



01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12

Halbjahresbericht
der Openshop Holding AG
01.01.2001 bis zum 30.06.2001

Vorwort des Vorstands

Sehr geehrte Damen und Herren,

die schwierige Lage auf dem Markt für eBusiness-Technologien hat auch im 2. Quartal 2001 angehalten. Das Marktumfeld ist seit mehreren Monaten von einem Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und von reduzierten Budgets für Investitionen in die Informationstechnologie geprägt. Über alle Länder und Branchen hinweg wird derzeit hauptsächlich in den Erhalt bestehender IT-Strukturen investiert. Investitionen in neue Technologien wie das eBusiness wurden von vielen Unternehmen auf Eis gelegt.

Nicht zuletzt aufgrund der negativen Kursentwicklungen der Technologieunternehmen herrscht eine allgemeine Verunsicherung bei den Kunden, wenn es um internetbasierte Technologien und Lösungen geht. Viele Kunden, Anleger und auch Analysten sind sich über den Stand und die Entwicklung des Internets, der internetbasierten Technologien und auch der Firmen, die Produkte und Lösungen fürs Internet anbieten, im Unklaren.

Für Unternehmen, die sich schnell auf diese Rahmenbedingungen einstellen und über die notwendigen finanziellen Mittel verfügen, bedeutet diese Phase eine große Chance. Auf dem Weg zu einem gereiften eBusiness-Markt, der die stürmischen Anfangsjahre hinter sich gelassen hat, werden sich kundenorientierte Gesamtlösungen nachhaltig etablieren. Allen pessimistischen Stimmen und der aktuellen Konjunkturlage zum Trotz hat der Online-Handel ein großes Wachstumspotenzial. Nahezu alle Marktstudien bestätigen dies.

Besonders im Mittelstand wird eBusiness immer beliebter. Dies zeigt eine diesjährige Umfrage von TechConsult. Der Einsatz von eBusiness-Lösungen ist im Vergleich zum Vorjahr um 30 % gestiegen. Spezifische Angebote, die im Leistungsumfang und im Preis auf die mittelständischen Bedürfnisse angepasst sind, werden diesen Trend künftig verstärken.

Eine aktuelle Studie von Berlecon Research untermauert die positiven Aussichten vor allem für den zwischenbetrieblichen Handel (B2B). Die Zahl der Business-to-Business-Plattformen für deutsche Unternehmen wuchs von 1999 bis März 2001 von 34 auf 200. Bis zum Jahr 2004 rechnen die Analysten mit einem Anstieg auf 720 Marktplätze mit einem Handelsvolumen von bis zu 230 Milliarden Mark. Im letzten Jahr stieg der weltweite Umsatz in diesem Bereich um 189 % auf 433 Milliarden US-Dollar. Verglichen mit einer Wachstumsrate von 200 % im Jahr davor ist dies zwar rückläufig, bedeutet in den wirtschaftlich schwierigen Zeiten aber einen beachtlichen Anstieg. Innerhalb Europas ist Deutschland eBusiness-Spitzenreiter im B2B-Markt. Ein enormes Potenzial liegt noch in der Ausschreibung von Projekten durch die öffentliche Hand, die in Deutschland pro Jahr mehr als 30.000 Aufträge im Wert von 500 Milliarden DM vergibt.

Openshop hat diese Entwicklung frühzeitig erkannt und bereits Ende letzten Jahres erste Maßnahmen hinsichtlich des Produktportfolios eingeleitet. Ein eigenes Produkt zur Errichtung von Marktplätzen im Internet sowie eine eProcurement-Lösung wurden eingeführt.

Im März 2001 wurde eine umfassende strategische Neuausrichtung beschlossen, die mit Hilfe eines 4-Punkte-Programms ab April 2001 umgesetzt wurde. Diese neue Strategie konnte im 2. Quartal 2001 bereits in wesentlichen Teilen umgesetzt werden, und die neue Organisation ging damit zum 1. Juli 2001 planmäßig ins operative Geschäft über. So wurden auf dem Weg zum Lösungsanbieter in den letzten drei Monaten zwei neue Niederlassungen in Deutschland eröffnet, das Angebotsportfolio – zum Teil über Akquisitionen – nach oben in Richtung High-End-Angebote ausgedehnt und neben dem indirekten Vertrieb über Partner ein dezentraler Direktvertrieb mit qualifizierten Beratern und Systemintegratoren aufgebaut.

Diese umfassenden Maßnahmen zur Neuausrichtung der gesamten Organisation haben im 2. Quartal 2001 – neben der Risikovorsorge im Zuge der Schließung unserer US-Repräsentanz und der vorsorglichen Wertberichtigung einer Beteiligung – zu Einmalaufwendungen von rund 3,5 Mio. Euro geführt und somit das Ergebnis des ersten Halbjahres 2001 in erheblichem Umfang belastet.

Die Veränderungen bei Openshop und vor allem das kundenfokussierte Vorgehen bei Kunden werden äußerst positiv aufgenommen. Dies bestätigt sich durch intensive Projektgespräche bei Banken, Versicherungen und auch bei zahlreichen Vertretern des Mittelstands. Openshop wird definitiv ein großes Potenzial auf einem bereinigten eBusiness-Markt zugetraut, der nach unserer Einschätzung auch in den kommenden Monaten von einer weiteren Bereinigung mit rückläufiger Anzahl von Wettbewerbern geprägt sein wird.

Der Vorstand

Geschäftsüberblick

Seit der Einführung des 4-Punkte-Programms bei Openshop sind drei Monate vergangen und es zeigt sich, dass die Neuorganisation in allen Kernbereichen realisiert werden konnte. Seit dem 1. Juli 2001 haben wir eine themen- und kundenorientierte Struktur implementiert. Die gesamte Organisationsstruktur von Openshop, das Produkt- und Lösungsangebot sowie die Verkaufs- und Vertriebskanäle wurden so ausgerichtet, dass der Dynamik der aktuellen Situation im eBusiness Rechnung getragen wird. Das Leistungsspektrum wurde in Richtung eines Lösungsanbieters für alle Größenklassen erweitert.

In Hannover und Wiesbaden wurden neue Niederlassungen eröffnet. In Wiesbaden arbeiten seit Mai 2001 fünf Consultants in unserer neuen Niederlassung „Mitte“, die aus dem Umfeld Logistik und Strategieberatung stammen. Zusammen mit unserem Partner SKYVA wird dort u. a. ein „Logistikleitstand“ entwickelt, der Kunden in die Lage versetzen wird, firmenübergreifende Warenströme zu monitoren und zu steuern.

Im Juni wurde in Hannover mit 40 Mitarbeitern der ehemaligen OAR Development AG die neue Openshop-Niederlassung „Nord“ eröffnet. Neben den allgemeinen Aufgaben einer themenorientierten Vertriebsrepräsentanz wird dort mit Hochdruck eine High-End-eBusiness-Lösung entwickelt.

Im Rahmen der geänderten Anforderungen des eBusiness-Markts wurden in den letzten Monaten diejenigen Geschäftsfelder identifiziert, die nach unserer Einschätzung mittelfristig die höchsten Zuwachsraten haben werden. Dementsprechend wurden sechs

Geschäftsbereiche mit eigener Entwicklungs- und Ergebnisverantwortung definiert. Es handelt sich um folgende Themenbereiche:

- Buy-Side bzw. B2B
- Sell-Side bzw. B2C
- eBusiness-Architekturen
- Logistik

sowie die ergänzenden Einheiten

- Channel, der nach wie vor die Multiplikation des Geschäfts über Partner sicherstellen wird. Der indirekte Vertrieb erhält einen neuen Stellenwert, indem vor allem im High-End-Segment verstärkt mit beratungskompetenten und renommierten Consulting- und Systemintegrationshäusern zusammengearbeitet wird.
- Applikations-Management/Hosting, um unseren Kunden Full-Service aus einer Hand anbieten zu können.

Unterstützt werden diese sechs Geschäftseinheiten durch die beiden Competence Center Basisarchitektur und Anwendungsentwicklung.

Zur Erweiterung der technologischen Kompetenz im Hinblick auf das High-End-Segment hat Openshop im Juni 2001 die auf Java und J2EE basierte eBusiness-Technologie für prozessorientierte High-End-Lösungen von der OAR Development AG (früher COIN Interactive AG) erworben. Die neue Technologie, die Openshop in den nächsten Monaten bis zur Produktreife weiterentwickeln wird,

wurde schon in ihrer Vorgängerversion unter der Bezeichnung „interact!“ in einem umfassenden und unabhängigen Produktvergleich (Quelle: Cenit-Studie vom Januar 2001) weltweit zu den technologisch besten Produkten am Markt gerechnet. Die neuen Produkte werden das bestehende Angebot von Openshop für das High-End-Segment ergänzen und die schnelle Realisierung selbst komplexester internetbasierter Anwendungen ermöglichen.

Parallel zur Entwicklung der neuen Plattform für High-End-Lösungen wurde die bestehende Produktpalette weiterentwickelt. Die seit dem 2. Quartal 2001 verfügbare Openshop Business Version 2.5 zeichnet sich durch mehr Benutzerfreundlichkeit aus. Die Performance und die Möglichkeit zur Anbindung an andere Produkte wurden verbessert, und der Funktionsumfang wurde u. a. durch die Integration eines mehrsprachigen Auktionsmoduls mit verschiedenen Auktionstypen ergänzt. Darüber hinaus ist der seit April 2001 verfügbare FlowEditor Version 2.1 integriert. Auf Basis einer übersichtlichen grafischen Benutzeroberfläche lassen sich ganze eBusiness-Lösungen planen und in ihren Abläufen einfach gestalten und modellieren. Bereits vorhandene Lösungen können einfach importiert werden (Reverse Engineering). Ein zusätzlicher neuer Bestandteil von Openshop Business Version 2.5 ist das Java Software Development Kit. Es ermöglicht in eBusiness-Projekten die Programmierung von Makros zur Einbindung von Java-Klassen und unterstreicht damit die Offenheit und Flexibilität der Openshop-Technologie.

Damit profitiert der Kunde einmal mehr von dem offenen Systemstandard. Gerade erfolgreiche eBusiness-Systeme werden über ihre Laufzeit hinweg häufig an veränderte Kundenbedürfnisse angepasst. Der Wandel und die Erweiterung der Systeme ist somit die eigentliche Konstante. Dies muss für den Betreiber so einfach und kostengünstig wie möglich sein. Durch die Verlängerung bestehender Geschäftsprozesse ins Internet und den durchgängigen Einsatz grafischer Werkzeuge sichert Openshop eine jederzeit schnelle Veränderung und Anpassung direkt aus den Fachabteilungen heraus. So werden Zeit und Kosten gespart. Dabei fungiert die Plattform als Klammer und gemeinsame Basis für alle Applikationen und sichert zudem ein hohes Maß an Wiederverwendung. Dies reduziert Schnittstellen und damit den Pflegeaufwand.

Mit der neuen Openshop Stores Version 5.5 adressiert das Unternehmen ein ausgereiftes Multi-Shop-System an Internet Service Provider (ISP), Telcos und Portal-Site-Betreiber. Openshop Stores ermöglicht als Multi-Vendor-System das Hosting beliebig vieler Online-Shops bei effizientem Betrieb und hohen Sicherheitsstandards. Openshop Stores 5.5 steht in deutscher, englischer und italienischer Sprachvariante für unterschiedliche Systemplattformen zur Verfügung und wird im 3. Quartal 2001 auch in Französisch erhältlich sein.

Die Entwicklung der Openshop-Aktie

Nach langer Talfahrt bewegt sich der Wert der Openshop-Aktie seit mehreren Wochen – trotz weiter fallender Tendenz des Gesamtmarkts – bei geringen Umsätzen auf einem relativ stabilen Niveau zwischen 6 und 7 Euro. Dem Informationsbedürfnis unserer Aktionäre und der Analysten werden wir innerhalb der kommenden Wochen im Rahmen ergänzender PR- und IR-Maßnahmen Rechnung tragen. Um erste Auswirkungen des Strategiewechsels zu kommunizieren, ist bereits im Vorfeld der Systems Mitte Oktober 2001 eine umfassende Informationskampagne des Openshop-Vorstands geplant. Gleichzeitig wird unser Internet-Auftritt an die neue Organisation angepasst.

Finanzdaten

Umsatz und Ergebnis der Openshop Gruppe wurden im 1. Halbjahr 2001 von einem weiteren Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage geprägt, der sich nach wie vor negativ auf die Nachfrage nach Informationstechnologie auswirkt. Über alle Länder und Branchen hinweg wird derzeit lediglich in den Erhalt bestehender IT-Strukturen investiert, Investitionen in neue und innovative Technologien wie das eBusiness wurden von sehr vielen Unternehmen auf Eis gelegt. Dies, obwohl der direkte und kurzfristig realisierbare Nutzen z.B. im Bereich des eProcurement kaum noch angezweifelt wird. Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung hatte vor allem im 2. Quartal 2001 einen Einfluß auf die Umsatzerlöse von Openshop, die weitgehend vom Neukundengeschäft abhängen. Gleichzeitig befindet sich Openshop mitten in der Umstrukturierung, in deren Rahmen die zwei Standorte in den USA geschlossen und zwei neue Standorte in Deutschland eröffnet wurden.

Vor dem Hintergrund dieses schwierigen Umfelds realisierte Openshop in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2001 Umsatzerlöse von 2,9 Millionen Euro. Damit wurden 7% weniger als im 1. Halbjahr 2000 realisiert. Wesentliche Neukunden waren dabei unser neuer Kooperationspartner SKYVA, der Openshop-Business-Lizenzen für 0,5 Millionen Euro orderte und damit den Vertrieb von Openshop-Produkten im US-Markt sicherstellt. Daneben wurden größere Projekte mit der Knoll AG und mit Lexware realisiert.

Die Lizenzumsätze beliefen sich im 1. Halbjahr auf 2,1 Millionen Euro oder 71% des Gesamtumsatzes gegenüber 87% im ent-

sprechenden Vorjahreszeitraum beziehungsweise 68% im 1. Quartal 2001. Hauptumsatzträger war dabei wiederum unser Kernprodukt Openshop Business 2.5 (0,8 Millionen Euro), das teilweise über Partner und teilweise direkt vertrieben wurde. Der verbleibende Lizenzumsatz im Bereich der Lösungen für eProcurement, Marktplätze und Multishop-Produkte belief sich auf 1,3 Millionen Euro.

Die Serviceumsätze erreichten im 1. Halbjahr ein Niveau von 0,8 Millionen Euro gegenüber 0,3 Millionen Euro in den ersten sechs Monaten des Vorjahres. Dieser steigende Umsatzanteil vor allem im Bereich Professional Services zeigt die ersten Erfolge auf dem Weg zu einer wachsenden, soliden Basis von Projekten mit existierenden Kunden.

Die Rohertragsmarge im Lizenzbereich sank von 99% im 1. Halbjahr 2000 auf 84% im Berichtszeitraum. Im Bereich der Professional Services hingegen ergab sich eine Veränderung von 24% auf 34% in 2001. Aufgrund des deutlich höheren Anteils von Serviceumsätzen am Gesamtumsatz sank die Rohertragsmarge von insgesamt 92% im Vorjahr auf 68% in den ersten sechs Monaten des Jahres 2001. Mit einem steigenden Anteil am hoch qualifizierten Consultinggeschäft und dem bevorstehenden Angebot neuer Produkte und Services im High-End-Segment, wird ein Anstieg der Rohertragsmarge innerhalb der nächsten sechs Monate erwartet.

Die Aufwendungen der vergangenen drei Monate waren durch die angekündigten Maßnahmen zur Neuausrichtung des Vertriebs

und eine umfassende Umstrukturierung sämtlicher Service- und Verwaltungsbereiche gekennzeichnet. Dies spiegelt sich vor allem in den Anlauf- und Aufbaukosten für die im 2. Quartal eröffneten Niederlassungen in Wiesbaden und Hannover sowie in den Schließungskosten für die beiden Standorte in den USA wider. Bei einer gegenüber dem 31. März 2001 nahezu konstanten Mitarbeiterzahl ergaben sich in den einzelnen Konzerngesellschaften und Bereichen erhebliche Veränderungen und entsprechende Aufwendungen, die im Hinblick auf den Weg vom Produkt- zum Lösungsanbieter realisiert wurden.

Somit ist der Vergleich der Aufwendungen der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2001 mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum nur in eingeschränktem Umfang möglich. Insgesamt sind in den vergangenen sechs Monaten rund 3,5 Millionen Euro an einmaligen, nicht wiederkehrenden Kosten für die Umstrukturierung angefallen. Ohne diese Sonderbelastungen ergibt sich bei den operativen Kosten ein Anstieg von 6,5 Millionen Euro im 1. Halbjahr 2000 um 95% auf 12,7 Millionen Euro im 1. Halbjahr 2001, der im Wesentlichen aus der von 112 auf 170 gestiegenen Mitarbeiterzahl resultiert.

Im direkten Vergleich stiegen die Aufwendungen für Vertrieb und Marketing gegenüber dem 1. Halbjahr 2000 auf 7,5 Millionen Euro an. Hierin sind rund 1,5 Millionen Euro an Sonderaufwendungen enthalten. Bereinigt man diesen Effekt, ergibt sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein Anstieg um 85%. Mit der Investition in einen qualifizierten Direktvertrieb an mehreren Standorten in Deutschland waren vor allem steigende Personal-

kosten verbunden. Openshop geht jedoch davon aus, dass diese Maßnahmen schon innerhalb der nächsten sechs Monate zu deutlich steigenden Umsatzerlösen führen werden. Die Aufwendungen für Allgemeines und Verwaltung haben von 1,7 auf 2,6 Millionen Euro zugenommen. Bereinigt man diesen Anstieg um die Sondereffekte des 1. Halbjahres 2001 in Höhe von 0,5 Millionen Euro, ergibt sich ein Anstieg um 24% auf 2,1 Millionen Euro. Dieser Anstieg ist überwiegend auf Kosten im Zusammenhang mit der Hauptversammlung im Juni 2001 und auf Sonderaufwendungen im Zusammenhang mit dem Todesfall des ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Thomas Egner zurückzuführen.

Aufgrund der strategischen Bedeutung von Forschung & Entwicklung und der Übernahme einer neuen Basistechnologie von der OAR Development AG im Juni 2001 wurden in diesem Bereich die Aufwendungen deutlich von 1,5 Millionen Euro im 1. Halbjahr 2000 um 173% auf 4,1 Millionen Euro im Berichtszeitraum gesteigert. Mit diesem Investment wird es jedoch möglich sein, bereits ab Herbst 2001 neue Lösungen auf einer völlig neuen Basistechnologie, erstmals auch im High-End-Segment für Großkunden anzubieten.

Der operative Verlust belief sich inklusive Sondereffekte im 1. Halbjahr 2001 auf 12,4 Millionen Euro gegenüber 3,6 Millionen Euro im 1. Halbjahr 2000.

Gegenüber dem Vorjahr sind die Zinserträge aufgrund des höheren durchschnittlichen Liquiditätsbestandes um 0,95 Millionen Euro auf rund 2 Millionen Euro angestiegen.

Im Rahmen der Risikovorsorge wurde vor dem Hintergrund der unbefriedigenden Geschäftsentwicklung die Beteiligung an der b-gate AG um 0,8 Millionen Euro abgewertet. Damit ist die Position Beteiligung an assoziierten Unternehmen zum 30. Juni 2001 vollständig bereinigt.

Im 1. Halbjahr 2001 ergab sich ein Nettoverlust von 11,2 Millionen Euro bzw. ein Verlust je Aktie von 1,18 Euro nach 3 Millionen Euro bzw. 0,35 Euro je Aktie im 1. Halbjahr 2000.

Nach wie vor ist die Bilanz durch den hohen Bestand an Festgeldern unterschiedlicher Laufzeit und festverzinslichen Wertpapieren mit einer Restlaufzeit zwischen 10 und 21 Monaten geprägt. Die Summe der liquiden Mittel belief sich zum 30. Juni 2001 auf rund 72 Millionen Euro, nach 82 Millionen Euro zum Ende des letzten Geschäftsjahres. In diesem Zusammenhang ist auch der Posten der Aktiven Rechnungsabgrenzung in Höhe von 3,7 Millionen Euro zu sehen, der sich in Höhe von 0,6 Millionen Euro aus noch nicht ausbezahlten Zinserträgen zusammensetzt. Der Anstieg der immateriellen Vermögensgegenstände von 0,85 Millionen Euro auf 1,6 Millionen Euro spiegelt den Erwerb von Nutzungsrechten für neue Basistechnologien wider.

In den ersten sechs Monaten 2001 wurden 8,6 Millionen Euro im operativen Geschäft verwendet, wobei dieser Betrag hauptsächlich durch den Nettoverlust geprägt war. Der Liquiditätsabfluss aus dem Investitionsbereich belief sich auf 1,3 Millionen Euro, nach 1,5 Millionen Euro im 1. Halbjahr 2000. Im 1. Halbjahr 2001 wurde im Wesentlichen in den Erwerb von Nutzungsrechten an

fremder Software (1,0 Millionen Euro) sowie EDV-Hardware (0,3 Millionen Euro) investiert. Zusammen mit dem Cash-Flow aus dem Finanzierungsbereich in Höhe von 0,04 Millionen Euro ergab sich für das 1. Halbjahr eine Veränderung der liquiden Mittel bzw. ein **Cash-Flow** von minus 10,2 Millionen Euro nach 86,9 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der Auftragsbestand zum 30. Juni 2001 betrug 0,85 Mio. Euro.

Zum 30. Juni 2001 hielten die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat folgende Bestände an Aktien bzw. an Optionen zum Bezug von Aktien der Openshop Holding AG:

Directors Holdings der Openshop Holding AG per 30. Juni 2001

Vorstand	Anzahl Openshop-Aktien	Anzahl Stock Options
Bruno Rücker (CEO)	0	80.000
Uwe Hagenmeier (COO)	484.338	8.878
Peter Kuhl (CFO)	53.570	6.062
Timo Weithöner (CTO)	160.698	10.194

Aufsichtsrat	Anzahl Openshop-Aktien
Markus Kress (Vorsitz)	483.968
Dr. Thomas Gutschlag	14.124
Dr. Roland Mecklinger	142
Klaus Langer	0
Klaus C. Plönzke	9.250
Dr. Klaus Neugebauer	0

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (nach US-GAAP, ungeprüft)	01. Jan. – 30. Jun. 2001 in € 1.000	01. Jan. – 30. Jun. 2000 in € 1.000
Umsatzerlöse	2.926	3.163
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-992	-256
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.934	2.907
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-7.463	-3.257
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-2.607	-1.742
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwert	-119	-49
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-4.126	-1.497
Verlust aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-12.381	-3.638
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.995	1.043
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-85	-601
Ergebnis aus at-equity Konsolidierung	-921	0
Sonstige Erträge und Aufwendungen, netto	210	169
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	0
Periodenergebnis	- 11.182	- 3.027
Ergebnis pro Aktie (voll verwässert in €)	-1,18	-0,35
Durchschnittliche Anzahl an Aktien	9.500.000	8.641.829

Konzern-Bilanz (nach US-GAAP)	30. Jun. 2001 in € 1.000 (ungeprüft)	31. Dez. 2000 in € 1.000
Aktiva		
Flüssige Mittel und kurzfristige Anlagen	22.270	32.453
Marktgängige Wertpapiere	0	25.625
Sonstige Beteiligungen	0	150
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.219	2.838
Forderungen geg. Unternehmen mit Beteiligungsverhältnis	0	474
Unfertige Leistungen abzüglich erhaltener Anzahlungen	232	648
Vorräte	309	403
Geleistete Anzahlungen	24	18
Rechnungsabgrenzung und sonstige kurzfristige Aktiva	3.746	2.992
Summe Umlaufvermögen	28.800	65.601
Sachanlagen, netto	1.434	1.405
Marktgängige Wertpapiere	49.547	24.252
Assoziierte Unternehmen, netto	0	921
Firmenwert, netto	754	920
Immaterielle Vermögensgegenstände, netto	1.625	846
Summe Anlagevermögen	53.360	28.344
	82.160	93.945
Passiva		
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	26	44
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	1.520	1.794
Personalarückstellungen und -verbindlichkeiten	775	822
Verbindlichkeiten aus Steuern	1.574	788
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	1.175	1.045
Rechnungsabgrenzung	110	965
Summe kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	5.180	5.458
Langfristige Bankverbindlichkeiten	29	46
Summe langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	29	46
Summe Verbindlichkeiten	5.209	5.504
Grundkapital	9.500	9.500
Kapitalrücklage	94.942	94.942
Verlustvortrag	-15.719	-5.788
Ergebnis	-11.182	-9.931
Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	-590	-282
Summe Eigenkapital	76.951	88.441
	82.160	93.945

Konzern-Kapitalflussrechnung	01. Jan.–30. Jun. 2001 in € 1.000	01. Jan.–30. Jun. 2000 in € 1.000
Berichtigung zur Überleitung des Jahresfehlbetrages zu den Ausgaben für die gewöhnliche Geschäftstätigkeit:		
Periodenergebnis	-11.182	-3.027
Abschreibungen auf Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	885	313
Verlust aus Unternehmensbeteiligungen	921	0
Zahlungsunwirksames Ergebnis aus marktgängigen Wertpapieren	69	0
Ergebnis aus Abgang Anlagevermögen	168	0
Veränderungen des Working Capital:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.094	600
Unfertige Leistungen abzüglich erhaltener Anzahlungen	416	-80
Vorräte	94	2
Geleistete Anzahlungen	-6	-116
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Aktiva	-755	-757
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-274	1.141
Personalarückstellungen und -verbindlichkeiten	-47	4
Verbindlichkeiten aus Steuern	786	-134
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	131	259
Rechnungsabgrenzungsposten	-854	-1.882
Nettoausgaben aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-8.554	-3.677
Investitionen in Sachanlagen	-511	-519
Verkauf von kurzfristigen Wertpapieren	25.613	0
Erwerb von langfristigen Wertpapieren	-25.412	-963
Erwerb von immateriellen Vermögensgegenständen des Anlagevermögens	-1.025	-33
Nettoausgaben aus dem Investitionsbereich	-1.335	-1.515
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-18	246
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	0	-767
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-17	-511
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	0	-2.301
Kapitalerhöhungen	0	95.562
Nettoausgaben bzw. -einnahmen aus dem Finanzierungsbereich	-35	92.229
Differenz aus Währungsumrechnung	-259	-116
Cash Flow	-10.183	86.921
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen – Beginn der Periode	32.453	6.780
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen – Ende der Periode	22.270	93.701
Veränderung der flüssigen Mittel und kurzfristigen Kapitalanlagen	-10.183	86.921
Weitere Zusatzinformationen:		
Geleistete Zahlungen während der Periode für Zinsen	2	70
Geleistete Zahlungen während der Periode für Ertragssteuern	0	0

Personalentwicklung

Aufgrund der unsicheren Umsatzentwicklung wurde die Gesamtzahl der Mitarbeiter im Konzern gegenüber dem 1. Quartal 2001 auf einem Niveau von 170 konstant gehalten. In der Struktur ergaben sich jedoch im Zusammenhang mit der Neuausrichtung deutliche Veränderungen. Insgesamt haben im 2. Quartal 48 Mitarbeiter Openshop verlassen. Von diesem Abbau war im Wesentlichen der Vertrieb betroffen, der im Hinblick auf einen verstärkten Direktvertrieb umgebaut werden musste. Gleichzeitig wurden die Standorte in Wiesbaden mit 5 Mitarbeitern und in Hannover mit 40 Mitarbeitern mit dem Fokus auf Consulting aufgebaut. Im Vergleich zum 31. März 2001 bzw. zum 30. Juni 2000 ergab sich folgende Entwicklung:

	30. Juni 2001	31. März 2001	30. Juni 2000
Vertrieb & Marketing	44	67	46
Forschung & Entwicklung	56	46	27
Professional Services & Qualitätssicherung	53	42	25
Finanzen & Verwaltung	17	14	14
Gesamt	170	169	112

Ausblick

Entsprechend den Ankündigungen auf der diesjährigen Hauptversammlung am 12. Juni war vor allem das Ergebnis des 2. Quartals 2001 durch eine Reihe von Sondereffekten belastet, die aus einer grundlegenden Neuorganisation mit einer deutlichen Veränderung der Standorte sowie aus einer Erweiterung der technologischen Kompetenz resultierte. Damit wurden in den vergangenen drei Monaten bereits die wesentlichen Schritte auf dem Weg zu einem Full-Service-Anbieter mit anspruchsvollen Lösungen für den High-End-Bereich vollzogen.

Sofern sich die gesamtwirtschaftliche Lage und die Entwicklung am eBusiness-Markt nicht weiter verschlechtern, wird sich dies in einem deutlichen Anstieg der Umsatzerlöse im 2. Halbjahr 2001 niederschlagen, wobei der Nettoverlust bereits im 3. Quartal 2001 deutlich geringer ausfallen wird.

Unter den derzeitigen Markteinschätzungen und den Umsatzprognosen aus den neuen Produkten erwartet der Vorstand ab dem letzten Quartal des Jahres 2002 profitabel zu arbeiten, wengleich der Gesamtverlust des Geschäftsjahres 2001 aufgrund der realisierten Sonderbelastungen gegenüber dem Vorjahr deutlich zunehmen wird.

Der Vorstand sieht die mittel- und langfristigen Perspektiven von Openshop als sehr günstig an. Diese Einschätzung wird durch die derzeit zu beobachtende Bereinigung am Markt für eBusiness-Anbieter sowie durch die bereits realisierten Erfolge bei der

Umsetzung der neuen Strategie unterstützt. Die solide finanzielle Basis ermöglicht Openshop zudem, über den Erwerb weiterer Unternehmen oder Unternehmensteile das Wachstum schon kurzfristig deutlich zu erhöhen.