



## Geschäftsbericht 1999

Unsere Vision ist die Digital Economy – die vollautomatische  
Abwicklung von Geschäftsprozessen zwischen Lieferanten, Händlern  
und Kunden über das Internet



**INTERSHOP**  
*Creating the Digital Economy*

## Konzern-Kennzahlen (US-GAAP)

in Mio. €, außer Mitarbeiter- und Aktiendaten

|                                       | 1997  | 1998   | 1999   | 98 vs. 99<br>in % |
|---------------------------------------|-------|--------|--------|-------------------|
| <b>UMSATZ UND ERGEBNIS</b>            |       |        |        |                   |
| Umsatzerlöse                          | 5,0   | 17,9   | 46,3   | 159               |
| Lizenzen                              | 2,9   | 11,3   | 29,5   | 161               |
| Services, Wartung und Sonstige        | 2,1   | 6,6    | 16,7   | 153               |
| Rohertrag                             | 2,3   | 12,4   | 33,0   | 167               |
| Rohertragsquote in %                  | 47    | 69     | 71     | 3                 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten    | 1,0   | 4,4    | 7,1    | 63                |
| Marketing- und Vertriebskosten        | 4,7   | 18,4   | 34,8   | 89                |
| Allgemeine und Verwaltungskosten      | 3,5   | 6,7    | 11,2   | 67                |
| Betriebsergebnis                      | - 6,8 | - 19,0 | - 20,1 | 6                 |
| Betriebsergebnis in % vom Umsatz      | - 135 | - 106  | - 43   | - 59              |
| Jahresergebnis                        | - 7,0 | - 17,3 | - 18,4 | 6                 |
| <b>CASHFLOW</b>                       |       |        |        |                   |
| Cashflow aus operativer Tätigkeit     | 2,6   | - 21,0 | - 24,4 | 16                |
| Cashflow aus dem Investitionsbereich  | - 2,0 | - 3,8  | - 7,5  | 98                |
| Cashflow aus dem Finanzierungsbereich | 4,1   | 52,7   | 9,8    | - 81              |
| <b>BILANZ PER 31.12.</b>              |       |        |        |                   |
| Liquide Mittel                        | 5,1   | 34,2   | 12,1   | - 65              |
| Gesamtvermögen                        | 10,7  | 47,2   | 53,8   | 14                |
| Verbindlichkeiten                     | 15,3  | 13,0   | 30,9   | 138               |
| Eigenkapital                          | - 4,6 | 34,2   | 22,9   | - 33              |
| in % des Gesamtkapitals               | - 43  | 72     | 43     | - 41              |
| <b>AKTIE</b>                          |       |        |        |                   |
| Jahresfehlbetrag je Aktie in €        | -1,19 | - 1,44 | - 0,97 | -33               |
| Jahresschlusskurs je Aktie in €       | -     | 41,93  | 280,0  | 568               |
| <b>MITARBEITER</b>                    |       |        |        |                   |
| Mitarbeiter per 31.12.                | 179   | 353    | 544    | 54                |

**INTERSHOP** entwickelt und vertreibt »state of the art«  
Software für höchste Ansprüche im e-commerce.  
Wir versetzen unsere Kunden in die Lage, mit einer breiten  
Palette innovativer e-commerce Geschäftsmodelle alle  
denkbaren Vertriebsmöglichkeiten für ihre Produkte und  
Dienstleistungen in der Digital Economy zu nutzen –  
wir nennen das »Sell Anywhere«.

Vorwort 2 | Unternehmen und Produkte 4 | e-commerce Stories 10 | Mitarbeiter 16 | Aktie 18 |  
Finanzen 21 | Organe 68 | Konzernstruktur 69 | Standorte 69 | Historie 70 | Glossar 71 |



### Sehr geehrte Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und Partner,

stellen Sie sich eine Welt vor, in der jedes Unternehmen sämtliche Geschäftsvorgänge mit Lieferanten, Vertriebspartnern und Kunden über das Internet abwickelt. Das ist die Digital Economy. INTERSHOP hat sich dieser Vision der Digital Economy verpflichtet, bei der Geschäftstransaktionen über das Internet, der grenzenlose Vertrieb sowie »silent commerce« – die automatische Auftragsabwicklung von Maschine zu Maschine – ebenso zum Wirtschaftsalltag gehören wie die Verwendung intelligenter, drahtloser Endgeräte, die den breiten Zugang zum e-commerce ermöglichen.

Laut den Prognosen der Marktforscher soll der Markt für den Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet, der bereits heute einen Wert von vielen Milliarden US-Dollar hat, in absehbarer Zeit die Billionengrenze überschreiten. Als einer der weltweit führenden Anbieter von e-commerce-Lösungen hat sich INTERSHOP zur Aufgabe gemacht, Produkte zu entwickeln, die dank ihrer Funktionalität und Leistungsstärke diese Digital Economy ermöglichen sowie bestehende und neue e-commerce-Geschäftsmodelle unterstützen. Unsere Produkte

richten sich an Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen direkt über das Internet vertreiben, sowie an Unternehmen, die Anderen den Online-Vertrieb ermöglichen.

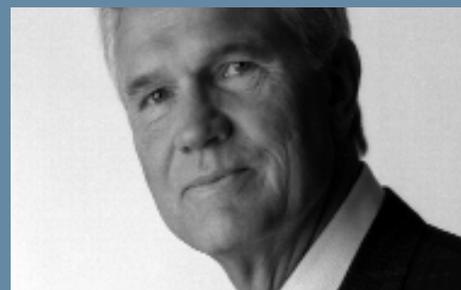
1999 war das bisher erfolgreichste Jahr in der Geschichte von INTERSHOP. Wir konnten die hohen Erwartungen des Marktes in Bezug auf Wachstum und die erfolgreiche Einführung neuer Produkte klar erfüllen und sogar noch übertreffen. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 159 % auf über 46 Mio. €. Wir haben unsere Kundenbasis deutlich vergrößert und die Zahl der verkauften Lizenzen auf weit über 100.000 im Jahresverlauf mehr als verzehnfacht. INTERSHOP setzte außerdem seine weltweite Expansion mit dem Aufbau neuer Niederlassungen fort, um die besonders wachstumsstarken und zukunftssträchtigen Märkte noch besser bedienen zu können.

Durch neue strategische Partnerschaften und die Akquisition bedeutender Neukunden im Enterprise-Bereich hat INTERSHOP die Bekanntheit und Präsenz in seinen Kernmärkten weiter erhöht. Auch das Management wurde durch den Einstieg neuer Spitzenkräfte verstärkt. Führende Marktforschungsunternehmen stufen INTERSHOP als den wachstumsstärksten Anbieter von sell-side e-commerce-Software ein. Einen Höhepunkt in der Entwicklung des Unternehmens bildete die INTERSHOP OPEN 99

in New York, unsere erste weltweite Konferenz, mit mehr als 1.300 Teilnehmern, darunter wichtige Vertreter der Presse und namhafte Analysten, die sich mit den führenden Technologien und Strategien auf dem Gebiet e-commerce beschäftigen.

INTERSHOP bietet eine umfassende Palette von Produkten für die unterschiedlichsten e-commerce Bedürfnisse von Unternehmen für heute und morgen an. INTERSHOP ePages und Hosting sind zwei weit verbreitete Produkte für Internet Service Provider und Application Service Provider, die kleine und mittlere Unternehmen mit modernen e-commerce-Lösungen versorgen, die schnell implementiert werden können und dem Kunden eine hohe Funktionalität zu einem attraktiven Preis bieten.

Das im Oktober 1999 vorgestellte und ab November ausgelieferte Produkt INTERSHOP infinity bildet einen weiteren wichtigen Meilenstein für das Unternehmen. INTERSHOP infinity ist die erste sell-side e-commerce-Lösung mit objektorientierter Java-Technologie, die auch innovative Industriestandards wie Extensible Markup Language (XML) unterstützt. Mit INTERSHOP infinity sind Kunden in der Lage, ihre Produkte und Dienstleistungen praktisch überall zu vertreiben – über herkömmliche Online-Shops, Partner-Websites und Einkaufsnetzwerke ebenso wie über Online-



Marktplätze und Portale – sowie eigene Marktplätze zu betreiben. Dank der Unterstützung des Wireless Application Protocol (WAP) ist Mobile Commerce per Handy oder Personal Digital Assistant (PDA) ebenfalls möglich. Mit seinen vorkonfigurierten und individuell anpassungsfähigen Pipelines lässt sich INTERSHOP enfinity problemlos in bestehende externe und interne Geschäftssysteme wie Enterprise Resource Planning (ERP) Systeme, Customer Relationship Management (CRM) Systeme und Mainframe-Applikationen des Kunden integrieren. INTERSHOP enfinity ist von Beginn an ein großer Markterfolg. Über 50 INTERSHOP enfinity-Lizenzen wurden bereits verkauft und viele darauf aufbauende e-commerce-Systeme sind schon erfolgreich in Betrieb.

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Jahres 1999 richten wir den Blick auf das Jahr 2000 und darüber hinaus. Wir rechnen in diesem Zeitraum weiterhin mit einer starken Nachfrage nach e-commerce-Lösungen. Neben endkundenorientierten Lösungen ermöglichen INTERSHOP-Produkte auch den Vertrieb von Waren und Dienstleistungen im Bereich Business-to-Business.

Die grundlegende Zielsetzung von INTERSHOP bleibt dabei unverändert: Wir werden im laufenden Jahr 2000 weiter daran arbeiten, unsere Führungsposition auf dem Markt für e-commerce-Lösungen durch die Entwicklung und den Vertrieb von Softwareprodukten für die Digital Economy auszubauen. Es ist unser Ziel,

- unseren Kunden eine innovative Technologie zu bieten, die die erfolgreiche Implementierung ihrer e-commerce-Strategie ermöglicht,
- unsere Partner dabei zu unterstützen, mit unseren Produkten und Dienstleistungen erfolgreich zu sein,
- unseren Mitarbeitern ein erstklassiges Arbeitsumfeld zu bieten, das sie bei der Definition und Umsetzung der Digital Economy fördert,
- für unsere Aktionäre einen hohen Shareholder Value zu schaffen.

Um seine weltweite Führungsposition abzusichern und von der starken Nachfrage nach e-commerce-Lösungen zu profitieren, wird INTERSHOP weiterhin in die Entwicklung und den Vertrieb seiner Produkte sowie in die Expansion des Unternehmens nachhaltig

investieren. Unsere obersten Prioritäten sind die Stärkung unserer technologischen Führungsrolle in allen Produktkategorien, die Einstellung von Spitzenkräften und die Erhöhung der Marktpräsenz, insbesondere in den USA und Asien. Sollten die Voraussetzungen stimmen, wird INTERSHOP auch strategische Investitionen in Betracht ziehen.

An dieser Stelle möchten wir allen Aktionären, Mitarbeitern, Partnern und Kunden für ihr Vertrauen, ihre Unterstützung und ihre Loyalität danken. Wir sind davon überzeugt, dass wir den Umsatz im Jahr 2000 durch weitere Vertriebsfolge deutlich steigern können. Als Unternehmen arbeiten wir entschlossen daran, unsere ehrgeizigen Ziele zu erreichen.

Eckhard Pfeiffer  
Vorsitzender  
des Aufsichtsrats

Stephan Schambach  
Vorsitzender  
des Vorstands





# Unternehmen und Produkte

Als einer der weltweit führenden Anbieter von e-commerce-Software gestaltet INTERSHOP die Digital Economy. Mit »state of the art« Technologien und

wegweisenden e-commerce-Geschäftsmodellen realisieren wir für unsere Kunden die »Sell Anywhere«-Philosophie im Internet.

## INTERSHOP gestaltet die Digital Economy

INTERSHOP ist einer der weltweit führenden Anbieter von »state of the art« e-commerce-Software und gleichzeitig eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen in diesem Bereich. Unsere Vision ist die Digital Economy: die Abwicklung aller Geschäftsprozesse über das Internet und deren globale Vernetzung. INTERSHOP entwickelt und vertreibt e-commerce-Softwareprodukte für den Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen im Internet, die durch ihre Leistungsfähigkeit, Funktionalität und flexible Unterstützung der entsprechenden Geschäftsmodelle die Digital Economy möglich machen.

INTERSHOP gehört bereits seit 1994 zu den Pionieren im e-commerce und ist eine treibende Kraft in der globalen e-commerce-Entwicklung. Aufgrund der langjährigen Erfahrung kennen wir die Bedürfnisse unserer Kunden. Dank INTERSHOPs Spitzentechnologien und der Unterstützung einer Vielzahl visionärer Geschäftsmodelle genießen unsere Kunden heute entscheidende Wettbewerbsvorteile im e-commerce. Mit 23 Standorten ist INTERSHOP weltweit präsent und betreut über 3.000 namhafte internationale Kunden aus allen Branchen, sowohl im Business-to-Business- als auch im Business-to-Consumer-Bereich.

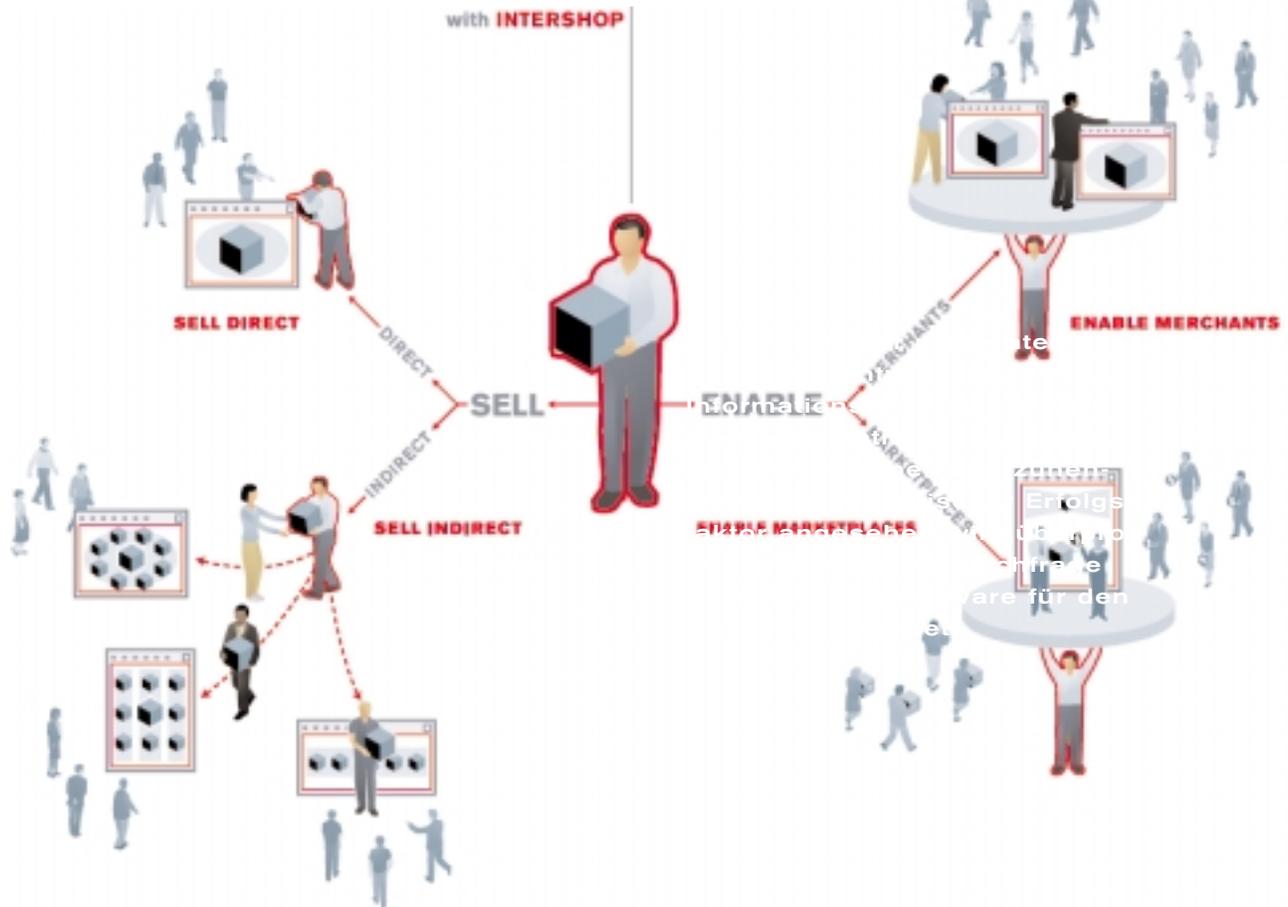
Zu unseren Kunden gehören Großunternehmen, die selbst e-commerce betreiben, sowie Commerce Service Provider (CSP) und Application Service Provider (ASP), die andere Unternehmen beim e-commerce Outsourcing unterstützen. Mit über 100.000 verkauften Lizenzen nimmt INTERSHOP weltweit die Führungsposition bei der Anzahl von installierten e-commerce Websites ein.

Um unseren Kunden zur bestmöglichen Umsetzung ihrer e-commerce-Strategie zu verhelfen, arbeitet INTERSHOP weltweit mit mehr als 800 strategischen Partnern zusammen. Dazu gehören global agierende Systemintegratoren, IT-Dienstleister und Multimedia-Agenturen sowie Technologiepartner und Anbieter von marktführenden Hardware- und Software-Plattformen.

### Revolution durch e-commerce

Die Entwicklung des Internets hat in den letzten Jahren explosionsartig zugenommen. Dabei gilt das Internet längst nicht mehr als reines Kommunikations- und Informationsmedium. Mit der wachsenden Bedeutung des e-commerce und der globalen Vernetzung der Marktteilnehmer ändert sich die Geschäftswelt grundlegend. Die damit verbundenen Möglichkeiten zur Steigerung der Effizienz, Produktivität und Marketingeffektivität sowie zur Vertiefung der Kundenbeziehungen schaffen völlig neue Erfolgsvoraussetzungen für jedes Unternehmen. Mit der Verlagerung von Geschäftsprozessen auf das Internet entsteht die »New Economy«, die in neuen wie in traditionellen Industrien eine bisher unbekannte Dynamik auslöst. Unternehmen, die heute nicht das Potenzial von e-commerce nutzen, laufen Gefahr, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden.

## Sell anywhere



Das Potenzial von e-commerce ist gewaltig. Im Bereich Business-to-Consumer gilt der Online-Handel mittlerweile als Mainstream-Business mit einem Umsatz von bereits 22 Mrd. US\$ im Jahr 1999. Innerhalb von fünf Jahren soll sich das Marktvolumen auf 380 Mrd. US\$ vervielfachen. Noch größer ist das Transaktionsvolumen im Business-to-Business-Bereich mit einem geschätzten Anstieg auf über 2 Milliarden US\$, im Vergleich zu rund 90 Mrd. US\$ im Jahr 1999.

Unternehmen, die an diesem wachsenden Markt erfolgreich partizipieren wollen, benötigen eine Technologie, die Leistungsfähigkeit, Funktionalität und Kompatibilität mit bestehenden wie auch neuen Protokollen und Standards bietet, sowie Lösungen, die sich problemlos und effizient in vorhandene Systeme integrieren lassen. Trotz des technologischen Fortschritts bleibt jedoch die

Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer im Zentrum wirtschaftlichen Handelns. Voraussetzung für den Erfolg im e-commerce ist daher die Wahl der richtigen Geschäftsmodelle, die über die reine Übertragung traditioneller Geschäftsprozesse hinausgehen. Neue Entwicklungen wie Mobile Commerce, Distributed Commerce, Silent Commerce, und neue Technologien wie XML, WAP und Java markieren die vielfältigen Möglichkeiten des e-commerce von heute. INTERSHOP hat diesen Trend bereits frühzeitig erkannt und Produkte entwickelt, die diese wie auch zukünftige Geschäftsmodelle dank ihrer offenen und anpassungsfähigen Architektur abbilden können und den Kunden damit Flexibilität und Zukunftssicherheit für ihre Investition geben.

### Unsere Philosophie heißt Sell Anywhere

Mit INTERSHOP-Lösungen können Unternehmen auf zweierlei Weise e-commerce-Applikationen einsetzen: Sie können entweder ihre eigenen Produkte und Dienstleistungen online vertreiben (»Sell«) oder aber andere Unternehmen dazu in die Lage versetzen (»Enable«).

Um das Potenzial des Internets als Vertriebskanal und Marketinginstrument maximal ausschöpfen zu können, ist es für Unternehmen häufig nicht ausreichend, ihre Produkte nur auf der eigenen Website anzubieten. Neben dem Vertrieb direkt an Unternehmen und Endkunden bietet das Internet auch zahlreiche Möglichkeiten für den indirekten Vertrieb, z.B. über Partner-Websites, digitale Marktplätze und Händler-Websites.

Wir nennen diesen Ansatz »Sell Anywhere«. Der Vertrieb über multiple Vertriebskanäle im Internet ist ein wesentlicher Baustein der Digital Economy.

Beim »Enable«-Ansatz stellen Unternehmen Dritten e-commerce-Lösungen zur Verfügung (Hosting) und ermöglichen ihnen damit den schnellen und einfachen Zugang zum e-commerce, ohne dass diese eigene Investitionen tätigen müssen. Anbieter solcher Hosting-Services, wie Commerce Service Provider, Application Service Provider, aber auch andere Unternehmen, erschließen damit eine sehr attraktive Einnahmequelle mit enormem Wachstumspotenzial. Sie können sich so von Mitbewerbern differenzieren, Kundenloyalität aufbauen sowie sich dadurch profilieren, dass sie Produkte anbieten, die mit wachsenden Anforderungen problemlos mithalten können.

Im Rahmen der Sell Anywhere-Philosophie unterstützt INTERSHOP vier e-commerce-Business Modelle:

### Sell Direct

»Sell direct« bedeutet den direkten Verkauf von Produkten und Dienstleistungen an Unternehmen oder Endverbraucher. Im Bereich Business-to-Business unterstützt INTERSHOP die nahtlose Integration in bestehende Geschäftssysteme. Im Bereich Business-to-Consumer lassen sich Sites mit entsprechenden Personalisierungs- und Marketingmöglichkeiten erstellen, die Kunden nicht nur einmalig begeistern, sondern auch immer wieder zurückkehren lassen.

### Sell Indirect

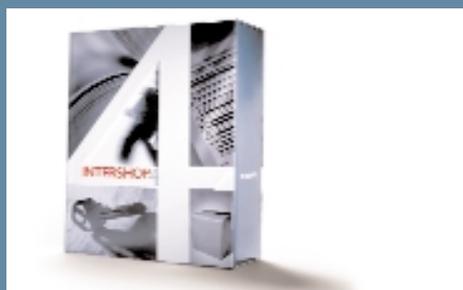
Neben dem Vertrieb über eine eigene Website lassen sich Kunden auch über weitere Online-Vertriebswege ansprechen. INTERSHOP unterstützt drei Möglichkeiten des indirekten Vertriebs: Vertrieb über Partner-Websites (affiliate selling), Vertrieb auf Online-Marktplätzen (selling on marketplaces), sowie e-commerce über bestehende Vertriebspartner im »klassischen« Vertriebsnetz (e-commerce enabled channel).

### Enable Merchants

Das »Enable Merchants«-Modell ermöglicht CSPs und ASPs, kleinere und mittlere Unternehmen mit eigenen e-commerce-Anwendungen zu versorgen. Dabei können zwei Formen unterschieden werden: Store-Hosting (Installation und Verwaltung einer großen Anzahl von e-commerce-Websites) und Application-Hosting (umfassendes Outsourcing von hochwertigen e-commerce-Systemen, z.B. die Übernahme der kompletten Auftragsabwicklung). Die Produktreihe INTERSHOP 4 ist eine umfassende Softwareplattform für jede Form von e-commerce-Hosting, die zudem einen nahtlosen Upgrade-Pfad zur Anpassung an ein wachsendes Geschäftsvolumen bietet.

### Enable Marketplaces

Das Internet eignet sich ideal zum Betreiben von Marktplätzen, auf denen eine Vielzahl von Händlern ihre Waren nebeneinander anbieten. Online-Marktplätze bedeuten für die Kunden eine hohe Angebotsvielfalt und für die Händler ein deutlich höheres Absatzpotenzial. Mit der leistungsstarken e-commerce-Standardsoftware von INTERSHOP lassen sich auch verschiedene Marktplatzszenarien schnell und einfach realisieren.



### Produkte für die Digital Economy

Die Produktlinien INTERSHOP 4 und INTERSHOP enfinity ermöglichen die Realisierung der gesamten Bandbreite von »Sell Anywhere«-Geschäftsmodellen im Internet.

#### INTERSHOP 4

INTERSHOP bietet mit der Produktreihe INTERSHOP 4-Lösungen speziell für ASPs an, die anderen Unternehmen eine e-commerce-Präsenz ermöglichen. Mit ihrem Dreistufenmodell schafft die INTERSHOP 4 Produktlinie höchste Flexibilität und einen klar definierten Upgrade-Pfad:

#### INTERSHOP ePages

Mit INTERSHOP ePages können ASPs preiswerte e-commerce-Sites als Einstiegslösung für den Masseneinsatz anbieten. Die Händler richten die e-commerce-Websites mit Hilfe von automatisierten Funktionen per Browser selbst ein. Mit steigendem Geschäftsvolumen kann die Site entsprechend ausgebaut werden.

#### INTERSHOP Hosting

Für Händler, die Individualisierungsmöglichkeiten benötigen, z.B. erweiterte Business-Management-Funktionen und größere Flexibilität beim Site-Design, schafft INTERSHOP Hosting beste Voraussetzungen. Da ASPs die e-commerce-Systeme von mehreren Kunden gleichzeitig auf einem Server hosten – d.h. betreiben – ist diese Lösung besonders kostengünstig und bietet darüber hinaus die Möglichkeit, den Grad an Service und Performance individuell festzulegen.

#### INTERSHOP Merchant

INTERSHOP Merchant ist eine Single Server Lösung, mit der ASPs ihren Kunden leistungsfähige e-commerce-Sites anbieten, die auch höchste Anforderungen an Geschwindigkeit, Speicherkapazität und Datenbankperformance erfüllen. INTERSHOP Merchant erlaubt ASPs die Anpassung und Integration entsprechend den spezifischen Wünschen ihrer Kunden.

#### INTERSHOP enfinity

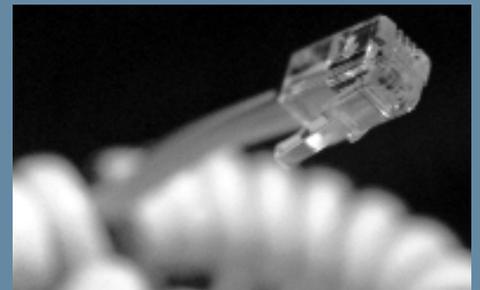
INTERSHOP enfinity ist eine komplette sell-side e-commerce-Applikation für höchste Ansprüche, die modernste Vertriebsformen unterstützt und sich problemlos in bestehen-

de Geschäftssysteme (einschließlich ERP- und CRM-Systeme) integrieren lässt. Diese einzigartige Lösung ermöglicht sowohl den direkten als auch den indirekten Online-Vertrieb. Durch die offene, XML- und Java-basierte Architektur ergeben sich nahezu unbegrenzte Erweiterungs- und Anpassungsmöglichkeiten auch noch weit in der Zukunft. Mit modernsten Funktionalitäten zum »Intelligent Merchandising« ausgestattet, bietet INTERSHOP enfinity ideale Voraussetzungen für den e-commerce-Erfolg.

#### INTERSHOP Services

Der Bereich INTERSHOP Professional Services, das globale Support Team sowie unser Netzwerk von mehr als 600 Vertriebspartnern und Systemintegratoren gewährleisten einen umfangreichen Service für alle Produkte vor, während und nach der Implementierung.



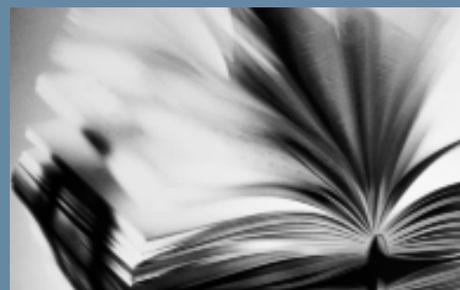


## e-commerce Stories

Seit über vier Jahren helfen wir unseren Kunden bei der Umsetzung ihrer e-commerce-Strategie – mit Software-Lösungen, die die Realisierung innovativer e-commerce-Geschäftsmodelle innerhalb kürzester Zeit bei einem Maximum an Flexibilität,

Zukunftssicherheit und Return-on-investment ermöglichen. Weltweit über 3.000 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen profitieren von unserer langjährigen Erfahrung bei der Entwicklung und Implementierung von e-commerce-Lösungen.

## Sell direct to Consumers: Waterstone's



»Der Internet-Handel gewinnt immer mehr an Bedeutung, und der Kauf von Büchern ist dabei

besonders beliebt. Es liegt also nahe, jetzt unseren e-commerce-Service aufzurüsten. Wir wollen die rentabelste Buchhandlung der Welt werden, ohne dabei unsere Herkunft zu vergessen. Mit dem Store

sind wir mit unserem individuellen Erscheinungsbild auch im Internet vertreten.«

Andrew Hatton  
Waterstone's

Waterstone's ist erfolgreich mit einem »Sell direct«-Geschäftsmodell im Business-to-Consumer-Bereich: Als die führende Buchhandlung Großbritanniens ihren Internet-Auftritt noch attraktiver gestalten und gleichzeitig die positive Ausstrahlung auf alle seine 180 Filialen erhöhen wollte, wurde mit INTERSHOP-Produkten eine flexible und skalierbare e-commerce-Lösung implementiert.

Waterstone's stellte sehr hohe Anforderungen nicht nur an die technische Lösung, sondern auch an den Zeit- und Finanzrahmen. Außerdem legt Waterstone's viel Wert darauf, dass die Online-Vertriebslösung das traditionelle Image des Unternehmens berücksichtigt,

denn die für ihre Liebe zur Literatur bekannte Waterstone's-Kette will ihre traditionellen Buchläden keinesfalls vernachlässigen. Tatsächlich wurden die Implementierungsarbeiten trotz der anspruchsvollen Projektziele in nur vier Monaten abgeschlossen – ein Beweis für die Überlegenheit der INTERSHOP-Technologie.

Zu den technischen Vorgaben gehörte die Unterstützung von mindestens 50.000 Website-Kontakten pro Tag, von einer Datenbank mit über einer Million Titeln, von fünf Volltextsuchen pro Sekunde sowie die zuverlässige 24x7-Stunden-Verfügbarkeit des Stores. Die leistungsfähigen und benutzerfreundlichen Standardfunktionen der INTERSHOP-Technologie wie Backoffice-Management, detaillierte Reportingtools und ein erweiterbares Technologie-Framework spielten bei der

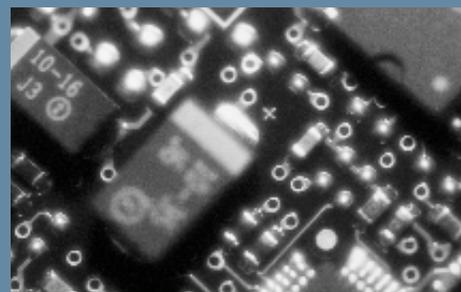
termingerechten Umsetzung eine entscheidende Rolle. INTERSHOPs Software gewährleistet volle Kontrolle des Content Management sowie ein Stagingverfahren zur täglichen Prüfung und Ergänzung der Seiten. Die flexible Architektur erlaubt die Integration der speziellen Suchfunktionen von Alta Vista, die für die komplexe Suche nach Buchtiteln in der angeschlossenen Oracle 8 Datenbank notwendig ist, wie z.B. Fuzzy-Logik und phonetische Suche. In der nächsten Phase will sich Waterstone's auf das One-to-One-Marketing sowie auf die Auslieferung von Büchern durch Integration der INTERSHOP-Software in das bestehende Auftragsmanagementsystem auf einer IBM AS 400-Plattform konzentrieren.



»Wir wollen eine stabile, praxisgerechte Lösung nach dem Motto 'No Fuss'. INTERSHOP und die Deutsche Telekom verfügen über die Produkte

und das Know-how zur Erfüllung der Bedürfnisse unserer Partner.«

Dirk Roesener, Leiter des e-commerce-Programms bei Compaq



## Sell indirect: Compaq

Zur Realisierung eines »Sell indirect«-Geschäftsmodells hat Compaq Deutschland, Deutschland-Niederlassung des weltweit größten Computerherstellers, das Produkt INTERSHOP Hosting eingesetzt. Im Rahmen eines »e-commerce enabled channel«-Konzepts bezieht das Unternehmen seinen traditionellen Vertriebskanal in die gesamte e-commerce-Strategie ein. Mit über 3.000 e-commerce-fähigen Vertragshändlern in Deutschland und einer stark frequentierten Website verfügt Compaq nun über eine erstklassige Plattform für erfolgreichen Online-Vertrieb.

Um das Potenzial des Online-Handels zu nutzen, ohne das bestehende Händlernetz zu gefährden, entschied sich Compaq dafür, die Händler fit für die Zukunft zu machen. Dazu wählte Compaq eine e-commerce-Lösung auf Basis von INTERSHOP-Technologie. Das Hosting, die Implementation und die Benutzerschulung erfolgte durch die Deutsche Telekom AG. Durch die Wahl der Standardsoftware von INTERSHOP waren

knapp drei Monate nach Festlegung des Projektumfangs die ersten Compaq-Partner-Shops im Internet.

Die Anwendung des Produkts INTERSHOP Hosting versetzt die Compaq-Vertragshändler in die Lage, innerhalb von nur zwei Tagen eine eigene professionelle e-commerce-Präsenz aufzubauen. Das Shopdesign lässt sich mittels einer großen Auswahl von Designvorlagen individuell anpassen und mit dem typischen Compaq-Look verbinden. Bei diesem Modell betreiben die Vertriebspartner ihre eigenen Online-Stores, in denen vorab die neuesten Katalogdaten von Compaq eingestellt wurden. Besucher der Homepage von Compaq werden an die Händler verwiesen. Compaq-Händler haben die Wahl zwischen dem StartShop und dem umfangreicheren FullShop.

Das Produktangebot wird zentral von Compaq verwaltet, ebenso die Aktualisierung der Kataloge und Preislisten, und der Inhalt wird dann an alle Storefronts übermittelt. Beim FullShop können Händler bis zu 5.000 Produkte ihrer Wahl ergänzen, vorausgesetzt, diese stehen nicht in direkter Konkurrenz zu

Compaq. Mit Erlaubnis der Händler fließen die aus den Statistiken des Backoffice gewonnenen Shopdaten an Compaq zurück, die dann zur Optimierung der Marketingaktivitäten genutzt werden.

Für ihre e-commerce-Website zahlen die Händler eine einmalige Einrichtungsgebühr und eine geringe monatliche Miete. Wahlweise bietet die Deutsche Telekom für den FullShop zusätzlich eine elektronische Zahlungsabwicklung auf Basis des SET-Standards. Die Händler profitieren außerdem von Verkäufen über die stark frequentierte Homepage von Compaq. Besucher können die dort für den offenen Vertrieb bestimmten Produkte online bestellen und mit Hilfe der Partner-Suchfunktion den Händler bestimmen, über den sie die Bestellung abwickeln möchten. Ermutigt durch die sehr positiven Reaktionen der Händler plant Compaq im nächsten Schritt, die Vorteile der offenen und flexiblen INTERSHOP-Architektur zur Integration von elektronischen Storefronts in ERP-Systeme zu nutzen.



»Für uns steht fest, dass wir nur mit einem führenden Anbieter, der eine flexible Standard-technologie einsetzt, erfolgreich sein können. INTERSHOP hat die erforderliche Erfahrung und kann mit INTERSHOP enfinity ein Produkt anbieten, das vollständig in Java entwickelt

wurde und dessen offene Architektur die Integration von ERP-Systemen zulässt.«

**John Fisher**  
Leiter EDV der Würth Holding

## Sell direct to Business: Würth

Eine »Sell direct«-Lösung im Business-to-Business-Bereich hat die Würth Division Automotive in Nordamerika umgesetzt. Die Würth-Gruppe ist mit weltweit mehr als 30.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 4 Mrd. US\$ Marktführer für Befestigungs- und Montagetechnik. Auf Basis von INTERSHOP enfinity wurde eine integrierte e-commerce-Lösung für den Direktvertrieb eingeführt, die auch Mobile Commerce umfasst.

Ziel von Würth war es vor allem, die Zusammenarbeit mit seinen zahlreichen Außendienstmitarbeitern effizienter zu gestalten sowie gleichzeitig die Kundenbeziehungen zu verbessern. Mit einem Anteil von über 50 % an der Gesamtbelegschaft stellen die Vertriebsmitarbeiter einen wichtigen Erfolgsfaktor bei Würth dar. In der Vergangenheit wurden Bestellungen per Fax oder mit Hilfe einer firmeneigenen Kommunikations-Software übermittelt. Bei der Weiterbearbeitung kam es häufig aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften

Daten zu Störungen und Verzögerungen. So blieb im Schnitt jeder vierte Auftrag im Systemdurchlauf hängen. Würth entschied sich für den Einsatz einer integrierten e-commerce-Lösung auf Basis von INTERSHOP enfinity. Als erstes Konzernunternehmen hat Würth Illinois, einer der fünf Standorte der Division Automotive in Nordamerika mit insgesamt 100.000 Kunden, INTERSHOP enfinity mit Unterstützung von INTERSHOP Professional Services implementiert. Mit der Umstellung auf Online-Bestellung wurden die gesamten Auftragsabläufe von der Bestellung bis hin zur Produktauslieferung optimiert. Bestellungen werden nun online aufgegeben und ersetzen so die herkömmlichen Kommunikationswege. 80 % der aufwendigen manuellen Bearbeitung können so eingespart werden, denn die über INTERSHOP enfinity erfassten Daten sind dank eingebauter Prüfprozeduren bereits validiert.

Auch Kunden können über INTERSHOP enfinity eigene Bestellungen online aufgeben. Mit dieser Möglichkeit will Würth neue Kunden gewinnen, die online aus 15.000

Produkten der Division Automotive auswählen und dann mit Hilfe eines elektronischen Einkaufswagens bestellen können. Die Neukundenbestellung wird an den zuständigen Außendienstmitarbeiter weitergeleitet, der mit dem Kunden Kontakt aufnimmt.

Die in INTERSHOP enfinity integrierte Unterstützung des Wireless Application Protocol (WAP) hat über die ursprüngliche Aufgabenstellung hinaus auch Mobile Commerce möglich gemacht. So können Vertriebsmitarbeiter jederzeit und von jedem beliebigen Ort aus eine Verbindung zum Unternehmen aufbauen, um Daten über Auftragsstatus, Kunden oder Versandaufträge abzufragen. Dadurch lässt sich der Service deutlich verbessern, was natürlich den Kundenbeziehungen zugute kommt. Die INTERSHOP enfinity-Lösung überzeugt auch durch die Integration in das vorhandene ERP-System SAP 4.6, denn die SAP-Anbindung stellte für Würth eine wichtige Voraussetzung für den effizienten Einsatz von e-commerce dar.

## Enable Merchants: PSINet



»Wir haben tausende von Unternehmenskunden, die drei Dinge brauchen: Leistung, zuverlässigen globalen Zugang und das Gefühl der Sicherheit. INTERSHOP liefert die Produkte, mit



denen wir unser gesamtes Kundenspektrum in einer gemeinsam genutzten oder spezialisierten Hosting-Umgebung bedienen können. Dabei sind sie so leistungsfähig, wie es

der Kunde verlangt und können auf seine individuellen Anforderungen zugeschnitten werden.«

**Michael Mael**  
Vice President, Applications and Web Services Division von PSINet

PSINet, einer der weltweit führenden Internet Service Provider, implementiert in seinen hochmodernen Rechenzentren in den USA, Europa und Asien e-commerce-Hosting-Anwendungen für seine Kunden mit Hilfe der INTERSHOP Hosting Edition nach dem Geschäftsmodell »Enable Merchants«.

Um seine globale Präsenz weiter ausbauen zu können, ist für PSINet eine flexible und skalierbare Technologie von zentraler Bedeutung. Mit seinen Global Internet Hosting Zentren, einem eigenen Hochgeschwindigkeitsdatennetz und der Software von INTERSHOP kann PSINet seine auf das Hosting von Web-Zugängen und e-commerce ausgegerichtete globale Strategie konsequent fortsetzen und von der steigenden Nachfrage nach gemeinsam genutzten und spezialisierten Hosting-Services profitieren.

Die Kompatibilität von INTERSHOP mit den gängigen Zahlungssystemen und die globale Präsenz von INTERSHOP passen perfekt zur Expansionsstrategie von PSINet. Händler können e-commerce-Storefronts von PSINet ab 400 US\$ monatlich nutzen. Zu dem Einstiegsangebot gehören unter anderem eine e-commerce-Website der INTERSHOP Hosting Edition, ein Zahlungssystem zur Abwicklung von Kreditkartenzahlungen, Rund-um-die-Uhr Support sowie Notstromversorgung und Datensicherung. Höhere Serviceklassen bieten zusätzlich modernste Hardware-Konfigurationen und die Integration in bestehende IT-Systeme.

Einer der Kunden von PSINet ist PlanetLearn, ein Anbieter von Computerlernprogrammen. Da für das Unternehmen das herkömmliche Vertriebsmodell nicht wirtschaftlich wäre, entschied sich PlanetLearn zur Nutzung des Hosting-Service von PSINet und profitiert dabei vom INTERSHOP-Leistungsangebot, insbesondere von den Backoffice-Funktionen, wie z.B. das Katalogmanagement, und Integration des CyberCash® Zahlungssystems. PlanetLearn bietet mehrere tausend Produkte im Internet an und registriert täglich etwa 1.000 Besucher auf seiner Website.

# Mitarbeiter



## Freiraum für Lösungen

Für INTERSHOP sind motivierte Mitarbeiter das wichtigste Kapital. In einer boomenden Branche und in einem Unternehmen, das noch schneller wächst als der Markt, sind Flexibilität und innovative Ideen die Voraussetzung für den Erfolg. Querdenken ist dabei erwünscht, eingefahrene Standards haben sich im e-commerce noch gar nicht entwickelt. Die Vision von heute gestaltet das Geschäftsmodell von morgen, Inspiration und Fingerspitzengefühl öffnen dem Kunden völlig unerwartete Geschäftswelten. Die offene Unternehmenskultur bei INTERSHOP gibt

deshalb jedem einzelnen Mitarbeiter den größtmöglichen Freiraum, sich seine Arbeit eigenständig zu organisieren und sich entsprechend seiner Neigungen zu entwickeln. Dadurch bietet sich die Möglichkeit, für die spezifischen Aufgaben den individuellen Schatz an Erfahrungen und Know-how einzubringen, Verantwortung zu übernehmen und den Unternehmenserfolg mitzugestalten.

## Zukunft mit Perspektiven

Um die ehrgeizigen Expansionspläne verwirklichen zu können, benötigt INTERSHOP viele neue qualifizierte Mitarbeiter, die zu uns passen. Allein 1999 wurden knapp 200 Softwareingenieure, Vertriebsmitarbeiter und Kaufleute eingestellt. Bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter nimmt auch die Bedeutung des Internets deutlich zu. Informationen über offene Stellen sind am aktuellsten auf der Homepage abrufbar, und viele Bewerber nutzen ihrerseits gerne das digitale Bewerbungsformular. Daneben werden aber auch die klassischen Wege beschritten wie Printmedien, Hochschul- und Industriemessen.

Viele, die heute bei INTERSHOP arbeiten, haben das Unternehmen und seine vielfältigen Karriereperspektiven für Fach- oder Führungskräfte schon vorher kennengelernt. Sei es durch Praktika, durch studienbegleitende Tätigkeiten oder Diplomarbeiten, die jeweils von einer der Fachabteilungen begleitet werden. Für Studierende besteht somit die ideale Gelegenheit, sich frühzeitig von ihren Zukunftsaussichten und der einzigartigen Atmosphäre bei INTERSHOP zu überzeugen. Für INTERSHOP wiederum bedeutet die Betreuung von Studierenden der verschiedenen Fachrichtungen eine Investition in die Zukunft, nämlich die frühzeitige Sicherung von hochqualifizierten Nachwuchskräften, die sich nach dem Studium problemlos in die Unternehmensstruktur integrieren. Bei der Rekrutierung beschränken wir uns nicht nur auf Studienfächer wie Informatik und Betriebswirtschaftslehre.

Auch Physiker, Mathematiker, Juristen und Geisteswissenschaftler prägen den Mitarbeiterstamm, der sich auch im Hinblick auf die geographische Herkunft und Nationalität nicht auf das unmittelbare Einzugsgebiet des jeweiligen Standorts beschränkt.

## Lernen für den Erfolg

Um unser Wachstum zu sichern, reicht es jedoch nicht aus, hochqualifizierte Mitarbeiter einzustellen. INTERSHOP legt viel Wert auf Weiterbildung und Zusatzqualifizierung. So nimmt jeder Einsteiger bei INTERSHOP an einem Start-up-Training teil, um mit der INTERSHOP-Philosophie und den Produkten, der internen digitalen Kommunikation sowie den wichtigsten internen Arbeitsabläufen vertraut zu werden. Im technischen Bereich absolvieren neue Mitarbeiter einen fünfwöchigen Kompaktkurs, in dem sie intensiv die neuesten Programmiersprachen sowie methodische Kompetenzen trainieren. Sprachkurse für die Mitarbeiter und die INTERSHOP University, die allen Mitarbeitern zum Austausch über neue Entwicklungen im e-commerce offen steht, sind weitere Beispiele einer vorausschauenden Personalpolitik. Individuelle, bedarfsorientierte Weiterbildungsmaßnahmen werden mit dem jeweiligen Vorgesetzten abgestimmt und bedürfen keiner langwierigen und komplizierten Genehmigungsverfahren. Überhaupt wird der unkonventionelle Umgang miteinander ebenso von allen INTERSHOP-Mitarbeitern geschätzt wie die flachen Hierarchien, die den internationalen Austausch zwischen den Standorten erheblich vereinfachen und ein globales, sich über alle Standorte erstreckendes INTERSHOP-Team

entstehen lassen. Jährliche Offsite-Meetings, wöchentliche Zusammenkünfte aller Mitarbeiter an den einzelnen Standorten, regelmäßige Mitarbeitergespräche sowie Fortbildungsmaßnahmen für Führungskräfte, bei denen besonders viel Wert auf soziale Kompetenzen gelegt wird, sind weitere Bestandteile des aktiven Personalmanagements bei INTERSHOP.

## Unternehmensbeteiligung

Ein entscheidender Faktor für die Identifizierung der Mitarbeiter mit den Unternehmenszielen ist nicht zuletzt die Mitarbeiterbeteiligung, die bei INTERSHOP generell einen wesentlichen Vergütungsbestandteil darstellt. Der seit dem Börsengang im Juli 1998 stark gestiegene Aktienkurs macht das Aktienoptionsprogramm für die Mitarbeiter besonders attraktiv. Dies schafft nicht nur eine langfristige Unternehmensbindung, sondern lässt das eigene Unternehmen und dessen Entwicklung aus der Perspektive des Anlegers erscheinen. Die eigene Leistungsfähigkeit, Innovationsbereitschaft wie auch der individuelle Erfolg haben aber nicht nur das Kunden- und Aktionärsinteresse im Visier, sondern kommen allen Mitarbeitern von INTERSHOP zugute.

# Die Aktie

## Den Aktionären verpflichtet

Grundlage unseres Erfolgs ist neben den Mitarbeitern, den Kunden und Partnern auch das gute Verhältnis zu unseren Aktionären. Sie teilen unsere Vision von der Digital Economy und sind ebenso wie wir davon überzeugt, dass INTERSHOP langfristig eine treibende Kraft im weltweiten e-commerce sein wird. Ohne die Bereitschaft der Aktionäre, unsere Ziele zu unterstützen, wäre es INTERSHOP nicht möglich, seine Pläne zu realisieren. Das Vertrauen unserer Aktionäre verpflichtet uns zu Transparenz und Offenheit in der Informationspolitik, aber auch zu unternehmerischen Entscheidungen, die INTERSHOP langfristig eine führende Position im boomenden e-commerce-Markt sichern.

### **Wachstumsstärkste deutsche Aktie 1999**

Die erfolgreiche Unternehmensentwicklung von INTERSHOP im Jahr 1999 hat das Vertrauen unserer Aktionäre in die Strategie und das Management des Unternehmens weiter gestärkt. Entsprechend stieg der Aktienkurs im Jahresverlauf kontinuierlich um insgesamt 568 % auf 280 € und war damit nicht nur der wachstumsstärkste Titel am Frankfurter Neuen Markt, sondern aller deutschen Aktien. Die relative Stärke gegenüber dem Nemax 50, dem Index der 50 bedeutendsten Unternehmen am Neuen Markt, betrug rund 460 %. Damit konnte sich INTERSHOP nicht nur hinsichtlich der

## Kursentwicklung (€)



Börsenkapitalisierung, sondern auch in Bezug auf Liquidität als einer der führenden Werte am Neuen Markt etablieren. Das durchschnittliche Handelsvolumen pro Tag erhöhte sich im Jahresverlauf von 7,3 Mio. € auf 25,5 Mio. €. In den ersten Monaten des Jahres 2000 setzte sich der Aufwärtstrend fort. In einem für Technologiewerte positiven Börsenumfeld stieg der Kurs der INTERSHOP-Aktie bis Ende Februar 2000 auf einen neuen Höchststand von 540 € bei einem durchschnittlichen Handelsvolumen von 37,2 Mio. €.

### Aktive Investor Relations

Aktive Investor Relations sind elementarer Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Seit dem Börsengang im Juli 1998 informiert INTERSHOP mit einem umfassenden Investor Relations-Programm bestehende und potenzielle Aktionäre kontinuierlich über seine Pläne, Strategien, Aktivitäten und Ergebnisse. In Quartalsberichten und Telefonkonferenzen berichtet der Vorstand regelmäßig über die Entwicklung des Unternehmens. Ein monatlicher Newsletter rundet die laufende Berichterstattung ab. Institutionellen Investoren und Analysten präsentierte sich das Unternehmen 1999 in vier Analystenkonferenzen, auf 20 Technologiekonferenzen, im Rahmen von mehr als zehn Roadshows in

Europa und den USA sowie in über 50 weiteren Einzelgesprächen. Im Zuge des zunehmenden Interesses der Financial Community erhöhte sich auch die Zahl der für die Meinungsbildung der Investoren wichtigen Analysen unabhängiger Finanzinstitute deutlich: Mittlerweile veröffentlichen über 20 Analysten namhafter Bankhäuser ihren Research über INTERSHOP.

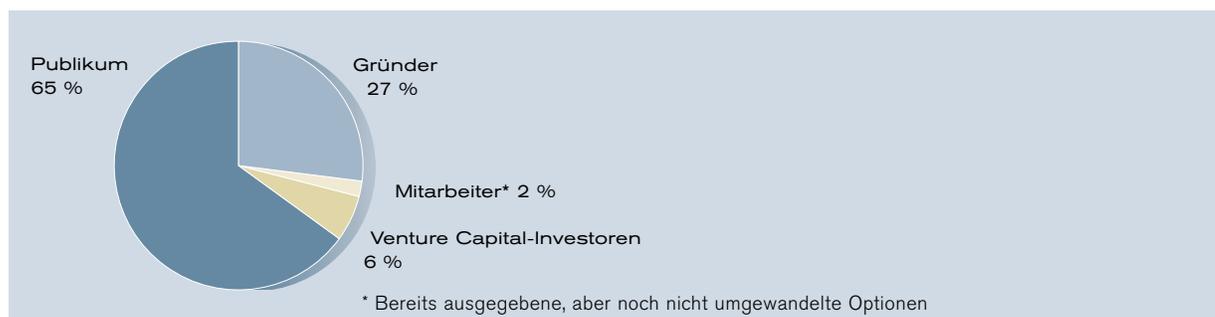
### Internet als wichtigstes Informationsmedium

Neben den persönlichen Kontakten zu seinen Aktionären nutzt INTERSHOP vor allem das Internet als zentrales Medium für zeitnahe

Information und intensive Kommunikation. Investoren und Analysten erhalten über die Homepage weltweit Zugang zu allen verfügbaren und relevanten Informationen. Aktuelle Veröffentlichungen können zeitnah abgerufen werden. Investoren werden auf Wunsch automatisch per e-mail über Neuigkeiten informiert. Fragen werden über das Internet innerhalb kürzester Zeit beantwortet. INTERSHOPs Investor Relations-Sektion im Internet wurde 1999 von zwei namhaften Finanzmagazinen als beste IR-Website aller Unternehmen am Neuen Markt ausgezeichnet. Im Durchschnitt registrieren wir monatlich rund 6.000 Besucher auf der IR-Website.

|          | Aktienkurs |        | Handelsvolumen pro Tag in 1.000 Stück (Ø) |
|----------|------------|--------|---|
|          | Höchst     | Tiefst |   |
| III/1998 | 41,24      | 31,10  | 36,32                                     |
| IV/1998  | 42,44      | 26,42  | 34,79                                     |
| I/1999   | 60,50      | 33,20  | 44,45                                     |
| II/1999  | 82,67      | 58,67  | 72,42                                     |
| III/1999 | 104,50     | 73,67  | 88,77                                     |
| IV/1999  | 308,00     | 100,40 | 89,25                                     |
| I/2000*  | 540,00     | 241,00 | 75,09                                     |

(\* per 29.2.2000)

**Aktionärsstruktur** zum 31.12.1999 (auf verwässerter Basis)**Daten zur Aktie**

|   |  |
|---|--|
| Aktientyp                               | auf den Inhaber lautende Stammaktien   |
| Wertpapier-Kenn-Nr.                     | 622700   |
| Symbol                                  | ISH  |
| Börse                                   | Frankfurter Wertpapierbörse (Neuer Markt)  |
| Indizes                                 | Nemax 50, Nemax All Share, Dow Jones STOXX <sup>SM</sup> , EURO.NM All-Share Index |
| Ausgegebene Aktien 31.12.1999           | 16.878.104   |
| Aktien 31.12.1999 (verwässert)          | 20.016.501   |
| Emissionskurs 18.7.1998                 | 17,04 €  |
| 1. Schlusskurs 18.7.1998                | 40,90 €  |
| Jahresschlusskurs 1998                  | 41,93 €  |
| Jahresschlusskurs 1999                  | 280,00 €   |
| Performance 1999                        | 568 %  |
| Kurs 28.2.2000                          | 540,00 €   |
| Performance 28.2.2000 seit Börsengang   | 1.220 %  |
| Ø Handelsvolumen pro Tag (Februar 2000) | 37,2 Mio. €  |

**Aktionärsbasis ausgeweitet**

Aufgrund des zunehmenden Interesses an der INTERSHOP-Aktie konnte die Aktionärsbasis 1999 weiter ausgebaut werden. Im Zuge der auf der ordentlichen Hauptversammlung am 21. Juni 1999 beschlossenen Umstellung des Kapitals auf Euro wurde das Grundkapital umstellungsbedingt um 2,4 Mio. € erhöht und mit Wirkung zum 23. August 1999 im Verhältnis 1:3 neu gestückelt. Hierdurch sowie durch die Umwandlung von Optionen aus dem bedingten Kapital stieg die Anzahl der ausstehenden Aktien zum 31. Dezember 1999 auf 16.878.104. Unter Einbeziehung der Optionen aus den bedingten Kapitalia II und III betrug die Aktienanzahl zum Jahresende 20.016.501 (verwässert). Durch den weiteren planmäßigen Abbau der Position der Venture Capital-Investoren sowie Umwandlungen von Mitarbeiteroptionen erhöhte sich der Anteil der vom Publikum gehaltenen Aktien auf rund 65 % (auf verwässerter Basis).

# Finanzen

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Konzern-Lagebericht und Lagebericht der AG</b> | <b>22  </b> |
| <b>Konzern-Jahresabschluss (US-GAAP)</b>          | <b>34  </b> |
| Bestätigungsvermerk Konzern                       | 34          |
| Konzern-Bilanz                                    | 35          |
| Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung               | 36          |
| Konzern-Cashflow-Rechnung                         | 37          |
| Eigenkapitalveränderungsrechnung<br>des Konzerns  | 38          |
| Konzernanhang                                     | 40          |
| Unterschiede US-GAAP und HGB                      | 58          |
| <b>Jahresabschluss AG (HGB)</b>                   | <b>60  </b> |
| Bilanz AG   | 60          |
| Gewinn- und Verlustrechnung AG                    | 61          |
| Anhang AG   | 62          |
| Bestätigungsvermerk AG                            | 66          |
| <b>Bericht des Aufsichtsrats</b>                  | <b>67  </b> |

INTERSHOP Communications stellt einen nach § 292a HGB befreienden Konzernabschluss nach US-GAAP und einen Einzelabschluss nach HGB auf.

# Konzern-Lagebericht und Lagebericht der INTERSHOP Communications AG

## WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

### Hohe Investitionen in IT

Während die Gesamtwirtschaft in den meisten Industrieregionen 1999 lediglich ein moderates Wachstum oder gar eine Stagnation verzeichnete, setzte sich die positive Entwicklung im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (ITK) fort: Der Gesamtmarkt für ITK-Produkte stieg weltweit um 9,3 % auf 1,6 Billionen € (Quelle: EITO), und dies, obwohl einige Unternehmen ihre Investitionen in neue IT-Systeme wegen der Jahr 2000-Umstellung temporär zurückstellten oder einschränkten.

### Boommarkt e-commerce

Ein besonderer Impuls für die Wirtschaft ging 1999 von der dynamischen Entwicklung des Internets aus, das sich immer mehr zum Massenmedium entwickelt. Die geschätzte Zahl der Internetnutzer stieg 1999 weltweit um rund 40 % auf über 200 Millionen (Quelle: IDC). Dabei wird das Internet zunehmend zum Kauf von Produkten und Dienstleistungen genutzt. Die Konsumenten schätzen insbesondere den bequemen Zugang zu einem weltweiten Warenangebot rund um die Uhr und zu günstigen Preisen. Gleichzeitig bedienen sich auch die Unternehmen immer stärker des Internets zum Vertrieb ihrer Produkte und zum Handel untereinander. Für sie bietet das Internet einzigartige Möglichkeiten, ihre betrieblichen Prozesse zu optimieren, neue Vertriebskanäle und Kundenpotenziale zu erschließen, während gleichzeitig die Vertriebskosten gesenkt und die Kundenbindung erhöht werden können. Entsprechend setzte sich 1999 die Verlagerung von Geschäftsprozessen auf das Internet in dramatischer

Weise fort. Das geschätzte Gesamtvolumen der über das Internet abgewickelten Transaktionen erreichte im Jahr 1999 über 100 Mrd. € und stieg damit um 121 % gegenüber dem Vorjahr (Quelle: Merrill Lynch). Dabei treten vor allem neue, auf das Internet spezialisierte Anbieter in Konkurrenz zu den etablierten Unternehmen. Animiert durch die Wachstumsdynamik der auf dem Internet basierenden »New Economy« und den Wettbewerbsdruck durch die sogenannten ».com«-Firmen erkennen immer mehr Unternehmen die strategische Notwendigkeit von e-commerce.

### Steigender Bedarf nach e-commerce-Software

Entsprechend stieg 1999 die Nachfrage nach Standardsoftware für e-commerce-Anwendungen. Während in der Vergangenheit e-commerce-Systeme überwiegend von Unternehmen intern entwickelt wurden, setzte sich 1999 der Trend zu leistungsfähiger Standardsoftware fort, die trotz individueller Anpassungen innerhalb weniger Wochen einen Start des Online-Geschäfts ermöglicht. Gemäß einer Schätzung von IDC wuchs der Weltmarkt für e-commerce-Software um 282 % auf 1,7 Mrd. €. Marktstudien gehen davon aus, dass der überwiegende Teil des Gesamtmarktes auf Lösungen für den Vertrieb von Produkten (Sell side) entfällt, im Gegensatz zu Systemen zur Abwicklung von Einkaufsprozessen (Buy side). Neben den von Unternehmen selbst betriebenen e-commerce-Systemen setzte sich der positive Trend bei von Commerce Service Providern gehosteten e-commerce-Systemen fort, die insbesondere kleineren und mittleren Unternehmen einen preisgünstigen und schnellen Einstieg ins

e-commerce ermöglichen. Zu den bedeutendsten Anbietern von e-commerce-Software zählten 1999 vor allem spezialisierte Softwareunternehmen, deren Produkte in der Lage sind, wegweisende Geschäftsmodelle für den Onlinevertrieb abzubilden und diese entsprechend der spezifischen Kundenbedürfnissen schnell und zuverlässig umzusetzen.

## ENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS

### Marktposition weiter ausgebaut

Im Geschäftsjahr 1999 konnte INTERSHOP seine Marktstellung als einer der weltweit führenden Anbieter von Standardsoftware für Sell side e-commerce weiter ausbauen. Die auf weltweite Expansion und Marktführerschaft ausgerichtete Entwicklung des Unternehmens war im Berichtsjahr geprägt durch

- ein hohes organisches Wachstum,
- die Entwicklung und Einführung neuer, wegweisender Produkte,
- eine starke Steigerung der Zahl der Kunden und verkauften Lizenzen,
- eine weitere Erhöhung der Markenbekanntheit,
- die geographische Expansion durch die Eröffnung neuer Niederlassungen,
- die Gewinnung neuer Partner,
- einen hohen Zuwachs an neuen Mitarbeitern und die weitere Verstärkung des Managements.

Im Ergebnis konnte INTERSHOP nicht nur seine strategische Wettbewerbsposition deutlich verbessern, sondern auch die bereits im Vorjahr bestätigte Position als einer der weltweit am schnellsten wachsenden Anbieter von Sell side e-commerce-Software behaupten. Die Zahl der verkauften Lizenzen für den Betrieb von e-commerce-Websites hat sich im Berichtsjahr mehr als verzehnfacht und stieg auf über 100.000.

### Neue Produkte für Geschäftsmodelle im Internet

Im Zentrum der Unternehmensaktivitäten stand die Entwicklung und Einführung technologisch führender Produkte, die alle wesentlichen Geschäftsmodelle für den Onlinevertrieb unterstützen. Im Juli 1999 wurde die neue Produktgeneration, INTERSHOP 4, erfolgreich am Markt eingeführt, die sich gegenüber der Vorgängerversion INTERSHOP 3 durch nochmals erhöhte Leistungsfähigkeit, erweiterte Funktionalität und vereinfachtes Backoffice-Management auszeichnet.

Einen Meilenstein in der Unternehmensentwicklung markierte die Einführung des Produkts INTERSHOP enfinity, das im Rahmen der INTERSHOP OPEN im Oktober erstmalig der Öffentlichkeit präsentiert und im November ausgeliefert wurde. INTERSHOP enfinity ist die erste Sell side e-commerce-Lösung, die komplett auf neuesten Internetprogrammierstandards wie XML und Java basiert und höchste Ansprüche für den Onlinevertrieb erfüllt. Mit seinen einzigartigen Produkteigenschaften ermöglicht es Unternehmen mit komplexen Anforderungen,

### Zahl der verkauften Lizenzen für e-commerce-Sites in 1.000



ihre Produkte bereits nach kurzer Zeit über eigene und externe Handelsplattformen im Internet zu vertreiben, ihre e-commerce-Anwendung in bestehende IT-Systeme zu integrieren und flexibel an wachsende Bedürfnisse anzupassen. Die technologische Überlegenheit von INTERSHOP enfinity gegenüber Konkurrenzprodukten wurde bereits kurz nach der Marktvorstellung von Forrester Research im Oktober 1999 in einer Vergleichsstudie bestätigt. Entsprechend positiv war auch die Resonanz in der Fachöffentlichkeit, bei Vertriebspartnern und Kunden. Obwohl das Produkt erst im November 1999 verfügbar war, wurden bis zum Jahresende bereits über 30 Lizenzen verkauft, von denen einige schon nach wenigen Wochen ihre Funktions- und Leistungsfähigkeit online unter Beweis stellen konnten.

Die neu eingeführten Produkte wurden in Versionen für unterschiedliche Server-Plattformen entwickelt sowie durch Entwicklungstools und Standardanbindungen an Drittsysteme wie Zahlungs- und ERP-Systeme ergänzt. Alle Neuentwicklungen wurden von der Product Management Group in San Francisco, USA, im Hinblick auf wegweisende

Geschäftsmodelle im Internet konzipiert und am zentralen Entwicklungsstandort in Jena, Deutschland, programmiert. Dort waren Ende 1999 über 200 hochqualifizierte Softwareingenieure beschäftigt. Diese globale Arbeitsteilung ermöglicht es INTERSHOP, neue leistungsfähige Produkte mit hohem Innovationstempo zu entwickeln, die bereits heute die zukünftigen Anforderungen der Kunden an e-commerce-Software erfüllen.

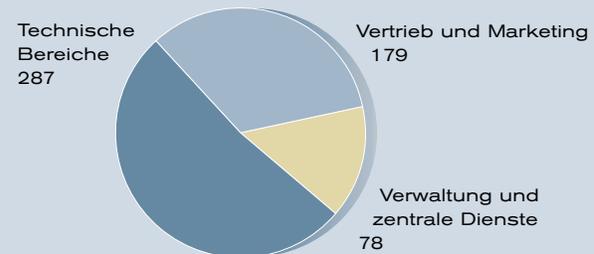
#### **Vertriebskanal ausgebaut**

Dank seiner attraktiven Produktpalette konnte INTERSHOP im Geschäftsjahr 1999 wieder zahlreiche Systemhäuser, Distributoren und Multimedia-Agenturen als Vertriebspartner hinzugewinnen. INTERSHOPs Vertriebskanal umfasst damit inzwischen über 600 qualifizierte Vertriebspartner auf fünf Kontinenten. Mit der Einführung von INTERSHOP enfinity kamen vor allem international führende Systemintegratoren, darunter PriceWaterhouseCoopers, Debis IT Services, Cap Gemini, Sema Group und Andersen Consulting sowie Multimedia-Agenturen wie z.B. Icon Medialab als Vertriebspartner hinzu.

#### **Kooperationen mit globalen Technologieführern**

Ein wichtiges Element der Unternehmensstrategie war der Ausbau strategischer Partnerschaften mit international führenden Hardware- und Softwareherstellern. Ziele der Kooperationen sind die technologische Integration der Produkte und die gemeinsame Vermarktung komplexer Lösungen. So wurden – überwiegend von Technologiepartnern – zahlreiche Anbindungen an Drittlösungen entwickelt, die das Leistungsspektrum der INTERSHOP-Produkte weiter vergrößern. 1999 wurden u. a. Anbindungen an die ERP-Systeme von SAP und PSI, das Zahlungssystem von Emprise, das Content Management System von Interwoven und die Logistiksysteme der Deutschen Post und Federal Express realisiert. Darüber hinaus wurde eine WAP-basierte Mobile Commerce-Lösung für T-Mobile, die Mobilfunkgesellschaft der Deutschen Telekom, entwickelt. Im Hardwarebereich intensivierte INTERSHOP die Zusammenarbeit mit global agierenden Server- und Computerherstellern und schloss Vertriebskooperationen u.a. mit Compaq und Fujitsu Siemens Computer.

Von strategischer Bedeutung sind die Kooperationen mit Anbietern von Buy side-Marktplätzen im Internet, die INTERSHOP 1999 mit mySAP.com, Ariba und CommerceOne vereinbarte. Zum einen können die auf diesen Buy side-Marktplätzen operierenden Unternehmen INTERSHOP-Technologie für ihre Sell side-Anwendungen nutzen; zum anderen bietet INTERSHOP enfinity Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte über diese Marktplätze zu vertreiben.

**Mitarbeiter** per 31.12.**Mitarbeiterstruktur 1999****Erste Nutzerkonferenz ein Erfolg**

Im Oktober veranstaltete INTERSHOP in New York die INTERSHOP OPEN 99, die erste weltweite Konferenz für alle Nutzer, Partner und Kunden von INTERSHOP. Ziel der Veranstaltung war ein internationaler Informationsaustausch und die Vorstellung der neuesten e-commerce-Technologien. Die Zahl von über 1.300 Teilnehmern aus aller Welt übertraf bei weitem die Erwartungen.

Die INTERSHOP OPEN 99 stieß nicht nur bei den Teilnehmern auf eine äußerst positive Resonanz, sondern erhielt auch in den Medien und in der Fachwelt große Aufmerksamkeit, so dass sich in der Folge die Bekanntheit und die Positionierung von INTERSHOP, vor allem auch in den USA, deutlich verbesserte.

**Regionale Expansion mit neuen Standorten**

Im Zuge der geographischen Expansion erhöhte sich die Zahl der Standorte auf 23. Im Februar 1999 erwarb die INTERSHOP

Communications Inc. mit The Fountainhead Management Inc., New York, einen erfolgreichen Vertriebspartner. Mit der Übernahme konnte das US-Servicegeschäft personell gestärkt und die Wettbewerbsposition an der Ostküste der USA deutlich verbessert werden. Im März gründete INTERSHOP eine Niederlassung in Schweden, um den bedeutenden skandinavischen Markt noch effektiver bearbeiten zu können. Mit der Gründung einer Niederlassung in Hongkong im November hat INTERSHOP begonnen, die Vertriebsaktivitäten im südost-asiatischen Raum massiv auszubauen. Bereits nach wenigen Wochen konnten zahlreiche Partner und Kunden akquiriert werden.

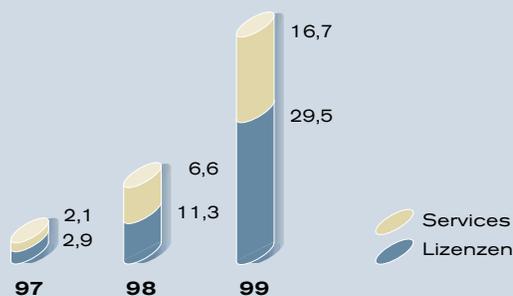
**Erfolgreiche Mitarbeitergewinnung**

Im Jahr 1999 setzte INTERSHOP sein organisatorisches Wachstum mit unveränderter Dynamik fort. An allen bedeutenden Standorten wurden zahlreiche neue Mitarbeiter eingestellt, insbesondere im Vertrieb und in den technischen Bereichen. Die Zahl der Mitarbeiter stieg um 191 auf 544 zum Jahres-

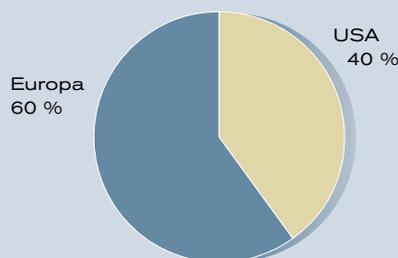
ende. Hiervon waren 28 % in den USA beschäftigt. Von der Mitarbeitergesamtheit entfielen 287 Mitarbeiter auf die technischen Bereiche Forschung & Entwicklung, Professional Services und Customer Services, 179 auf Vertrieb und Marketing sowie 78 auf Verwaltung und zentrale Dienste. Die führende Marktposition von INTERSHOP, große Gestaltungsspielräume für den Einzelnen in einer schnell wachsenden Organisation, eine offene Unternehmenskultur sowie die Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg über Aktienoptionsprogramme sind verantwortlich für die hohe Motivation der Mitarbeiter und die geringe Fluktuation.

Gleichzeitig wurden die Managementstrukturen weiter den Anforderungen an eine schnell wachsende und globale Unternehmensorganisation angepasst und das Managementteam durch erfahrene Senior Executives aus der IT-Branche ergänzt. Im September wurde Eckhard Pfeiffer, ehemaliger CEO und President von Compaq, zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats berufen.

Umsatzerlöse in Mio. €



Umsatz nach Regionen 1999



### Umsatz um 159 % gesteigert

Dank seiner hohen Wettbewerbsfähigkeit im boomenden Markt für e-commerce-Software konnte INTERSHOP im Geschäftsjahr 1999 die Umsatzerlöse um 159 % auf 46,3 Mio. € steigern. Den bedeutendsten Anteil an diesem Anstieg, der deutlich über dem Planungsziel von 100 % lag, hatte wiederum das Lizenzgeschäft, das um 161 % auf 29,5 Mio. € zunahm. Der Anteil des Lizenzumsatzes stieg leicht von 63 % auf 64 % des Gesamtumsatzes und war damit abermals Hauptumsatzträger. Ursachen für die Ausweitung der Lizenzverkäufe waren die steigende Nachfrage nach INTERSHOP-Produkten, die Einführung neuer Produkte sowie die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter im Vertrieb. Das deutlich gestiegene Auftragsvolumen für Softwarelizenzen resultiert sowohl aus der Gewinnung zahlreicher Neukunden als auch aus Anschlussaufträgen bestehender Kunden, die ihr e-commerce-System durch zusätzliche Lizenzen oder durch ein Upgrade auf eine leistungsfähigere Version ausbauen. Ein Großteil des Lizenzumsatzes wurde über Vertriebspartner generiert.

### Marktführer setzen auf INTERSHOP

Rund 65 % der Lizenz Erlöse entfielen auf die Hostinglösungen INTERSHOP Hosting und INTERSHOP ePages. Mit Aufträgen von führenden Telekommunikationsunternehmen, Internet Service Providern und Commerce Service Providern – darunter NTL, Freecom, Nextron, US West, Nortel Network, Go2Net, Mindspring, AltaVista, PSINet, Deutsche Telekom, France Télécom, Strato, Quoka, Altodigital, PostNet und Sonera – konnte INTERSHOP seine weltweit dominierende Position in diesem Markt weiter ausbauen. Die Zahl der verkauften e-commerce-Sites stieg auf über 100.000, mehr als eine Verzehnfachung gegenüber dem Vorjahr.

Auf Lizenzen für selbst betriebene e-commerce-Sites entfielen rund 33 % der Lizenz Erlöse. Hier leistete INTERSHOP infinity, obwohl erst ab November 1999 lieferbar, bereits einen bedeutenden Umsatzbeitrag. Zu den Enterprise-Kunden im Geschäftsjahr 1999 gehörten unter anderem TimesSquare 2000, Hewlett-Packard, Robert Bosch, SGI, Coram Healthcare, Deutsche Bank, Dresdner Bank, Lufthansa, QXL und Waterstone's.

Die Serviceerlöse erhöhten sich um 153 % auf 16,7 Mio. €. Der Anstieg im Servicebereich resultiert aus vermehrten Implementierungs-, Wartungs- und Trainingsdienstleistungen als Folge des ausgedehnten Lizenzgeschäfts.

#### Umsatzanteil USA steigt auf 40 %

Überproportional erfolgreich verlief das Geschäft in den USA mit einem Umsatzanstieg um 209 % auf 18,4 Mio. €. Hier machten sich die hohen Investitionen in den Aufbau einer leistungsfähigen Organisation und in die Markenbekanntheit bezahlt. Eine Anzeigenkampagne sorgte im Sommer für Aufsehen und trug zusammen mit den positiven Unternehmensmeldungen und der INTERSHOP OPEN in New York dazu bei, dass INTERSHOP auch in den USA seine Bekanntheit deutlich steigern konnte. Der Anteil der in den USA erzielten Umsatzerlöse stieg auf 40 % gegenüber 33 % im Vorjahr.

Mit einem Umsatz von 27,9 Mio. € (plus 134 %) entfielen 60 % der Umsatzerlöse auf die europäischen Einheiten, die auch Umsätze aus Asien und Afrika verbuchten.

#### Rohertragsmarge auf 71 % verbessert

Die Kosten des Wareneinsatzes, die im Softwarebereich vor allem Lizenzgebühren für integrierte Datenbanken, im Servicebereich Personalkosten für technische Dienstleistungen enthalten, erhöhten sich unterproportional zum Umsatz um 141 % auf 13,3 Mio. €. Davon entfielen 4,8 Mio. € auf das Lizenzgeschäft, das eine Rohertragsmarge von 84 % erzielte, und 8,5 Mio. € auf das Servicegeschäft mit einer Rohertragsmarge von 49 %. Insgesamt stieg der Rohertrag überproportional um 167 % auf 33,0 Mio. €. Dadurch verbesserte sich die Gesamtertragsmarge von 69 % auf 71 %.

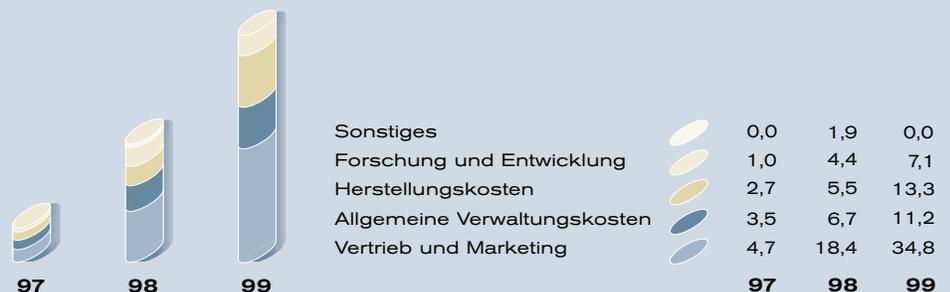
#### Investitionen in Entwicklung und Vermarktung

Im Zuge der Unternehmensexpansion erhöhten sich die operativen Aufwendungen im Geschäftsjahr 1999 um 69 % auf 53,1 Mio. €. Der größte Teil davon entfiel auf Kosten für Marketing und Vertrieb, die um 89 % auf 34,8 Mio. € stiegen (75 % vom Umsatz). Ursache für diese Kostensteigerung waren zahlreiche Neueinstellungen in beiden Bereichen und eine Ausweitung der Marketingaktivitäten; beides sind notwendige Investitionen in die Erschließung neuer und bestehender Märkte und die Einführung neuer Produkte. Ein besonderer Kostenfaktor im Geschäftsjahr 1999 war die Einführung von INTERSHOPs neuer Technologiegeneration, INTERSHOP infinity. Die Gesamtkosten im Zusammenhang mit der Einführung von INTERSHOP infinity betragen rund 8 Mio. €, davon entfielen netto rund 5 Mio. € auf die Veranstaltung der INTERSHOP OPEN im Oktober 1999.

Rohertrag in Mio. €



Betriebliche Aufwendungen in Mio. €



Die Kosten für Forschung und Entwicklung (F&E) stiegen um 63 % auf 7,1 Mio. €. Der Anteil der F&E-Aufwendungen am Umsatz betrug 15 %. Der Kostenanstieg ist vor allem auf zusätzliche Mitarbeiter in der Produktentwicklung zurückzuführen, die insbesondere für die Entwicklung und Fertigstellung der Neueinführungen des Jahres 1999, INTERSHOP 4 und INTERSHOP infinity, eingesetzt wurden.

Die Allgemeinen und Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich um 67 % auf 11,2 Mio. € (24 % vom Umsatz). Wesentliche Ursache war der Ausbau der weltweiten Organisation inklusive der Errichtung neuer Vertriebs- und Servicestandorte in New York, Schweden und Hongkong.

### Verbesserte Umsatz-Kosten-Relation

Trotz der Ausweitung der Investitionen in allen Bereichen stiegen die betrieblichen Aufwendungen deutlich geringer als der Umsatz, so dass sich das Verhältnis des Betriebsverlustes zum Umsatz von -106 % in 1998 auf -43 % mehr als halbierte. Der Betriebsverlust lag mit 20,1 Mio. € nur geringfügig über dem Vorjahreswert von 19,0 Mio. €. Die Sonstigen Aufwendungen und Erträge, die Zinsaufwendungen und -erträge sowie staatliche Fördermittel enthielten, summierten sich auf einen positiven Saldo von 1,7 Mio. €, der gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert blieb. Insgesamt ergab sich ein Jahresfehlbetrag von 18,4 Mio. € im Vergleich zu 17,3 Mio. € im Vorjahr. Der Verlust je Aktie verringerte sich von 1,44 € auf 0,97 €.

### Cashflow und Investitionen

Insbesondere aufgrund des Jahresverlustes sowie gestiegener Forderungen infolge der Umsatzausweitung ergab sich ein negativer Cashflow aus operativer Tätigkeit von 24,4 Mio. € (Vorjahr -21,0 Mio. €). Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug 7,5 Mio. € (Vorjahr 3,8 Mio. €). Darin enthalten sind Investitionen in Computerhard- und -software und Büroausstattungen in Höhe von 3,6 Mio. € sowie Kapitalinvestitionen von 2,7 Mio. € im Zusammenhang mit kleineren Akquisitionen und dem Erwerb börsengängiger Wertpapiere. Auf der Finanzierungsseite erbrachten Einnahmen aus der Ausgabe von Stammaktien, Zahlungen aus der Aufnahme und Tilgung von Darlehen sowie Zahlungen aus Forderungen gegenüber Gesellschaftern einen Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 9,8 Mio. € im Vergleich zu 52,7 Mio. € im Vorjahr. Per Saldo ergab sich ein Mittelabfluss in Höhe von 22,1 Mio. €, wodurch sich die Liquiden Mittel zum Jahresende auf 12,1 Mio. € verringerten.

### Vermögen und Kapital

Das Umlaufvermögen reduzierte sich um 2,0 Mio. € auf 40,7 Mio. €, das entspricht 76 % des Gesamtvermögens. Einem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 17,4 Mio. € auf 23,3 Mio. € stand ein Rückgang der Liquiden Mittel um 22,1 Mio. € auf 12,1 Mio. € gegenüber. Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ist eine Folge des starken Umsatzanstiegs sowie einer höheren Zahl größerer Aufträge, die gegen Ende des Geschäftsjahres verbucht wurden. Das Working Capital reduzierte sich von 31,7 Mio. € auf 10,0 Mio. €.

**Cashflow** in Mio. €

Die Verbindlichkeiten stiegen um 17,9 Mio. € auf 30,9 Mio. €. Ursache für diesen Anstieg waren höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die Aufstockung der Rückstellungen, eine höhere Umsatzabgrenzung sowie die Aufnahme eines Gesellschafterdarlehens.

Das Eigenkapital reduzierte sich aufgrund des Jahresverlustes um 11,4 Mio. € auf 22,9 Mio. €. Der Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital ging von 72 % auf 43 % zurück. Das Grundkapital stieg durch die Umstellung des Kapitals auf Euro sowie die Umwandlung von bedingtem Kapital auf 16,9 Mio. € (Vorjahr 13,3 Mio. €).

### Einfluss von Fremdwährungen

Die Geschäftsvorfälle der einzelnen Niederlassungen werden grundsätzlich in den lokalen Währungen verbucht und bei der Abschlusserstellung in die Berichtswährung Euro umgerechnet. Ein bedeutender Teil des Geschäftsvolumens wird in Währungen verbucht, die nicht durch feste Wechselkurse an den Euro gekoppelt sind, vor allem in US-Dollar und Pfund Sterling. Da die Geschäftsvorfälle im Euro-Raum und im US-Dollar-

Raum vom Betrag her ähnlich hoch sind, wurden im Geschäftsjahr 1999 Währungsrisiken nicht durch Sicherungsinstrumente abgesichert, so dass der Jahresabschluss durch Währungsschwankungen leicht beeinflusst wurde.

### Entwicklung und Lage der AG

Die INTERSHOP Communications AG, Hamburg, dient als Holding der operativen Gesellschaften des INTERSHOP Communications Konzerns. Die Gesellschaft stellt als deutsche Aktiengesellschaft einen Jahresabschluss nach HGB auf. Die Aktien der INTERSHOP Communications AG werden seit dem 16. Juli 1998 an der Frankfurter Wertpapierbörse (Neuer Markt) gehandelt. Schwerpunkte der Geschäftstätigkeit im Berichtszeitraum waren die Verwaltung der Beteiligungen und des eigenen Vermögens sowie die Wahrnehmung zentraler Konzernaufgaben. Die Zahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt stieg 1999 von 2 auf 7.

Im Rahmen der Straffung der Konzernstruktur wurden zum Jahresbeginn die INTERSHOP Communications S.a.r.l., Paris, und die INTERSHOP (Ltd.), London, bisher Tochtergesellschaften der INTERSHOP Communications GmbH, zu 100 % von der INTERSHOP Communications AG übernommen. Im März wurde mit der IS Nordic AB eine Tochtergesellschaft in Schweden mit Sitz in Stockholm gegründet und zum Jahresanfang 2000 eine Niederlassung in Hongkong, die INTERSHOP Communications Hong Kong Co. Ltd.

Der Geschäftsgang der operativen Gesellschaften war geprägt durch Fortsetzung der Expansion, die in allen Gesellschaften zu negativen Jahresergebnissen führte. Zur Deckung des Kapitalbedarfs der Gesellschaften wurden Darlehen durch die AG gewährt.

Aufgrund ihrer Funktion als Holding verfügt die INTERSHOP Communications AG über keine eigenen Umsatzerlöse. Insbesondere aufgrund von Zinserträgen aus verbundenen Unternehmen in Höhe von 2,3 Mio. € (Vorjahr 0,8 Mio. €) ergab sich im Geschäftsjahr 1999 ein positives Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 1,4 Mio. € im Vergleich zu einem negativen Wert von –1,4 Mio. € im Vorjahr. Der Jahresüberschuss lag bei 1,3 Mio. € (Vorjahr –5,2 Mio. €), der zusammen mit dem Verlustvortrag von 5,2 Mio. € zu einem Bilanzverlust von 4,0 Mio. € führte (Vorjahr 5,2 Mio. €).

Das Anlagevermögen der Gesellschaft erhöhte sich 1999 um 2,3 Mio. € auf 38,1 Mio. € und bestand fast ausschließlich aus Beteiligungen an verbundenen Unternehmen. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen stiegen von 20,6 Mio. € auf 55,1 Mio. €. Die liquiden Mittel reduzierten sich von 32,1 Mio. € auf 6,4 Mio. €. Das Eigenkapital erhöhte sich um 4,4 Mio. € auf 92,5 Mio. €. Die Eigenkapitalquote betrug damit 92 %. Das gezeichnete Kapital stieg durch die Umstellung des Kapitals auf Euro sowie die Umwandlung von bedingtem Kapital auf 16,9 Mio. € (Vorjahr 13,3 Mio. €). Die Verbindlichkeiten erhöhten sich von 0,4 Mio. € auf 7,6 Mio. €, insbesondere durch die Aufnahme eines Gesellschafterdarlehens in Höhe von 7 Mio. €.

### Risiken der künftigen Entwicklung

INTERSHOP ist einer Reihe von Risiken ausgesetzt, die die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sowie den Bestand des Unternehmens gefährden könnten:

- Der Markt für e-commerce-Applikationen ist jung und unterliegt laufenden Veränderungen. Kritische Aspekte der kommerziellen Nutzung des Internets, wie Sicherheit, Nutzungskosten, Nutzerfreundlichkeit und Servicequalität, könnten die Entwicklung des Internets und des e-commerce negativ beeinflussen. Ausbleibende Erfolge bei den im e-commerce tätigen Unternehmen könnten außerdem die Nachfrage nach e-commerce-Lösungen bremsen. Auch kann der Konkurrenzdruck durch bestehende und neu hinzukommende Anbieter zunehmen. Diese Faktoren können sich einzeln oder kumulativ negativ auf die zukünftige Nachfrage und die Akzeptanz der Produkte von INTERSHOP auswirken.
- Eine notwendige Voraussetzung für die Akzeptanz unserer Produkte ist ihre technische Leistungsfähigkeit. Einschränkungen der Funktions- und Leistungsfähigkeit bestehender und zukünftiger Produkte könnten die Akzeptanz der Produkte deutlich mindern. Dies betrifft auch die Abhängigkeit von technischen Lösungen Dritter, die in die Produkte von INTERSHOP integriert werden (u. a. Datenbanken).

- Der Markt für e-commerce-Applikationen ist durch noch nicht entwickelte Industriestandards, sich ändernde Kundenbedürfnisse, einen hohen technologischen Fortschritt und kurze Innovationszyklen gekennzeichnet. INTERSHOPs wirtschaftliche Entwicklung ist stark von dem Markterfolg neuer Produkte abhängig. Es ist unsicher, ob das im Herbst 1999 neu eingeführte Produkt, INTERSHOP infinity, die erwartete Akzeptanz im Markt erhält. Auch ist es möglich, dass die zur Erreichung der Unternehmensziele notwendigen neuen Produkte nicht oder nicht rechtzeitig entwickelt werden können oder nicht den Kundenbedürfnissen entsprechen.
- Der Vertrieb und die Implementierung der Produkte erfolgt zu einem Großteil durch IT-Vertriebs- und Dienstleistungsunternehmen wie Systemintegratoren, Beratungsunternehmen und Multimedia-Agenturen. Sollte es INTERSHOP nicht gelingen, diese Unternehmen in ausreichendem Maße zu trainieren und als Partner zu gewinnen, könnte dies den Absatz der Produkte beeinträchtigen.
- Die erfolgreiche Geschäftstätigkeit von INTERSHOP hängt wesentlich von den Leistungen der Führungskräfte und Mitarbeitern in Schlüsselpositionen, vor allem in den Bereichen Entwicklung und Vertrieb, ab. Sollte es INTERSHOP nicht gelingen, die bestehenden Mitarbeiter und Führungskräfte zu halten sowie neue in ausreichendem Maße hinzuzugewinnen, könnte dies die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens negativ beeinflussen.
- INTERSHOP erzielt den Großteil seiner Umsatzerlöse mit dem Verkauf von Lizenzen. Die Umsatzanerkennung gemäß US-GAAP setzt voraus, dass der Kaufvertrag unterschrieben ist, die Lizenz geliefert wurde, die Anzahl der Lizenzen bestimmbar ist und die Zahlung wahrscheinlich ist. Werden mit dem Auftrag auch Serviceleistungen verbunden, werden die Umsätze gemäß dem Grad der Fertigstellung des Projekts anerkannt. Wegen der Unsicherheit bezüglich der Länge der Verkaufs- und Implementierungszyklen, die maßgeblich von unseren Kunden beeinflusst werden, können die Umsatzerlöse, insbesondere auf Quartalsbasis, starken Schwankungen unterliegen.
- Ein bedeutender Teil des Geschäftsvolumens wird in Währungen verbucht, die nicht mit festen Wechselkursen an den Euro gekoppelt sind und im Rahmen des Konzernabschlusses in Euro umgerechnet werden. Da derzeit keine Maßnahmen zur Absicherung gegen Währungsrisiken getroffen sind, kann die Ertragslage durch Währungsschwankungen beeinflusst werden.
- Während seiner bisherigen Geschäftstätigkeit hat INTERSHOP bislang ausschließlich negative Jahresergebnisse erwirtschaftet. Der bis zum 31.12.1999 aufgelaufene Verlust beläuft sich auf 45,4 Mio. €. Die angestrebte Fortsetzung der Investitionen in das operative Geschäft zum Ausbau der Marktposition kann auch in Zukunft zu einer negativen Ertragslage führen und dadurch die Liquidität des Unternehmens weiter reduzieren. Am 31.12.1999 verfügte das Unternehmen über liquide Mittel in Höhe von 12,1 Mio. €. Im Falle fortlaufender Verluste kann es erforderlich werden, dass sich das Unternehmen neue Liquidität im Rahmen der Eigen- oder Fremdkapitalfinanzierung verschafft. Sollte diese Kapitalbeschaffung dann nicht in einem ausreichenden Maße gelingen, kann INTERSHOP gezwungen sein, seine Aktivitäten zu verschieben, zu reduzieren oder ganz einzustellen.
- Die Konzernholding INTERSHOP Communications AG hatte bis zum 31.12.1999 Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 55,1 Mio. €. Sollten die Tochterunternehmen auch in Zukunft negative Jahresergebnisse erwirtschaften, kann nicht ausgeschlossen werden, dass diese Forderungen nicht zurückgezahlt werden können.

### Risikomanagement

Der Vorstand von INTERSHOP hat diese Risiken antizipiert und tritt ihnen mit entsprechenden unternehmerischen Entscheidungen entgegen. Zu den Schwerpunkten der Unternehmensstrategie gehören daher eine vorausschauende Produktpolitik, die sich an der erwarteten Marktentwicklung und den zukünftigen Bedürfnissen der Kunden orientiert, eine hohe Priorität der Produktentwicklung und der technologischen Leistungsfähigkeit der Produkte, die Positionierung des Unternehmens im Wettbewerbsumfeld, die Gewinnung und das Training neuer Partner, die Anwerbung und das Halten von Mitarbeitern und Führungskräften in Schlüsselpositionen sowie der Ausbau der notwendigen Organisation.

Zur Kontrolle der Risiken hat das Unternehmen ein umfassendes Risikomanagementsystem eingerichtet. Im Rahmen des strategischen Controlling beobachtet das Unternehmen laufend die Marktentwicklungen und das Wettbewerbsumfeld, wobei auch auf Studien führender Marktforschungsunternehmen zurückgegriffen wird. Im Bereich der Produktentwicklung verfügt INTERSHOP über ein umfassendes Projektmanagement- und Qualitätssicherungssystem. Zur Überwachung der laufenden Auftrags- und Geschäftsentwicklung setzt das Unternehmen mit Pivotal und SAP R/3 global einheitliche

Systeme ein, die zu jeder Zeit einen Überblick über die gegenwärtige und erwartete Situation des Unternehmens ermöglichen. Darüber hinaus führt das Management regelmäßig Analysen der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage durch. Insgesamt ist der Vorstand überzeugt, die Risiken der zukünftigen Entwicklung in einem maximal möglichen Ausmaß begrenzt zu haben.

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

In den ersten zwei Monaten 2000 setzte sich die positive Marktentwicklung mit einer zunehmenden Nachfrage nach e-commerce-Softwarelösungen fort. INTERSHOP ist mit einer Vielzahl von Unternehmen in Verhandlungen über Lizenzaufträge. Darüber hinaus setzte INTERSHOP seine Unternehmensstrategie mit der Bekanntgabe neuer Partnerschaften weiter konsequent um. Einen Schwerpunkt der Unternehmensaktivitäten stellt der Eintritt in den Markt von Großunternehmen dar, für den mit der Einführung von INTERSHOP infinity im Herbst 1999 der Grundstein erfolgreich gelegt wurde. Zur CeBIT 2000, der größten Computermesse der Welt, wurden im Februar innovative, wegweisende e-commerce-Geschäftsmodelle der Öffentlichkeit präsentiert, darunter die Anbindung der INTERSHOP-Produkte an die Auktionsplattform von eBay sowie die

Realisierung einer »Sell direct« Business-to-Business-Anwendung für die Firma Würth. Bei dieser Lösung können die Außendienstmitarbeiter des weltweit größten Handelsunternehmens für Verbindungs-, Befestigungs- und Montagetechnik über das Mobiltelefon Waren nachbestellen.

Weder bei den Produkten von INTERSHOP noch bei internen IT-Systemen kam es im Zuge der Jahr 2000-Umstellung nach bisherigem Kenntnisstand zu Problemen.

### Ausblick

INTERSHOP erwartet in Übereinstimmung mit führenden Marktforschungsstudien, dass die Marktdynamik für e-commerce-Software in diesem und in den kommenden Jahren weiter anhalten wird. Laut einer Schätzung von IDC wächst der Markt für e-commerce-Software zwischen den Jahren 1999 und 2003 um durchschnittlich 97 % pro Jahr. Gleichzeitig geht das Unternehmen davon aus, dass sich die Wettbewerbsintensität im Markt erhöhen wird. Vor diesem Hintergrund plant der Vorstand, auch in 2000 seine Investitionen in Produktentwicklung, Vertrieb, Marketing und die globale Organisation auszubauen, um damit seine Wettbewerbsposition weiter zu stärken und sich langfristig als einer der weltweit führenden Anbieter von e-commerce-Software etablieren zu können. Wichtige Ziele im Geschäftsjahr 2000 sind die Verteidigung der technologischen Führerschaft für alle Produktlinien, die personelle Stärkung der Schlüsselbereiche Vertrieb und Entwicklung und die klare Positionierung des Unternehmens bei seinen Zielgruppen. Regionale Schwerpunkte sind neben Europa,

wo INTERSHOP bereits über eine führende Position verfügt, vor allem die USA, deren Umsatzanteil weiter steigen soll, und Asien, wo neben Hongkong zusätzliche Büros geplant sind. Darüber hinaus prüft INTERSHOP Möglichkeiten, sich an Unternehmen zu beteiligen, die über komplementäre Technologien oder Produkte verfügen.

Der Vorstand ist überzeugt, dass auch im Jahr 2000 der Umsatz wieder erheblich gesteigert werden kann. Voraussetzung dafür ist, dass der Eintritt in den Enterprise-Markt gelingt und die sich ergebenden Marktchancen für INTERSHOP endlich realisiert werden können. Eine weitere Bedingung ist, dass INTERSHOP in den USA seine Marktposition weiter ausbauen kann. Der Vorstand glaubt, dass das Unternehmen hervorragend für die Erreichung dieser Ziele positioniert ist. Obwohl die operativen Kosten infolge der expansiven Unternehmensentwicklung voraussichtlich weiter steigen werden, erwartet der Vorstand eine deutliche Verbesserung der Ergebnissituation für das laufende Geschäftsjahr. Um im Falle anhaltender Verluste eine ausreichende Deckung des Eigenkapitals sicherzustellen und Optionen im Rahmen der Akquisitionsstrategie wahrnehmen zu können, hat der Vorstand entsprechende Kapitalmaßnahmen vorbereitet.

## Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der INTERSHOP Communications Aktiengesellschaft aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den US-amerikanischen Rechnungslegungsvorschriften (US-GAAP) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung sowie unter ergänzender Beachtung von US-Generally Accepted Auditing Standards (US-GAAP) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den US-GAAP ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den von dem Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 aufgestellten zusammengefassten Lagebericht und Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der zusammengefasste Lagebericht und Konzernlagebericht insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der zusammengefasste Lagebericht und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen.

Hamburg, den 25. Februar 2000

ARTHUR ANDERSEN  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft mbH



Nendza  
Wirtschaftsprüfer



Schneider  
Wirtschaftsprüfer

# Konzern-Bilanz

in 1.000 €

| <b>AKTIVA</b>  | <b>1998</b>   | <b>1999</b>   |
|--|---------------|---------------|
| <b>UMLAUFVERMÖGEN</b>                                    |               |               |
| Liquide Mittel   | 34.185        | 12.065        |
| Liquide Mittel mit Verfügungsbeschränkung                | 114           | 1.437         |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto        | 5.886         | 23.333        |
| Geleistete Anzahlungen und sonstige Vermögensgegenstände | 2.542         | 3.870         |
| Umlaufvermögen, insgesamt                                | <b>42.727</b> | <b>40.705</b> |
| <b>SACHANLAGEVERMÖGEN, NETTO</b>                         | <b>3.667</b>  | <b>5.610</b>  |
| <b>FINANZANLAGEN</b>                                     | <b>512</b>    | <b>6.222</b>  |
| <b>SONSTIGES VERMÖGEN</b>                                | <b>315</b>    | <b>1.252</b>  |
| <b>AKTIVA, INSGESAMT</b>                                 | <b>47.221</b> | <b>53.789</b> |

| <b>PASSIVA</b>  | <b>1998</b>   | <b>1999</b>   |
|---|---------------|---------------|
| <b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>   |               |               |
| Kurzfristiger Anteil der Leasingraten   | 25            | 33            |
| Gesellschafterdarlehen  | 0             | 7.000         |
| Verbindlichkeiten   | 2.710         | 5.149         |
| Rückstellungen  | 3.224         | 9.960         |
| Umsatzabgrenzungsposten   | 5.059         | 8.543         |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten, insgesamt   | <b>11.018</b> | <b>30.685</b> |
| <b>GESELLSCHAFTERDARLEHEN UND LEASING-GEBÜHREN</b>  | <b>230</b>    | <b>20</b>     |
| <b>UMSATZABGRENZUNGSPOSTEN</b>  | <b>1.748</b>  | <b>220</b>    |
| <b>VERBINDLICHKEITEN, INSGESAMT</b>   | <b>12.996</b> | <b>30.925</b> |
| <b>EIGENKAPITAL</b>   |               |               |
| Stammaktien, rechnerischer Nennwert € 1<br>Gesamtkapital 29.932.501 Aktien; ausgegebene<br>Aktien: 16.878.104 (Vorjahr: 15.584.901) | 13.281        | 16.878        |
| Kapitalrücklage   | 50.225        | 48.169        |
| Gesellschafterdarlehen  | - 1.428       | - 141         |
| Ausgleichsposten für Mitarbeitervergütungen   | - 799         | - 273         |
| Bilanzverlust   | - 27.017      | - 45.406      |
| Vollständiges Bilanzergebnis  | - 37          | 3.637         |
| Eigenkapital, insgesamt   | <b>34.225</b> | <b>22.864</b> |
| <b>PASSIVA, INSGESAMT</b>   | <b>47.221</b> | <b>53.789</b> |

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in 1.000 €, Angaben je Aktie in €

|  | 1997           | 1998            | 1999            |
|--|----------------|-----------------|-----------------|
| <b>UMSATZERLÖSE</b>  |                |                 |                 |
| Lizenzen   | 2.947          | 11.295          | 29.534          |
| Serviceleistungen, Wartung und sonstige Umsätze                                    | 2.088          | 6.577           | 16.732          |
| Umsatzerlöse, insgesamt  | <b>5.035</b>   | <b>17.872</b>   | <b>46.266</b>   |
| <b>HERSTELLUNGSKOSTEN DER ZUR ERZIELUNG DER UMSATZERLÖSE ERBRACHTEN LEISTUNGEN</b> |                |                 |                 |
| Lizenzen   | 442            | 1.742           | 4.786           |
| Serviceleistungen, Wartung und sonstige Umsätze                                    | 2.245          | 3.766           | 8.465           |
| Herstellungskosten, insgesamt  | <b>2.687</b>   | <b>5.508</b>    | <b>13.251</b>   |
| <b>ROHERTRAG</b>   | <b>2.348</b>   | <b>12.364</b>   | <b>33.015</b>   |
| <b>BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN</b>   |                |                 |                 |
| Forschung und Entwicklung  | 1.006          | 4.368           | 7.115           |
| Vertrieb und Marketing   | 4.705          | 18.368          | 34.771          |
| Allgemeine Verwaltung  | 3.454          | 6.729           | 11.206          |
| Kosten eines außergerichtlichen Vergleichs   | 0              | 1.866           | 0               |
| Betriebliche Aufwendungen, insgesamt   | <b>9.165</b>   | <b>31.331</b>   | <b>53.092</b>   |
| <b>BETRIEBSERGEBNIS</b>  | <b>- 6.817</b> | <b>- 18.967</b> | <b>- 20.077</b> |
| <b>SONSTIGE ERTRÄGE (AUFWENDUNGEN)</b>   |                |                 |                 |
| Zinserträge  | 122            | 968             | 515             |
| Zinsaufwendungen   | - 292          | - 797           | - 42            |
| Sonstige   | - 28           | 1.488           | 1.215           |
| Sonstige Erträge (Aufwendungen), insgesamt   | <b>- 198</b>   | <b>1.659</b>    | <b>1.688</b>    |
| <b>JAHRESFEHLBETRAG</b>  | <b>- 7.015</b> | <b>- 17.308</b> | <b>- 18.389</b> |
| <b>ZUSCHREIBUNG ZU RÜCKKAUFBAREN UMWANDELBAREN VORZUGSAKTIE</b>                    | <b>- 149</b>   | <b>- 220</b>    | <b>0</b>        |
| <b>AUF STAMMAKTIE</b> ENTFALLENDER JAHRESFEHLBETRAG                                | <b>- 7.164</b> | <b>- 17.528</b> | <b>- 18.389</b> |
| <b>FEHLBETRAG JE STAMMAKTIE</b>  |                |                 |                 |
| nach Verwässerung (basic and diluted)  | <b>- 1,19</b>  | <b>- 1,44</b>   | <b>- 0,97</b>   |
| <b>ANZAHL DER IN DIE BERECHNUNG JE AKTIE EINBEZOGENEN AKTIEN</b>                   | <b>6.034</b>   | <b>12.145</b>   | <b>18.948</b>   |

# Konzern-Kapitalflussrechnung

in 1.000 €

|   | 1997           | 1998            | 1999            |
|---|----------------|-----------------|-----------------|
| <b>CASHFLOW AUS DER BETRIEBLICHEN TÄTIGKEIT</b>   |                |                 |                 |
| Jahresfehlbetrag  | - 7.015        | - 17.308        | - 18.389        |
| Anpassungen zur Überleitung des Jahresfehlbetrags zum Zahlungsmittelüberschuss/-fehlbetrag aus betrieblicher Tätigkeit: |                |                 |                 |
| Abschreibungen  | 510            | 1.657           | 2.076           |
| Wertberichtigungen auf Forderungen  | 67             | 269             | 2.037           |
| Auflösung des Ausgleichspostens für Mitarbeitervergütungen  | 0              | 162             | 308             |
| Außergerichtlicher Vergleich  | 0              | 1.866           | 0               |
| Veränderung der:  |                |                 |                 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen  | - 2.244        | - 4.080         | - 18.220        |
| Anzahlungen und sonstige kurzfristige Forderungen   | - 822          | - 1.695         | - 1.474         |
| Sonstige Vermögensgegenstände   | - 38           | - 58            | - 830           |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen  | 1.880          | 436             | 2.228           |
| Umsatzabgrenzungsposten   | 9.819          | - 3.245         | 1.542           |
| Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten   | 451            | 1.013           | 6.298           |
| Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit  | <b>2.608</b>   | <b>- 20.983</b> | <b>- 24.424</b> |
| <b>CASHFLOW AUS DEM INVESTITIONSBEREICH</b>   |                |                 |                 |
| Investitionen in nicht konsolidierte Beteiligungen  | 0              | - 512           | - 1.199         |
| Sachanlagenzugänge, ohne Aktivierung von Finanzierungsleasing   | - 1.902        | - 3.302         | - 3.625         |
| Liquide Mittel mit Verfügungsbeschränkung   | - 117          | 0               | - 1.227         |
| Kauf von handelbaren Wertpapieren   | 0              | 0               | - 1.490         |
| Cashflow aus dem Investitionsbereich  | <b>- 2.019</b> | <b>- 3.814</b>  | <b>- 7.541</b>  |
| <b>CASHFLOW AUS DEM FINANZIERUNGSBEREICH</b>  |                |                 |                 |
| Einzahlungen aus der Ausgabe von Vorzugsaktien  | 3.377          | 1.873           | 0               |
| Einzahlungen aus der Ausgabe von Stammaktien, netto   | 0              | 52.104          | 1.759           |
| Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten  | 1.765          | 1.975           | 7.937           |
| Einzahlungen aus der Tilgung von Gesellschafterdarlehen   | 0              | 0               | 1.287           |
| Auszahlungen aus der Tilgung von Darlehen   | - 1.027        | - 3.233         | - 1.144         |
| Cashflow aus dem Finanzierungsbereich   | <b>4.115</b>   | <b>52.719</b>   | <b>9.839</b>    |
| Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes  | 140            | 1.205           | 6               |
| <b>VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL</b>  | <b>4.844</b>   | <b>29.127</b>   | <b>- 22.120</b> |
| <b>LIQUIDE MITTEL ZU BEGINN DES GESCHÄFTSJAHRES</b>   | <b>214</b>     | <b>5.058</b>    | <b>34.185</b>   |
| <b>LIQUIDE MITTEL AM ENDE DES GESCHÄFTSJAHRES</b>   | <b>5.058</b>   | <b>34.185</b>   | <b>12.065</b>   |

# Eigenkapitalveränderungsrechnung des Konzerns

|  | Umwandelbare<br>rückkaufbare<br>Vorzugsaktien |                   | Stammaktien       |                        |                 |
|--|---|-------------------|-------------------|------------------------|-----------------|
|  | Anzahl  | Betrag<br>1.000 € | Anzahl            | Nominalwert<br>1.000 € | Agio<br>1.000 € |
| <b>STAND 31. DEZEMBER 1996</b>   | <b>6.720.000</b>                              | <b>1.355</b>      | <b>6.000.000</b>  | <b>-</b>               | <b>51</b>       |
| Jahresfehlbetrag   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Währungsausgleichsposten   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Ausgabe von Stammaktien  | -   | -                 | 22.500            | -                      | 17              |
| Ausübung von Aktienoptionen  | -   | -                 | 605.310           | -                      | 400             |
| Ausgabe von Vorzugsaktien der Serie C  | 1.200.000                                     | 3.482             | -                 | -                      | -               |
| Zuschreibung zu Vorzugsaktien  | -   | 149               | -                 | -                      | -               |
| <b>STAND 31. DEZEMBER 1997</b>   | <b>7.920.000</b>                              | <b>4.986</b>      | <b>6.627.810</b>  | <b>-</b>               | <b>468</b>      |
| Jahresfehlbetrag   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Währungsausgleichsposten   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Ausgabe von Stammaktien der US Inc.  | -   | -                 | 60.000            | -                      | 186             |
| Ausgabe von Vorzugsaktien der Serie D  | 233.910                                       | 1.873             | -                 | -                      | -               |
| Ausgabe von Stammaktien gegen Bareinlage<br>und im Zusammenhang mit dem Verzicht aus<br>Ansprüchen aus einem außergerichtlichen Vergleich  | -   | -                 | 230.091           | 196                    | 6.257           |
| Zuschreibung zu Vorzugsaktien  | -   | 220               | -                 | -                      | -               |
| Umwandlung von Vorzugsaktien der Tochtergesellschaft<br>in Stammaktien der Muttergesellschaft, ohne die noch<br>nicht umgewandelten Aktien | - 7.568.310                                   | - 7.079           | 7.568.310         | -                      | 7.079           |
| Noch nicht umgewandelte Aktien   | - 585.600                                     | -                 | - 2.646.000       | -                      | -               |
| Ausweisänderung bei Gründung der AG  | -   | -                 | -                 | 9.894                  | - 9.894         |
| Ausgabe von Stammaktien im Rahmen<br>der Börseneinführung, netto   | -   | -                 | 3.000.000         | 2.557                  | 44.774          |
| Ausübung von Aktienoptionen  | -   | -                 | 744.690           | 634                    | 394             |
| Abgrenzung von Mitarbeitervergütungen  | -   | -                 | -                 | -                      | 961             |
| Auflösung der Abgrenzung von Mitarbeitervergütungen  | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| <b>STAND 31. DEZEMBER 1998</b>   | <b>-</b>                                      | <b>-</b>          | <b>15.584.901</b> | <b>13.281</b>          | <b>50.225</b>   |
| Jahresfehlbetrag   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Währungsausgleichsposten   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Noch nicht realisierte Gewinne aus<br>handelbaren Wertpapieren   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Umwandlung von Vorzugsaktien der Tochtergesellschaft<br>in Stammaktien der Muttergesellschaft, ohne die noch<br>nicht umgewandelten Aktien | -   | -                 | 446.700           | 416                    | - 416           |
| Ausübung von Aktienoptionen  | -   | -                 | 846.503           | 732                    | 1.027           |
| Änderung des rechnerischen Nennbetrags<br>der Stammaktien  | -   | -                 | -                 | 2.449                  | - 2.449         |
| Tilgung von Gesellschafterdarlehen   | -   | -                 | -                 | -                      | -               |
| Auflösung der Abgrenzung von Mitarbeitervergütungen  | -   | -                 | -                 | -                      | - 218           |
| <b>STAND 31. DEZEMBER 1999</b>   | <b>-</b>                                      | <b>-</b>          | <b>16.878.104</b> | <b>16.878</b>          | <b>48.169</b>   |

## Eigenkapital

| Gesellschafterdarlehen<br>1.000 € | Ausgleichsposten für die Abgrenzung von Mitarbeitervergütungen<br>1.000 € | Bilanzverlust<br>1.000 € | Vollständiges Bilanzergebnis<br>1.000 € | Summe Eigenkapital<br>1.000 € | Vollständiges Jahresergebnis<br>1.000 € |
|-----------------------------------|---|--------------------------|---|-------------------------------|---|
| -                                 | -   | - 2.325                  | - 40                                    | - 2.314                       | -                                       |
| -                                 | -   | - 7.015                  | -                                       | - 7.015                       | - 7.015                                 |
| -                                 | -   | -                        | - 132                                   | - 132                         | - 132                                   |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | 17                            | -                                       |
| - 400                             | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | -   | - 149                    | -                                       | - 149                         | -                                       |
| <b>- 400</b>                      | <b>-</b>  | <b>- 9.489</b>           | <b>- 172</b>                            | <b>- 9.593</b>                | <b>- 7.147</b>                          |
| -                                 | -   | - 17.308                 | -                                       | - 17.308                      | - 17.308                                |
| -                                 | -   | -                        | 135                                     | 135                           | 135                                     |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | 186                           | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | 6.453                         | -                                       |
| -                                 | -   | - 220                    | -                                       | - 220                         | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | 7.079                         | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | 47.331                        | -                                       |
| - 1.028                           | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | - 961   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | 162   | -                        | -                                       | 162                           | -                                       |
| <b>- 1.428</b>                    | <b>- 799</b>  | <b>- 27.017</b>          | <b>- 37</b>                             | <b>34.225</b>                 | <b>- 17.173</b>                         |
| -                                 | -   | - 18.389                 | -                                       | - 18.389                      | - 18.389                                |
| -                                 | -   | -                        | 652                                     | 652                           | 652                                     |
| -                                 | -   | -                        | 3.022                                   | 3.022                         | 3.022                                   |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | 1.759                         | -                                       |
| -                                 | -   | -                        | -                                       | -                             | -                                       |
| 1.287                             | -   | -                        | -                                       | 1.287                         | -                                       |
| -                                 | 526   | -                        | -                                       | 308                           | -                                       |
| <b>- 141</b>                      | <b>- 273</b>  | <b>- 45.406</b>          | <b>3.637</b>                            | <b>22.864</b>                 | <b>- 14.715</b>                         |

# Konzernanhang

## 1. Struktur und Geschäftstätigkeit der Gesellschaft

Die INTERSHOP Communications AG (im Folgenden auch die »Gesellschaft« oder INTERSHOP AG) ist die Nachfolgegesellschaft der INTERSHOP Communications, Inc. und der INTERSHOP Communications GmbH. INTERSHOP Communications GmbH wurde ursprünglich 1992 in Deutschland als NetConsult Computersysteme GmbH in der Rechtsform einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung gegründet. Die NetConsult Computersysteme GmbH gründete im März 1996 die 100 %ige Tochtergesellschaft NetConsult Communications Inc. (»U.S. Inc.«), eine Aktiengesellschaft amerikanischen Rechts mit Sitz in Delaware. Diese Gesellschaften wurden später umbenannt in INTERSHOP Communications GmbH bzw. INTERSHOP Communications, Inc. (die Vorgängergesellschaft).

Im Januar 1997 erwarb die INTERSHOP Communications, Inc. (U.S. Inc.) 100 % der Anteile an der INTERSHOP Communications GmbH gemäß eines Vertrages über einen Aktienaus-tausch, der im Dezember 1996 zwischen der INTERSHOP Communications, Inc. und den Anteilseignern der INTERSHOP Communications GmbH geschlossen worden war. Die Anteilseigner und Fremdkapitalgeber der INTERSHOP Communications GmbH erhielten Stamm- bzw. Vorzugsaktien der INTERSHOP Communications, Inc., die damit Muttergesell-schaft der INTERSHOP Communications GmbH und ihrer Tochtergesellschaften wurde.

Im Juni 1998 tauschten Anteilseigner, die 79,26 % des Eigenkapitals der U.S. Inc. hielten, ihre Stamm- und Vorzugsaktien der U.S. Inc. in 12.345.810 Aktien der Gesellschaft. In Folge dieses Tausches wurde die U.S. Inc. eine Tochtergesellschaft im Mehrheitsbesitz der deutschen INTERSHOP AG. Zwei Aktionäre, darunter Stephan Schambach, der Gründer und Vorstandsvorsitzende, tauschten nicht ihren kompletten Aktienbestand der INTERSHOP Communications, Inc. und halten somit per 31. Dezember 1999 nach wie vor 16,4 % bzw. 1,5 % der Aktien dieser Gesellschaft. Die beiden Aktionäre sind berechtigt, ihre vorhandenen Aktien an der INTERSHOP Communications, Inc. in Aktien der Gesellschaft im Verhältnis von 5:3 zu tauschen. Dazu wird bedingtes Kapital, das speziell zu diesem Zweck geschaffen worden ist, verwendet. Zum 31. Dezember 1999 halten die beiden Aktionäre noch 4.461.500 Aktien der INTERSHOP Communications, Inc., die jederzeit in 2.784.900 Aktien der Gesellschaft wandelbar sind.

Der Konzernabschluss zeigt die konsolidierten Ergebnisse der Gesellschaft und ihrer vollständig oder mehrheitlich zugehörigen Tochterunternehmen. Der Konzernabschluss wurde nach den US-amerikanischen Rechnungslegungsvorschriften (»US-GAAP«) aufgestellt. Alle wesentlichen Geschäftsvorfälle und Salden zwischen den verbundenen Unternehmen sind eliminiert worden.

Die Gesellschaft hatte den Konzernabschluss zum 31. Dezember 1997 in US-Dollar aufgestellt und veröffentlicht, da die Muttergesellschaft zu diesem Zeitpunkt die INTERSHOP Commu-nications, Inc. war. Die Darstellung in diesem Abschluss wurde später in DM geändert, nachdem die Gesellschaft die Mehrheit der ausgegebenen Aktien der INTERSHOP Communications, Inc. in 1998 erworben hatte. Aufgrund der Einführung des Euro (€) zum 1. Januar 1999 hat

sich die Gesellschaft dazu entschieden, den Konzernabschluss in Euro aufzustellen. Daher sind die bisher in DM dargestellten Konzernabschlüsse unter Verwendung des offiziellen Umtauschverhältnisses von DM 1,95583 für einen Euro jetzt in Euro dargestellt. Die auf Euro geänderten Konzernabschlüsse der Gesellschaft weisen die gleichen Verläufe und Tendenzen auf, als wenn die Zahlen weiterhin in DM präsentiert worden wären. Der Konzernabschluss ist für Geschäftsjahre vor dem 1. Januar 1999 allerdings nicht vergleichbar mit in Euro aufgestellten Abschlüssen anderer Gesellschaften, die ihre Abschlüsse vorher in einer anderen Währung als DM dargestellt haben.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, meint »Gesellschaft« die INTERSHOP AG und ihre Tochtergesellschaften bzw. ihre Vorgängergesellschaften.

Die Gesellschaft ist ein weltweiter Anbieter von e-commerce-Software Anwendungen, die es ermöglichen, Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu verkaufen. Die Produkte der Gesellschaft können in vorhandene EDV-Systeme der Kunden integriert werden, so dass diese den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen über das Internet wahrnehmen können, ohne ihre vorhandenen EDV-Systeme ersetzen zu müssen. Die Vertriebsfähigkeit der Produkte der Gesellschaft, z.B. durch das Anlegen von Kunden-Profilen oder die Möglichkeit des cross-selling, erlaubt es den Kunden, ihre Umsatzerlöse zu maximieren. Die Gesellschaft bietet weiterhin Dienstleistungen für ihre Kunden bei der Installation und Wartung der Software an.

1997 begann die Gesellschaft mit dem offiziellen Vertrieb ihrer Produkte und beendete die Entwicklungsphase. Auch wenn die Gesellschaft nicht mehr in der Entwicklungsphase ist, ist sie nach wie vor Risiken ausgesetzt, die vergleichbar sind zu Gesellschaften in einem ähnlichen Entwicklungsstand, einschließlich, aber nicht begrenzt auf, der Geschäftstätigkeit in einem neuen und stark wachsenden Markt, dem Wettbewerb mit größeren Unternehmen, der Abhängigkeit von neuen Produkten, der Abhängigkeit von Mitarbeitern in Schlüsselfunktionen, unsicherer Profitabilität und einer begrenzten geschäftlichen Historie.

## **2. Zusammenfassung wesentlicher Bewertungs- und Bilanzierungsmethoden**

### **Verwendung von Schätzungen**

Die Erstellung von Jahresabschlüssen in Übereinstimmung mit US-GAAP erfordert, dass das Management Schätzungen und Annahmen trifft, die Einfluss auf die ausgewiesenen Werte der Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten sowie die Angaben über Eventualforderungen und Eventualverbindlichkeiten zu den Bilanzstichtagen sowie die ausgewiesenen Erlöse und Aufwendungen des Geschäftsjahres haben. Die tatsächlichen Ergebnisse können von solchen Schätzungen abweichen.

### Währungsumrechnung

Die funktionale Währung der Unternehmensteile außerhalb Deutschlands ist die lokale Landeswährung. Entsprechend werden Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten der Unternehmensteile außerhalb Deutschlands mit dem Stichtagskurs in Euro umgerechnet. Erlöse und Aufwendungen werden mit dem Durchschnittskurs des jeweiligen Geschäftsjahres umgerechnet. Die kumulierten Währungsgewinne und -verluste werden in einem separaten Ausgleichsposten im Eigenkapital ausgewiesen.

### Cashflow-Rechnung

Die Gesellschaft hatte 1997 Zinsausgaben von € 229.000, 1998 von € 540.000 und 1999 von € 37.000. Die Gesellschaft zahlte 1997 € 9.000, 1998 € 13.000 und 1999 € 61.000 an Steuern. In 1997 hatte die Gesellschaft Sale-and-lease-back-Geschäfte getätigt, aus denen sie weder Gewinne noch Verluste realisierte; der Bilanzwert der geleasten Gegenstände betrug € 119.000.

Die Gesellschaft behandelt alle Wertpapiere des Umlaufvermögens mit einer ursprünglichen Laufzeit von bis zu 90 Tagen als liquide Mittel.

### Kreditrisiken

Einem möglichen Ausfallrisiko ist die Gesellschaft hauptsächlich bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgesetzt. Die Gesellschaft führt fortlaufend Kreditwürdigkeitsprüfungen ihrer Kunden durch. Außerdem wird das Ausfallrisiko hinsichtlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen dadurch begrenzt, dass die Gesellschaft über eine breit gestreute Kundenstruktur verfügt.

### Marktwert von Finanzinstrumenten

Die ausgewiesenen Werte der Finanzinstrumente der Gesellschaft, dazu gehören liquide Mittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und langfristige Verbindlichkeiten, entsprechen im Wesentlichen ihrem Marktwert.

Handelbare Wertpapiere, die mit Verkaufsabsichten gehalten werden («available for sale») sind zum Marktwert bilanziert. Dabei werden alle unrealisierten Gewinne und Verluste im Eigenkapital ausgewiesen.

### Anlagevermögen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bilanziert. Gegenstände im Finanzierungsleasing werden zum Barwert der zukünftigen Mindestleasingzahlungen im Zeitpunkt der Anschaffung bilanziert. Die Abschreibung wird nach der linearen Methode über die voraussichtliche Nutzungsdauer der Anlagegegenstände von normalerweise drei Jahren

berechnet. Gegenstände des Finanzierungsleasing und Mietereinbauten werden linear über den jeweils kürzeren Zeitraum der Laufzeit des Leasingvertrages oder der geschätzten gewöhnlichen Nutzungsdauer abgeschrieben.

### Softwareentwicklungskosten

Die Gesellschaft wendet für die Bilanzierung von eigenen Softwareentwicklungskosten Statement of Financial Accounting Standards (»SFAS«) Nr. 86, »Accounting for the Costs of Computer Software to be Sold, Leased or Otherwise Market« an.

Die Aktivierung von Softwareentwicklungskosten erfolgt ab dem Erreichen der technologischen Realisierbarkeit des Produkts, welches die Gesellschaft als Entwicklung eines Prototypen und zusätzlich als Entwicklung einer Betaversion der Software definiert. Das Erreichen der technologischen Realisierbarkeit sowie die fortlaufende Bewertung der Deckungsmöglichkeit dieser Kosten erfordert im erheblichen Umfang die Beurteilung durch das Management hinsichtlich bestimmter externer Faktoren einschließlich, aber nicht beschränkt auf, zukünftig erwarteter Umsatzerlöse der Produkte, der geschätzten wirtschaftlichen Lebensdauer und technologischer Änderungen. Diese Kosten werden zum niedrigeren Wert der um Abschreibungen geminderten Herstellungskosten und dem realisierbaren Veräußerungserlös bilanziert. Bisher sind die aktivierungsfähigen internen Softwareentwicklungskosten nicht wesentlich, so dass die Gesellschaft alle angefallenen Softwareentwicklungskosten sofort ertragswirksam den Forschungs- und Entwicklungskosten zurechnet.

Sämtliche Forschungs- und Entwicklungskosten werden im Zeitpunkt des Entstehens aufwandswirksam berücksichtigt.

### Werbekosten

Werbekosten werden im Zeitpunkt des Entstehens aufwandswirksam berücksichtigt. Aufwendungen für Werbung von € 0,9 Mio. in 1997, von € 1,5 Mio. in 1998 und von € 4,2 Mio. in 1999 sind in den Marketing- und Vertriebskosten enthalten.

### Bilanzierung von Mitarbeiteraktienbeteiligungen (»Stock-Based Compensation«)

Im Oktober 1995 hat das Financial Accounting Standards Board SFAS Nr. 123 »Accounting for Stock-Based Compensation« herausgegeben. Dieser Standard beinhaltet ein Wahlrecht, entweder eine Bilanzierung nach der Fair-Value-Methode durchzuführen oder nach der in Accounting Principles Board Opinion 25 (»APB 25«), »Accounting for Stock Issued to Employees«, definierten Methode zu bilanzieren. Wird bei der Bilanzierung nach APB 25 vorgegangen, hat im Anhang eine Angabe über das pro-forma Jahresergebnis zu erfolgen, das sich bei Anwendung der Fair-Value-Methode ergeben hätte. Die Gesellschaft wendet für die Bilanzierung weiterhin APB 25 an und hat daher die gemäß SFAS Nr. 123 notwendigen Anhangsangaben zum pro-forma-Ergebnis in Abschnitt 8 eingefügt.

### Umsatzrealisierung

Die Gesellschaft erzielt folgende Arten von Umsatzerlösen:

**Lizenzen:** Lizenzerlöse werden durch Lizenzvereinbarungen über Software vor allem mit Endverbrauchern und im gewissen Umfang auch mit Einzelhändlern und Distributoren erzielt. Die Umsatzerlöse aus Lizenzen an Endverbraucher werden bei Auslieferung der Software realisiert, soweit ein hinreichender Nachweis eines Vertrages vorliegt, von der Werthaltigkeit der daraus resultierenden Forderung auszugehen ist und die Vergütung festgelegt und bestimmbar ist. Falls die Zustimmung über eine Abnahme der Produkte seitens der Käufer innerhalb eines bestimmten Zeitraums erforderlich ist, werden die Umsätze zum früheren Zeitpunkt der Zustimmung oder des Ablaufs des Zustimmungszeitraums realisiert. Seit 1. Januar 1998 wendet die Gesellschaft die Vorschriften des American Institute of Certified Public Accountants (»AICPA«) Statement Of Position (»SOP«) 97-2, »Software Revenue Recognition« (»SOP 97-2«) an.

**Service und Wartung:** Serviceleistungen betreffen Supportvereinbarungen, Beratung und Schulungen. Supportvereinbarungen erfordern in der Regel, dass die Gesellschaft den Kunden technische Unterstützung sowie bestimmte Rechte auf Software-Updates einräumt. Umsatzerlöse aus technischer Unterstützung und Software-Updates werden rätierlich über die Laufzeit der Supportvereinbarung realisiert. Die Umsätze aus Beratungs- und Schulungsleistungen werden grundsätzlich dann realisiert, wenn diese Serviceleistungen durchgeführt werden.

Im Juni 1997 hat die Gesellschaft eine Software-Lizenzvereinbarung über Lizenzgebühren von insgesamt € 10,1 Mio. mit einem Anteilseigner abgeschlossen, die in 1997 bezahlt wurden. Die Gesellschaft vereinnahmt die Umsätze aufgrund dieser Vereinbarung entsprechend der Laufzeit der Vereinbarung von drei Jahren. 1997 hat die Gesellschaft € 1,7 Mio. aus dieser Vereinbarung als Umsatz vereinnahmt, was einem Anteil von 33 % der Gesamtumsatzerlöse entspricht. 1998 wurden aus diesem Vertrag € 3,4 Mio. als Umsatz realisiert. Zusätzlich hat die Gesellschaft € 0,8 Mio. Umsatz mit demselben Kunden realisiert, was insgesamt einem Anteil von 23 % der Gesamtumsatzerlöse entspricht. In 1999 realisierte die Gesellschaft € 4,2 Mio. Umsatzerlöse im Zusammenhang mit dem Vertrag, was 9 % der Gesamtumsatzerlöse entspricht. 1999 wurde außerdem ein leitender Angestellter dieses Kunden Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft. Ein weiteres Aufsichtsratsmitglied ist Geschäftsführer eines weiteren Kunden, mit dem in 1997, 1998 und 1999 jeweils 13 %, 6 % und 2 % der Gesamtumsatzerlöse erzielt wurden. Außer mit den beiden genannten wurde mit keinem anderen Kunden ein Umsatz von mehr als 10 % in einer der dargestellten Zeiträume erzielt.

## Gesamtergebnis

Im Juni 1997 gab das FASB SFAS Nr. 130 »Reporting Comprehensive Income« (Darstellung des Gesamtergebnisses) heraus, das die Gesellschaft seit dem 1. Januar 1998 anwendet. SFAS Nr. 130 legt Richtlinien für die Berichterstattung und den Ausweis des Gesamtergebnisses und seiner Bestandteile in vollständigen und für allgemeine Zwecke aufgestellten Jahresabschlüssen fest. Ziel von SFAS Nr. 130 ist, einen Maßstab für alle Eigenkapitalveränderungen eines Unternehmens festzulegen, die aus Transaktionen und anderen wirtschaftlichen Ereignissen dieses Zeitraumes resultieren, mit Ausnahme von Transaktionen mit Gesellschaftern (»Gesamtergebnis«). Das Gesamtergebnis stellt den gesamten Nettogewinn oder -verlust und alle Eigenkapitalveränderungen dar, die nicht mit Gesellschaftern verbunden sind.

Das übrige kumulierte Gesamtergebnis stellt sich folgendermaßen dar (in 1.000 €):

|   | 1998        | 1999         |
|---|-------------|--------------|
| Anpassung an Währungsveränderungen                  | - 37        | 615          |
| Unrealisierte Gewinne und Verluste aus Wertpapieren | -           | 3.022        |
|   | <b>- 37</b> | <b>3.637</b> |

Zum 31. Dezember 1997 und 1998 bestand das übrige kumulierte Gesamtergebnis lediglich aus den Anpassungen an Währungsveränderungen in Höhe von € 132.000 bzw. € 135.000. Eine Zusammenfassung der Bestandteile des übrigen kumulierten Gesamtergebnis stellt sich zum 31. Dezember 1999 wie folgt dar (in 1.000 €):

|   | Vor<br>Steuern | Steuern<br>vom Ertrag | Nach<br>Steuern |
|---|----------------|-----------------------|-----------------|
| Unrealisierte Gewinne und Verluste aus Wertpapieren | 3.022          | -                     | 3.022           |
| Anpassung an Währungsveränderungen                  | 652            | -                     | 652             |
|   | <b>3.674</b>   | <b>-</b>              | <b>3.674</b>    |

## Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird nach SFAS Nr. 128 »Earnings Per Share« für alle dargestellten Perioden ermittelt. Dabei wird das Ergebnis unter Berücksichtigung der gewichteten, durchschnittlichen Zahl der unverfallbar ausgegebenen Stammaktien ermittelt. Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird unter Berücksichtigung der gewichteten, durchschnittlichen Zahl der unverfallbar ausgegebenen Stammaktien und, verwässert, der noch nicht unverfallbar ausgegebenen Stammaktien und der möglichen Zahl von Stammaktien aufgrund von Optionen oder Garantien, solche Aktien zu erwerben, dargestellt. Dabei wird die Aktien-Rücklaufmethode (treasury stock-Methode) angewendet, bei wandelbaren Wertpapieren wird auf einer Basis gerechnet, als ob eine Wandlung erfolgt wäre. Die ausgeübten Optionen, die sich auf rücklaufbare Aktien beziehen, sind bei der Berechnung der gewichteten durchschnittlichen Zahl der

ausgegebenen Aktien zur Ermittlung des Gewinns je Aktie nicht berücksichtigt worden. Die Zahl der rücklaufbaren Aktien betrug in 1997, 1998 und 1999 jeweils 233.000, 525.000 bzw. 550.000. Alle möglicherweise noch entstehenden Aktien sind aufgrund der Verlustsituation nicht in die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie einbezogen worden, da der Effekt einer Verwässerung entgegenwirkt. Entsprechend Securities and Exchange Commission (SEC) Staff Accounting Bulletin Nr. 98 wurden Stamm- und wandelbare Vorzugsaktien, die zu einem geringen Wert vor der eigentlichen Notierung an der Börse ausgegeben worden waren, in die Berechnung des normalen und verwässerten Ergebnisses je Aktie berücksichtigt, als ob sie für alle dargestellten Perioden bereits ausgegeben wären. Bis heute hat die Gesellschaft keine Aktien zu einem geringeren Ausgabewert ausgegeben oder gewährt.

Die Zahl der nicht in die Ermittlung des verwässerten Ergebnisses einbezogenen Aktien betrug in 1997, 1998 und 1999 jeweils gerundet 1.299.000, 1.125.000 sowie 473.000.

### Neue Bilanzierungsbestimmungen

Im Juni 1998 gab der FASB SFAS Nr. 133 »Accounting for Derivate Instruments and Hedging Activities« (Bilanzierung von derivativen Instrumenten und Sicherungsgeschäften) heraus, wonach Unternehmen derivative Finanzinstrumente auf Grundlage des beizulegenden Zeitwerts in der Bilanz als Vermögensgegenstand oder Verbindlichkeit ausweisen müssen. Die Bilanzierung der Gewinne oder Verluste aus Änderung der Werte solcher Derivate bestimmt sich nach der Verwendung des Derivates und ist davon abhängig, ob die Derivate als Sicherungsgeschäfte (Hedging Accounting) zu qualifizieren sind. Das wichtigste Kriterium für Hedging Accounting ist, dass das Verhältnis der Sicherungsgeschäfte bei der Erzielung von gegenläufigen Änderungen des beizulegenden Zeitwerts oder der Cashflows einen sehr weitgehenden Deckungsgrad aufweist. Im Juni 1999 gab der FASB SFAS Nr. 137 »Accounting For Derivative Instruments and Hedging Activities – Deferral of the Effective Date of FASB Statement Nr. 133« (Bilanzierung von derivativen Instrumenten und Sicherungsgeschäften – Verschiebung des Zeitpunkts des Inkrafttretens des FASB Statements Nr. 133) heraus, der SFAS Nr. 133 dahingehend abändert, dass es für alle Quartale oder Geschäftsjahre, die nach dem 15. Juni 2000 (bzw. 1. Januar 2001 für die Gesellschaft) beginnen, wirksam ist. Dieses Statement wird keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft haben.

Im Dezember 1998 hat das AICPA SOP 98-9 »Modification of SOP 97-2, Software Revenue Recognition, with Respect to Certain Transactions« herausgegeben. SOP 98-9 ergänzt SOP 97-2 und SOP 98-4 dahingehend, dass die Anwendbarkeit bestimmter Vorschriften von SOP 97-2, ergänzt durch SOP 98-4, für Jahresabschlüsse, die vor dem 15. März 1999 beginnen, eingeschränkt wird. Alle anderen Vorschriften von SOP 98-9 sind erst für Jahresabschlüsse, die nach dem 15. März 1999 beginnen, anwendbar. Diese Vorschrift wird keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von INTERSHOP haben.

### Anpassungen

Verschiedene Salden der Jahre 1997 und 1998 wurden umgegliedert, um eine an 1999 angepasste Darstellung zu ermöglichen.

### 3. Sachanlagen

Das Sachanlagevermögen setzt sich folgendermaßen zusammen (in 1.000 €):

|                                    | 1998         | 1999          |
|------------------------------------|--------------|---------------|
| Computer                           | 4.834        | 7.724         |
| Betriebs- und Geschäftsausstattung | 1.138        | 2.552         |
| Mietereinbauten                    | 36           | 332           |
|                                    | <b>6.008</b> | <b>10.608</b> |
| Kumulierte Abschreibungen          | - 2.341      | - 4.998       |
| Anlagevermögen, netto              | <b>3.667</b> | <b>5.610</b>  |

Im Sachanlagevermögen zum 31. Dezember 1999 sind geleaste Gegenstände (Finanzierungsleasing) mit einem Wert von € 114.000 enthalten. Die kumulierten Abschreibungen auf die aktivierten Leasinggegenstände betragen zum 31. Dezember 1999 € 81.000 und zum 31. Dezember 1998 € 26.000.

Zum 31. Dezember 1999 betragen die zukünftigen Mindestleasingraten aus dem Finanzierungsleasing sowie der entsprechende Barwert (in 1.000 €):

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| Mindestleasingraten, insgesamt  | 39        |
| – davon Zinsen                  | - 6       |
| Barwert der Mindestleasingraten | <b>33</b> |
| Abzüglich kurzfristiger Anteil  | - 33      |
|                                 | <b>0</b>  |

#### 4. Beteiligungen

1998 und 1999 hat sich die Gesellschaft an einer nicht börsennotierten Gesellschaft in Israel mit jeweils € 0,5 Mio. bzw. € 1,2 Mio. beteiligt. Die Gesamtbeteiligung von € 1,7 Mio. stellt einen Anteil von etwa 12 % zum 31. Dezember 1999 dar. Die Beteiligung wird zu Anschaffungskosten ausgewiesen.

1999 hat die Gesellschaft für etwa € 1,5 Mio. Stammaktien einer börsennotierten Gesellschaft in Großbritannien erworben. Diese Wertpapiere sind als Wertpapiere des Umlaufvermögens ausgewiesen (»available for sale«). Die Gesellschaft hat einen unrealisierten Gewinn von € 3,0 Mio. in 1999 auf Basis des Börsenwertes zum 31. Dezember 1999 von € 4,5 Mio. gebucht. Der unrealisierte Gewinn wurde als Bestandteil des Gesamtergebnisses in die Eigenkapitalveränderungsrechnung für 1999 einbezogen.

#### 5. Rückstellungen

Die Rückstellungen setzen sich per 31. Dezember 1999 wie folgt zusammen (in 1.000 €):

|                        | 1998         | 1999         |
|------------------------|--------------|--------------|
| Umsatzsteuerzahllast   | –            | 2.482        |
| Vertriebsprovisionen   | 170          | 1.817        |
| Mitarbeitervergütungen | 947          | 1.774        |
| Übrige                 | 2.107        | 3.887        |
|                        | <b>3.224</b> | <b>9.960</b> |

#### 6. Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären

1999 hat die Gesellschaft einen besicherten Darlehensvertrag über € 7,0 Mio. von einem Mitarbeiter der Gesellschaft aufgenommen, der zugleich Aktionär und Vorstandsmitglied ist. Der Zinssatz beträgt 6 %, die Zinsen sind vierteljährlich fällig. Das Darlehen ist jederzeit mit einer Frist von drei Monaten zum Ende eines jeden Monats kündbar, erstmals jedoch mit Wirkung zum 31. Dezember 2000. Es ist eine Vorfälligkeitsentschädigung in Höhe der Zinsen für drei Monate fällig, falls der Kredit vor dem 31. Dezember 2000 zurückgezahlt wird.

1996 hat die Gesellschaft mehrere ungesicherte Kredite mit verschiedenen Aktionären abgeschlossen. Zinsen für diese Kredite sind vierteljährlich fällig und betragen 10 % p. a. Der ausstehende Rückzahlungsbetrag der Kredite wird als langfristige Verbindlichkeit ausgewiesen und betrug zum 31. Dezember 1998 bzw. 1999 jeweils € 179.000 bzw. € 20.000. Die Kredite sind jederzeit nach Wahlrecht der Gesellschaft rückzahlbar, spätestens jedoch bis Februar 2004.

## 7. Finanzielle Verpflichtungen und ungewisse Verbindlichkeiten

### Operating-Lease

Bestimmte Anlagen, Einrichtungsgegenstände und Geschäftsausstattung werden als »Operating-Lease« gemietet. Zum 31. Dezember 1999 stellen sich die jährlich zu zahlenden Mindestleasingraten (ohne Leasingraten, die sich auf die Aktivierung der unter Anhangs-angabe 3 dargestellten Gegenstände beziehen) wie folgt dar (in 1.000 €):

| GESCHÄFTSJAHR      |               |
|--------------------|---------------|
| 2000               | 5.035         |
| 2001               | 4.122         |
| 2002               | 4.237         |
| 2003               | 4.311         |
| 2004               | 4.244         |
| Nachfolgende Jahre | 8.151         |
| <b>Gesamt</b>      | <b>30.100</b> |

Die Mietaufwendungen betragen 1997 € 492.000, 1998 € 1.277.000 und 1999 € 2.022.000.

### Prozessrisiken

Die Gesellschaft ist Beklagter in mehreren aus der normalen Geschäftstätigkeit resultierenden Prozessen. Nach Ansicht des Vorstands, nach einer Beratung durch Rechtsanwälte, wird nicht erwartet, dass die endgültigen Urteile in den ausstehenden Verfahren eine wesentliche Auswirkung auf diesen Konzernabschluss haben.

## 8. Eigenkapital

### Aktiensplit und Änderung des rechnerischen Nennwertes

Im Zusammenhang mit dem in Abschnitt 1 dargestellten Aktientausch zwischen den Aktionären der INTERSHOP Communications Inc. und der Gesellschaft im Juni 1998 wurden die Aktien der INTERSHOP Communications Inc. gegen Aktien der Gesellschaft im Verhältnis 1:5 getauscht. Im Juni 1999 hat die Gesellschaft den rechnerischen Nennwert ihrer Stammaktien von DM 5,- pro Aktie auf € 1 pro Aktie geändert und einen Aktiensplit im Verhältnis 3:1 durchgeführt. Soweit nicht anders dargestellt, werden alle Angaben zu Aktien bzw. zu Ergebnissen je Aktie angepasst, um in den dargestellten Geschäftsjahren das Umtauschverhältnis und den Aktiensplit retrograd zu berücksichtigen.

Die Anpassung des Nominalwertes der Stammaktien der Gesellschaft wird in der Eigenkapitalveränderungsrechnung als eine Zunahme des Wertes der Stammaktien um € 2,4 Mio. und einer entsprechenden Minderung der Kapitalrücklage per Juni 1999 ausgewiesen.

#### **Wandelbare und rückkaufbare Vorzugsaktien**

1997 hatte die Gesellschaft 400.000 Vorzugsaktien zu gerundet € 8,70 pro Aktie ausgegeben, was insgesamt zu einem Erlös von € 3,5 Mio. führte. Im März 1998 verkaufte die Gesellschaft 77.970 Vorzugsaktien der INTERSHOP Communications Inc. zu etwa € 24 pro Aktie, so dass ein Gesamterlös von € 1,9 Mio. resultierte.

Die wesentlichen Rechte, Beschränkungen und Vorzüge der Vorzugsaktien beinhalteten festgelegte Dividendenausschüttungen von 8 % per annum, Vorzüge im Falle der Liquidation, Stimmrechte sowie die Wandlungs- und Rückkauffähigkeit.

Vor dem Aktientausch zwischen den Aktionären der INTERSHOP Communications Inc. und der Gesellschaft im Juni 1998 wurden alle ausgegebenen Vorzugsaktien in die gleiche Anzahl an Stammaktien der INTERSHOP Communications Inc. umgewandelt. Unter Berücksichtigung der oben dargestellten Umtauschverhältnisse und des Aktiensplits wurden dann die Aktien der INTERSHOP Communications Inc. im Verhältnis 5:3 in Aktien der Gesellschaft getauscht.

#### **Verpflichtungen aus einem außergerichtlichen Vergleich**

Im Mai 1998 hat die Gesellschaft einen außergerichtlichen Vergleich mit der Verpflichtung zur Zahlung von € 1,9 Mio. geschlossen. Ein Aktionär zahlte diesen Betrag im Namen der Gesellschaft. Im Gegenzug erwarb dieser Aktionär 180.090 Aktien durch Barzahlung von € 4,0 Mio., wobei der Marktwert etwa bei € 5,9 Mio. lag. Die Gesellschaft hat die Aufwendungen aus dem außergerichtlichen Vergleich in Höhe von € 1,9 Mio. als eine Kapitaleinlage gebucht.

#### **Ausgleichsposten für zukünftige Mitarbeitervergütungen**

Die Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 1998 im Zusammenhang mit der Gewährung bestimmter Aktienoptionen an Mitarbeiter zukünftige Vergütungen von etwa € 1,0 Mio. in einen Ausgleichsposten eingestellt, der den Unterschiedsbetrag zum Zeitpunkt der Gewährung der Optionen zwischen dem für die Bilanzierung angenommenen Wert der Stammaktien und dem Ausübungspreis der Optionen widerspiegelt. Der Betrag wird als Minderung des Eigenkapitals dargestellt und rätierlich über den Anwartschaftszeitraum (»vesting period«) der jeweiligen Optionen aufgelöst. Etwa € 162.000 wurden 1998 und € 308.000 wurden 1999 aufwandswirksam berücksichtigt. Die Salden werden rätierlich über den Anwartschaftszeitraum der Optionen aufwandswirksam aufgelöst.

Der Personalaufwand wird im Geschäftsjahr des Verfalls des Vergütungsanspruchs in Folge eines vorzeitigen Ausscheidens eines Optionsinhabers um zurückgestellte, aber noch nicht unverfallbare Vergütungsansprüche gemindert. Für andere dargestellte Geschäftsjahre wurden keine Aufwendungen für Vergütungen berücksichtigt.

### Aktienoptionsplan 1997

Die Gesellschaft hatte im Rahmen ihres Aktienoptionsplans ursprünglich 2.000.000 Stammaktien für die Ausgabe an Mitarbeiter, Direktoren und Berater vorgehalten. Die Geschäftsführung darf Aktienoptionen als Prämie oder als nicht gesetzlich geregelte Aktienoptionen zu Preisen von nicht unter 100 % beziehungsweise 85 % des vom Vorstand zu bestimmenden Marktwertes am Datum der Gewährung zusagen. Die Optionen werden ratierlich über einen vom Vorstand festgelegten Anwartschaftszeitraum, im allgemeinen drei Jahre, erworben. Der Vorstand hat außerdem für jede Zusage die Vollmacht, Ausübungsfristen (nicht später als zehn Jahre nach dem Datum der Zusage), Zahlungsbedingungen und andere Bestimmungen festzulegen. Die Gesellschaft hatte grundsätzlich das Vorkaufsrecht für alle Stammaktien, die unter diesem Plan ausgegeben wurden, wenn der Inhaber beabsichtigen sollte, die Aktien zu verkaufen oder anderweitig zu übertragen. Das Vorkaufsrecht der Gesellschaft endete mit dem Datum der ersten Börsennotierung am 16. Juli 1998.

### Aktienoptionsplan 1999

Mit Wirkung zum 21. Juni 1999 hat die Gesellschaft einen neuen Aktienoptionsplan (Plan 1999) zur Ausgabe von Aktien an Vorstandsmitglieder, leitende Angestellte und verschiedene Mitarbeiter aufgelegt. Die Optionen des Plans 1999 werden ratierlich über einen Zeitraum von vier Jahren erworben, beginnend sechs Monate ab dem Zeitpunkt der Gewährung. Nach den Vorschriften des deutschen Aktiengesetzes sind jedoch keine Optionen vor Ablauf einer Zweijahresfrist ab dem Zeitpunkt der Gewährung ausübbar, auch wenn ein Teil bereits unverfallbar wäre. Der Ausübungspreis der Option beträgt 120 % des Börsenkurses der Aktien zum Zeitpunkt der Gewährung. Der Börsenkurs ermittelt sich dabei als der durchschnittlich am Neuen Markt festgestellte Schlusskurs der letzten zehn Handelstage vor dem Zeitpunkt der Gewährung. Der Aktienoptionsplan 1999 enthält zwei Aktien-Pools. Zum einen bestehen 133.000 Optionen auf Aktien für Mitglieder des Vorstands und Direktoren von Tochtergesellschaften, zum anderen 1.500.000 für alle anderen Mitarbeiter. Bis zum 31. Dezember 1999 hatte die Gesellschaft 158.000 Optionen mit einem durchschnittlichen Ausübungspreis von € 128,41 pro Aktie gewährt. Aus dem Aktienoptionsplan 1999 sind in 1999 keine Optionen ausgeübt worden, verfallen oder annulliert worden.

### Mitarbeiterbeteiligungsmodell

Die Gesellschaft wendet »APB Opinion No. 25 and related interpretations« für die Bilanzierung ihres Mitarbeiter-Aktienoptionsplans an. Wäre der Personalaufwand für den Optionsplan der Gesellschaft in Übereinstimmung mit der in SFAS Nr. 123 beschriebenen Methode auf Basis des Mindestwertes der Prämien zum Zeitpunkt der Zusage bestimmt worden, wäre der ausgewiesene Jahresfehlbetrag und der Fehlbetrag je Aktie wie folgt (in 1.000 €):

|                                     | 31.12.1997 | 31.12.1998 | 31.12.1999 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|
| Jahresfehlbetrag je Stammaktie      |            |            |            |
| Lt. GuV                             | - 7.164    | - 17.528   | - 18.389   |
| Pro forma                           | - 7.337    | - 17.563   | - 21.204   |
| Ergebnis je Aktie nach Verwässerung |            |            |            |
| Lt. GuV                             | - 1,14     | - 1,38     | - 0,94     |
| Pro forma                           | - 1,17     | - 1,39     | - 1,09     |

Die Veränderungen der Optionen aus dem Aktienoptionsplan der Gesellschaft stellen sich wie folgt dar:

|                       | 31.12.1997                       |                                  | 31.12.1998                       |                                  | 31.12.1999                       |                                  |
|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                       | Anzahl der ausgegebenen Optionen | Gewichteter Ø Ausübungspreis (€) | Anzahl der ausgegebenen Optionen | Gewichteter Ø Ausübungspreis (€) | Anzahl der ausgegebenen Optionen | Gewichteter Ø Ausübungspreis (€) |
| Stand zu Jahresbeginn | -                                | -                                | 1.299                            | 0,57                             | 1.125                            | 2,93                             |
| Zugesagt              | 2.106                            | 0,65                             | 792                              | 4,21                             | 447                              | 78,30                            |
| Ausgeübt              | - 606                            | 0,65                             | - 744                            | 1,15                             | - 847                            | 2,21                             |
| Annuliert             | - 201                            | 1,12                             | - 222                            | 1,01                             | - 252                            | 5,54                             |
| Stand am Jahresende   | <b>1.299</b>                     | <b>0,57</b>                      | <b>1.125</b>                     | <b>2,93</b>                      | <b>473</b>                       | <b>73,90</b>                     |

Die folgende Tabelle fasst die Informationen über die per 31. Dezember 1999 ausstehenden Optionen zusammen:

| Intervall des Ausübungspreises | Anzahl der ausgeübten Optionen in 1.000 | Gewichtete durchschnittlich verbleibende Vertragslaufzeit in Jahren | Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis (€) | Ausgeübt zum 31. 12. 1999 in 1.000 | Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis (€) |
|--------------------------------|---|---|---|------------------------------------|---|
| 0,08 – 0,16                    | 21                                      | 7,6   | 0,14  | 6                                  | 0,09  |
| 0,79 – 1,57                    | 13                                      | 8,0   | 1,49  | 3                                  | 1,51  |
| 3,14                           | 66                                      | 8,2   | 3,14  | 9                                  | 3,14  |
| 6,29                           | 26                                      | 8,6   | 6,29  | 2                                  | 6,29  |
| 23,02 – 34,60                  | 26                                      | 8,9   | 27,28   | 19                                 | 27,49   |
| 36,12 – 54,20                  | 77                                      | 9,2   | 45,95   | 34                                 | 46,00   |
| 56,48 – 76,45                  | 86                                      | 9,4   | 64,16   | 19                                 | 64,01   |
| 92,20 – 134,72                 | 135                                     | 4,7   | 113,99  | –                                  | –   |
| 149,66 – 223,30                | 16                                      | 4,9   | 181,64  | –                                  | –   |
| 232,86 – 319,98                | 7                                       | 5,0   | 257,68  | –                                  | –   |
|                                | <b>473</b>                              | <b>7,5</b>  | <b>48,15</b>                                      | <b>92</b>                          | <b>36,53</b>                                      |

Der Aktienoptionsplan 1997 sieht die Ausgabe von unverzüglich ausübaren Optionen durch den Abschluss eines mit Bedingungen versehenen Aktienkaufvertrages vor. Aktien, die im Rahmen eines mit Bedingungen versehenen Aktienkaufvertrages erworben wurden, sind im Allgemeinen nach drei Jahren unverfallbar. Im Falle der Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses kann die Gesellschaft noch nicht unverfallbare Aktien zu dem ursprünglichen Ausgabepreis zurückerwerben. Zum 31. Dezember 1999 waren ausgegebene und im Umlauf befindliche Stammaktien noch nicht unverfallbar und unterliegen dem Vorbehalt des Rückkaufs durch die Gesellschaft für Preise von € 0,08 bis € 6,29 je Aktie. Alle Aktien aus der vorzeitigen Ausübung werden von einem Treuhänder für die Mitarbeiter gehalten. Für den Fall, dass ein Mitarbeiter mit noch nicht endgültig erworbenen Aktien aus der Gesellschaft ausscheidet, werden die noch nicht erworbenen Aktien am Markt veräußert und der Erlös aus dem Verkauf fließt der Gesellschaft zu.

Der Marktwert jeder Optionszusage ist auf Basis des Zeitpunkts der Zusage geschätzt worden, wobei Zinssätze (5,8 % in 1997, 4,2 % - 5,6 % in 1998 und 4,6 % - 6,2 % in 1999) risikoloser Anlagen zum Zeitpunkt der Optionsgewährung bei einer Laufzeit (4,5 Jahre) entsprechend der erwarteten Optionslaufzeit zugrunde gelegt werden. Die angenommene Dividende

ist für alle betrachteten Zeiträume mit 0 % angenommen worden, die Volatilität bis zum Datum der erstmaligen Börseneinführung in 1998 mit 0 % und für alle Zeiträume danach mit 69 %.

### Bedingtes Kapital

Das Grundkapital der Gesellschaft ist bedingt erhöht um bis zu 4.771.397 Aktien. Das bedingte Kapital stellt sich zum 31. Dezember 1999 wie folgt dar:

|   |                  |
|---|------------------|
| Umwandlung der verbleibenden INTERSHOP Communications Inc. Aktien | 2.784.900        |
| Mitarbeiteraktienoptionen   | 1.986.497        |
|   | <b>4.771.397</b> |

### 9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Gesellschaft bilanziert Ertragsteuern unter Anwendung einer Bilanzpostenmethode (»Asset/Liability«-Methode), wonach die latenten Steuern auf Basis der jeweils in den Geschäftsjahren gültigen Steuergesetze und Steuersätze ermittelt werden, in denen die Steuern zu zahlen sind.

Der Steuererstattungsanspruch weicht von dem Betrag, der sich bei Anwendung der entsprechenden deutschen Tarifbelastung auf den Verlust vor Steuern ergeben würde, wie folgt ab (in 1.000 €):

|  | 1997    | 1998     | 1999    |
|--|---------|----------|---------|
| Aufwendungen (Erträge) aus Ertragsteuern zu deutschen Steuersätzen | - 2.919 | - 10.079 | - 9.783 |
| Verluste im Ausland mit einem niedrigeren Steuersatz               | 13      | 3.480    | 2.998   |
| Veränderung der Wertberichtigungen                                 | 3.186   | 8.749    | 9.854   |
| Steueranrechnungen   | - 4     | - 17     | -       |
| Steuerlich nicht abziehbare Kosten                                 | 9       | 40       | 214     |
| Steuerlich abziehbare Kosten der Börseneinführung                  | -       | - 2.173  | - 79    |
| Veränderung des Steuersatzes                                       | -       | -        | - 2.490 |
| Übrige   | - 285   | -        | - 714   |
| Aufwendungen/Ertrag aus Ertragsteuern                              | -       | -        | -       |

Die aktiven latenten Steuern setzten sich folgendermaßen zusammen (in 1.000 €):

|  | 1998          | 1999          |
|--|---------------|---------------|
| Steuern auf anrechenbare Verlustvträge       | - 9.797       | - 18.973      |
| Vorgetragene Steueranrechnungsguthaben       | 42            | 82            |
| Steuerlich nicht abzugsfähige Rückstellungen | 506           | 1.287         |
| Aktivierete Ingangsetzungskosten             | 17            | 16            |
| Übrige                                       | 43            | - 99          |
|  | <b>10.405</b> | <b>20.259</b> |
| Wertberichtigung                             | - 10.405      | - 20.259      |
| Aktive latente Steuern, netto                | -             | -             |

Wegen der unsicheren Realisierbarkeit der latenten Steuern aufgrund der nur begrenzten Historie der Geschäftstätigkeit und der bis jetzt mangelnden Rentabilität wurde eine Wertberichtigung in Höhe der gesamten aktiven latenten Steuern gebildet.

Zum 31. Dezember 1999 hat die Gesellschaft steuerliche Verlustvträge unter verschiedenen Steuerhoheiten wie folgt (in 1.000 €):

|                        |               |
|------------------------|---------------|
| US-Bundessteuern       | 37.275        |
| US-Landessteuern       | 19.938        |
| Deutsche Ertragsteuern | 6.597         |
| Sonstige               | 4.236         |
| <b>Gesamt</b>          | <b>68.046</b> |

Zusätzlich bestehen zum 31. Dezember 1999 Steueranrechnungsguthaben für US-Bundessteuern und US-Landessteuern von gerundet € 70.000 bzw. € 48.000. Die Verlustvträge für US-Bundes- und Landessteuern verfallen in verschiedenen Geschäftsjahren bis 2019. Die Verlustvträge für deutsche Ertragsteuern betreffen die Körperschaft- und Gewerbesteuer und sind unbegrenzt vortragsfähig. Der amerikanische »Tax Reform Act« von 1986 sowie die deutschen Steuergesetze enthalten Regelungen, wonach die Verwendung des Verlustvortrags und der Steuerguthaben unter bestimmten Voraussetzungen jederzeit beschränkt werden kann, insbesondere bei einer wesentlichen Veränderung der Eigentumsverhältnisse an der Gesellschaft.

## 10. Segmentinformation und Geographische Aufteilung

In 1998 wendet die Gesellschaft erstmals SFAS Nr. 131 »Disclosures About Segments of an Enterprise and Related Information« an.

Die Gesellschaft ist entsprechend der von ihr angebotenen Produkte und Dienstleistungen organisiert. Unter dieser Organisationsstruktur führt die Gesellschaft ihre Geschäftstätigkeit in zwei grundsätzlichen Geschäftsbereichen: Produkte und Dienstleistungen. Der Produktbereich beinhaltet die Entwicklung und den Vertrieb der Softwareprodukte der Gesellschaft. Der Dienstleistungsbereich umfasst Service und Support für die Produkte der Gesellschaft. Die Produkte der Gesellschaft werden vorwiegend in den Geschäftsräumen in Jena in Deutschland entwickelt und über eine Direktvertriebsstruktur sowie über unabhängige Distributoren in Europa, Nordamerika und Südamerika, Australien und Asien verkauft.

Die Angaben in den folgenden Übersichten stammen direkt aus dem internen Berichtswesen, das von den wesentlichen Entscheidungsträgern der Gesellschaft für Management-Zwecke genutzt wird. Die Gesellschaft beurteilt die Entwicklung der Bereiche auf Basis unterschiedlicher Faktoren, von denen die wichtigste finanzielle Kennziffer der Deckungsbeitrag ist. Die nicht verteilten Kosten betreffen Kosten der Geschäftsleitung sowie andere Kosten, die für die Berichterstattung an das Management keinem Bereich zugeordnet sind. Die Bewertungs- und Bilanzierungsgrundsätze für die Geschäftsbereiche der Gesellschaft entsprechen denen, die in Anhangsangabe 2 beschrieben sind. Die Gesellschaft nimmt im Berichtswesen für das Management keine Zuordnung der Vermögensgegenstände auf die Geschäftsbereiche vor.

| in 1.000 €                                    | 1997         | 1998          | 1999          |
|---|--------------|---------------|---------------|
| <b>UMSATZERLÖSE MIT KONZERNFREMDEN KUNDEN</b> |              |               |               |
| Produkte                                      | 2.947        | 11.295        | 29.534        |
| Serviceleistungen                             | 2.088        | 6.577         | 16.732        |
| Gesamtumsätze                                 | <b>5.035</b> | <b>17.872</b> | <b>46.266</b> |
| <b>DECKUNGSBEITRAG</b>                        |              |               |               |
| Produkte                                      | 2.505        | 9.553         | 24.748        |
| Serviceleistungen                             | (157)        | 2.811         | 8.267         |
| Gesamtdeckungsbeitrag                         | <b>2.348</b> | <b>12.364</b> | <b>33.015</b> |

Die geographische Aufteilung der Umsatzerlöse bezieht sich auf das Land, aus dem der Umsatz erzielt wurde, und stellt sich wie folgt dar (in 1.000 €):

|                  | 1997         | 1998          | 1999          |
|------------------|--------------|---------------|---------------|
| Deutschland      | 3.895        | 10.232        | 17.190        |
| USA              | 961          | 5.940         | 18.366        |
| Großbritannien   | –            | 797           | 7.000         |
| Andere*          | 179          | 903           | 3.710         |
| <b>Insgesamt</b> | <b>5.035</b> | <b>17.872</b> | <b>46.266</b> |

\* Umsatzerlöse aus anderen Ländern in erheblichem Umfang resultierten 1997 und 1998 aus Frankreich und 1999 aus Frankreich und Schweden.

Das Anlagevermögen gegliedert nach geographischen Regionen stellt sich wie folgt dar (in 1.000 €):

|                  | 1997         | 1998         | 1999         |
|------------------|--------------|--------------|--------------|
| Deutschland      | 1.256        | 1.404        | 1.644        |
| USA              | 802          | 2.074        | 2.671        |
| Großbritannien   | –            | 48           | 716          |
| Andere           | 33           | 141          | 579          |
| <b>Insgesamt</b> | <b>2.091</b> | <b>3.667</b> | <b>5.610</b> |

# Unterschiede zwischen US-GAAP und HGB

## 1. Allgemeines

Der Konzernabschluss der INTERSHOP Communications Aktiengesellschaft (im Folgenden »die Gesellschaft« oder »INTERSHOP AG«) zum 31. Dezember 1999 wurde entsprechend § 292 a HGB nach den US-amerikanischen Rechnungslegungsgrundsätzen (»US-GAAP«) als befreiender Konzernabschluss aufgestellt.

Die Vorschriften des HGB und des AktG unterscheiden sich in einigen wesentlichen Aspekten von den US-GAAP. Die wesentlichen Unterschiede, die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft relevant sein könnten, werden nachfolgend dargestellt:

Gemäß HGB müssen alle Bilanz- sowie Gewinn- und Verlustrechnungszeilen entsprechend der in §§ 266, 275 HGB dargestellten Form und Reihenfolge dargestellt werden. Nach US-GAAP ist eine andere Zusammenfassung erforderlich, und die Reihenfolge der Bilanzzeilen beginnt mit den kurzfristigen Positionen.

Nach US-GAAP werden die kurzfristigen Teile langfristiger Forderungen und Verbindlichkeiten in einer separaten Bilanzzeile ausgewiesen. Der Anteil, der innerhalb eines Jahres fällig ist, wird als kurzfristig behandelt.

Erworbene Software für den internen Gebrauch wird anders als im HGB-Abschluss nicht als immaterieller Vermögensgegenstand, sondern als Betriebs- und Geschäftsausstattung ausgewiesen. Die Herstellungskosten selbstentwickelter Software können nach US-GAAP aktiviert werden und über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer abge-

schrieben werden. Nach HGB darf selbstgeschaffene Software des Anlagevermögens nicht aktiviert werden. Die Gesellschaft hat 1998 auch nach US-GAAP sämtliche Herstellungskosten selbstentwickelter Software aufwandswirksam berücksichtigt.

## 2. Leasing

Grundlage für die Darstellung von Leasingverhältnissen ist sowohl nach HGB als auch nach US-GAAP die wirtschaftliche Zuordnung des Leasinggegenstandes. Die Kriterien dieser Zuordnung unterscheiden sich regelmäßig zwischen HGB und US-GAAP, so dass unter bestimmten Umständen nach HGB als operating leasing bilanzierte Leasinggegenstände nach US-GAAP als financial leasing dargestellt werden. Nach US-GAAP wäre dann der Leasinggegenstand mit dem Barwert der Mindestleasingraten während des Leasingzeitraumes zu bilanzieren. Gleichzeitig wird eine entsprechende Verbindlichkeit ausgewiesen. Dabei werden die jährlichen Abschreibungen und die Zinsen der Leasingvereinbarung in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

## 3. Latente Steuern auf Verlustvorträge

Nach HGB dürfen latente Steuererstattungsansprüche, die sich aus steuerlichen Verlustvorträgen ergeben, in der Bilanz nicht ausgewiesen werden, da die erwarteten zukünftigen Steuerersparnisse als noch nicht realisiert gelten. Nach US-GAAP sind solche zukünftigen Steuererminderungsansprüche zu aktivieren. Ihre Bewertung richtet sich danach, ob die Inanspruchnahme innerhalb der Nutzbarkeit der Verlustvorträge eher wahrscheinlich

als unwahrscheinlich ist. Die Gesellschaft hat die aktivierten steuerlichen Verlustvorträge zum 31. Dezember 1998 wegen der Unsicherheit der Realisierung vollständig wertberichtigt.

#### 4. Aktienoptionen zur Mitarbeiterbeteiligung

Nach US-GAAP können Vergütungen an Mitarbeiter in Form von Eigenkapitalbeteiligungen (stock based compensation) nach zwei Arten bilanziert werden. Nach der einen Methode wird der Marktwert der Mitarbeiterbeteiligung bestimmt und als Aufwand über die Anwartschaftszeit der Aktienoption oder eines anderen Eigenkapitalinstruments verteilt. Alternativ kann auch nur der Unterschiedsbetrag zwischen dem Ausübungspreis einer Option und dem Marktpreis des Basiswertes zum Zeitpunkt der Gewährung der Option als Aufwand über den Anwartschaftszeitraum verteilt werden. Bei dieser Methode muss die Auswirkung auf das Jahresergebnis aus der Berechnung nach der ersten Methode als Pro-forma-Angabe im Jahresabschluss ausgewiesen werden. Die Gesellschaft hat die zweite Methode gewählt und zeigt die Auswirkung in einer Pro-forma-Darstellung im Konzernanhang.

Wie dargestellt, muss der Unterschied zwischen dem Marktwert des Basiswertes und dem Ausübungspreis einer Option zum Zeitpunkt der Ausgabe nach US-GAAP über den Anwartschaftszeitraum der Option (vesting time) ratierlich als Personalaufwand behandelt werden und entsprechend im Eigenkapital abgegrenzt werden.

Nach zur Zeit geltender Bilanzierungsauffassung würde gemäß HGB kein Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung entstehen.

#### 5. Eigenkapital

Nach HGB hätte die Gesellschaft erstmals nach dem Erwerb der Mehrheit der Anteile an der INTERSHOP Communications, Inc. am 22. Juni 1998 einen Konzernabschluss aufzustellen und auf diesen Zeitpunkt die Kapitalkonsolidierung durchzuführen. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem Beteiligungsansatz und dem Eigenkapital der Tochtergesellschaft INTERSHOP Communications, Inc. wäre entsprechend der tatsächlichen Werte der einbezogenen Vermögensgegenstände und Schulden zu verteilen. Der Restbetrag wäre als Firmenwert auszuweisen und über die voraussichtliche Nutzungsdauer abzuschreiben oder offen mit der Kapitalrücklage zu verrechnen. Als Grundkapital wäre der Wertansatz aus dem Einzelabschluss der Gesellschaft auszuweisen. Der auf die Minderheitsgesellschafter an der INTERSHOP Communications, Inc. entfallende Betrag würde im Eigenkapital als »Anteile Fremder am Kapital« und in der Gewinn- und Verlustrechnung als »Anteile Fremder am Gewinn/Verlust« darzustellen sein.

Nach US-GAAP erfolgt die Kapitalkonsolidierung der Gesellschaft entsprechend APB 16 »Business Combinations« als »transaction under common control«, wonach die Einbringung der Anteile der INTERSHOP Communications GmbH, Jena, in die INTERSHOP Communications, Inc. sowie die Einbringung der Anteile der INTERSHOP Communications, Inc. in die INTERSHOP AG eliminiert werden und nur der tatsächlich aufgebrachte Betrag als Grundkapital ausgewiesen wird. Entsprechend sind aus diesen Transaktionen nach US-GAAP keine Unterschiedsbeträge entstanden. Da die Minderheitsgesellschafter

der INTERSHOP Communications, Inc. über ein bedingtes Kapital der Gesellschafter ein Wandlungsrecht haben, werden keine Anteile Fremder am Kapital oder am Ergebnis ausgewiesen.

Nach US-GAAP entfällt daher auch der Zeitpunkt der Erstkonsolidierung, so dass die Angaben vor Gründung der INTERSHOP AG die jeweils vorhandene Konzernstruktur widerspiegeln.

#### 6. Umsatzrealisierung

Die Umsatzrealisierung erfolgt nach US-GAAP grundsätzlich unter Beachtung der »American Institute of Public Accountants' Statement of Position« (SOP) 97-2 »Software Revenue Recognition« und den dazugehörigen Interpretationen. Bei Lizenzerlösen ergibt sich kein genereller Unterschied zum HGB. Bei unfertigen Dienstleistungen erfolgt nach US-GAAP eine Bilanzierung nach der »percentage of completion method«, wonach der jeweilige Projektfortschritt anteilig zur Umsatzrealisierung führt. Nach HGB wären unfertige Dienstleistungen zu Herstellungskosten in den Vorräten auszuweisen. Der Umsatz wäre erst zum Abschluss der Leistungen zu berücksichtigen.

#### 7. Kosten zur Börseneinführung

Nach US-GAAP sind die Kosten im Zusammenhang mit der Platzierung von Aktien an der Börse als Minderung des Agios aus der Aktienausgabe zu behandeln. Nach HGB stellen diese Kosten außerordentliche Aufwendungen dar.

# Bilanz AG

in 1.000 €

| <b>AKTIVA</b>   | <b>1998</b>   | <b>1999</b>    |
|---|---------------|----------------|
| <b>ANLAGEVERMÖGEN</b>                                 |               |                |
| Sachanlagen   |               |                |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung    | 0             | 11             |
| Finanzanlagen   |               |                |
| Anteile an verbundenen Unternehmen                    | 35.873        | 38.127         |
| Anlagevermögen, insgesamt                             | <b>35.873</b> | <b>38.138</b>  |
| <b>UMLAUFVERMÖGEN</b>                                 |               |                |
| Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände         |               |                |
| Forderungen gegen verbundene Unternehmen              | 20.550        | 55.118         |
| Sonstige Vermögensgegenstände                         | 321           | 751            |
|   | <b>20.871</b> | <b>55.869</b>  |
| Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten | 32.095        | 6.352          |
| Umlaufvermögen, insgesamt                             | <b>52.966</b> | <b>62.221</b>  |
| <b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>                     | <b>12</b>     | <b>19</b>      |
| <b>AKTIVA, INSGESAMT</b>                              | <b>88.851</b> | <b>100.378</b> |

| <b>PASSIVA</b>  | <b>1998</b>   | <b>1999</b>    |
|---|---------------|----------------|
| <b>EIGENKAPITAL</b>   |               |                |
| Gezeichnetes Kapital  | 13.281        | 16.878         |
| – bedingtes Kapital: € 4.771.397,00 (Vorjahr: € 4.520.193,47)           |               |                |
| Kapitalrücklage   | 80.069        | 79.580         |
| Bilanzverlust   | – 5.206       | – 3.951        |
| Eigenkapital, insgesamt   | <b>88.144</b> | <b>92.507</b>  |
| <b>RÜCKSTELLUNGEN</b>   |               |                |
| Sonstige Rückstellungen   | 259           | 251            |
| <b>VERBINDLICHKEITEN</b>  |               |                |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten                            | 342           | 1              |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                        | 103           | 246            |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen                     | 0             | 299            |
| Sonstige Verbindlichkeiten  | 3             | 7.074          |
| – davon aus Steuern: € 29.169,72 (Vorjahr: € 0,00)                      |               |                |
| – davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: € 8.787,82 (Vorjahr: € 0,00) |               |                |
| Verbindlichkeiten, insgesamt  | <b>448</b>    | <b>7.620</b>   |
| <b>PASSIVA, INSGESAMT</b>   | <b>88.851</b> | <b>100.378</b> |

## HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

|  |          |            |
|--|----------|------------|
| Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften          | <b>0</b> | <b>153</b> |
| – davon gegenüber verbundenen Unternehmen:<br>€ 153.387,56 (Vorjahr: € 0,00) |          |            |

# Gewinn- und Verlustrechnung AG

in 1.000 €

|  | 1998           | 1999           |
|--|----------------|----------------|
| Sonstige betriebliche Erträge  | 50             | 177            |
| Personalaufwand  | 0              | - 240          |
| Abschreibungen   | 0              | - 1            |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen   | - 2.248        | - 864          |
| Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge   | 793            | 2.339          |
| – davon aus verbundenen Unternehmen: € 1.949.026,60<br>(Vorjahr: € 303.905,06) |                |                |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen   | - 2            | - 3            |
| <b>ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>                            | <b>- 1.407</b> | <b>1.408</b>   |
| Außerordentliche Aufwendungen  | - 3.799        | - 153          |
| <b>AUSSERORDENTLICHES ERGEBNIS</b>   | <b>- 3.799</b> | <b>- 153</b>   |
| <b>JAHRESÜBERSCHUSS/-FEHLBETRAG</b>  | <b>- 5.206</b> | <b>1.255</b>   |
| Verlustvortrag   | 0              | - 5.206        |
| <b>BILANZVERLUST</b>   | <b>- 5.206</b> | <b>- 3.951</b> |

# Anhang AG

## 1. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Gesellschaft stellt den Jahresabschluss erstmals in Euro auf. Die entsprechenden Vorjahreszahlen wurden angepasst.

Das Anlagevermögen wurde zu Anschaffungskosten abzüglich Abschreibungen bilanziert.

Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände wurden grundsätzlich zum Nennwert bilanziert.

Die Sonstigen Rückstellungen decken sämtliche erkennbaren Risiken. Die Bewertung erfolgte in der Höhe, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig erscheint.

Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung wurden unter Beachtung des Niederwertprinzips zum Transaktionskurs oder dem Stichtagskurs bewertet.

## 2. Erläuterungen zum Jahresabschluss

Die Entwicklung des Anlagevermögens stellt sich wie folgt dar (in €).

|  | Anschaffungs- und Herstellungskosten |                  |            |                   |
|--|--------------------------------------|------------------|------------|-------------------|
|  | 1. Jan. 1999                         | Zugänge          | Abgänge    | 31. Dez. 1999     |
| <b>SACHANLAGEN</b>                                 |                                      |                  |            |                   |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 0                                    | 11.987           | 0          | 11.987            |
| <b>FINANZANLAGEN</b>                               |                                      |                  |            |                   |
| Anteile an verbundenen Unternehmen                 | 35.872.540                           | 2.255.003        | 565        | 38.126.979        |
|  | <b>35.872.540</b>                    | <b>2.266.990</b> | <b>565</b> | <b>38.138.966</b> |

|  | Aufgelaufene Abschreibungen |              |             |               | Nettobuchwerte    |                   |
|--|-----------------------------|--------------|-------------|---------------|-------------------|-------------------|
|  | 1. Jan. 1999                | Zuführungen  | Auflösungen | 31. Dez. 1999 | 31. Dez. 1999     | 31. Dez. 1999     |
| <b>SACHANLAGEN</b>                                 |                             |              |             |               |                   |                   |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 0                           | 1.176        | 0           | 1.176         | 10.811            | 0                 |
| <b>FINANZANLAGEN</b>                               |                             |              |             |               |                   |                   |
| Anteile an verbundenen Unternehmen                 | 0                           | 0            | 0           | 0             | 38.126.979        | 35.872.540        |
|  | <b>0</b>                    | <b>1.176</b> | <b>0</b>    | <b>1.176</b>  | <b>38.137.790</b> | <b>35.872.540</b> |

Die Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Das Grundkapital in Höhe von € 16.878.104 besteht aus 16.878.104 Stück auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien. Im Geschäftsjahr 1999 wurden 1.293.203 Aktien aus bedingtem Kapital gezeichnet. Davon betreffen 846.503 Aktien das bedingte Kapital II aus dem Optionsplan von 1997 und 446.700 das bedingte Kapital III zur Gewährung eines Wandlungsrechtes zur Einbringung der restlichen Anteile an der INTERSHOP Communications, Inc.

Das genehmigte Kapital von insgesamt € 8.283.000 berechtigt den Vorstand zur Ausgabe von weiteren 8.283.000 Stück auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien.

Als bedingtes Kapital steht zum Bilanzstichtag ein Betrag von insgesamt € 4.771.397 zur Ausgabe von 4.771.397 Stück auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien zur Verfügung. Davon dienen 1.986.497 Stück Aktien der Gewährung von Umtauschrechten an Berechtigte von Optionsscheinen, die der Vorstand an Mitarbeiter der INTERSHOP-Gruppe auszugeben ermächtigt ist.

Von dem bedingten Kapital zur Gewährung von Mitarbeiteroptionen entfallen 1.633.000 (bedingtes Kapital I) auf Bezugsrechte entsprechend § 192 Abs. 2 Nr. 3 AktG. Davon wurden im Geschäftsjahr 1999 insgesamt 158.000 Optionen mit einem durchschnittlichen Ausübungspreis von € 128,41 ausgegeben. Die Bezugsrechte können frühestens zwei und spätestens fünf Jahre nach Gewährung ausgeübt werden. Der Umtauschpreis der Bezugsaktien entspricht dem Mittelkurs der Aktie an den letzten 10 Börsentagen vor dem Tag der Optionsgewährung zuzüglich 20 %.

Weiterhin dienen 353.497 Aktien aus dem bedingten Kapital II nach § 192 Abs. 2 Nr. 2 AktG zur Gewährung von Umtauschrechten für alle der Gesellschaft namentlich bekannten Inhaber von Optionsrechten an der von der Gesellschaft 1998 erworbenen INTERSHOP Communications, Inc. im Verhältnis fünf zu drei.

Die Kapitalrücklage entwickelte sich wie folgt (in €):

|   |                      |
|---|----------------------|
| Kapitalrücklage per 31.12.1999                                      | 80.068.723,76        |
| Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln im Zuge der Euroumstellung | - 2.449.324,30       |
| Agio aus Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage                          | 878.736,13           |
| Agio aus Kapitalerhöhung gegen Bareinlage                           | 1.081.479,16         |
|   | <b>79.579.614,75</b> |

Die sonstigen Rückstellungen betreffen im Wesentlichen Rechts- und Beratungskosten und Kosten zur Vorbereitung einer Börsennotierung in den USA.

Die Verbindlichkeiten sind sämtlich innerhalb eines Jahres fällig.

Von den sonstigen Verbindlichkeiten ist ein von einem Vorstand gewährtes Darlehen über € 7 Mio. durch Abtretung von Forderungen gegen verbundene Unternehmen besichert.

Es bestehen keine sonstigen finanziellen Verpflichtungen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von T€ 165 resultieren aus der Weiterbelastung von Aufwendungen an verbundene Unternehmen.

### 3. Sonstige Angaben

Im Geschäftsjahr 1999 sind durchschnittlich 7 Arbeitnehmer beschäftigt worden.

Dem Aufsichtsrat gehörten im Geschäftsjahr an:

Eckard Pfeiffer, Aufsichtsratsvorsitzender, seit dem 30. September 1999

Berater

weitere Aufsichtsratsposten: Vorsitz bei ricardo.de AG, General Motors Corporation, Hughes Electronics Corporation, Bell Atlantic Corporation

Dr. Gert Köhler, Aufsichtsratsvorsitzender, bis zum 29. September 1999

Geschäftsführer Technologieholding VC GmbH

weitere Aufsichtsratsposten: ETH European Technologies Holding NV, AET Advanced European Technologies NV, SET Strategic European Technologies NV, POET Software, Inc.

Theodore J. Smith, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender

Investor

weitere Aufsichtsratsposten: FileNET Corporation, SmartShip.com, SeatAdvisor.com, 4MyCommunity.com, Manufacturing Data Systems, Inc.

Jörg Menno Harms

Geschäftsführer der Hewlett-Packard GmbH

weitere Aufsichtsratsposten: Jenoptik AG, Groz Beckert KG, Württembergische Hypothekenbank AG, Dürr AG, Heidelberger Druckmaschinen AG, Klinik Tübingen

Prof. Knut Föckler, seit dem 21. Juni 1999

Professor für Servicedesign

weitere Aufsichtsratsposten: DeTeOnline GmbH, Telecash AG, MSG AG, ID-Gruppe

Prof. Dr. Hartmut Esslinger, seit dem 21. Juni 1999

Designer und Unternehmer

weitere Aufsichtsratsposten: Vorsitz bei Frogdesign, Inc.

Lorenzo Pellicoli, seit dem 21. Juni 1999

CEO Seat Pagine Gialle

weitere Aufsichtsratsposten: EGG s.r.l., EGG Eventi e Sponsorizzazioni s.r.l., GENESIS

Dem Vorstand gehörten im Geschäftsjahr an:

Stephan Schambach, Vorsitzender

Wilfried Beeck, Finanzvorstand

Der Vorstand hat von der Gesellschaft keine Bezüge erhalten. Die Bezüge des Aufsichtsrats betragen satzungsgemäß DM 55.000, wurden im Geschäftsjahr jedoch nicht ausgezahlt.

Als börsennotiertes Unternehmen stellt die INTERSHOP Communications Aktiengesellschaft einen nach § 292a HGB befreienden Konzernabschluss nach US-GAAP auf. Der Konzernabschluss wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg hinterlegt. Der Konsolidierungskreis umfasst neben der Muttergesellschaft folgende Unternehmen:

INTERSHOP Communications GmbH, Jena

INTERSHOP Communications, Inc., San Francisco, USA

INTERSHOP Communications S.a.r.l., Paris, Frankreich

INTERSHOP Software Entwicklungs GmbH, Jena

INTERSHOP (UK) Ltd, London, Großbritannien

INTERSHOP Communications Ventures GmbH, Hamburg

IS Nordic AB, Stockholm, Schweden

Der Anteilsbesitz der INTERSHOP Communications Aktiengesellschaft gliedert sich wie folgt:

|  | Anteil<br>in % | Wäh-<br>rung | Nenn-<br>kapital | Eigen-<br>kapital | Jahres-<br>ergebnis |
|--|----------------|--------------|------------------|-------------------|---------------------|
| INTERSHOP Communications, Inc.<br>San Francisco, USA       | 82,13          | €            | 7.332.682        | - 33.170.624      | - 18.596.540        |
| INTERSHOP Communications<br>Ventures GmbH, Hamburg         | 100            | €            | 1.000.000        | 895.000           | - 105.000           |
| INTERSHOP Software<br>Entwicklungs GmbH, Jena              | 100            | €            | 25.000           | - 265.556         | - 281.004           |
| INTERSHOP (UK) Ltd,<br>London, Großbritannien              | 100            | €            | 1.585            | - 5.669.598       | - 5.198.012         |
| INTERSHOP Communications<br>S. a. r. l., Paris, Frankreich | 100            | €            | 38.112           | - 2.926.646       | - 2.288.252         |
| IS Nordic AB<br>Stockholm, Schweden                        | 100            | €            | 11.682           | - 535.764         | - 524.432           |

Hamburg, im Februar 2000

Der Vorstand



Stephan Schambach



Wilfried Beeck

## Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den zusammengefassten Lagebericht und Konzernlagebericht der INTERSHOP Communications Aktiengesellschaft für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 1999 bis 31. Dezember 1999 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und zusammengefasstem Lagebericht und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen in der Satzung liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den zusammengefassten Lagebericht und Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den zusammengefassten Lagebericht und Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des

internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und zusammengefasstem Lagebericht und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts und Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der zusammengefasste Lagebericht und Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 25. Februar 2000

ARTHUR ANDERSEN  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft mbH



Nendza  
Wirtschaftsprüfer



Schneider  
Wirtschaftsprüfer

## Bericht des Aufsichtsrats

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich der Aufsichtsrat der Gesellschaft neu formiert. Von der Hauptversammlung am 21. Juni 1999 wurden folgende Mitglieder neu in den Aufsichtsrat gewählt: Prof. Knut Föckler, Prof. Hartmut Esslinger und Lorenzo Pellicoli. Am 30. September 1999 wurde Eckhard Pfeiffer zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats berufen und löste damit Dr. Gert Köhler ab, der auf eigenen Wunsch von seinem Aufsichtsratsmandat zurücktrat. Der Aufsichtsrat dankt Dr. Köhler im Namen der Gesellschaft für seine großen Verdienste bei der erfolgreichen Entwicklung von INTERSHOP Communications. Im Vorstand traten keine Veränderungen ein.

Der Aufsichtsrat, der keine Ausschüsse gebildet hat, hat die Geschäftsführung des Vorstands entsprechend den ihm nach Gesetz und Satzung übertragenen Aufgaben überwacht und sich während des Jahres 1999 fortlaufend von der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugt. Darüber hinaus hat der Vorstand regelmäßig über das Erreichen der geplanten Ziele für das laufende Jahr und die Vorschau für zukünftige Perioden berichtet. Der Aufsichtsrat ist am 11.02.1999, 04.05.1999, 01.09.1999 und am 08.12.1999 zu Sitzungen zusammengetreten. Zwischen den Aufsichtsratssitzungen wurden eilbedürftige Entscheidungen im schriftlichen Verfahren getroffen, die in den Sitzungen bestätigt wurden.

Die Buchführung, der Jahresabschluss und der Lagebericht sind von der durch die Hauptversammlung vom 21. Juni 1999 als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr gewählten Arthur Andersen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft mbH geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Dem Ergebnis der Prüfung stimmen wir zu. Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss und Konzernabschluss zum 31. Dezember 1999 sowie den Lagebericht und den Konzernlagebericht geprüft. Dabei haben sich keine Beanstandungen ergeben. Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss wurde heute durch den Aufsichtsrat gebilligt und ist damit festgestellt.

Das Jahr 1999 war für INTERSHOP wieder ein überaus erfolgreiches Jahr. Für diese Leistung im abgelaufenen Geschäftsjahr gebührt dem Vorstand und den Mitarbeitern in den Konzernbetrieben der Dank des Aufsichtsrats.

Hamburg, den 13. März 2000



Eckhard Pfeiffer  
Vorsitzender des Aufsichtsrats

# Organe

## AUFSICHTSRAT

**Eckhard Pfeiffer**

(Vorsitzender), Berater

**Theodore J. Smith**

(Stellvertretender Vorsitzender)  
President FileNet Corp.

**Jörg Menno Harms**

Vorsitzender der Geschäftsführung der  
Hewlett-Packard Deutschland GmbH

**Prof. Dr. Hartmut Esslinger**

Gründer und CEO Frogdesign

**Prof. Knut Föckler**

Leiter des Bereichs Multimedia der  
Deutschen Telekom AG

**Lorenzo Pelliccioli**

CEO Seat Pagine Gialle

## VORSTAND

**Stephan Schambach**

(Vorsitzender), Produkte und Marketing

**Wilfried Beeck**

Vertrieb, Finanzen und Verwaltung

## GLOBAL SENIOR MANAGEMENT TEAM

**Stephan Schambach**

Gründer und Vorstandsvorsitzender

**Wilfried Beeck**

Gründer und Vorstand

**Karsten Schneider**

Gründer und Senior Vice President  
Business Development

**Keith Costello**

President Americas

**Frank Gessner**

Vice President Engineering

**James Demetros**

Vice President Sales Americas

**Bernhard Marbach**

Vice President Sales Europe & Asia

**Edward J. Callan**

Vice President Marketing

**Dr. Andreas Gregori**

Vice President Marketing Europe & Asia

**Philip L. Oreste**

Vice President Finance Americas

**Dirk L. Reiche**

Vice President Finance Europe & Asia

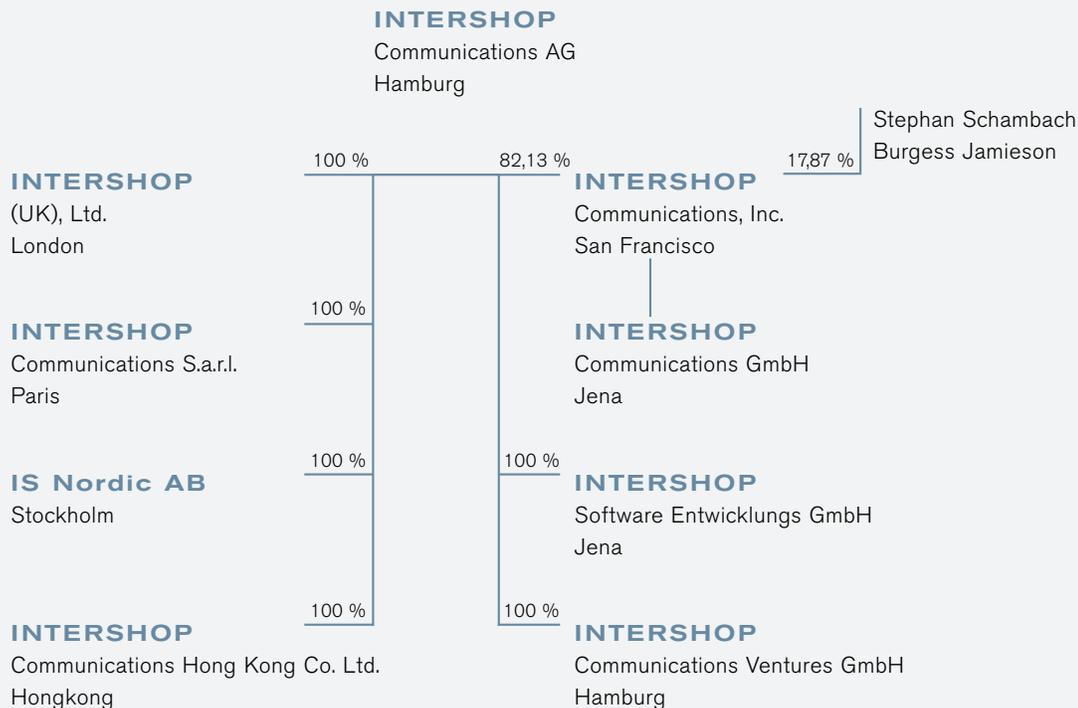
**Dieter Neujahr**

Vice President Operations Europe

**Wolfgang Schober**

Vice President Professional Services

# Konzernstruktur



# Standorte

## AMERIKA

- USA** | San Francisco (globales Headquarter)
- New York
- Denver
- Chicago
- Charlotte
- Seattle
- Dallas
- Reston (Virginia)
- Los Angeles
- Boston

**Kanada** | Toronto

**Mexiko** | Mexiko City

**Brasilien** | São Paulo

## EUROPA

- Deutschland** | Hamburg (Sitz der Holding)
- Jena
- Stuttgart

**Großbritannien** | London

**Frankreich** | Paris

**Schweden** | Stockholm

**Finnland** | Helsinki  
Tampere

## ASIEN

**China** | Hongkong

**Singapur**

**AUSTRALIEN** | Sydney

Per März 2000

## Historie

- 1992** | Gründung unter dem Namen NetConsult Computersysteme GmbH in Jena, Deutschland
- 1994** | Spezialisierung auf Internet- und e-commerce-Anwendungen
- 1995** | Erster Prototyp eines Handelssystems im Internet
- 1996** | Venture Capital-Finanzierung
  - | Einführung des ersten Standardprodukts für e-commerce, INTERSHOP Online
  - | Eröffnung der ersten Niederlassung in den USA
- 1997** | Einführung der ersten Produkts für e-commerce Hosting, INTERSHOP Mall
  - | Verlegung des Unternehmenssitzes nach San Francisco, USA
  - | Abschluß eines Lizenz- und Kooperationsvertrags mit der Deutsche Telekom AG
- 1998** | Einführung der Produktgeneration INTERSHOP 3
  - | Gründung der Holdinggesellschaft INTERSHOP Communications AG
  - | Börsengang am Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse
  - | Einführung der Produkte INTERSHOP ePages und INTERSHOP Enterprise
- 1999** | Einführung des Release INTERSHOP 4
  - | Einführung des High-end-Produkts INTERSHOP enfinity, der ersten komplett auf XML und Java basierten Sell-side e-commerce-Lösung
  - | Veranstaltung der INTERSHOP OPEN, der ersten weltweiten INTERSHOP-Nutzer- und Entwicklerkonferenz, mit über 1.300 Teilnehmern in New York
  - | Eröffnung der ersten Niederlassung in Asien

# Glossar

## Affiliate Selling

e-commerce-Geschäftsmodell zum Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen über Partner-Websites (Affiliate Websites), die über eine kostenpflichtige Weiterleitung auf die eigene e-commerce-Website verfügen

## Application Service Provider (ASP)

Unternehmen, die als Outsourcing-Dienstleistung für Händler den ausgelagerten Betrieb von kompletten e-commerce-Systemen (inklusive Hard- und Software) anbieten

## Backoffice

Verwaltungsbereich eines e-commerce-Systems zur Bearbeitung von Geschäftsdaten

## Browser

Allgemeiner Begriff für Navigations- und Darstellungssoftware, der auch für die Oberflächen von Multimedia- oder Shareware-CDs verwendet wird. Zur Nutzung des Internets benötigt man einen Web-Browser

## Business-to-Business

Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen untereinander

## Business-to-Consumer

Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Konsumenten

## Buy side e-commerce

Elektronischer Handel im Bereich des Materialeinkaufs von Unternehmen mit Freigabeabläufen innerhalb der einkaufenden Firma. Buy-side Anwendungen oder Buy-side Marktplätze werden oft mit Sell-side e-commerce-Anwendungen kombiniert

## Commerce Service Provider (CSP)

Unternehmen, die Händlern die Abwicklung von e-commerce als Dienstleistung anbieten

## Content Management (CM) Systeme

Systeme zur Verwaltung von komplexen Datenmengen

## Customer Relationship Management (CRM) Systeme

Systeme zur Verwaltung und Pflege von Kundenbeziehungen

## Digital Economy

Wirtschaftswelt, in der geschäftliche Transaktionen elektronisch über das Internet abgewickelt werden

## Distributed Commerce

Form des e-commerce, bei der Produkte und Dienstleistungen nicht über die eigene Website des Verkäufers, sondern »verteilt« über fremde Websites angeboten werden

## e-commerce

Electronic Commerce = Elektronischer Handel über das Internet

## e-commerce enabled channel

e-commerce-Geschäftsmodell zum indirekten Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen im Internet über das bestehende Händlernetz, das mit e-commerce-Websites ausgestattet wird

## Enable Marketplaces

e-commerce-Geschäftsmodell, bei dem Unternehmen den Betrieb oder Zugang zu einem elektronischen Marktplatz als Dienstleistung verkaufen

## Enable Merchants

e-commerce-Geschäftsmodell, bei dem Unternehmen den Betrieb einer e-commerce-Softwarelösung als Dienstleistung verkaufen

## Enterprise Resource Planning (ERP) Systeme

Systeme zur betriebswirtschaftlichen Planung und Steuerung (z.B. Materialwirtschaft, Finanzbuchhaltung)

## Hardware-Konfiguration

Einrichtung der zum Betrieb von IT-Lösungen notwendigen Hardware (Rechner, Server)

## Hosting (im Bereich e-commerce)

Bereitstellung von Hardware zum Betrieb von e-commerce-Systemen gegen Entgelt

## Intelligent Merchandising

Konzept im e-commerce zur Nutzung von Kunden- und Nutzungsdaten zur zielgruppen-gerechten und individuellen Ansprache der Kunden

## Internet

Sammelbegriff für verschiedene Kommunikationsdienste, die über ein weltweites elektronisches Datennetz abgewickelt werden

## Internet Service Provider (ISP)

Unternehmen, die als Dienstleistung ihren Kunden den technischen Zugang zum Internet anbieten

## IT

= Informationstechnologie; Oberbegriff für technische Systeme zur elektronischen Verarbeitung von Informationen

## Java

Plattformunabhängige, objektorientierte Programmiersprache, die speziell für Internetapplikationen entwickelt wurde

## Mobile Commerce

Form des e-commerce über drahtlose Geräte, z.B. Mobilfunkgeräte

## Präsentationsschicht

Der Teil eines e-commerce-Ablaufs, der die Kommunikation mit einem Menschen (via Browser), einer anderen e-commerce-Anwendung (via Silent Commerce) oder einem mobilen Anzeigegerät (Mobile Commerce) sicherstellt. Die Präsentation benutzt Sprachen wie HTML, XML und WML

## Prozessmodellierung

Die Zusammensetzung von einzelnen Logik-Schritten (Pipelets) zu einem komplexeren Ablauf (Pipeline). Prozessmodellierung ermöglicht eine Rollenteilung im Entwicklerteam

## Pipeline

Ein komplexerer Logik-Ablauf (z.B. die Berechnung eines ganzen Warenkorbs) der aus Pipelets zu einem Ablauf verknüpft ist

## Pipelet

Ein einzelner Logik-Schritt (z.B. eine Preisberechnung); durch die Modellierung in einem Pipelet ist ein einzelnes Pipelet relativ klein. Im allgemeinen gilt, je kleiner Pipelets sind, desto besser sind sie wiederverwendbar und sparen damit Entwicklungszeit

## Sell Anywhere

e-commerce-Konzept zur Nutzung aller Geschäftsmodelle des Vertriebs von Produkten und Dienstleistungen im Internet. Neuartige Geschäftsmodelle werden teilweise erst durch Silent Commerce oder die Trennung von Prozessmodellierung und Präsentationsschicht möglich

## Sell direct

e-commerce-Geschäftsmodell zum direkten Vertrieb von Produkten im Internet

## Sell indirect

e-commerce-Geschäftsmodell zum indirekten Vertrieb von Produkten im Internet über ein Händlernetz, Partner-Websites oder Online-Marktplätze

## Sell-side e-commerce

Elektronischer Handel im Bereich des Vertriebs von Produkten und Dienstleistungen; bietet meist keine Funktionen aus der Business-to-Business Einkaufssicht und wird deshalb im Business-to-Business Bereich oft mit einer Buy-side e-commerce-Anwendung kombiniert.

## Selling on marketplaces

e-commerce-Geschäftsmodell zum indirekten Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen im Internet über Online-Marktplätze

## Server

Zentraler Netzwerkcomputer

## SET

= Secure Electronic Transaction; sicherer Standard zur Zahlungsabwicklung im Internet

## Silent Commerce

Präsentationsschicht zur Kommunikation zwischen mehreren e-commerce-Anwendungen zur Abwicklung von Geschäftsprozessen im Internet ohne menschlichen Eingriff

## Systemintegratoren

Unternehmen, die für ihre Kunden durch Anpassung unterschiedlicher Hard- und Software komplexe IT-Lösungen realisieren

## Update

Umstellung auf eine neue Version einer Software

## Upgrade

Umstellung einer Software auf eine andere Software mit erweiterter Funktionalität

## Website

Online-Angebot im Internet unter einer speziellen Adresse (URL)

## Wireless Application Protocol (WAP)

Kommunikationsstandard auf Basis internetfähiger Protokolle zur Nutzung von Mobile Commerce

## XML

= Extensible Markup Language. Logische Auszeichnungssprache, mit der sich eigene Befehle und Sprachelemente erfinden lassen. Basis für Silent Commerce

# Niederlassungen

## Australien

INTERSHOP Communications Pty. Ltd.  
Suite 15 Level 12  
100 Walker St.  
North Sydney NSW 2060  
Australien  
Tel +61-2-9926-1290  
Fax +61-2-9460-4668  
info@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

## Deutschland

INTERSHOP Communications GmbH  
Amsinckstrasse 57  
D-20097 Hamburg  
Tel +49-40-23709-0  
Fax +49-40-23709-111  
info@intershop.de  
[www.intershop.de](http://www.intershop.de)

INTERSHOP Communications GmbH  
Leutragraben 2-4  
D-07743 Jena  
Tel +49-3641-894-0  
Fax +49-3641-894-111  
info@intershop.de  
[www.intershop.de](http://www.intershop.de)

INTERSHOP Communications GmbH  
Schulze-Delitzsch-Str. 43  
D-70565 Stuttgart  
Tel +49-711-781954-0  
Fax +49-711-781954-11  
info@intershop.de  
[www.intershop.de](http://www.intershop.de)

## Frankreich

INTERSHOP Communications S.a.r.l.  
162, rue du Faubourg, St. Honorè  
75008 Paris  
Frankreich  
Tel +33-1-565909-00  
Fax +33-1-565909-01  
info@intershop.fr  
[www.intershop.fr](http://www.intershop.fr)

## Großbritannien

INTERSHOP (UK) Ltd.  
Hygeia Building, 66 College Road  
Harrow on the Hill, HA1 1BE  
Großbritannien  
Tel +44-20-8901-2700  
Fax +44-20-8901-2710  
info@intershop.co.uk  
[www.intershop.co.uk](http://www.intershop.co.uk)

## Hongkong

INTERSHOP Communications  
Hong Kong Co. Ltd.  
9/F Harbour Centre, 25 Harbour Road,  
Wanchai  
Hongkong  
Tel +852-2593-4488  
Fax +852-2590-4400  
info@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

## Kanada

INTERSHOP Communications Canada  
60 Columbia Way, Suite 300  
Markham, Ontario L3R 0C9  
Kanada  
Tel +905-947-4567  
Fax +905-947-9669  
info@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

## Schweden

IS Nordic AB  
Kanalvägen 10C, 9 tr  
S-194 61 Upplands Väsby  
Schweden  
Tel +46-8-590 04-120  
Fax +46-8-590 04-164  
info.nordic@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

## Singapur

INTERSHOP Communications  
Singapore Pte. Ltd.  
7 Temasek Boulevard, 44-01  
Suntec Tower One  
Singapur 038987  
Tel +65-4306-680  
Fax +65-4306-682  
info@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

## USA

INTERSHOP Communications, Inc.  
600 Townsend Street, Suite 500 West  
San Francisco, CA 94103 USA  
Tel +1-415-229-0100  
Fax +1-415-229-0555  
info@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

INTERSHOP Communications, Inc.  
115 Broadhollow Road, Suite 275  
Melville, NY 11747 USA  
Tel +1-516-673-6500  
Fax +1-516-673-6508  
info@intershop.com  
[www.intershop.com](http://www.intershop.com)

### **Kontakt Investor Relations**

INTERSHOP Communications AG  
Dr. John H. Lange  
Amsinckstraße 57  
20097 Hamburg  
Deutschland  
Tel.: +49-40-23 709-128  
Fax: +49-40-23 709-111  
E-mail: [investorrelations@intershop.de](mailto:investorrelations@intershop.de)  
<http://www.intershop.de>

### **Konzept und Gestaltung**

KIRCHHOFF *Consult* AG  
Hamburg