



Halbjahresbericht

1. Januar bis 30. Juni 2000



OpenShop Holding AG
Wilhelmstraße 22
D-89073 Ulm
Telefon +49 (0)731 1553-0
Telefax +49 (0)731 1553-111

Investor Relations
Nancy Kress, Jörg Schneider
Telefon +49 (0)731 1553-155
Telefax +49 (0)731 1553-111
ir@openshop.com

Zwischenbericht
OpenShop Holding AG



Thomas Egner CEO, Peter Kuhl CFO

"Openshop-Aktie ist ein Wachstumswert – Wir liefern die Basistechnologien für erfolgreiche eBusiness-Lösungen"

Sind Sie vom Kursverlauf der Openshop-Aktie seit der Veröffentlichung der Zahlen zum 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres überrascht?

Ja, wir sind sehr überrascht und enttäuscht. Denn dieser Kurs stimmt nicht mit dem tatsächlichen Potenzial unseres Unternehmens überein.

Aber Sie haben doch mitgeteilt, dass Sie einen Verlust erwirtschaften...

Das war aber keine neue Nachricht, sondern diese Fakten waren bereits zum Börsengang bekannt. Das war ein geplanter Verlust, wie auch der für das 1. Halbjahr. Wir liegen sowohl auf der Ertragsseite wie auch auf der Umsatzseite voll im Plan dessen, was wir zum Börsengang angekündigt haben.

An der Börse hat sich der Wind aber gedreht. Jetzt müssen Internet-Companies nicht mehr nur Hoffnungen auf Goldschätze im Internet machen, sondern konkrete Gewinnzahlen zeigen.

Erstens sind wir keine Internet-Company, sondern wir entwickeln und liefern die Software-Werkzeuge, mit denen Unternehmen - gerade der Old Economy - im Internet erfolgreich agieren können. Wir liefern also die Ausrüstungen zum Heben der Goldschätze im Internet. Damit gehören wir zu den klaren Wachstumswerten der New Economy.

Zweitens wird den Unternehmen auch in der Alten Ökonomie zugestanden, dass sie in den ersten zwei, drei Jahren zunächst Verluste erwirtschaften dürfen, vor allem dann, wenn ein sehr hohes Wachstum angestrebt und realisiert wird. Und das war beim Börsengang bekannt.

Viele Werte der New Economy erleben derzeit deutliche Dämpfer. Das Internet gilt nicht mehr als Goldgrube.

Das trifft so pauschal nicht zu. Die Kursrückgänge sind eine normale Reaktion auf die vorgegangenen Höhenflüge. Allerdings wird leider nicht ausreichend differenziert, welches Unternehmen tatsächlich überbewertet ist und welches nicht. Aber wir rechnen mit einer neuen Aufwärtsbewegung. Denn klar ist, dass sich die New Economy erst am Beginn ihrer Startphase befindet. Nie-

mand wird noch bestreiten, dass das Internet sämtliche Abläufe, nicht nur die des Wirtschaftslebens, massiv beeinflussen wird. Die Auswirkungen werden um ein Vielfaches größer sein als die, welche sich mit der Erfindung des Automobils auf alle Lebensbereiche ergeben haben. Und die waren ja schon beträchtlich. Sie können in jedem Fall mit einer neuen großen Wachstumswelle der New Economy rechnen. Das Internet wird eine Goldgrube bleiben.

Wieso ist die Openshop-Aktie vor diesem Hintergrund dann unterbewertet? Ist Ihre burn-rate zu hoch?

Die burn-rate beziehungsweise die Ausgaben für das von uns angestrebte Wachstum haben wir sehr wohl im Auge. Ein internationales Wachstum in der von uns vorgenommenen Größenordnung von mehreren hundert Prozent ist aber vor allem in unserer Branche mit sehr hohen Investitionen verbunden. Wir müssen jetzt in den wichtigen Regionen die Märkte besetzen, bevor es andere tun. Dabei werden wir systematisch vorgehen. Dies gilt natürlich auch für das Thema Marketing und für Akquisitionen. Wir gehören bereits aufgrund unserer technologischen Kompetenz zu den führenden Anbietern im deutschen Markt. Unser Markenname ist hier bekannt und gefestigt.

Bei unseren Akquisitionen agieren wir nach klaren Übernahme-kriterien und einem fest vorgegebenen und abgestimmten Prozeß, den eine Reihe von internen und externen Fachleuten begleiten. In diesem Zusammenhang müssen Sie auch die Gründung unseres Beirats vor wenigen Wochen sehen. Bedenken Sie unsere Cash-Position von rund € 94 Mio. und unser genehmigtes Kapital in Höhe von 4.750.000 Aktien. Wir sind bestens gerüstet, unseren Wachstumskurs auch durch Akquisitionen systematisch und zielgerecht zu unterstützen.

Wie erklären Sie dann den niedrigen Kurs?

Nach der erfolgreichen Börsen-einführung konnten wir dem Markt offenbar bislang nicht ausreichend vermitteln, dass wir voll nach Plan agieren und die Verluste als notwendige Investition für ein schnelles internationales Wachstum geplant haben. Um dies zu ändern, haben wir Maßnahmen eingeleitet. Wir werden vor allem die Kommunikation mit Anlegern ausbauen.

Wann werden Sie schwarze Zahlen schreiben?

Wie beim Börsengang unter den damals getroffenen Annahmen dargestellt, wollen wir den Break even planmäßig 2002 erreichen.

Was heißt ohne Berücksichtigung von Akquisitionen?

Solange Gespräche und Verhandlungen mit Zielunternehmen nicht abgeschlossen sind, lassen sich keine fundierten Aussagen über die Höhe des goodwill und entsprechende Abschreibungen machen. Wenn Sie die Akquisitionskosten von Unternehmen, die beispielsweise wegen einer interessanten Technologie oder eines strategisches Marktanteils übernommen und integriert werden sollen, noch nicht kennen, können Sie auch noch keine detaillierten Zahlen in Ihrer Planung berücksichtigen. In diesem Rahmen ist es möglich, dass sich durch eine Akquisition bei einem höheren Umsatz vorübergehend auch ein höherer Verlust ergeben kann. In diesem Fall muss das Management entscheiden, welche Bedeutung eine solche Akquisition für die mittel- und langfristige Entwicklung des eigenen Unternehmens hat und ob diese Verluste akzeptiert werden können, um das mittel- bis langfristige Ziel einer deutlichen Unternehmenswertsteigerung nicht zu verfehlen.

Haben Sie bei der Übernahme von PSS* auch Verluste eingekauft?

Nein. Dieses Projektteam ist bereits weitgehend in die Openshop Organisation integriert und wir gehen davon aus, dass aus den noch laufenden Projekten der PSS keine Verluste entstehen.

PSS ist im Projektgeschäft engagiert. Wie passt dieses Projektgeschäft mit Ihrer Unternehmensausrichtung zusammen, Wachstum vor allem durch den Verkauf von Lizenzen zu generieren. Wird das Projektgeschäft jetzt eine neue, vierte Wachstumssäule?

Die letzte Frage zuerst. Eindeutig nein. Wir werden das Projektgeschäft nicht als vierte Wachstumssäule aufbauen. Aber wir brauchen das entsprechende Know-how vor allem aus dem ERP-Bereich zur Absicherung des Lizenzgeschäftes und damit zur Absicherung des Wachstums in unserem Segment Industry Technologies. Dass damit Umsatz und möglicherweise auch positiver Ertrag einhergehen können, ist dann ein angenehmer Nebeneffekt, aber nicht das Ziel. Die Übernahme von PSS passt in unsere Wachstumsstrategie. Und, wie schon gesagt, PSS ist bereits weitgehend erfolgreich integriert worden.

Was sagen Sie Ihren Mitarbeitern als Aktionären zum Kursverlauf der Openshop-Aktie?

Wie bei der Zusammensetzung unserer Gremien wird darauf geachtet, dass auch die Qualität und die unterschiedliche Erfahrungshorizonte unserer Mitarbeiter sich ergänzen. Daher wissen unsere Mitarbeiter am besten, dass sie die richtige Aktie

gekauft haben. Denn unsere Gremien und sie sichern mit ihrem Handeln die nachhaltig prognostizierte Wertsteigerung von Openshop. Unsere Aktie ist derzeit unterbewertet und wird sich aufgrund von Fakten wieder erholen. Wir werden also zum gegebenen Zeitpunkt Gewinne zeigen. Openshop gehört zu den absoluten Wachstumswerten der neuen und alten Ökonomie.

Wieso auch der alten Ökonomie?

Auch oder gerade der Mittelstand wird die Chancen des Internets nutzen. Mit unseren Produkten sind wir auf mittelständische Betriebe fokussiert, die jetzt mehr und mehr die Anpassung ihrer Geschäfte an das Internet vollziehen. Über ASPs und Marktplatzbetreiber, die unsere Produkte einsetzen, können auch kleine Unternehmen unsere Software effizient nutzen. Wir verschmelzen mit unseren Produkten praktisch die Alte mit der Neuen Ökonomie. Diese Fokussierung sichert auch künftig unser erfolgreiches Wachstum.

Geschäfts- überblick

Ertrags- und Umsatzentwicklung weiter voll nach Plan – Erste Akquisition bereits weitgehend integriert – Neue Produktoffensive im 3. Quartal - Strategischer Kompetenzausbau erfolgreich

Mit einer deutlichen Umsatzsteigerung verlief auch im 2. Quartal des laufenden Geschäftsjahres die Geschäftsentwicklung bei der Openshop Gruppe gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum April bis Juni überaus dynamisch. Danach konnten die zum Börsengang getroffenen Prognosen für Umsatz und Ergebnis wiederum leicht übertroffen werden. Die Aktivitäten zur Erreichung einzelner Bereichsziele wie Ausbau des indirekten Vertriebsnetzes, Intensivierung der Akquisitionsverhandlungen, Internationalisierung des Geschäfts, Entwicklung neuer Produkte sowie Erweiterung der Markt- und Technologiekompetenz wurden konsequent umgesetzt. Vor diesem Hintergrund rechnet der Vorstand für das gesamte Geschäftsjahr mit einer erfolgreichen Fortsetzung der geplanten Aktivitäten und der Erreichung der gesetzten Ziele.

Im 2. Quartal haben wir unsere dynamische Geschäftsentwicklung erfolgreich fortgesetzt. So konnten wir den Umsatz gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum von € 0,2 Mio. auf € 1,6 Mio. Euro erhöhen, während sich der Fehlbetrag im 2. Quartal erwartungsgemäß auf € 1,5 Mio. wie im Vorjahr belief.

Damit erwirtschafteten wir in den ersten sechs Monaten einen Umsatzanstieg auf € 3,2 Mio. bei einem Fehlbetrag von € 3 Mio. Für das Gesamtjahr rechnen wir ohne Berücksichtigung weiterer Akquisitionen damit, die zum Börsengang prognostizierten Ergebnis- und Umsatzzahlen zu erreichen. Das Ergebnis je Aktie belief sich im ersten Halbjahr auf € -0,35.

Internationalisierung durch strategische Kooperationen forciert

Ein Schwerpunkt der Aktivitäten im 2. Quartal war die weitere Internationalisierung des Geschäfts. Dazu gehören die strategischen Kooperationen mit Opengate in Italien, die Intensivierung unserer Aktivitäten in den USA, die Berufung eines namhaften Beirats und die Verstärkung des Investor Relations-Teams sowie die Besetzung wesentlicher Führungspositionen mit international erfahrenen Managern.

So beliefert die Opengate S.p.A., Malnate, als Master-Distributor die Openshop-Vertriebspartner in Italien. Mit Opengate als

größtem Value-Added-Distributor in Italien erhält die Internationalisierung von Openshop im Süden Europas starken Vor-schub. Gleichzeitig kann sich Opengate noch besser als Lösungsanbieter für eBusiness-Technologien positionieren und seine mehr als 12.000 Partner aktiv im Aufbau dieses Geschäftsfeldes unterstützen.

Darüber hinaus wurde die Zahl der Vertriebs- und Projektpartner insgesamt deutlich erhöht. Sie stieg im Berichtszeitraum insgesamt um über 50% von 217 zum Jahresende 1999 auf 334 zum 30. Juni 2000.

Starkes Nachfolgeprodukt

Mit Openshop Stores 5.0 haben wir im 2. Quartal das Nachfolgeprodukt der Hosting-Lösung für Internet und Application Service Provider, Telcos sowie Portal-Site-Betreiber vorgestellt, das um Auktions- und WAP-Unterstützung erweitert worden ist. Damit können Kunden an den aktuellen Trends der interaktiven Preisgestaltung durch Online-Versteigerungen und mobile eCommerce teilhaben. Darüber hinaus enthält Openshop Stores 5.0 weitere neue Funktionalitäten wie multi-nationale Storefronts, erweiterte graphische Gestaltungsmöglichkeiten und die Unterstützung von Kundenprofilen.

Neue Marktplätze eingerichtet

Hervorzuheben sind schließlich die Aktivitäten im Bereich Marktplätze bzw. eBusiness-Plattformen. Mit der bärer AG haben wir im zweiten Quartal die b-gate AG gegründet. Ziel des neuen Unternehmens ist es, einen branchenübergreifenden Handelsplatz aufzubauen. Während der ERP-Hersteller bärer die betriebswirtschaftlichen Komponenten liefert, werden wir u.a. die Auktionssoftware einbringen. Die Procurement-Plattform soll neben der ERP-Lösung von bärer auch anderen Herstellern von betriebswirtschaftlicher Software offenstehen. b-gate wurde als offene Kommunikationsplattform für gleichberechtigte Partner konzipiert und soll alle Unternehmen und Verbände einer Branche intelligent vernetzen, um die gesamte Wertschöpfungskette sowie Geschäftsprozesse in Ein- und Verkauf zu optimieren.

Auf Basis der innovativen eBusiness-Software "Openshop Stores" wurde für die Unternehmen der norddeutschen Fachwerkstadt ein virtueller Marktplatz geschaffen. Die Celler Einzelhändler haben die Möglichkeit, unter www.celleonline.de ihren eigenen Online-Shop zu eröffnen und ihr Produktangebot im Web zu präsentieren. Im Rahmen des allgemeinen Strukturwandels der Vertriebswege wird den Celler Einzelhändlern durch den Marktplatz eine Ausweitung ihrer Vertriebsplattform

mit neuer Serviceorientierung geboten. Durch die schnelle und einfache Installation und Pflege der Online-Shops durch den Provider macht Openshop Stores es auch kleinen Unternehmen möglich, sich virtuelle Welten zu erobern und Vorteile wie Neukundengewinnung, stärkere Kundenbindung und zielgruppenorientierte Kundenansprache zu nutzen.

Integrierte Mobile eBusiness-Lösung

Mit der Realisierung einer integrierten Mobile eBusiness-Lösung auf Basis der leistungsfähigen Software Openshop Business haben wir unsere technologische Kompetenz unterstrichen. Zusammen mit dem eSuccess-Partner "avcommunication" hat Openshop eine WAP (Wireless Application Protocol)-Lösung für die Online-Fachbuchhandlung wap.adbook.de entwickelt. Damit wurde ein innovatives WAP-basiertes Angebot im Netz realisiert, das nicht nur Informationsabruf über das Handy, sondern heute schon mobiles Online-Shopping ermöglicht.

Erste Akquisition bereits weitgehend integriert

Zu den highlights des 2. Quartals gehört auch die 100%ige Übernahme der PSS Informationssysteme GmbH, Neu-Ulm, der ersten Akquisition nach dem Börsengang. Mit diesem Schritt stärken wir systematisch unsere Consulting Kompetenz und die Partnerbetreuung, gerade wenn es um anspruchsvolle eBusiness-Projekte geht, für die sich unsere Software besonders eignet. PSS konzentrierte sich vor der Übernahme auf die Geschäftsfelder ERP-Software sowie Dokumenten- und Prozessmanagementsysteme. Im ERP-Bereich wurden ganzheitliche, integrierte Unternehmenskonzepte überwiegend auf der Basis des ERP-Systems von PSIpenta realisiert. Darüber hinaus wurden auch Projekte mit SAP R/3, Brain und Navision umgesetzt. Damit wird künftig die Beratungs- und Projekt-Kompetenz von Openshop im wachsenden B-2-B-Segment bei ERP-Systemanbindungen deutlich erhöht. Das mit der PSS verbundene Consulting- und Projektgeschäft wird nicht als neuer Umsatzträger für Openshop geplant. Vielmehr wurde bereits ein Teil der PSS-Mitarbeiter in die bestehende Vertriebsorganisation von Openshop integriert.

Starke Cash-Position mit € 94 Mio.

Auch nach der ersten Übernahme beträgt der Bestand an liquiden Mitteln rund € 94 Mio. Zusammen mit dem genehmigten Kapital von 4.750.000 Aktien

bildet dies ein solides Fundament für weitere Akquisitionen.

Namhafter Beirat berufen

Zusätzlich zum Aufsichtsrat wurde für die Begleitung der internationalen Expansion von Openshop ein Beirat berufen, der sich aus international erfahrenen Managern mit langjähriger Berufserfahrung zusammensetzt. Als erste Mitglieder dieses Advisory Boards wurden Walter C. Dostmann, Klaus Langer und Klaus C. Plönzke berufen.

Finanzexperte Walter Dostmann, zuletzt Managing Director und Leiter Corporate Finance International bei der Deutsche Bank Securities, New York City, verfügt über fast 20 Jahre Erfahrung bei der Deutschen Bank in den USA, Kanada sowie Lateinamerika und war u.a. verantwortlich für das internationale Firmengeschäft. Seine Beratungsgesellschaft in New York arbeitet für internationale Technologieunternehmen aus den Bereichen Software, Internet und eCommerce.

Als Managing Partner bei Arthur Andersen hat sich Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Klaus Langer vielfältige Erfahrung im Finanz- und Rechnungswesen internationaler Konzerne sowie insbesondere auch bei der Vorbereitung und Durchführung von Firmenübernahmen erworben.

Der international renommierte IT-Spezialist Klaus Plönzke leitete von 1969 bis 1999 das von ihm gegründete Beratungshaus, das heute zum weltweit tätigen CSC Konzern gehört. Nach seinem Rückzug aus dem Vorstand wechselte er in den Aufsichtsrat des Unternehmens, dessen Ehrenvorsitzender er ist. Gleichzeitig gründete er das auf den IT-Bereich spezialisierte Venture-Capital-Unternehmen Plönzke Holding AG. Der erfolgreiche Unternehmer verfügt über exzellente internationale Kontakte sowie langjährige Projekterfahrung.

Investor Relations-Team international ausgerichtet

Internationalisierung war auch das Thema bei der Erweiterung des Investor Relations- sowie des Entwicklungs- und Supportteams.

So verstärkt Nancy L. Kress im Rahmen der geplanten internationalen Unternehmensexpansion die Investor Relations-Abteilung. Die gebürtige US-Amerikanerin startete ihre Karriere als Senior Accountant bei der renommierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte & Touche. Im Jahr 1989 übernahm sie die Leitung des Rechnungswesens und Controllings einer größeren Unternehmensgruppe in den USA. Drei Jahre später kam Frau Kress als US-GAAP Financial Consultant nach Deutschland, wo sie ihre umfassende Finanzmarkt-, Branchen-, und Kommunikationsexpertise erweiterte.

Nokia-Mitarbeiter führt Entwicklungsabteilung

Beim Entwicklungsteam hat Andreas Welz die Planung und Durchführung von Projekten im Bereich Forschung und Entwicklung und damit die Weiterentwicklung und den Ausbau des bestehenden Openshop-Produktportfolios übernommen. Von seiner Erfahrung im Organisationsaufbau junger Firmen, in Softwareprozessgestaltung und -optimierung sowie im Multi-Site-Development versprechen wir uns einen weiteren Innovationsschub bei der Entwicklung zukunftsweisender Produkte. Darüber hinaus wird Andreas Welz durch seine umfassende Expertise im Bereich Outsourcing und in der Zusammenarbeit mit west- und osteuropäischen Firmen, sowie Partnern im Nahen Osten, Asien, und USA, die Internationalisierung mit vorantreiben. Nach seinem Studium der Physik in Freiburg und in Genf am CERN-Institut leitete der ehemalige Nokia-Mitarbeiter u.a. erfolgreiche europäische und internationale Projekte im Bereich Avionik und Telekommunikation.

Internationaler Aufbau von Support und Services

Seit Juni hat Jörg Sikatzki die Leitung des Teams für Professional Services übernommen. Er leitet somit die Bereiche Support, Consulting, Projekte und Schulung. Ziel dieser umfassenden Einheit ist die internationale Unterstützung der eSuccess Partner von Openshop bei der Realisierung von Kundenlösungen. Jörg Sikatzki hat in den vergangenen 17 Jahren maßgebliche Erfahrungen im IT-Umfeld gesammelt und war rund 13 Jahre als Führungskraft im Servicebereich tätig. So war er u.a. bei Lotus Development für den paneuropäischen Notes-Support verantwortlich und hat

den Bereich Lotus Education in wesentlichen Regionen der Welt erfolgreich aufgebaut und geleitet und war schließlich für die Aus- und Weiterbildung aller Servicemitarbeiter weltweit verantwortlich. Diese weitreichenden Erfahrungen im gesamten Bereich Professional Services rund um den Globus werden uns bei der Realisierung unserer Internationalisierungspläne schnell voranbringen.



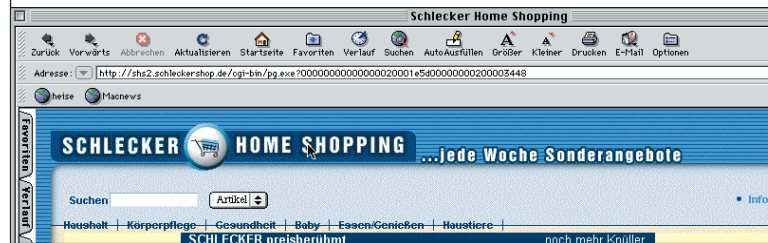
P2P (Private-to Private)-Auktionen und Zahlung per Handy sind unsere neuen Features im Online-Shopping, die von dem Bike-Funshop www.fabial.de genutzt werden, der sein Angebot um eine kostenlose Bike-Börse für Privatauktionen erweitert hat. Wie schon der gesamte Fahrrad-Shop im Web, basiert auch die neue P2P -Bike-Börse auf der leistungs-

fähigen Software Openshop Business. Sicheren Zahlungsverkehr für die Auktion und das Online-Shopping bietet seit Anfang Mai zusätzlich die Integration der neuen Technologie der paybox AG. Damit wird die Bezahlung im Internet-Shopping per Handy ohne Angabe der Kreditkartennummer möglich gemacht.



Auch die deutsche Landwirtschaft ging mit einem eigenen virtuellen Handelsplatz online. Die farmpartner.com AG stellt ab sofort unter farmpartner.com einen digitalen Markt für den Austausch von Daten, Waren und

Informationen rund um das Thema Landwirtschaft zur Verfügung. Basis dieses unabhängigen Online-Handelsplatzes für agrarwirtschaftliche Güter ist die hochflexible eBusiness-Lösung "Openshop Markets".



Für die Drogeriemarktkette Schlecker, mit über 9 Mrd. DM Umsatz die Nr. 1 im europäischen Drogeriemarkt und unter den 25 größten Handelsunternehmen in Europa, werden auf Basis von Openshop Business in einer ersten Stufe über 4.000 Artikel im Internet angeboten. Hierfür waren Anpassungen an die speziellen Anforderungen von

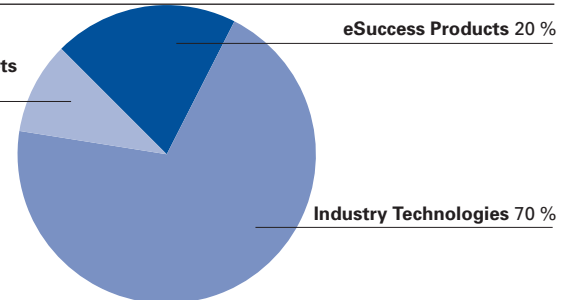
Schlecker erforderlich. Aufgrund der Flexibilität der Openshop-Technologie ist es jedoch möglich, auch große Datenvolumen im internationalen Geschäft zu bewältigen. 10.000 Interessenten besuchen mittlerweile täglich den Internet-Shop von Schlecker. Tendenz steigend.

Finanzdaten

Die Umsatzerlöse der ersten sechs Monate des Geschäftsjahrs 2000 sind gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum auf rund €3,2 Mio. gestiegen und belaufen sich damit bereits auf rund 50% des für das Gesamtjahr 2000 geplanten Umsatzvolumens. Nach wie vor hat Geschäftsfeld Industry Technologies mit 70% den größten Anteil. Hier wirken sich die längerfristigen Verträge mit der bäurer AG, TelDaFax sowie der Haufe/Lexware Gruppe aus. Wie auch schon im vergangenen Quartal lag der Anteil der Lizenzerlöse bei 87% der Gesamtumsätze und damit leicht über unseren Erwartungen.

Umsatz in Prozent

Vertical Markets
10 %



Industry Technologies 70 %

eSuccess Products 20 %

Die Gesamtaufwendungen im 1. Halbjahr 2000 konnten trotz der erheblichen Investitionen in das internationale Wachstum, der verstärkten Anstrengungen bei der Produktentwicklung und der zusätzlichen Kosten im Zusammenhang mit der Übernahme der PSS auf Planniveau gehalten werden.

In den Aufwendungen für Sales & Marketing, die gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 130% gestiegen sind, spiegeln sich im wesentlichen die verstärkte Messepräsenz in Deutschland und im europäischen Ausland sowie die Vorbereitungen zur Markteinführung unserer neuen Produkte wider.

Die Aufwendungen für allgemeine Verwaltung liegen mit rund € 1,7 Mio. bzw. 55% der Umsatzerlöse immer noch relativ hoch, haben sich jedoch gegenüber dem ersten Quartal unterdurchschnittlich entwickelt. Ursache für den Anstieg um rund € 0,8 Mio. im zweiten Quartal waren Rechts- und Beratungskosten im Zusammenhang mit der Firmenübernahme der PSS, Kosten im Zusammenhang mit dem Schutz einer Reihe von neuen Markennamen sowie Kosten für externe Beratungsprojekte. Zusammen mit

der weltweit renommierten Beratungsgesellschaft Bain & Company wird seit Juni an der Überprüfung unserer Wachstums- und Internationalisierungsstrategie gearbeitet.

Für den Bereich der Forschung und Entwicklung haben wir die Kapazitäten planmäßig deutlich ausgebaut. Intern wurde die Mitarbeiterzahl erheblich gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert erhöht. Außerdem wurde ein erheblich höherer Anteil an externen Entwicklungsdienstleistungen sowohl aus Rumänien wie auch aus dem Inland bezogen. Dadurch war es möglich, die neue Produktgeneration von Openshop Business termingerecht weiterzuentwickeln und gleichzeitig an neuen Basistechnologien und Modulen zu arbeiten. Dabei kam uns die Flexibilität und der Kostenvorteil unserer beiden Entwicklungsteams in Rumänien zugute, der die Gesamtkosten des Bereichs positiv beeinflusst hat.

Die Erlöse aus dem Börsengang wurden entsprechend der allgemeinen Unternehmensphilosophie solide in Termingelder unterschiedlicher Laufzeiten und festverzinslichen DM-Anleihen erster Bonität angelegt. Hieraus resultiert der Anstieg der Zinserträge gegenüber dem Vergleichszeitraum und auch gegenüber dem 1. Quartal dieses Geschäftsjahres. In den Zinsaufwendungen sind im wesentlichen die Zinsen der im 2. Quartal zurückgeführten Venture Capital Gelder und des stillen Darlehens der Technologie Beteiligungs-ges. mbH enthalten.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

1. Halbj. 2000

1. Halbj. 1999

in € 1000

Umsatzerlöse	3.163	219
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-256	-13
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.907	206
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-3.257	-1.419
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-1.742	-733
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwert	-49	-22
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-1.497	-336
Verlust aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-3.638	-2.304
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.043	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-601	-41
Sonstige Erträge und Aufwendungen, netto	169	0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	0
Periodenergebnis	-3.027	-2.345
Ergebnis je Aktie (voll verwässert)	-0,35	-0,45

Die Investitionen in das Anlagevermögen betragen im ersten Halbjahr € 1,5 Mio. (Vorjahr € 0,4 Mio.). Die Zugänge setzen sich im wesentlichen aus dem Erwerb der PSS GmbH sowie der Beteiligung an der b-gate AG zusammen. Daneben entfielen rund € 0,5 Mio. auf die Anschaffung von Hardware und Kosten für Mietereinbauten des neuen Büros in München.

Die Bilanzstruktur hat sich seit dem letzten Quartal nur unwesentlich geändert, ist gegenüber dem 30. Juni 1999 aber maßgeblich durch den Zufluß der Erlöse aus dem Börsengang beeinflusst. Die Forderungen liegen mit rund € 1,6 Mio. im Verhältnis zu den Umsatzerlösen abrechnungsbedingt relativ hoch. Aufgrund eines Zahlungseingangs aus einem längerfristigen Lizenzvertrag im Juli in Höhe von rund € 0,9 Mio. hat sich der Bestand an Forderungen inzwischen auf ein für die Branche und entsprechend der realisierten Umsätze übliches Maß reduziert.

Die Position der aktiven Rechnungsabgrenzung und sonstigen kurzfristigen Aktiva resultiert im wesentlichen aus abgegrenzten Zinserträgen.

Die Veränderungen der Passivseite gegenüber dem Ende des letzten Quartals bzw. gegenüber dem Vergleichszeitpunkt des Vorjahres resultieren vor allem aus der Rückführung der Gesellschafter- und Bankdarlehen in Höhe von insgesamt € 3,5 Mio. Nachdem die Kosten des Börsengangs (inklusive der entsprechenden Bankgebühren) auf insgesamt € 8,7 Mio. angestiegen sind, hat sich aufgrund der Verrechnung dieser Kosten mit dem Eigenkapital nach US-GAAP die Kapitalrücklage auf € 95,4 Mio. verringert.

Konzern-Bilanz	30. Juni 2000	30. Juni 1999
in € 1000		
Aktiva		
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen	93.701	138
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.623	267
Nicht abgerechnete unfertige Leistungen abzüglich erhaltener Anzahlungen	96	0
Vorräte	4	0
Geleistete Anzahlungen	287	0
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Aktiva	1.033	36
Summe Umlaufvermögen	96.744	441
Sachanlagen, netto	756	361
Finanzanlagen, Firmenwert, netto	1.001	111
Erworben Software, netto	57	20
Summe Anlagevermögen	1.814	492
	98.558	933
Passiva		
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	246	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.569	390
Personalarückstellungen und -verbindlichkeiten	190	105
Verbindlichkeiten aus Steuern	36	56
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	559	99
Rechnungsabgrenzungsposten	99	0
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten, insgesamt	2.699	650
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	511
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	0	1.249
Stille Gesellschaften	0	1.209
Grundkapital	9.500	1.288
Kapitalrücklage	95.439	782
Forderungen gegen Gesellschafter	0	-1.803
Verlustvortrag	-5.788	-595
Periodenergebnis	-3.027	-2.345
Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	-265	-13
Eigenkapital insgesamt	95.859	-2.686
	98.558	933

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Cash-Flow im wesentlichen durch die Zuflüsse aus dem Börsengang von netto € 95,6 Mio. beeinflusst. Die Veränderungen gegenüber dem 1. Quartal 2000 resultieren vor allem aus den zurückgeführten Gesellschafter- und Bankdarlehen sowie den Investitionen.

Konzern-Kapitalflussrechnung	1. Halbj. 2000	1. Halbj. 1999
in € 1000		
Periodenergebnis	-3.027	-2.345
Abschreibungen auf Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	313	63
Veränderungen des Working Capitals		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	600	-226
Nicht abgerechnete unfertige Leistungen abzüglich erhaltener Anzahlungen	-80	0
Vorräte	2	0
Geleistete Anzahlungen	-116	0
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Aktiva	-757	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.141	265
Personalarückstellungen und -verbindlichkeiten	4	82
Verbindlichkeiten aus Steuern	-134	51
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	259	55
Rechnungsabgrenzungsposten	-1.882	0
Nettoausgaben aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-3.677	-2.055
Investitionen in Finanzanlagen	-963	0
Investitionen in Sachanlagen	-519	-361
Investitionen in erworbene Software	-33	-10
Nettoausgaben aus dem Investitionsbereich	-1.515	-371
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	246	-15
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-511	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	0	-40
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	-767	1.120
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	-2.301	1.209
Kapitalerhöhungen	95.562	149
Nettoeinnahmen aus dem Finanzierungsbereich	92.229	2.423
Differenz aus Währungsumrechnung	-116	-13
Cash-Flow	86.921	-16
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen - Beginn der Periode	6.780	154
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen - Ende der Periode	93.701	138
Veränderung der flüssigen Mittel und kurzfristigen Kapitalanlagen	86.921	-16

Personal- entwicklung

Insgesamt nahm die Zahl der Mitarbeiter der OpenShop Gruppe in den vergangenen sechs Monaten um über 70% auf 112 Mitarbeiter zu. Der Schwerpunkt der Zugänge lag im Vertrieb sowie in der Entwicklung.

Mitarbeiterstruktur

	30.06.2000	30.06.1999
OpenShop Internet Software GmbH, Deutschland	83	30
Finance & Organisation	4	2
Research & Development	27	14
Professional Services / QM	23	4
Sales & Marketing / Product Management	29	10
OpenShop Holding AG Deutschland	9	7
OpenShop Internet Software Inc., USA	11	5
PSS Informationssysteme GmbH Deutschland	9	–
OpenShop Gruppe	112	42

Ausblick



Neue Produktoffensive - Fortsetzung der erfolgreichen Geschäftsentwicklung

Die Vorstellung neuer Produkte werden das Highlight der 2. Jahreshälfte 2000 sein. Mit einer Einführungs-offensive in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Österreich, der Schweiz und Skandinavien soll die Markterschließung planmäßig in Europa fortgesetzt werden. Die neuen Produkte werden deutlich zum Wachstum des laufenden Geschäftsjahres beitragen. Gleichzeitig werden wir mit der Produktoffensive unsere technologische Kompetenz vor allem im Bereich der Lösungen für mittelständische Unternehmen und „mobile Commerce“ erneut unter Beweis stellen.

Auf Basis einer laufenden Strategieberatung durch die Bain-Unternehmensberatung wird das Ziel fokussiert, auch extern zu wachsen. Die guten Erfolge beim Recruiting zeigen, daß sich unsere Strategie der Standorte Ulm für Entwicklung, Professional Service und Verwaltung und München für Vertrieb und Marketing bewährt hat.

Trotz der Engpässe auf dem Arbeitsmarkt für qualifizierte Software-Entwickler und für erfahrene Vertriebsmitarbeiter sind wir sehr zuversichtlich, auch im Bereich Personal bis zum Jahresende die angestrebte Mitarbeiterzahl zu erreichen.

Unsere task force für strategische Übernahmen, die sich aus

internen Mitarbeitern, einzelnen Mitgliedern des Beirats und externen Beratern zusammensetzt führt mit einigen Unternehmen im In- und Ausland intensive Gespräche, um kurzfristig über sinnvolle Akquisitionen auch das externe Wachstum zu forcieren.

Insgesamt sind wir für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres optimistisch. Nach heutigem Kenntnisstand erwarten wir, die beim Börsengang prognostizierten Zahlen für das gesamte Geschäftsjahr 2000 zu erreichen.

Der Vorstand,
im August 2000

