäftsjahr danken.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gilt unser herzlichster Dank, da sie sich täglich bei veränderten Anforderungen und gestiegenen Belastungen für ihre Kunden und das Unternehmen einsetzen. Dem Aufsichtsrat gilt zu danken, da er insbesondere in der konzeptionell intensiven Phase der Entwicklung der Wachstumsstrategie Know-how und Erfahrung nachhaltig eingebracht hat.

Wir sind sicher, mit den gemeinsam entwickelten Strategien die Grundlage für ein solides und profitables Wachstum in den kommenden Jahren gelegt zu haben.



*Frage und Antwort.*

## 3 Fragen an Ulf Bohla.

(VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATES)

**FRAGE:** Herr Bohla, wie lautet Ihr ganz persönliches Fazit als Vorsitzender des Aufsichtsrates zum Abschluss des Jahres 2004?

**ULF BOHLA:** Die Mitarbeiter und der Vorstand haben ein großes Kompliment verdient. Trotz eines geringen Wirtschaftswachstums in Deutschland ist es gelungen, den Umsatz und die Profitabilität des Unternehmens zu steigern. Das zeigt mir, dass die Strategie stimmt.

**FRAGE:** Was sind aus Ihrer Sicht die drei kritischen Erfolgsfaktoren für die Umsetzung der geplanten Strategie?

**ULF BOHLA:** Für weiteres Wachstum ist es unerlässlich, zum einen die hohe Kundenzufriedenheit zu erhalten – das wird eine wichtige Aufgabe der Project Manager bleiben –, zum anderen attraktive Neukunden zu gewinnen. Hier spielt die konsequente Marktsegmentierung und entsprechende Potenzialanalyse eine große Rolle.



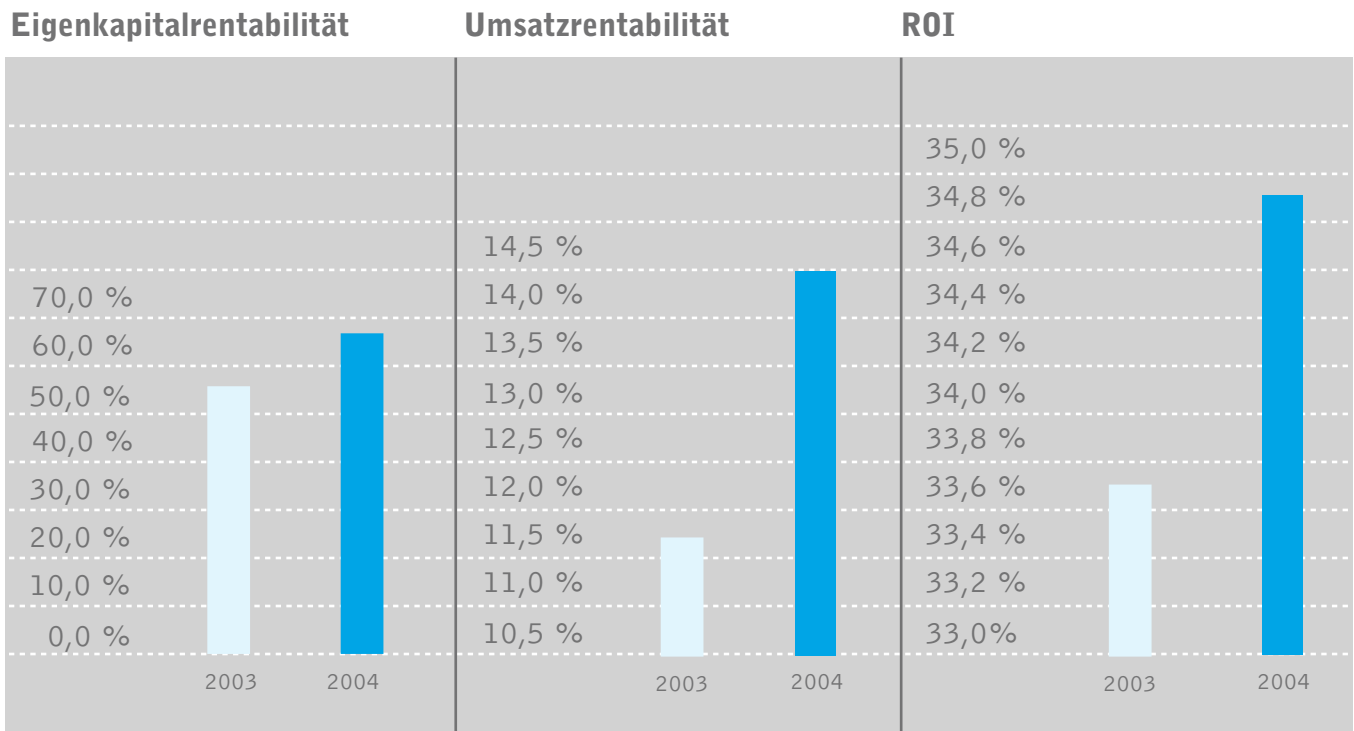
Zu guter Letzt gilt es, den bereits etablierten Workflow der Reportingsysteme weiter zu verfolgen, um so schlussendlich ein Risikomanagement-System zu etablieren, das mögliche Fehlentwicklungen in einem frühen Stadium aufzeigt und proaktives Handeln ermöglicht.

Sicherlich keine einfache Aufgabe – aber entscheidend für ein systematisches und nachhaltiges Wachstum der Unternehmung. In der Vergangenheit haben wir durch die Standardisierung der Reporting-Tools bereits einen großen Schritt getan. Nun ist es unerlässlich, dass diese Anwendungen für alle Beteiligten zu „Daily Tools“ werden.

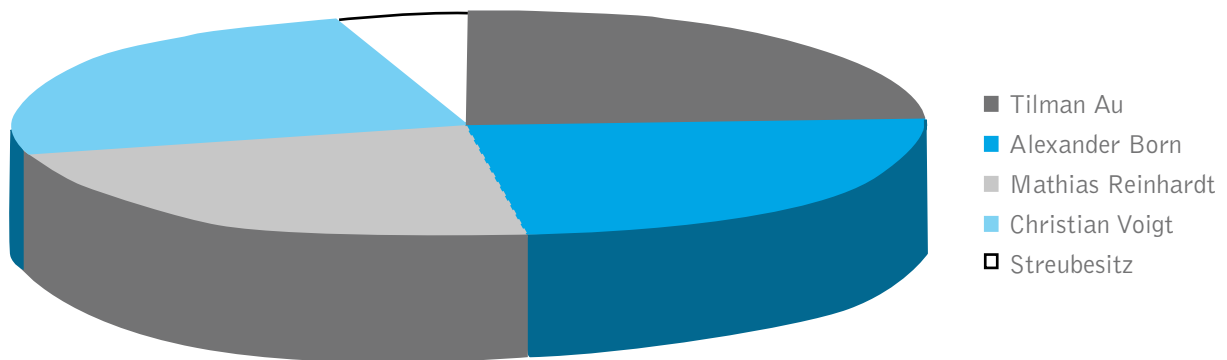
**FRAGE:** Welcher Umsetzungsschritt besitzt auf dieser Basis die höchste Priorität?

**ULF BOHLA:** Diese Frage lasse ich so nicht gelten. In allen drei Bereichen – Kundenzufriedenheit, Neukundengeschäft und Risikomanagement – muss die Umsetzung synchron sein. Wenn es eine Priorität gibt, dann ist es die Umsetzungsqualität – die bestimmt letztendlich den Erfolg.

# Jahresvergleich.



# Aktionärsstruktur.



	2004	2003
Tilman Au	2.385	2.430
Alexander Born	2.385	2.430
Mathias Reinhardt	2.385	2.430
Christian Voigt	2.385	2.430
Streubesitz	460	280

# GUV 1. Januar-31. Dezember 2004.

Alle Angaben in EUR	GUV	
	01.01.-31.12.2004	01.01.-31.12.2003
Umsatzerlöse	1.780.731	1.335.317
Sonstige betriebliche Erträge	28.415	10.920
Bestandsveränderungen	5.745	2.029
Materialaufwand (ohne Fremdleistungen)	58.015	27.295
Personalaufwand (inkl. Fremdleistungen)	1.148.472	848.056
Abschreibungen	34.946	27.051
Sonstige betriebliche Aufwendungen	312.923	285.771
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>251.743</b>	<b>160.093</b>
Finanzergebnis	1.159	-3.875
Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit	252.903	156.218
EE-Steuern	94.075	60.550
Jahresüberschuss	158.828	95.668

# Bilanz 31. Dezember 2004.

	Bilanz	
	2004	2003
<b>AKTIVA</b>		
Anlagevermögen	49.845	47.944
Vorräte	17.511	11.766
Forderungen	515.595	350.849
Liquide Mittel	291.224	145.572
Rechnungsabgrenzungsposten	20.159	10.387
Summe AKTIVA	<b>894.335</b>	<b>566.518</b>
<b>PASSIVA</b>		
Eigenkapital	384.227	245.399
Sonderposten mit Rücklageanteil	71.779	84.753
Rückstellungen	334.890	171.714
Verbindlichkeiten	23.466	22.822
Sonstige Verbindlichkeiten	79.973	41.830
Summe PASSIVA	<b>894.335</b>	<b>566.518</b>

# Daten und Fakten.

## Gründung:

---

1998 als New Identity Agency GbR.

Umwandlung in eine Aktiengesellschaft in 10/2000.

## Vorstand:

Tilman Au, Mathias Reinhardt, Kai Sablotny

---

## Aufsichtsrat:

Ulf Bohla, Prof. Dr. Uwe Kamenz, Werner Renkes

---

## Interneterfahrung:

287,5 Jahre

---

## Standorte:

---

New Identity AG

Fischtorplatz 11

D-55116 Mainz

Telefon +49 (0)6131 57609-0

Telefax +49 (0)6131 57609-69

info@newidentity.de

www.newidentity.de

New Identity S.A.

ul. Starowislna 13

31-038 Kraków

Telefon +48 (12) 429 35 20

Telefax +48 (12) 426 40 20

## Die Referenzen (Auszug)

---

Assa Abloy Identification Group, Wiesbaden; Amadeus FiRe AG, Frankfurt a.M.; Baxter Deutschland GmbH, München; BAUHAUS AG, Mannheim; DentraNet GmbH, München; Deutsche Bank AG, Frankfurt a.M.; entega GmbH, Darmstadt; HSE HEAG Süd Hessische Energie AG, Darmstadt; ISB Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz GmbH; LTU International Airways, Düsseldorf; Moeller GmbH, Bonn; Papier Mettler, Moorbach; Roland Berger Strategy Consultants, München; T-Online International AG, Darmstadt.

[www.newidentity.de](http://www.newidentity.de)