

# GESCHÄFTS- BERICHT.05



HAUPTSITZ DEUTSCHLAND  
New Identity AG  
Fischtorplatz 11  
D-55116 Mainz  
Tel. 06131. 5 7  
Fax 0



**New Identity AG**  
PORTALIZING YOUR BUSINESS.



## PORTRÄT UND LEISTUNGEN.05

„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 38 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.

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.

### >> Was machen wir?

- Konzeption, Design und Systeme für Online-Portale.
- Spezialisierung auf Abbildung und Unterstützung von Geschäftsprozessen.
- Keine Produkte, sondern Individualentwicklungen.

### >> 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.



## Sehr geehrte Aktionäre, liebe Kunden und Mitarbeiter,

das erstmalige Erscheinen unseres Geschäftsberichtes im vergangenen Jahr hat eine äußerst positive Resonanz bei Ihnen allen hervorgerufen, sodass wir dies zukünftig zu einer guten Tradition werden lassen wollen. Mit Erscheinen unseres Jahresabschlusses für das Jahr 2005 gilt es allerdings kurz einzuhalten und Bilanz zu ziehen, denn das Jahr 2006 hat schon wieder mit viel Schwung und Dynamik Einzug gehalten.

### >> 3p2 gestartet.

Der konjunkturelle Aufschwung ist nun endlich auch in unseren Breitengraden angekommen. Nachdem die vergangenen Jahre sowohl auf Kunden- als auch Dienstleisterseite unter den Aspekten „Konzentrieren“ und „Konsolidieren“ standen, werden nun erstmals wieder völlig neue internetspezifische Geschäftsmodelle aufgerufen und umgesetzt sowie medien-spezifische Konvergenzstrategien zielgerichtet verfolgt.



Für uns ist dies nicht zuletzt daran abzulesen, dass wir im ersten Quartal des Jahres 2006 den stärksten Auftragseingang im Neukundenbereich seit zwei Jahren verzeichnen durften. Dies bestätigt uns in unserer Strategie, die wir in den vergangenen Jahren eingeschlagen haben, die eine konsequente und zielgerichtete Formalisierung unserer Organisationsstruktur sowie das Erreichen operativer Exzellenz für unsere Basisprozesse zum Ziel hat. 3p2 heißt unsere entsprechende Wachstumsstrategie, die eine nachhaltige Wertentwicklung der NIDAG unter Berücksichtigung unserer Stakeholder vorsieht:

**KUNDEN.** NIDAG bringt Transparenz, Fairness und Verbindlichkeit ins Projektgeschäft. Dies bedeutet nicht nur entsprechend standardisierte Abläufe und Tools unsererseits, sondern den Kunden auch konsequent in diesem Sinne zu steuern: „Wir erfüllen Erwartungen in time, in budget“. Mit der Umsetzung dieser Grundsätze gehören wir unter den Bewertungspunkten Projektsystematik und Projektmethodik zur TOP 10 der deutschen Internet-Dienstleister.

**MITARBEITER.** Die Firmenkultur war und ist besonderes Merkmal der NIDAG. Wir sind auch intern fair, verbindlich, transparent und familiär. Unser Ziel ist, vorhandenes Potenzial zu entwickeln und zu nutzen: Mitarbeiter können sich bei uns qualifizieren und weiterentwickeln und anhand klarer Zielvorgaben transparent orientieren. Besonders engagierte Mitarbeiter sollen auch zukünftig über die Erweiterung der so genannten Partnerrunde an NIDAG gebunden werden.

**AKTIONÄRE.** Wir wollen gesund und profitorientiert wachsen und den Unternehmenswert bei einer überdurchschnittlichen Rendite nachhaltig steigern. Unsere Aktionäre profitieren mit einer soliden Dividendenpolitik vom Wachstum.

3p2 steht für das Effizienz- und Qualitätsprogramm der NIDAG in den kommenden Jahren – Wir sind der Benchmark!

In 2005 wurden weitere Schritte eingeleitet, um 3p2 systematisch zu etablieren. Einen Meilenstein stellte dabei die Einführung von SAP als zentrales System unserer Warenwirtschaft dar. In Zusammenhang mit dem hieran angebotenen Projektmanagementmodul sind wir nun erstmals in der Lage, alle betriebswirtschaftlichen Kenn- und Steuerungsgrößen zur Projektabwicklung und Bilanzierung aus einem geschlossenen Systemkreislauf zu generieren.

### >> Investitionen in Wachstumspfade.

Das Projekt hat einen knapp sechsstelligen Betrag als Investitionssumme für Software und Services sowie einen nicht unerheblichen Aufwand an internen Kosten generiert, die wir als Investition für zukünftige Effizienz- und Qualitätssteigerungen sehen. Ergänzt wurde diese Umstellung durch die Zusammenführung aller bisherigen Insel- und Plattformlösungen in einem Organisationshandbuch auf Basis unseres WIKI.

Mit weiter wachsender Größe unseres Unternehmens wurde es darüber hinaus zwangsläufig notwendig, weitere Räumlichkeiten hinzuzumieten. Auf Basis der von uns langfristig angelegten Miet- und Optionsstrategie wurde daher der erste Stock zusätzlich von uns angemietet. Damit einher gingen umfangreiche Umbaumaßnahmen zur Vergrößerung der Sozialräume und die Einrichtung neuer Küchen in allen Stockwerken, die ebenfalls zu finanziellen Belastungen im fünfstelligen Bereich führten.

Darüber hinaus wurden im deutlich fünfstelligen Bereich Beratungs- und Coachingmaßnahmen durchgeführt. Diese dienen zum einen der Weiterentwicklung und Verifikation unseres Wachstumskonzeptes, zum anderen klarer operativer Schulung in fachlichen Bereichen und im Rahmen von Kommunikationsthemen.

In der Projektabwicklung konnten wir fast alle Kundenprojekte auf entsprechende Ticketing- und Taskmanagementsysteme umstellen, um auch hier Abwicklungseffizienz und -qualität deutlich zu steigern.

All diese Maßnahmen belasten das Ergebnis in nicht unerheblichem Maße. Gleichwohl gelang es uns trotz weiterhin stagnierender Gesamtnachfrage, unseren Umsatz um weitere 20% zu steigern. Bei einem betrieblichen Ertrag von knapp 2,2 Mio. EUR konnten wir somit eine positive Umsatzrendite vor Steuern von

knapp 12% erreichen. Unsere entsprechenden Zielsetzungen konnten somit sogar leicht übertraffen werden.

## »» NIDAG wächst weiter.

Für 2006 erwarten wir eine abermalige Umsatzsteigerung in einem Tunnel von 15 bis 20% bei deutlich steigender Rendite im Vergleich zu 2005. Hierbei bleibt abzuwarten, in welchem Maße sich die in 2005 begonnenen Projekte noch in das erste Quartal 2006 hineinziehen und kleinere Nachwehen erzeugen.

Der Vorstand ist der Meinung, dass die anziehende Situation am Kapitalmarkt, aber auch die gleichzeitig steigenden Projektvolumina bei erhöhten Anforderungen an Umsetzungskompetenz zu einer weiteren Konzentration in der Landschaft der IT-Dienstleister führen werden – dieser Trend hat sich bereits in den vergangenen Jahren auf die Struktur der führenden Dienstleister ausgewirkt. Neben den hier erwähnten Stärken ist daher auch aus unserer Sicht für die Erreichung unserer Ziele eine kritische Unternehmensgröße von Bedeutung, um gegenüber Großkunden und Konzernen erfolgreicher Serviceanbieter zu sein. Wir haben diesen Entwicklungen Rechnung getragen, indem wir 2005 mit Bartenbach & Co. Agentur für Kommunikation AG & Co. KG eine Partnerschaft eingegangen sind. Unter dem Titel „match – Marketing meets IT“ akquirieren und arbeiten wir gemeinsam an bereichsübergreifenden Kundenprojekten. Darüber hinaus haben wir uns entschlossen, mit der ICT Solutions AG aus Trier einen Partnerschaftsvertrag zu schließen, um erster Vertriebspartner für deren Content-Management-Software zu werden. Diese hat insbesondere im Bereich E-Government in Hessen und Rheinland-Pfalz in kurzer Zeit große Marktanteile realisieren können, die sich auch in entsprechenden Rahmenverträgen niederschlagen. Für uns eine Basis, auch in diesem Bereich erfolgreich akquirieren zu können.

Zum heutigen Zeitpunkt möchten wir den Kunden, Mitarbeitern, Aufsichtsrat und Aktionären der New Identity AG für das Engagement und das uns entgegengebrachte Vertrauen im abgelaufenen Geschäftsjahr danken. Wir sind stolz trotz schwieriger Märkte eine nachhaltige Unternehmensentwicklung sichergestellt zu haben und bei nun steigender Nachfrage die Wachstumsstrategie umsetzen zu können. Hierfür gilt vor allem unseren Mitarbeitern in Deutschland und Polen ein herzlicher Dank.

Wir freuen uns mit Ihnen auf ein spannendes und erfolgreiches Geschäftsjahr 2006!



## »» Web 2.0 für nachhaltigen Geschäftserfolg.

Das Medium Internet und entsprechende Portalanwendungen steht mit Ende des Jahres 2005 vielleicht vor den umfassendsten Umwälzungen seit seiner Erfindung. Waren Anwendungen und Entwicklung, Bandbreiten und Technologien in den Jahren 1999 und 2000 noch geprägt von Enthusiasmus und Begeisterung und weniger von konkreten rechnerischen Erfolgserlebnissen, so haben zwischenzeitlich zahlreiche Anwendungsfälle die Erlöspotenziale und Profitabilität des Mediums unter Beweis gestellt. Darüber hinaus sind die technischen Voraussetzungen inzwischen dergestalt gewachsen, dass Interaktivität mit echtem Mehrwert und Kundennutzen online abgebildet werden kann, ohne sich in reinen Spielereien zu ergehen. Web 2.0 heißt dieses viel genutzte Stichwort, das aus unserer Sicht massive Geschäftssteigerungspotenziale bietet. Auf die Herausforderungen, die diese Themen mit sich bringen, haben wir uns dergestalt eingestellt, dass wir unsere Unit Konzeption noch stärker unter einen Beratungsansatz stellen. Zwei neue Kollegen, die dieses Team verstärken, stellen auch eine strategische Investition in die potenzielle Ertragssituation dar, die sich unserer Einschätzung nach aus der veränderten Marktlage ergibt.

Trotzdem gilt: Unsere Kunden schätzen, dass wir auch in den vergangenen Jahren immer mit einem Blick für Seriosität und Profitabilität Beratung und Entwicklung im Sinne der Auftraggeber vorangetrieben haben.

Diese starke Kundenbindung war ein Motor für die nachhaltigen Erfolge in den auch wirtschaftlich schwierigen Zeiten und bildet die Basis für die erfolgreiche Akquise neuer Kunden: verschiedene Projekte für das Land Rheinland-Pfalz, die Stadtwerke Mainz AG sowie die ARD und 1.2.3.tv aus München. Dies wird auch so bleiben! Unsere Kernaussage „Wir kennen nicht alle Antworten, aber wir stellen die richtigen Fragen“ spiegelt dabei wider, dass wir offen kommunizieren, dass gerade IT-Projekte niemals unkompliziert und fehlerfrei ablaufen – dass aber eine transparente Projektabwicklung und konsequente Steuerung die Grundlage für den Projekterfolg sind. Mit den eingangs erwähnten Investitionen wollen wir sicherstellen, dass beides – die Ausnutzung der Potenziale und die seriöse Abwicklung von Projekten – unser Markenzeichen sind und bleiben.

Tilman Au

Mathias Reinhardt

Kai Sablotny



**Interview mit Prof. Dr. Uwe Kamenz  
Mitglied des Aufsichtsrats der New Identity AG**

**>> Frage: Portallösungen sind in den vergangenen Jahren einem immer stärkeren Wandel unterlegen. Standen zu Beginn mächtige und allumfassende Funktionen im Vordergrund, so werden diese heute immer stärker als nutzerorientierte Applikationen betrachtet, die in erster Linie schnell und einfach bedienbar sein müssen. Wo sehen Sie hier die wichtigsten Trends?**

**Prof. Dr. Kamenz:** Entsprechend der allgemeinen Internetentwicklung werden von den Unternehmen und Portalbetreibern Lösungen erwartet, die sich wirtschaftlich rechnen und klare Ziele erreichen. Diese werden immer nutzerorientiert sein. Und einfache Lösungen hat der Nutzer immer schon vorgezogen. Es handelt sich hierbei daher weniger um einen Trend, sondern endlich die konsequente Anwendung von Usability-Richtlinien und -Erkenntnissen.

**>> Frage: Ideen, Einsatzbereiche und mögliche Lösungsansätze im Bereich von Online-Anwendungen sind ja schier unerschöpflich. Warum wächst der Markt aus Ihrer Sicht nicht annähernd so schnell, wie die Potenziale, die ihm immer zugesprochen werden?**

**Prof. Dr. Kamenz:** Es fehlt den vorhandenen Potenzialen oft die Anbindung an die Geschäftsprozesse im Unternehmen. Kann man hierbei dem Unternehmen Mehrwerte durch die Online-Anwendung aufzeigen, dann werden diese Potenziale auch zu heben sein. Nur weil eine Lösung internetbasiert ist, investiert heute kein Unternehmen mehr einen Cent.

**>> Frage: Was werden aus Ihrer Sicht die entscheidenden Eigenschaften für Dienstleister sein, um sich erfolgreich am Markt behaupten und positionieren zu können?**

**Prof. Dr. Kamenz:** Der entscheidende Erfolgsfaktor für jeden Dienstleister steckt in der Fähigkeit, für seinen Kunden dessen Probleme zu lösen. Dazu muss ein Dienstleister die Fähigkeiten entwickeln, sich in den Kunden und sein Geschäft hinein zu versetzen. Es reicht nicht aus, das Pflichtenheft des Kunden abzuarbeiten. Der Dienstleister muss heutzutage auch sicherstellen, dass er damit die Erreichung der Geschäftsziele des Kunden unterstützt.



**Aufsichtsrat der New Identity AG**

von links nach rechts: Ulf Bohla (Vorsitz), Werner Renkes, Prof. Dr. Uwe Kamenz

**ERGEBNIS IN EUR**

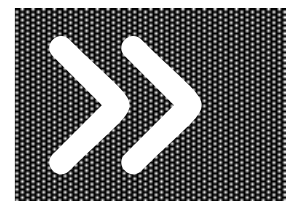
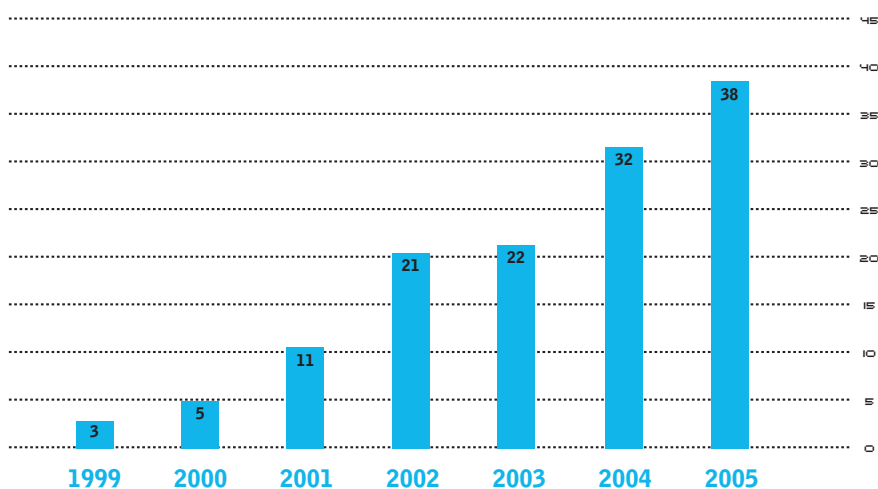
	2005	2004
>> Umsatzerlöse	2.094.671	1.780.731
>> EBIT	170.134	251.743
>> EGG	172.784	252.903

**BILANZ**

	2005	2004
>> Umsatzrendite	8,1 %	14,0 %
>> Eigenkapitalrendite	36,5 %	64,3 %
>> ROI	21,7 %	34,8 %

**MITARBEITER**

	2005	2004
>> Anzahl	38	32
>> Personalaufwand	1.432.599	1.102.832
>> Umsatz je Mitarbeiter	55.123	55.647

**MITARBEITERENTWICKLUNG**

# GUU / BILANZ.05

ANGABEN IN EUR	1.1. – 31.12.2005	1.1. – 31.12.2004
>> Umsatzerlöse	2.094.671	1.780.731
>> Sonstige betriebliche Erträge	96.197	28.415
>> Bestandsveränderungen	8.371	5.745
>> Materialaufwand (ohne Fremdleistungen)	37.529	58.015
>> Personalaufwand (inkl. Fremdleistungen)	1.473.820	1.148.472
>> Abschreibungen	49.635	34.946
>> Sonstige betriebl. Aufwendungen	468.121	312.923
>> Betriebsergebnis	170.134	251.743
>> Finanzergebnis	2.649	1.159
>> Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit	172.784	252.903
>> EE-Steuern	67.940	94.075
>> Jahresüberschuss	104.844	158.828



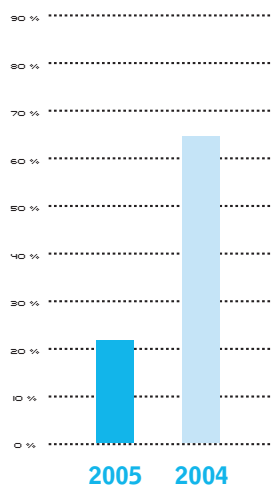
<b>AKTIVA</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>
>> Anlagevermögen	80.468	49.845
>> Vorräte	28.555	17.511
>> Forderungen	500.693	515.595
>> Liquide Mittel	175.980	291.224
>> Rechnungsabgrenzungsposten	11.198	20.159
>> Summe AKTIVA	796.893	894.335

<b>PASSIVA</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>
>> Eigenkapital	466.571	384.227
>> Sonderposten mit Rücklageanteil	25.000	71.779
>> Rückstellungen	185.656	334.890
>> Verbindlichkeiten	33.212	23.466
>> Sonstige Verbindlichkeiten	86.454	79.973
>> Summe PASSIVA	796.893	894.335

## JAHRES- VERGLEICH.04/05



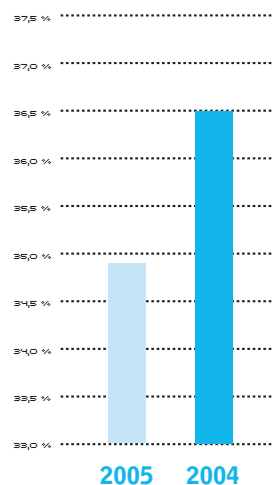
### EIGENKAPITAL- RENTABILITÄT



### UMSATZ- RENTABILITÄT



### ROI



## AKTIONÄRS- STRUKTUR.05



### ANGABEN IN STÜCK (AKTIEN)

	2005	2004
» Tilman Au	2.685	2.385
» Alexander Born	2.701	2.385
» Mathias Reinhardt	2.782	2.385
» Christian Voigt	-	2.385
» Streubesitz	1.832	460



## ZAHLEN UND FAKTEN.OS



### » Hauptsitz

New Identity AG  
Fischtorplatz 11  
D-55116 Mainz  
Telefon +49 (0)6131 57609-0  
Telefax +49 (0)6131 57609-69  
info@nidag.com  
www.nidag.com

### » 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

### » Kumulierte Interneterfahrung

358,69 Jahre

### » Referenzen (Auszug)

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



**New Identity AG**

PORTALIZING YOUR BUSINESS.

New Identity AG  
Fischtorplatz 11  
D-55116 Mainz  
Telefon +49 (0)6131 57609-0  
Telefax +49 (0)6131 57609-69  
info@nidag.com  
www.nidag.com