

Quartalsbericht
OpenShop Holding AG



1. Quartal 2000

OpenShop Holding AG

Wilhelmstraße 22
D-89073 Ulm
Telefon + 49 (0)7 31 15 53-0
Telefax + 49 (0)7 31 15 53-111

www.openshop.com
info@openshop.com

Investor Relations

Daniel Heck
Telefon + 49 (0)89 45 07 95 27
d.heck@openshop.com

openshop

Upgrade to **eSuccess™**



Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem überaus erfolgreichen Börsengang an den Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse und der gleichzeitigen Platzierung unserer Aktien bei institutionellen Investoren in den USA hat für OpenShop planmäßig die nächste Phase unserer Unternehmensgeschichte begonnen.

Von der Gründung der OpenShop Internet Software GmbH im April 1998 bis zur ersten Börsennotierung am 21. März 2000 sind keine zwei Jahre vergangen. Den neuen Herausforderungen des Kapitalmarktes wollen wir uns ebenso professionell stellen, wie wir dies in den vergangenen zwei Jahren im Markt für eCommerce-Software getan haben. Wir werden unsere Investoren offen und aktuell informieren und von Beginn an der Investor-Relations-Arbeit einen hohen Stellenwert einräumen. Die Basis hierfür wird unsere wertorientierte Unternehmensführung bleiben, die seit Gründung von OpenShop unser Handeln prägt.

Der Verlauf des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2000 bestätigt unseren Optimismus. Wir haben unsere eigenen Ziele übertroffen und annähernd den gesamten Jahresumsatz 1999 erreicht. Von Januar bis März konnten weitere wesentliche Allianzen und Kooperationen geschlossen werden, die unsere Expansion vor allem in Europa maßgeblich unterstützen werden. Diese längerfristigen Verträge bilden ein solides Fundament für unsere Umsatzentwicklung in den kommenden Jahren.

Mit dem gleichen Tempo, mit dem wir die ersten zwei Jahre gewachsen sind, wollen wir unsere Ziele, OpenShop zu einem der weltweit führenden Anbieter von eCommerce-Software sowie zu einem profitablen Unternehmen zu machen, realisieren.

Allen Aktionären danken wir für das in die OpenShop Holding AG gesetzte Vertrauen.

Der Vorstand





Das dynamische Wachstum des elektronischen Handels im Internet (eCommerce) und damit auch die Zunahme der Umsätze mit eCommerce-Software haben sich in den ersten drei Monaten des Jahres 2000 weltweit fortgesetzt. Immer mehr Unternehmen entscheiden sich nach dem weitgehend reibungslosen Übergang der EDV-Systeme in das neue Jahrtausend für die Realisierung von Shops im Internet, und immer mehr Endkunden nutzen diese Angebote. In einigen Bereichen stellen Händler im Internet bereits eine reelle Gefahr für die traditionelle Offline-Konkurrenz dar. Dabei verstärkt sich der Trend zu Standardsoftware gegenüber individuellen Lösungen. Gleichzeitig scheinen sich im Markt zunehmend höhere Absatzpreise und damit Produkte vor allem aus dem Mid-Range-, aber auch aus dem High-End-Bereich durchzusetzen.

Nach einer im Frühjahr 2000 veröffentlichten Studie der Boston Consulting Group (BCG) zum Online-Einzelhandel soll neben dem Business-to-Business-Bereich (B2B) im Jahr 2000 auch das Business-to-Consumer-Geschäft (B2C) mit 85% drastisch wachsen. So stiegen die Online-Autoverkäufe 1999 in den USA gegenüber dem Vorjahr um 2.300%, die Kategorie Beauty und Gesundheit wuchs um 780% und der Absatz von Spielzeug um 440%. Der gesamte B2C-Verkauf stieg laut BCG um 120% auf 33,1 Milliarden US-Dollar. Das sind bereits 1,4% des gesamten amerikanischen Einzelhandels. Bis Ende dieses Jahres sollen bereits 10% der Gesamtverkäufe von Computern, Büchern, Musik und Videos online abgewickelt werden.

Unsere Strategie, durch innovative sowie flexible „Tool Sets“ und einen indirekten Vertrieb mit Hilfe etablierter Integrations- und Kooperationspartner so schnell wie möglich auch international zu wachsen, trägt erste zählbare Früchte. Dies gilt für alle drei Geschäftsbereiche. Das Wachstum wurde bereits von den neuen Produkten mit getragen, die erst im Herbst letzten Jahres zur IT-Messe „Systems“ vorgestellt wurden.

In der strategischen Geschäftseinheit für den Vertrieb von Standardprodukten (eSuccess Products) konnten wir die Zahl der Vertriebspartnerschaften weiter steigern. Im ersten Quartal stieg die Zahl von 217 per Ende 1999 auf 270 Partner (31. März 1999: 32 Vertriebspartner).

Die Geschäftseinheit Industry Technologies war vor allem durch neue Kooperationen geprägt, die auch in den kommenden Jahren das Fundament für steigende Umsätze darstellen werden. Schwerpunkt war die Anbindung von ERP-Systemen etablierter Anbieter an das Internet. Dies wird auch zukünftig ein Fokus dieses Bereiches sein.

Die dritte Geschäftseinheit Vertical Markets, in der hauptsächlich Lösungen für Online-Marktplätze und Handelsplattformen angeboten werden, war ebenfalls durch neue strategische Allianzen und Umsätze mit dem neuen Produkt für Hosting-Lösungen geprägt.

Bereits zum Jahreswechsel und in den drei Monaten des neuen Geschäftsjahres konnten eine Reihe von langfristigen Kooperationen vereinbart werden:

Mit der Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg, einer Tochtergesellschaft der Haufe-Verlagsgruppe, wurde ein umfassender Lizenz- und Kooperationsvertrag geschlossen. Haufe/Lexware ist mit derzeit rund 450.000 Installationen einer der führenden Hersteller von Warenwirtschafts- und Buchhaltungssoftware für kleinere und mittlere Unternehmen in Deutschland. Das Unternehmen wird seinen Kunden im stark wachsenden eCommerce-Bereich künftig Lösungen und Dienstleistungen auf Basis der OpenShop-Produkte anbieten. Die von Lexware vermarkteten Produkte und Dienstleistungen sollen in den nächsten fünf Jahren eine Umsatzdimension von rund 15 Mio. DM für OpenShop erreichen. Um die Zusammenarbeit langfristig zu sichern, hat sich die Haufe-Verlagsgruppe noch 1999 an der OpenShop Holding AG beteiligt. Darüber hinaus ist die Realisierung eines Online-Verkaufssystems für Lexware und die Haufe-Gruppe durch OpenShop vorgesehen.



Im Januar konnten wir im Rahmen einer Kooperation mit dem international tätigen Internet Service Provider Cybernet AG erstmals in wesentlichem Umfang unser neues Produkt für Hosting-Lösungen zum Einsatz bringen. Openshop agiert künftig als strategischer Partner und bevorzugter Lieferant für die Unternehmensbereiche „Internet Data Center“ und „eBusiness Solutions“ von Cybernet. Cybernet wird im Gegenzug als Partner zum bevorzugten Reseller und Openshop-Produkte und Dienstleistungen in die Projektarbeit einbeziehen.

Mit dem britischen Application Service Provider freecom.net wurde im ersten Quartal ein umfassender Lizenzvertrag für die Produkte Openshop Business und die Hosting-Lösung geschlossen. Der Lizenzvertrag hat eine Laufzeit von drei Jahren und wird durch Abkommen über Support-Leistungen sowie eine Entwicklungskooperation für die Hosting-Lösung und die Verknüpfung zum freecom-eigenen ERP-System Pegasus ergänzt. Mit freecom erhält Openshop ein starkes Standbein im britischen Markt. freecom ist einer der führenden Anbieter für Web-Hosting im britischen Markt und strebt aggressiv in Märkte wie USA und Deutschland, wo kürzlich eine Kooperation mit der TelDaFax AG, Marburg, geschlossen wurde. Der von freecom übernommene ERP-Softwarehersteller Pegasus verfügt über rund 60.000 Installationen, die mit Hilfe der Openshop-Software eCommerce-fähig gemacht werden sollen.

Auch mit dem internationalen Internet Service und Telekommunikations-Provider AddCom AG, München, wurde eine umfangreiche Partnerschaft vereinbart, in der Openshop künftig als strategischer Partner und bevorzugter Lieferant für das wachsende eCommerce-Geschäft von AddCom agiert. Gleichzeitig wird Openshop AddCom bei seinen Marketingaktionen unterstützen. AddCom wird als Reseller im Gegenzug Openshop-Produkte und -Dienstleistungen in die Projektarbeit einbeziehen: Die Openshop-Online-Shops werden künftig von AddCom als gehostete Webshop-Lösung für seine Kunden vermarktet. Openshop Business wird als Enterprise-Lösung für AddCom-Großkunden angeboten. Zum Aufbau der ersten Systeme hat AddCom bereits Softwarelizenzen im Volumen von 500 TDM geordert. Durch diese Zusammenarbeit wird vor allem unsere Geschäftseinheit Vertical Markets an Bedeutung gewinnen.

Mit dem internationalen Marketing- und Kommunikationsunternehmen Incepta Group plc. (Citigate) wurde ein langfristiger Kooperationsvertrag geschlossen, der Openshop zum bevorzugten Partner für eCommerce-Projekte der in London ansässigen Gruppe macht. Beide Partner werden sich künftig weltweit gegenseitig unterstützen: Citigate wird in seinen eCommerce-Projekten bevorzugt Openshop-Produkte einsetzen. Openshop wird die Citigate.com Ltd. im Gegenzug als bevorzugten Web-Integrationspartner empfehlen. Die Kooperationsvereinbarung umfasst zusätzlich gemeinsame Marketingaktivitäten wie Messen, Öffentlichkeitsarbeit, gemeinsames Web-Marketing und die Veranstaltung von Matching Events mit wichtigen Kunden. Durch die weltweit 34 Niederlassungen erhält Openshop weitere Integrations- und Beratungspartner rund um den Globus.

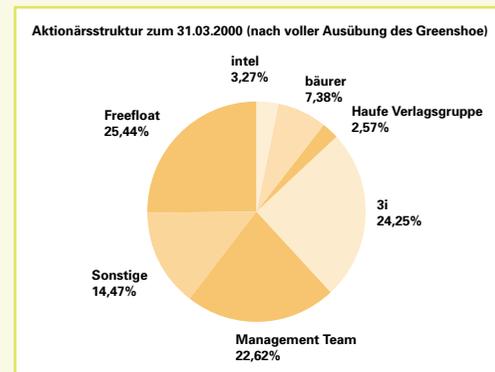
Mit dem Telekommunikationsdienstleister TelDaFax AG in Marburg konnte ebenfalls im ersten Quartal eine umfassende Kooperation im Bereich Hosting-Lösungen abgeschlossen werden, die durch Lizenzverkäufe sowie durch den Aufbau von komplexen Online-Shops geprägt ist. Durch die starke Präsenz von TelDaFax gerade bei kleineren und mittleren Unternehmen erhält Openshop Zugang zu diesem stark wachsenden Marktsegment. Diese Allianz wird die Geschäftseinheit Industry Technologies in Zukunft weiter stärken.

Im Bereich Forschung und Entwicklung liegt der Fokus derzeit darauf, die Leistungsfähigkeit unseres Stammproduktes Openshop Business durch eine Erweiterung der Funktionalitäten und die Bereitstellung weiterer Module zu erhöhen. Für das zweite Halbjahr 2000 ist die Markteinführung neuer Produkte vorgesehen, die sich vor allem durch eine noch größere Anzahl an Schnittstellen zu bestehenden EDV-Systemen und somit durch noch mehr Flexibilität auszeichnen. Die Arbeit an der neuen Hosting-Lösung, die sowohl die Einbindung von Online-Auktionen wie auch der WAP-Technologie ermöglicht, war darüber hinaus ebenfalls ein Schwerpunkt unserer Entwicklung.



Der **Börsengang** der OpenShop Holding AG war trotz der schwierigen Börsenphase vor allem für Technologiewerte sehr erfolgreich. Am Ende der Zeichnungsfrist verbuchten die Konsortialbanken eine fünfzigfache Überzeichnung. Der Emissionspreis konnte mit 54 Euro am oberen Ende der von 48 bis 54 Euro reichenden Bookbuilding-Spanne festgelegt werden. Insgesamt wurden zusammen mit dem Greenshoe 2,52 Mio. Aktien platziert. Dem Unternehmen floss durch die Erhöhung des Grundkapitals von 7,57 auf 9,5 Mio. Euro ein Bruttoerlös von 203,93 Mio. DM zu. Die Erstnotiz am 21. März 2000 lag mit 106 Euro deutlich oberhalb des Emissionspreises.

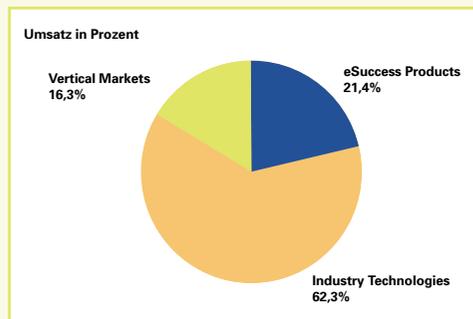
Rund 70% der Aktien konnten bei langfristig orientierten institutionellen Anlegern platziert werden. Hier waren wir mit einer Erfolgsquote von 88% bei den One-to-One-Meetings im Rahmen der Roadshow besonders erfolgreich. Gerade die internationalen Investoren sind von unserem Geschäftsmodell überzeugt. So wurden rund 39% der Aktien in Deutschland platziert, ca. 26% in Großbritannien, rund 10% in den USA und etwa 8% in der Schweiz. Mit einem hohen Anteil an langfristig orientierten Aktionären, einer breiten geographischen Streuung und einem großen Spektrum an unterschiedlichen Investoren konnten sämtliche Ziele einer erfolgreichen Platzierung erreicht werden.



Wir gehen davon aus, dass unsere stabile Aktionärsstruktur vor allem in der anhaltend schwierigen Börsenphase dazu beitragen wird, dass sich unsere Aktie mittelfristig als Newcomer im High-Tech-Segment relativ gut entwickeln wird, auch wenn die vergangenen Wochen aufgrund der allgemeinen Marktlage zu rückläufigen Kursen führten.

FINANZDATEN

Die Openshop-Gruppe hat ihr starkes Wachstum weiter fortgesetzt und konnte im ersten Quartal 2000 einen **Umsatz** von 3,01 Mio. DM erzielen. Damit wurde bereits nahezu der gesamte Vorjahresumsatz von 3,22 Mio. DM erreicht und der für das erste Quartal geplante Umsatz von 2,7 Mio. DM deutlich übertroffen. Besonders stark war wiederum das Geschäftsfeld Industry Technologies, das derzeit noch im Wesentlichen durch die Umsatzerlöse mit der bäurer AG in Höhe von 1,76 Mio. DM geprägt ist. Durch die Vielzahl an neuen Allianzen wird sich der Umsatz künftig auf eine deutlich höhere Zahl an Kunden verteilen.



Auch in den ersten drei Monaten dieses Geschäftsjahres stammte mit einem Anteil von 95% der überwiegende Teil der Umsätze aus dem Lizenzgeschäft. Der Anteil an Projekterlösen und sonstigen Umsätzen betrug damit wie geplant weniger als 15%. Der hohe Anteil an Lizenzerlösen ist vor allem auf unsere indirekte Vertriebsstrategie zurückzuführen, deren Kernelement die Realisierung der eCommerce-Projekte durch unsere Partner ist. Openshop kann sich dabei auf die Entwicklung und den Vertrieb von innovativer Software fokussieren.

Der Auftragsbestand betrug zum 31. März 2000 rund 7,1 Mio. DM. Gemäß den von uns angewandten US-Rechnungslegungsvorschriften (US-GAAP) werden diese Umsätze über einen Zeitraum bis zum Ende des Geschäftsjahres 2002 verteilt.



Auf der **Aufwandsseite** wurden ebenfalls Fortschritte gemacht. Während sich der Gesamtkostenblock planmäßig entwickelt hat, setzte Openshop seine Fokussierung der Investitionen auf die Bereiche Vertrieb, Marketing sowie Forschung und Entwicklung fort.

Hier spiegeln sich die zusätzlichen Marketingaktivitäten in Europa und den USA sowie die deutlich erhöhte Mitarbeiterzahl in diesem Bereich wider. Auch auf der weltweit bedeutendsten Branchenmesse, der CeBIT in Hannover im Februar dieses Jahres, war Openshop mit einem deutlich größeren Stand und einem größeren Umfang an Aktivitäten vertreten. Acht unserer Partner waren als aktive Aussteller am CeBIT-Messestand präsent – im Team mit 30 Mitarbeitern von Openshop, die als Ansprechpartner und für Produktpräsentationen zur Verfügung standen. Die Resonanz war überaus erfolgreich: Mehr als 700 Anfragen von Endkunden konnten an unsere Partner weitergegeben werden. Infolge der CeBIT-Aktivitäten gelang allein im Monat März die Gewinnung von 21 weiteren Partnerschaften.

Gleichzeitig wurde die indirekte Vertriebsstruktur in einzelnen Ländern Europas gezielt ausgebaut.

In den Aufwendungen für allgemeine Verwaltung sind im Wesentlichen Personalaufwendungen für internen Support und Verwaltung sowie Rechts- und Beratungskosten enthalten, von denen ein Teil indirekt durch den Börsengang verursacht wurde. Die direkt zuzuordnenden Börseneinführungskosten betragen ohne die Bankenprovisionen 4,6 Mio. DM und wurden entsprechend US-GAAP erfolgsneutral mit dem Eigenkapital verrechnet.

Im Forschungs- und Entwicklungsaufwand spiegeln sich die laufenden Vorleistungen für die neue Produktpalette wider, die im zweiten Halbjahr 2000 auf den Markt gebracht wird. Aufgrund der kostengünstigen Entwicklung einzelner Projekte in Rumänien konnte der Kostenanstieg – trotz einer deutlich höheren Kapazität durch die gestiegene Mitarbeiterzahl im Entwicklungszentrum in Ulm – begrenzt werden.

Die Zinsaufwendungen resultieren im Wesentlichen aus einer einmaligen Endvergütung für die stille Beteiligung der Technologie-Beteiligungsgesellschaft mbH, Bonn, in Höhe von TDM 338, da diese Mittel aufgrund des frühzeitig erfolgten Börsenganges vorzeitig zurückzuführen sind.

Die sonstigen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus konsolidierungsbedingten Erträgen aus Währungsumrechnung zusammen.

Der notwendige schnelle Unternehmensaufbau, um die großen Chancen unseres Marktes jetzt zu nutzen, führte vor diesem Hintergrund zu einem Fehlbetrag im Konzern von 3,0 Mio. DM. Dieser Wert liegt voll im Rahmen unserer Erwartungen. Das Ergebnis je Aktie (voll verwässert) beträgt im **1. Quartal 2000** - 0,39 DM (Vorjahr: - 0,32 DM).

Die Investitionen in Anlagevermögen beliefen sich im ersten Quartal 2000 auf TDM 378 (Vorjahr TDM 318). Hierbei handelte es sich im Wesentlichen um die Anschaffung von Hard- und Software für die Entwicklungsabteilung und die Vernetzung der einzelnen Bereiche.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	1.Quartal 2000 in TDM	1.Quartal 1999 in TDM
Umsatzerlöse	3.008	83
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-164	-10
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.844	73
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-3.026	-793
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-1.803	-591
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwert	-22	-22
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-879	-315
Verlust aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-2.886	-1.648
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	93	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-454	-17
Sonstige Erträge und Aufwendungen, netto	243	0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	0
Jahresfehlbetrag	-3.004	-1.665



Der dem Unternehmen zufließende Erlös aus dem Börsengang veränderte die Bilanzstruktur deutlich. Die Bilanzsumme stieg sprunghaft. Ausschlaggebend hierfür war vor allem die Erhöhung des Kassenbestandes und der kurzfristigen Anlagen auf über 200 Mio. DM. Gleichzeitig erhöhte sich auch das Eigenkapital entsprechend.

AKTIVA		
	31. März 2000 in TDM	31. März 1999 in TDM
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen	200.749	72
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.411	165
Nicht abgerechnete unfertige Leistungen abzüglich erhaltener Anzahlungen	11	0
Vorräte	7	0
Geleistete Anzahlungen	334	0
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Aktiva	217	207
Summe Umlaufvermögen	204.729	444
Sachanlagen, netto	1.217	372
Geschäfts- oder Firmenwert, netto	148	235
Erworbene Software, netto	64	40
Summe Anlagevermögen	1.429	647
	206.158	1.091

Der hohe Bestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beruht auf einer nach US-GAAP abweichenden Umsatzrealisierung und hat seine Gegenposition im passiven Rechnungsabgrenzungsposten.

Die kurzfristigen Bankverbindlichkeiten sowie die kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern resultieren aus den mit dem Börsengang zur Rückzahlung fällig gewordenen Venture-Capital-Mitteln der Technologie-Beteiligungsges. mbH (4,5 Mio. DM) sowie der 3i Group plc. (1,5 Mio. DM).

PASSIVA		
	31. März 2000 in TDM	31. März 1999 in TDM
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4.500	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.798	713
Personalarückstellungen und -verbindlichkeiten	229	105
Verbindlichkeiten aus Steuern	181	48
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	1.500	0
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	1.387	144
Rechnungsabgrenzungsposten	1.951	0
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten insgesamt	13.546	1.010
Langfristige Verbindlichkeiten		
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.000	1.000
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	0	878
Stille Gesellschaften	0	800
Eigenkapital Grundkapital	18.580	2.520
Kapitalrücklage	187.884	1.530
Forderungen gegen Gesellschafter	0	-3.818
Verlustvortrag	-11.321	-1.164
Ergebnis	-3.004	-1.665
Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	-527	0
Eigenkapital insgesamt	191.612	-2.597
	206.158	1.091



Die Cash-Flow-Entwicklung steht ebenfalls eindeutig im Zeichen des erfolgreichen Börsenganges, in dessen Rahmen – bereinigt um die Börseneinführungskosten von 15,8 Mio. DM – ein Nettozufluss von 188,1 Mio. DM erzielt werden konnte. Der Cash-Flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit war

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG		
	1. Quartal 2000 in TDM	1. Quartal 1999 in TDM
Cash-Flow aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit:		
Jahresfehlbetrag	-3.004	-1.665
Abschreibungen auf Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	147	32
Veränderungen des Working Capitals		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	937	-83
Nicht abgerechnete unfertige Leistungen abzüglich erhaltener Anzahlungen	21	0
Vorräte	4	0
Geleistete Anzahlungen	0	0
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Aktiva	324	-137
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.959	469
Personalarückstellungen und -verbindlichkeiten	-135	60
Verbindlichkeiten aus Steuern	-153	37
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	800	57
Rechnungsabgrenzungsposten	-1.922	0
Nettoausgaben aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-22	-1.230

zum einen durch einen gegenüber der Vorjahresperiode höheren Fehlbetrag geprägt. Gleichzeitig stiegen die Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Börsengang deutlich an. Die Veränderung im Rechnungsabgrenzungsposten spiegelt die Umsatzabgrenzung nach US-GAAP wider.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG		
	1. Quartal 2000 in TDM	1. Quartal 1999 in TDM
Cash-Flow aus dem Investitionsbereich:		
Investitionen in Sachanlagen	-348	-303
Investitionen in erworbene Software	-30	-15
Nettoausgaben aus dem Investitionsbereich	-378	-318
Cash-Flow aus dem Finanzierungsbereich:		
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4.500	-29
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	1.500	-78
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	-1.500	625
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	-4.500	800
Kapitalerhöhungen	188.124	0
Nettoeinnahmen aus dem Finanzierungsbereich	188.124	1.318
Differenz aus Währungsumrechnung	-235	0
Zunahme der flüssigen Mittel und kurzfristigen Kapitalanlagen	187.489	-230
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen – Beginn des Geschäftsjahres	13.260	302
Flüssige Mittel und kurzfristige Kapitalanlagen – Ende des Geschäftsjahres	200.749	72
Weitere Zusatzinformationen:		
Geleistete Zahlungen während des Geschäftsjahres für Zinsen	11	18
Geleistete Zahlungen während des Geschäftsjahres für Ertragsteuern	0	0



OpenShop konnte auch im ersten Quartal 2000 zahlreiche neue Mitarbeiter für das Unternehmen gewinnen. Seit März 1999 stieg die Mitarbeiterzahl von 33 auf 74. Schwerpunkt des Personalausbaus waren hierbei die Bereiche Vertrieb und Entwicklung. Zum 31. März 2000 stellt sich die Mitarbeiterstruktur im Konzern wie folgt dar:

DIE MITARBEITERSTRUKTUR ZUM 31.03.2000 STELLT SICH WIE FOLGT DAR:

OpenShop Internet Software GmbH, Deutschland:	58 Mitarbeiter
• Finance & Organisation	5 Mitarbeiter
• Research & Development	17 Mitarbeiter
• Quality Management & Professional Services	14 Mitarbeiter
• Sales & Marketing/ Product Management	22 Mitarbeiter
OpenShop Holding AG, Deutschland	7 Mitarbeiter
OpenShop Internet Software Inc., USA	9 Mitarbeiter
<hr/>	
Openshop-Gruppe	74 Mitarbeiter

Mit Wirkung zum 23. Januar 2000 wurde Dr. Roland Mecklinger für Prof. Helmut Merkel in den Aufsichtsrat entsandt. Herr Dr. Mecklinger war zuvor Vorstandsvorsitzender der Alcatel SEL AG, Stuttgart, und hält noch verschiedene Aufsichtsratsmandate innerhalb der Alcatel-Gruppe und der Schmalbach-Lubeca AG. Auch durch die vielfältigen Beirats- und Verbandstätigkeiten kann Herr Dr. Mecklinger neben seinen unternehmerischen Erfahrungen wesentliche Kontakte zu möglichen Kooperationspartnern und Kunden einbringen.

Um auch in der Zukunft ein interessanter Arbeitgeber für hoch qualifiziertes Personal zu sein, hat OpenShop im Rahmen des Börsenganges ein Stock-Option-Programm aufgelegt, an dem sämtliche Mitarbeiter teilhaben. Insgesamt wurden 756.911 Optionen zum Bezug von Aktien der OpenShop Holding AG geschaffen, wovon im Rahmen des Börsenganges in einer ersten Tranche 29.888 Optionen an den Vorstand und 171.289 Optionen an die Mitarbeiter ausgegeben wurden.



Die hohe Nachfrage nach eCommerce-Software-Lösungen hat sich auch nach Quartalsschluss fortgesetzt. Die Imagekampagne im Rahmen des Börsenganges hat den Bekanntheitsgrad unserer Marke und der Produkte erheblich gesteigert. Im Zusammenspiel mit der Erweiterung der Produktpalette sowie dem Multiplikatoreffekt, vor allem aus der Zusammenarbeit mit weltweiten Distributoren und Vertriebspartnern, wird die Nachfrage nach unseren Produkten weiter zunehmen.

Um die Verbreitung der Openshop-Standardsoftware weiter zu stärken, führen wir derzeit zahlreiche weitere Kooperationsgespräche im In- und Ausland. Wir planen mit den Mitteln aus dem Börsengang noch in diesem Jahr erste Akquisitionen, um unsere Kapazitäten und unser Know-how vor allem im ERP-Bereich weiter auszubauen.

Durch den Abschluss neuer Partnerschaften werden wir die Marktpräsenz bei Telekommunikationsunternehmen und Internet Service Providern weiter stärken. Im Mittelpunkt steht hier unsere Hosting-Lösung, ein Multi-Vendor-System, in dem eine beliebige Anzahl von Online-Shops eingerichtet werden kann. Die Shops können direkt über das Internet innerhalb kürzester Zeit installiert und gepflegt werden. Seit der Produkteinführung im September 1999 haben sich bereits eine Vielzahl an Internet Service Providern für den Einsatz dieser

Lösung von Openshop entschieden. Mit der verstärkten Präsenz bei Telekommunikationsanbietern und Internet Service Providern rundet Openshop seine Position als umfassender eBusiness-Lösungsanbieter ab.

Einer der Zielmärkte für 2000 sind die USA. Hier werden wir unsere Marketing- und Vertriebsaktivitäten mit den Mitteln aus dem Börsengang und mit Hilfe unseres Kooperationspartners Intel erheblich intensivieren.

Trotz des hohen Unternehmenswachstums wird auch in diesem Jahr ein deutlicher Jahresfehlbetrag entstehen, da der weitere schnelle Unternehmensaufbau, insbesondere durch unsere Investitionen im Bereich Marketing und Vertrieb, das Betriebsergebnis belasten wird. Durch den erfolgreichen Börsengang und die uns zugeflossenen Mittel sind wir aber hervorragend positioniert, um diese notwendige Phase bis zum Erreichen des Break-even schnellstmöglich zu durchlaufen.

Ulm, im Mai 2000

Der Vorstand