

3rd Report, Geschäftsbericht 2001/2002



Der Vorstand



*Peer Blumenschein,
Vorstandsvorsitzender*



*Nina Blumenschein,
Marketingvorstand*



*Oliver Hutt,
Finanzvorstand*

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren,

heute möchten wir Ihnen, zum dritten Mal seit dem Gang an die Börse, über unser Unternehmen, den Geschäftsverlauf des abgelaufenen Jahres, aber auch die zukünftigen Perspektiven und Strategien Bericht erstatten.

Das Geschäftsjahr 2001/2002 verlief insbesondere in der Softwarebranche schwieriger, als wir dies erwartet hatten:

- Die Weltwirtschaft verzeichnete nur geringe Wachstumsraten – im Geschäft mit Unternehmen und staatlichen Einrichtungen herrscht wegen vieler Firmenpleiten sowie extremer Kostensenkungsmaßnahmen weitgehend Stagnation. Der IT-Markt ist im Frühjahr 2001 erheblich eingebrochen und hat sich seitdem nicht merklich erholt. In diesem Umfeld konnten wir die Umsätze nicht wie geplant steigern; diese nahmen lediglich um 3% auf 88,3 Mio. € zu. Fehlende Umsätze bedeuten natürlich fehlende Erträge.
- Die Expansion unseres Unternehmens in den letzten Jahren führte zu höheren Aufwendungen als geplant. Die notwendige Integration erwies sich dabei als komplexer und aufwändiger. Die Integrationsmaßnahmen belasteten das Ergebnis des Geschäftsjahres 2001/2002, während die positiven Auswirkungen erst in den kommenden Jahren spürbar werden.
- Schließlich haben wir auf unsere Beteiligungen Wertberichtigungen vorgenommen. Vor einigen Jahren, als wir diese Akquisitionen vornahmen, wurden Unternehmen der IT-Branche sehr viel höher bewertet als heute. Zum damaligen Zeitpunkt haben wir vergleichsweise gute Kaufpreise ausgehandelt; dennoch muss realistischere davon ausgegangen werden, dass der aktuelle Marktwert der Beteiligungen deutlich niedriger liegt. Dem Vorsichtsprinzip folgend haben wir dies in unserem Jahresabschluss berücksichtigt, was unser Ergebnis weiter belastet hat.

Das Management der Softline AG hat hierauf mit einem Restrukturierungsprogramm reagiert, das wir im Juni 2002 veröffentlicht haben. Hierbei geht es um zwei Stoßrichtungen.

Zum einen wollen wir mit einer Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells und unserer Vertriebsstrategie zusätzliche Umsatzquellen erschließen. Unsere in Deutschland aufgebaute Kernkompetenz, der Direktvertrieb an professionelle Software-Anwender bleibt erhalten, wird an die Markterfordernisse angepasst und zu neuer Stärke geführt.

Gleichzeitig sind wir dabei, den indirekten Vertrieb als unser zweites Standbein zu stärken. In größerem Umfang als bisher wollen wir über große Ketten (wie Media-Markt in Deutschland oder Dixons in Großbritannien) sowie Katalogversender den Endverbraucher mit den neuesten Software-Lösungen versorgen. Insbesondere wollen wir unsere Eigenmarken so positionieren, dass wir mit ihnen in Europa umsatz- wie margenseitig erfolgreich agieren können.

Die zweite Stoßrichtung bestand darin, ein umfangreiches Kostensenkungs- und Sparprogramm im Unternehmen zu implementieren. Hierzu gehörten Senkungen der Personalkosten durch eine Reduktion der Mitarbeiterzahl ebenso wie die Reduktion von Büroflächen und die Zusammenlegung verschiedener Lager-Ressourcen.

Unsere internationalen Tochtergesellschaften und Standorte stellen wir auf den Prüfstand und denken über einzelne Verkäufe und Schließungen nach, wenn die Ausrichtung der Standorte nicht mehr zu unserer Strategie passt. Das Konzern-Controlling werden wir weiter verstärken und haben hierfür die Profit- und Cost-Center-Struktur optimiert. Die ergriffenen Maßnahmen auf der Kostenseite werden überwiegend bereits im Geschäftsjahr 2002/2003 wirksam und stellen für unser Unternehmen eine Entlastung von rund 1,5 Mio. € dar.

Wir wissen, dass unser Programm insbesondere von unseren Mitarbeitern viel verlangt. Wir möchten ihnen deshalb ausdrücklich für ihre Leistungen und ihren Einsatz im letzten Jahr danken. Ebenso danken wir unseren Kunden, Geschäftspartnern und Ihnen als Aktionären für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Trotz der enttäuschenden Entwicklung der Ergebnisse und des Aktienkurses verfügt die Softline Gruppe über wichtige Stärken und Potenziale, die uns in den nächsten Monaten und Jahren voranbringen werden.

- Der Markt für IT-Software ist ein Wachstumsmarkt. In der schwachen Konjunktur haben viele Unternehmen ihre Investitionen verschoben. Wir erwarten zunehmende Investitionen, sobald die Konjunktur anspringt. Dabei machen immer mehr und immer komplexere Programme die Auswahl der richtigen Software immer schwieriger. Hier ist Expertise gefragt, die Softline und die Tochtergesellschaften in knapp 20 Jahren aufgebaut haben.
- Unser Geschäftsmodell „Suchen – Aufbereiten – Vermarkten“ funktioniert und liefert den Kunden einen hohen Nutzen. Dass hiermit auch rentabel gewirtschaftet werden kann, haben wir in der Vergangenheit, in 17 Jahren unserer fast 20-jährigen Unternehmensgeschichte, bewiesen.
- Wir haben unsere Strategie in den letzten zwei Geschäftsjahren geschärft und aus Fehleinschätzungen hinsichtlich des Integrationsaufwands gelernt. Unsere Restrukturierungsmaßnahmen sind konsequent und zukunftsorientiert und werden sich bereits im Jahr 2002/2003 positiv auswirken.

Unsere Mission lautet dabei:

**„Wer in Europa mit Software arbeitet, kommt an der neuen Softline nicht vorbei.
Die Kernkompetenz ist: Suchen – Aufbereiten – Vermarkten.“**

Mit dieser Mission vor Augen wird es im laufenden Geschäftsjahr und in den folgenden Jahren unser Ziel sein, zu profitablen Wachstum zurückzukehren. Hiervon werden Sie, liebe Aktionäre, mittel- bis langfristig über eine Steigerung des Unternehmenswertes partizipieren.

Wir werden alles daran setzen, dies zu erreichen.



Peer Blumenschein,
Vorstandsvorsitzender



Nina Blumenschein,
Marketingvorstand



Oliver Hutt,
Finanzvorstand

Vorwort des Vorstandes	3
Umsatzentwicklung der vergangenen 19 Jahre	6
Die europäische Softline Gruppe	8
Das Geschäftsmodell der Softline Gruppe	10
Suchen	12
Aufbereiten	14
Vermarkten	16
Softline-Service für Hersteller	18
Stärken der Softline Gruppe	19
Entwicklung der Aktie	20
Lagebericht	21
Weltwirtschaftliche Lage	21
Branchenentwicklung	21
Entwicklung des Unternehmens	22
Wichtige Ereignisse nach Bilanzstichtag	26
Ausblick	26
Strategie der Softline Gruppe	27
Glossar	28
Konzernabschluss	29
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	29
Konzern-Bilanz	30
Konzern-Kapitalflussrechnung	31
Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens	32
Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals	34
Erläuterungen zum Konzernabschluss	35
Bestätigungsvermerk des Wirtschaftsprüfers	49
Einzelabschluss	50
Gewinn- und Verlustrechnung	50
Bilanz	51
Entwicklung des Anlagevermögens	52
Anhang	54
Bestätigungsvermerk des Wirtschaftsprüfers	59
Bericht des Aufsichtsrates	60
Finanzkalender	rückseitig

Kennzahlen der Softline Gruppe			
Nach US-GAAP in Mio. €	2001/2002	2000/2001	1999/2000
Umsatz	88,3	85,6	42,0
Brutto-Ergebnis	19,6	21,4	11,2
EBITDA	-5,6	-4,1	0,5
EBIT	-12,4	-6,3	-0,3
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-11,0	-7,3	-0,6
Operativer Cashflow	-2,3	-7,8	-3,1
Investitionen	1,2	8,3	6,8
Ergebnis je Aktie in €	-1,09	-0,73	-0,09
Eigenkapital	33,2	43,8	45,9
Anzahl der Aktien	10.141.369	9.984.065	9.750.000
Mitarbeiter (30.6.)	245	300	140

19 Jahre Wachstumsstory

Anders als viele Unternehmen des Neuen Marktes ist Softline bereits ein etablierter Player – und beinahe so alt wie die Branche selbst. Die Entwicklung des Unternehmens ist eine erstaunliche Erfolgsgeschichte.

Beinahe seit es PCs gibt, ist Softline in der Vermarktung von Software tätig. Maßgeblich zum Erfolg des 1983 vom heutigen Vorstandsvorsitzenden Peer Blumenschein gegründeten Unternehmens beigetragen haben die umfassende Marktkenntnis und die langjährigen Beziehungen zu weltweiten Software-Herstellern, die Softline in der Vergangenheit aufbauen konnte. Bis zum Börsengang ist Softline aus eigener Kraft organisch gewachsen und für über 1 Millionen Kunden zum Partner für Softwarebeschaffung geworden. Der Börsengang im Frühjahr 2000 ermöglichte Softline die Expansion in den europäischen Markt, um auch die außerhalb Deutschlands liegenden Vertriebsstrukturen nutzen zu können. Damit sicherte Softline langfristig die Gewinn- und Wachstumschancen des in der Vergangenheit erfolgreichen Geschäftsmodells, auch wenn das beschleunigte Wachstum in den letzten drei Geschäftsjahren zu negativen Ergebnissen geführt hat. Angesichts des unerwarteten Einbruchs des Marktes 2001 und der seitdem branchenweit schwachen Konjunktur ging Softline in eine Konsolidierungsphase über. Mit der Konzentration auf margenstarke Publishing-Produkte sowie der Stärkung des indirekten Vertriebs in Deutschland, also des Verkaufs von Software über Fachhändler und Flächenmärkte, nutzt Softline jetzt verstärkt das Know-how der europäischen Tochterunternehmen in diesen Bereichen und schafft die Voraussetzungen für die Rückkehr zur Profitabilität.

1983

Die ersten brauchbaren Kleincomputer kommen auf den Markt. Der 16-jährige Schüler Peer Blumenschein ist begeistert von den Möglichkeiten der kleinen grauen Kisten und beginnt, Software aus den USA in Deutschland zu verkaufen. Die ersten Produkte: Programme wie Fontrix, Visicalc und MagicWorld, die den Amigas, Ataris und dem Apple II den Sprung vom Spielzeug zum Produktivitätswerkzeug ermöglichen.

1986

Softline erkennt früh die Bedeutung von Windows. Software für das neue Betriebssystem steht seitdem an vorderster Stelle im Softline Angebot, darunter Erfolgsprogramme wie das Grafikprogramm Diagraph Windows (Arts & Letters). Beginn der professionellen Vermarktung mithilfe des Softline-Kataloges.

1988

Mit Mathcad bekommen Wissenschaftler und Techniker eine revolutionäre PC-Software an die Hand, mit der sie ihre Formeln auf dem Bildschirm erstmals so notieren können, wie zuvor auf Papier. Softline verhilft Mathcad zum Durchbruch in Deutschland.

1990

Softline führt mit Asymetrix ToolBook das erste Multimedia-Autorensystem für Windows ein. Beginn der Zusammenarbeit mit den Karlsruher

Firmen CAS und Macon. Beide Hersteller produzieren bis heute in Deutschland führende Programme für Routenplanung und Vertriebssteuerung.

1994

Softline stellt auf der CeBit die Pay-CD vor. Sie enthält eine Reihe aktueller, hochwertiger Programme, die man einzeln nach Bezahlung per Kreditkarte am Telefon freischalten kann. Ein interessanter Vertriebsweg, der heute in Gestalt von Electronic Software Delivery (ESD) eine perfektionierte Nachfolge findet.

1995

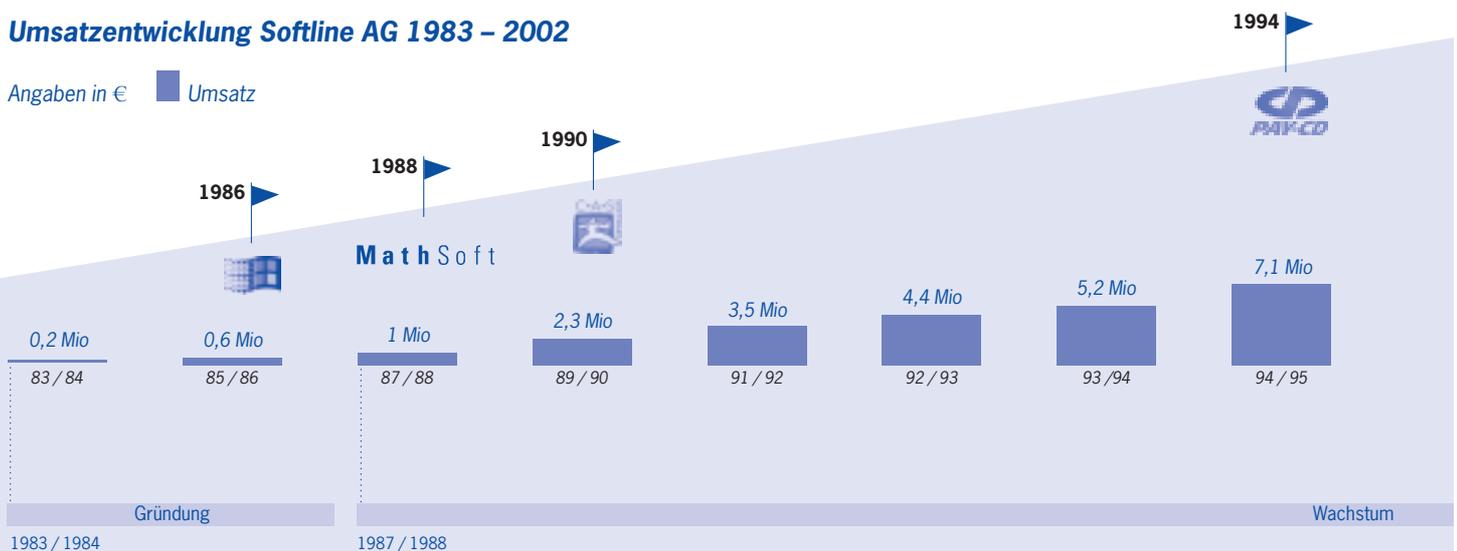
Nach einem Besuch des Europa-Chefs von Netscape bei Softline schließen die beiden Unternehmen den ersten Vertriebsvertrag in Europa für die heute weltbekannte Internet-Software. Zu dieser Zeit kannten nur Branchen-Insider den Namen Netscape und kaum jemand hatte eine Vorstellung davon, welchen enormen Boom das Internet kurze Zeit später auslösen würde.

1996

Internet-Software wird zu einem der wichtigsten Geschäftsfelder. Softline bringt den Katalog ins Internet und startet als eine der ersten Firmen Deutschlands mit E-Commerce. Neben Lösungen für Aufbau, Betrieb und Kontrolle von Web Sites führt Softline Real Audio/Video ein.

Umsatzentwicklung Softline AG 1983 – 2002

Angaben in €  Umsatz



Erstmals werden Ton- und Bild-Übertragungen live im Internet möglich.

1997

Jeder vierte PC-Anwender kennt Softline, ist eines der Ergebnisse der Spiegel Studie „online-offline 10/96“. Softline ist damit unter den fünf bekanntesten Unternehmen der IT Branche in Deutschland.

1999

Softline startet einen neuen Vertriebskanal. Unter dem Label Instant Software werden Programme im Internet verkauft und auch digital geliefert. Der Kunde bezahlt per Kreditkarte, lädt die Software in den eigenen PC und kann sofort damit arbeiten.

2000

Softline geht am 14. Februar an den Neuen Markt in Frankfurt. Die Aktie ist über 100-fach überzeichnet, der Emissionspreis liegt bei 17,50 €. Mittels Akquisitionen formiert sich Softline vom deutschen Unternehmen zur europäischen Gruppe. Einer der größten französischen Software-Vermarkter, Apacabar S.A. in Frankreich, macht den Anfang, es folgen der Software-Verlag WSKA S.A. und der

englische Distributor Softline Ltd. Damit verschafft sich Softline Vertriebsstrukturen in 85% des europäischen Softwaremarktes.

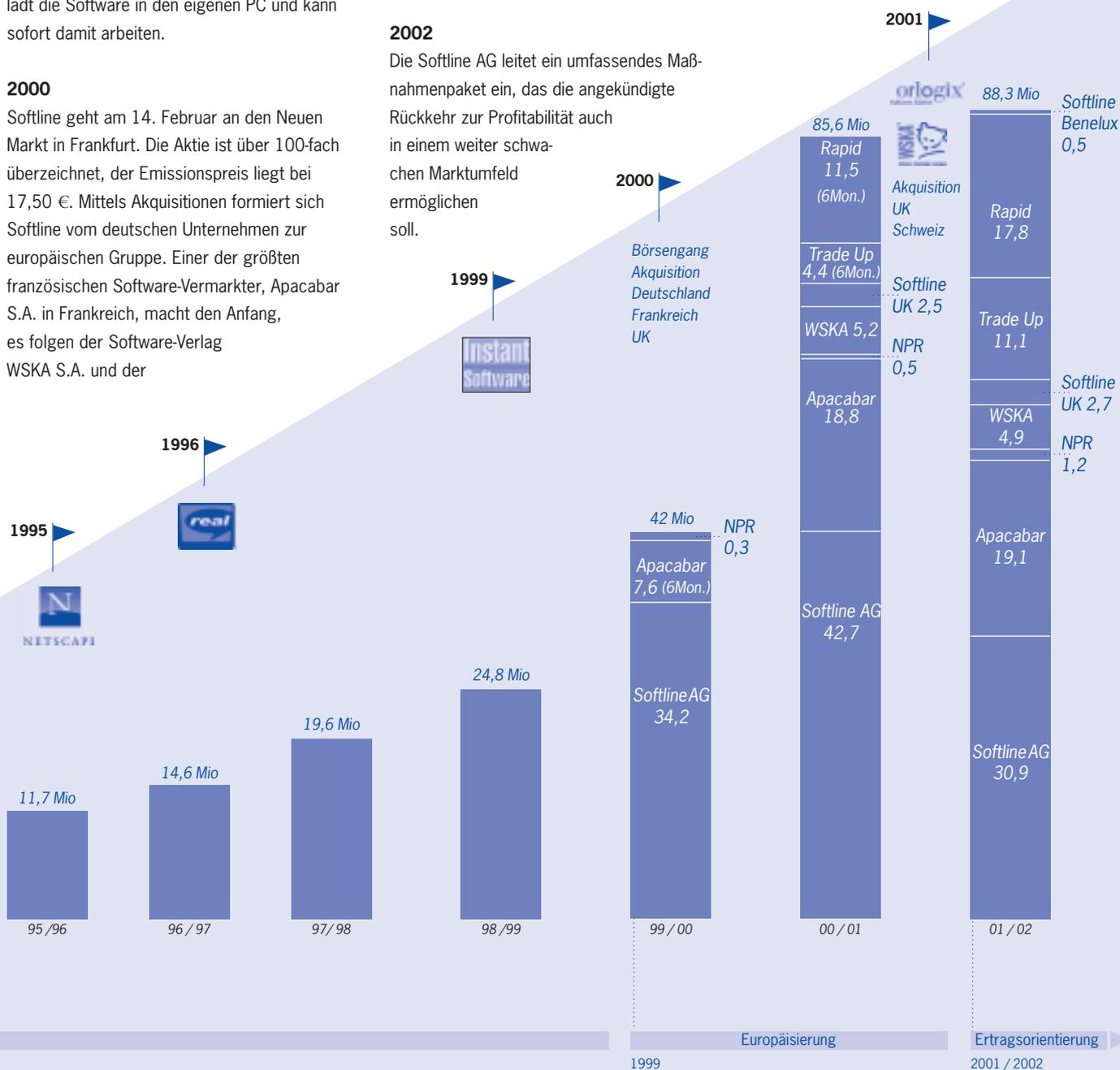
2001

Weitere Akquisitionen, die englische Rapid Group Plc. und Trade Up AG, einer der führenden Schweizer Software-Vermarkter, komplettieren die Softline-Gruppe. Der überraschende Einbruch des PC-Marktes erschwert die Integration der Gruppe. Dem branchenweit zunehmenden Preisdruck und der problematischen Entwicklung der Margen begegnet Softline mit der Markteinführung der Eigenmarken WSKA und Orlogix.

2002

Die Softline AG leitet ein umfassendes Maßnahmenpaket ein, das die angekündigte Rückkehr zur Profitabilität auch in einem weiter schwachen Marktumfeld ermöglichen soll.

Kern ist die europaweite Vereinheitlichung der strategischen Ausrichtung und die Steigerung der Synergieeffekte in Internetinfrastruktur und Logistik, um konsequent zusätzliches Umsatz- und Ertragspotenzial im indirekten Vertrieb und im Republishing zu nutzen. Vor allem im deutschen Markt soll der indirekte Bereich ausgebaut werden.



Auf Europas Märkten zu Hause

Bereits kurz nach dem Börsengang hat die Softline AG mit ihren Tochtergesellschaften direkten Zugang zu den wichtigsten europäischen Softwaremärkten. Dabei kann sich die Gruppe etablierter Vertriebsstrukturen bedienen.

Ziel des Börsenganges im Februar 2000 war es, der deutschen Softline AG den Zugang zu den europäischen Wachstumsmärkten zu sichern. Kurz nach dem Börsengang verfolgte Softline zunächst das Ziel, das erfolgreiche Geschäftsmodell, insbesondere das Direktgeschäft, in die übrigen europäischen Länder zu „exportieren“. Im Mittelpunkt der Akquisitionsstrategie von Softline standen daher in den jeweiligen Märkten gut eingeführte, profitable Unternehmen mit einem ähnlichen Produktsortiment und einer etablierten Vertriebsstruktur und Kundenbasis.

Heute ermöglichen die sieben Unternehmen der Softline Gruppe den Zugang zu allen relevanten europäischen Märkten. Das macht die Softline Gruppe weniger anfällig für regionale Marktentwicklungen, wie das Beispiel der Schweizerischen Tochter Trade Up zeigt: Trotz der in den meisten europäischen Ländern schwachen Konjunktur konnte die Trade Up ihre Umsätze in der Schweiz deutlich steigern.

Außerdem profitiert die Softline Gruppe von der jeweiligen Marktkennntnis und den Vertriebsstrukturen der einzelnen Ländergesellschaften. Die Erfahrung in den europäischen Nachbarländern hat gezeigt, dass der indirekte Vertrieb in diesen Ländern eine viel wichtigere Rolle spielt, als dies in Deutschland bisher der Fall war. So wird Software in Großbritannien vor allem über die Handelskette Dixons verkauft, in Frankreich hat der Elektronikkaufhauskonzern FNAC eine dominierende Marktstellung.

Anstatt gegen diese traditionellen Vertriebsansätze anzugehen, macht Softline sich die bewährten Stärken der akquirierten Tochterunternehmen im indirekten Vertrieb zunutze und passt das erfolgreiche Geschäftsmodell

„Suchen – Aufbereiten – Vermarkten“ an die lokalen Gegebenheiten des europäischen Auslands an. Dort, wo bisher der direkte Vertrieb dominierte – vor allem in Deutschland – nutzt Softline das erworbene Know-how, um den indirekten Vertrieb stärker als zuvor in die Vertriebsstrategie zu integrieren. Dadurch können zusätzliche Umsatzpotenziale erschlossen werden.

Weiterer wesentlicher Punkt für die Expansion: Die Verlängerung der Wertschöpfungskette. Mit der Akquisition des französischen Software-Verlages WSKA ist Softline in die Verlagstätigkeit eingestiegen. Verlagstätigkeit in der Software-Branche, auch Publishing oder Republishing genannt, bedeutet dabei, dass ein Entwickler eines Computerprogramms die Produktion der Datenträger oder die Übersetzung und Lokalisierung des Programms oder die Produktion der Verkaufsverpackungen einem darauf spezialisierten Unternehmen überlässt. Ein solches Unternehmen ist WSKA. Die Vermarktungs- und Vertriebsunternehmen der Softline Gruppe wiederum profitieren von den günstigen Einkaufspreisen dieser Produkte. Gleichzeitig unterstützt die gesamte Gruppe den Verlag bei der Suche nach Herstellern und Produkten, die einen Partner für das Publishing oder Republishing ihrer Software benötigen.

Zunehmend beauftragen Software-Hersteller aus der ganzen Welt Softline mit der Vermarktung und dem Vertrieb ihrer Produkte in Europa. Die Softline Gruppe kann den Herstellern alle dafür notwendigen Dienstleistungen aus einer Hand anbieten. Möglich wird dies durch die komplette Abdeckung der Wertschöpfungskette und die genaue Kenntnis der verschiedenen län-

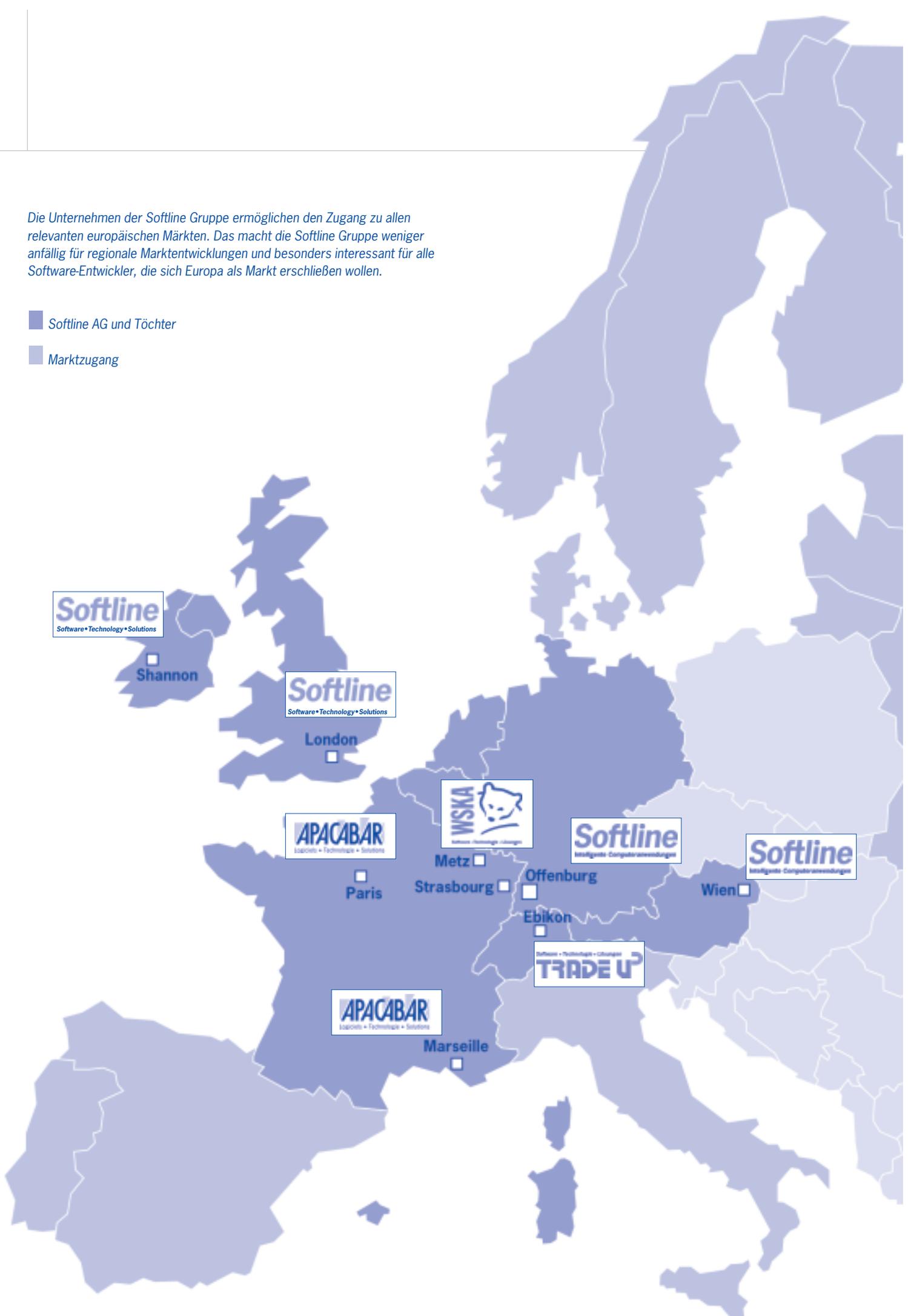
derspezifischen Vertriebs- und Vermarktungsstrukturen. Durch die Zusammenarbeit mit Softline erhalten die Software-Hersteller daher mit einem Schlag den passgenauen Zugang zu den wesentlichen europäischen Absatzmärkten.

Für Software ist der europäische Markt nach wie vor einer der wichtigsten weltweit: Nach dem Konjunkturunbruch und der schwachen Entwicklung 2000/2001 rechnet das Marktforschungsinstitut EITO mit einem moderaten Wachstum des europäischen Software-Marktes auf insgesamt 34,9 Milliarden € in diesem Jahr. Ende 2003 soll der Markt wieder zurückfinden zu den aus der Vergangenheit gewohnten zweistelligen Wachstumsraten.

Die Unternehmen der Softline Gruppe ermöglichen den Zugang zu allen relevanten europäischen Märkten. Das macht die Softline Gruppe weniger anfällig für regionale Marktentwicklungen und besonders interessant für alle Software-Entwickler, die sich Europa als Markt erschließen wollen.

■ Softline AG und Töchter

■ Marktzugang



Suchen – Aufbereiten – Vermarkten

Softlines Business steht auf diesen drei Standbeinen. Softline findet weltweit Neuheiten, bringt sie zur Marktreife und füttert damit die Vermarktungs- und Vertriebsorganisation: Softline macht Märkte, europaweit.

Suchen – Aufbereiten – Vermarkten: Dieser Dreiklang beschreibt das Geschäft der Softline Gruppe am besten. Softline ist entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Software-Industrie aktiv und damit ein kompetenter Partner sowohl für Software-Hersteller als auch -Kunden auf allen relevanten europäischen Märkten.

Suchen

Weltweit beobachten Softline-Mitarbeiter die Neuheiten und Entwicklungen der Softwareindustrie. Egal ob Global Player oder ob junge Programmier-Start-ups: Wer interessante Software für den PC entwickelt hat, muss mit der Aufmerksamkeit von Softline rechnen. Softline ist ständig auf der Suche nach internationalen Neuheiten, die auch für Europas Kunden interessant sind. Dank eines globalen Netzwerkes und unzähligen Kontakten in die Branche erkennt Softline die Trends im Softwaremarkt und findet die dazu passenden Produkte. Eine sorgfältige Auswahl und eine strenge Aufnahmeprüfung sichern die hohe Qualität der Produkte, die schließlich ins Portfolio der Gruppe übernommen werden. Damit ist es freilich nicht getan. Damit die Software auch in Europa zum Erfolg wird, muss sie für die einzelnen Länder entsprechend „veredelt“ werden.

Aufbereiten

Dieser Prozess umfasst alle Schritte, die notwendig sind, um einer Software zur Marktreife in den verschiedenen europäischen Ländern zu verhelfen: Von der Lokalisierung und Übersetzung der Software und der Handbücher, über die Gestaltung der Verpackung, der Handbücher und der CDs bis zur Produktion der CDs einschließlich Konfektionierung des fertigen Produktes ist der gesamte Prozess in der Hand von Softline. Diese Wertsteigerung bietet Softline Software-Herstellern als Dienstleistung an. Wenn Softline auch die Lizenz am Produkt erwirbt, kommt die aufbereitete Software innerhalb der Eigenmarken-Produktlinien WSKA und Orlogix auf den Markt.

Softline Wertschöpfungskette



1. Suchen

1.

Erfolgversprechende Software-Neuheiten sind nicht leicht zu entdecken. Mit internationalen Kontakten, langjährigem Know-how in Software-Technologie und dem richtigen Gespür für Trends findet Softline die Perlen unter den Neuentwicklungen.



2. Aufbereiten

2.

Unterschiedliche Märkte – unterschiedliche Kunden – unterschiedliche Bedürfnisse. Softline bereitet die Software so auf, dass die Produkte die Bedürfnisse der Kunden in verschiedenen Ländern Europas treffen. In bis zu fünf europäischen Sprachen.

Vermarkten

Die dezentrale Vermarktungs- und Vertriebsorganisation der Softline Gruppe sichert den optimalen Zugang zu den größten europäischen Märkten Deutschland, England und Frankreich. Für die Bekanntheit der Produkte sorgt Softline mit einem Marketing-Mix aus Online und Offline-Instrumenten wie Webshop, Katalogen, Anzeigen, Pressearbeit, Newslettern, Roadshows und Messeauftritten. Eine Datenbank der Kunden und Interessenten bildet die Basis für zielgerichtetes One-to-One-Marketing mit individuell auf den Kunden zugeschnittenen Informationen. Durch die starke Marktstellung der Tochterunternehmen kann die Softline Gruppe die komplette Europa-Vermarktung für Software-Hersteller aus aller Welt übernehmen.

Die Vertriebsgesellschaften Softline in Deutschland, Apacabar in Frankreich, Softline UK in England und Trade Up in der Schweiz bedienen alle relevanten Vertriebskanäle in Europa einschließlich des Internets.



3. Vermarkten



3.

Die größten europäischen Märkte erreicht Softline direkt. Die dezentrale Vermarktungs- und Vertriebsorganisation nutzt die spezifischen Möglichkeiten und Chancen jedes Landes. Softline ist damit ein interessanter Partner für jeden internationalen Software-Hersteller.

Die Perlen im Softwaremarkt

Der Markt für PC-Software ist unübersichtlich. Nicht jede Neuentwicklung hält, was sie verspricht. Softline sucht und findet die erfolgversprechenden Programme in einer Flut von Neuheiten. Eine wichtige Filterfunktion, die Kunden vor Fehlinvestitionen schützt.

Direkt vor der Wertschöpfungskette stehen die Entwickler von Software. Aus den Freaks des Silicon Valley zu Beginn der PC-Ära sind heute einige der größten Unternehmen der Welt geworden. Softline kennt und beobachtet die Branche seit knapp 20 Jahren, fast von Anfang an. Aber neben den etablierten Global Playern der Software-Industrie gibt es nach wie vor die jungen Tüftler, die innovativen Erfinder und genialen Programmierer, die immer wieder interessante Software entwickeln, damit aus dem PC ein intelligentes und hilfreiches Instrument für die Arbeit wird. Eine der Stärken der Softline Gruppe ist es, diese interessanten Neuheiten zu finden und so aufzubereiten, dass sie zum Markterfolg werden. Dahinter steht harte Arbeit: Über Jahre aufgebaute, enge Kontakte zu hervorragenden Software-Entwicklern, vom Studenten-Start-up bis hinein in die Top Ten der Softwarehersteller, Teilnahme an den wichtigsten Branchen-Treffs, umfassende Kenntnis der Märkte und ein ständiger, aufmerksamer Kontakt zum Kunden.

Heute ist in der Softline Gruppe ein internationales Team damit beschäftigt, Neuheiten aufzuspüren, zu bewerten und zu entscheiden, ob sie in das Produktportfolio der Gruppe aufgenommen werden. Nur eines von zehn Programmen besteht die Aufnahmeprüfungen, so dass im Laufe eines Jahres rund 30 neue Produkte ins Sortiment der Gruppe gelangen. Neben Software können das auch innovative Hardware-Ergänzungen sein wie z.B. eine Tastatur für die beliebten Taschencomputer, ein kleiner Scanner für Visitenkarten oder ein Stiftscanner für die Westentasche. Die drei wichtigsten Kriterien für die Aufnahme ins Sortiment: Die Produkte müssen die Bedürfnisse der Computernutzer treffen, eine reelle Marktchance haben und eine technische Funktionsprüfung überstehen. Im gesamten Prozess ist natürlich die Marktkenntnis und der gute Riecher für künftige Trends ausschlaggebend. In der Vergangenheit hat Softline etliche Trends von Beginn an erkannt und in erfolgreiche Geschäfte umsetzen können: Bereits 1985 setzt Softline auf Software

für das damals brandneue Betriebssystem Windows, 1988 entdeckt Softline eine revolutionäre Software für Mathematiker und Techniker: Mathcad, das heute in der elften Generation erhältlich ist. 1990 führt Softline die ersten Multimedia-Autorensysteme auf den Markt; 1991 erkennt Softline den Bedarf an elektronischen Routenplanern. 1996 beginnt die Vermarktung der heute weltbekannten Netscape-Software, die zum Boom des Internet maßgeblich beigetragen hat. Seit 1997 sind die Programme des heute führenden Herstellers für Webdesign, Macromedia, an Bord. Die wichtigsten Trends der letzten Jahre sind Virenschutz- und Firewall-Programme, die für sichere Internet-Verbindungen sorgen, sowie Programme zur XML-Programmierung von Websites. Im vergangenen Jahr konnte Softline durch eine Kooperation mit Veritas Software als einer der ersten Anbieter Brennprogramme für die immer populärer werdenden DVD-Roms auf den Markt bringen. Was kommt als nächstes? Die Softline Gruppe ist mit Sicherheit schon dran...

Softline Trendscouting

suchen ['zu:xən]



Perle ['pɛrlə]



Gesucht – Gefunden! Hier einige Beispiele der Softline-Neuheiten für das Jahr 2002. Sicherheitstechnik und Werkzeuge, mit denen sich die täglich steigende Datenflut im Unternehmen bändigen lässt, gehören zu den interessanten Neuheiten im Portfolio der Softline Gruppe.



Schutz vor Datendiebstahl

Elektronische Geschäftsprozesse benötigen einen höchstmöglichen Schutz vor Datendiebstahl, Beschädigung und Manipulation. SecurePoint bietet ein spezielles Nutzerkonzept, um VPN-Netze zwischen Unternehmen und externen Standorten zu sichern.



Cleveres Projektmanagement

Six Degrees macht aus E-Mail Nachrichten produktive Werkzeuge des Projektmanagers. Die Software verknüpft E-Mails, Kontakte und Dokumente, die zu einem Projekt gehören, automatisch auf dem Desktop des PC. Der Projektmanager spart Zeit und behält die Übersicht.



Gestohlene Laptops wiederbeschaffen

zTrace ist eine Sicherheitssoftware für Laptops. Falls der Rechner gestohlen wird, verschlüsselt die unsichtbare und unlöschbare Software die Daten und sendet ein SOS-Signal, mit dessen Hilfe der Bestohlene den Aufenthaltsort des Rechners feststellen lassen kann.



Sofort die richtigen Daten greifbar

Durch Abstimmungsprozesse im Unternehmen ändern sich digitale Daten ständig. Medializer bietet eine einfache Verwaltung und Kontrolle dieser Daten, so dass immer die aktuellste und jeweils gültige Version von Texten, Fotos, Präsentationen oder Audio- und Video-Dateien verwendet wird.



Gute Bekannte statt anonymer Surfer

In2Site eröffnet vollkommen neue Möglichkeiten der Online-Kommunikation und -Analyse. Mit der Software werden die Besucher von Webseiten für deren Betreiber sicht- und ansprechbar, so dass direkte One-to-One-Kommunikation mit dem Surfer stattfinden kann.

Software in vier Sprachen

Wie wird eine Software reif für die unterschiedlichen Märkte in den europäischen Ländern? Die dafür nötigen Dienstleistungen bietet Softline aus einer Hand. Diese Wertschöpfung wirkt sich positiv auf die Handelsmarge der Softline Gruppe aus.

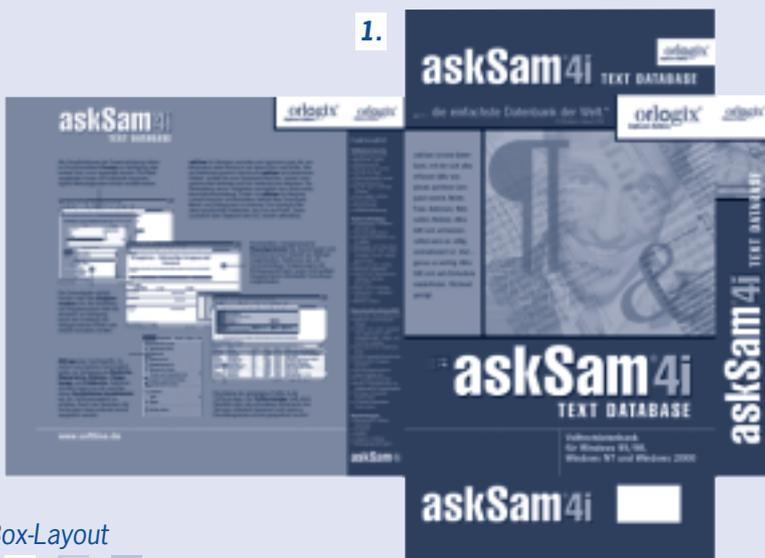
In der Mitte der Softline-Wertschöpfungskette steht das so genannte Publishing. Das Publishing in der Software-Industrie ist vergleichbar mit dem Verlagswesen. Wie ein Autor, der sein Manuskript einem Verlag anbietet, der das Werk lektoriert und eventuell übersetzt, um es schließlich zu drucken und zu vermarkten, suchen Software-Entwickler Partner, die ihre Programme für den Markt aufbereiten. Publishing bedeutet dabei, die fertig programmierte Software so aufzubereiten, dass sie in verschiedenen Ländern angeboten werden kann. Dazu gehört auch die Lokalisierung der Software. So müssen beispielsweise die jeweiligen Mehrwertsteuersätze bei kaufmännischer Software oder unterschiedliche Schreibweisen von Datumsan-

gaben an die einzelnen Länder angepasst werden. Mit der französischen Tochter WSKA hat die Softline Gruppe das Know-how, um Software für die deutsch-, englisch-, französisch- und spanischsprachigen Märkte Europas aufzubereiten.

In der Regel erwirbt die Softline Gruppe vom Entwickler die Lizenz für die Produktion eines bestimmten Softwareprodukts. Sie übernimmt die Lokalisierung und Übersetzung, die Verpackungs-, Handbuch- und CD-Gestaltung, sowie die entsprechende Produktion bis zur Konfektionierung des Software-Pakets. Aus dem Rohmaterial der Programmierer, das in manchen Fällen lediglich aus einem CD-Rohling der Software besteht – dem so genannten „Golden

Master“ – macht erst die Aufbereitung durch die Softline Gruppe ein vertriebsfähiges Produkt. Das ist die Wertsteigerung, die eine Software in der Softline Gruppe erfährt. Software-Entwickler und -Hersteller nehmen diese Dienstleistungen in Anspruch, um sich auf ihr Kerngeschäft, die Programmierung neuer Produkte oder Weiterentwicklung existierender Software zu konzentrieren. Kleine oder neu in Europa agierende Hersteller kommen an einem Partner, der die Aufbereitung ihrer Produkte übernehmen kann, gar nicht vorbei. Softline bietet einen entscheidenden Vorteil: Alle wertsteigernden Dienstleistungen aus einer Hand. Zu den Unternehmen, die ihre Software von der Softline Gruppe aufbereiten lassen, zählen so-

Softline Publishing / Republishing



Box-Layout

1.

Nicht nur die Software, auch die Verpackung muss lokalisiert werden. Die Lokalisierung der Software selbst besteht z.B. in der Anpassung länderspezifischer Maße oder Schreibweisen.



Handbuch

2.

Noch wichtiger: Das Handbuch, in dem Installation, Funktionen und Bedienung der Software erklärt werden. Hier kommt es besonders auf die Qualität der Übersetzung an.

wohl führende und etablierte Hersteller wie Veritas Software Corporation, Namo Interaktive oder Cyberlink, als auch kleine aufstrebende Entwickler, die innovative Produkte neu auf den Markt bringen wie TechSmith, Copernic oder Zoner.

Diese Verlagstätigkeit ermöglicht Softline, sich dem zunehmenden Preisdruck der IT-Branche zu entziehen und sogar eine auf Margenwachstum zielende Strategie zu verfolgen. Den Mehrwert, den Softline mit der Aufbereitung erwirtschaftet, honorieren die Hersteller mit besseren Konditionen. Der Vertrieb der Publishing-Produkte ist also um ein vielfaches lukrativer als die Distribution von Herstellermarken. Einen zusätzlichen Hebel in diesem Geschäft hat sich

Softline mit den Eigenmarken-Produktlinien „WSKA“ und „Orlogix“ geschaffen: Unter diesen Labels vermarktet Softline einen Großteil der Publishing-Produkte und verfügt damit zusätzlich über ein eigenes Branding und die damit verbundene Exklusivität. Indem Softline den Anteil der Eigenmarken-Produkte am Gesamtumsatz weiter steigert, verstärkt sich in der Gruppe der positive Effekt auf die Margenentwicklung.



3.



CD-Label + Cover

3.

Auch hier wird lokalisiert: Lokale Ansprechpartner für technischen Support.

4.



Produkt Box

4.

Das fertige Produkt: Reif für die europäischen Märkte

Schneller und direkter Zugang zu den Märkten

Ein optimierter Marketing-Mix und dezentrale Strukturen ergeben die Vermarktungs- und Vertriebsstärke der Softline Gruppe. Für namhafte internationale Software-Hersteller führt der Weg nach Europa darum über Softline.

Entscheidend für den Erfolg des Softline Geschäftsmodells ist das Vermarktungs- und Vertriebspotenzial der Softline Gruppe. Die Vermarktung ist dabei untrennbar mit dem Vertrieb verbunden. Softline hat den Marketing-Mix für Software optimiert und setzt auf zielgenaue und damit effiziente und kostengünstige Marketingmaßnahmen. Abhängig vom jeweiligen Produkt und der Zielgruppe wählen das Marketing und die Produktmanager die richtigen Instrumente aus. Dabei haben sie die volle Bandbreite der offline- und online-Maßnahmen zur Verfügung: Intensives Katalogmarketing, Anzeigen in der IT-Fachpresse, die Teilnahme an Messen, die Veranstaltung von Roadshows und gezielte Pressearbeit bilden den Marketing Mix der Softline Gruppe.

Dabei sind Marketing und Vertrieb nicht europaweit zentralisiert, sondern die Gruppe handelt nach dem für den Erfolg in Europa unabdingbaren Grundsatz „think global (z.B. beim Finden der Programme), act local“ (in Vermarktung und Vertrieb). Das bedeutet, dass die Vermarktungsinstrumente und Vertriebsstrukturen in den europäischen Märkten nicht identisch sind, sondern jede Vertriebstochter die zu den entsprechenden Marktstrukturen passenden Instrumente aus dem Marketing-Mix einsetzt.

Diese Maßnahmen mit großer Breitenwirkung werden durch einen wachsenden Anteil innovativen One-to-One-Marketings ergänzt. Mailings, ob

als Brief, Fax oder E-Mail versorgen die Kunden – Anwender wie Wiederverkäufer – mit persönlich auf sie zugeschnittenen Informationen. Unter Berücksichtigung des bisherigen Kaufverhaltens landen so spezielle Angebote beim interessierten Kunden, z.B. wenn neue Versionen eines gekauften Produktes auf den Markt kommen oder sinnvolle Ergänzungen neu erscheinen. Die einzelnen Landesgesellschaften entscheiden dabei individuell über Zeitpunkt und Maßnahmen einzelner Marketing-Aktionen, um lokale Begebenheiten optimal zu berücksichtigen.

Vielfältig und strukturiert wie das Marketing ist auch der Vertrieb innerhalb der Softline Gruppe. In den europäischen Nachbarländern spielt der indirekte Vertrieb eine viel wichtigere Rolle als in Deutschland. In Großbritannien wird Software vor allem über die Handelskette Dixons verkauft, in Frankreich hat der Elektronikkaufhauskonzern FNAC eine dominierende Marktstellung. Anstatt gegen diese traditionellen Vertriebsansätze anzugehen, macht Softline sich die bewährten Stärken der akquirierten Tochterunternehmen im indirekten Vertrieb zunutze und passt das erfolgreiche Geschäftsmodell „Suchen – Aufbereiten – Vermarkten“ an diese lokalen Gegebenheiten an.

Deutschland

Da Softline in Deutschland seit 1983 im Markt ist, ist hier das Direktgeschäft besonders entwickelt. Mit mehr als einer Million Kundenadres-

sen, die in Softlines CRM-System für die direkte Ansprache zur Verfügung stehen, besteht Spielraum für effizientes One-to-one Marketing an Kunden und Interessenten. Der Schlüssel zu diesem Potenzial ist der dreimal im Jahr erscheinende Softline-Direktkundenkatalog. Hilfreich und lösungsorientiert beschreibt der Katalog zahlreiche neue Computeranwendungen und deren Einsatzmöglichkeiten. Ausführliche Erklärungen bieten dem Leser Vergleichsmöglichkeiten und erleichtern die Suche nach der richtigen Software.

Der wachsenden Nachfrage von Software-Programmen im PC-Fachhandel, in Flächenmärkten und Kaufhäusern, bei Retailern und Versandhändlern hat Softline mit dem schrittweisen Auf- und Ausbau der Softline-Händler-Division Rechnung getragen und daraus ein zweites Standbein entwickelt. Entscheidend dabei: die Mehrwerte, die das Direktgeschäft prägen, auf den Bereich der Software-Distribution zu transformieren und zu adaptieren. Entstanden ist ein Value Added Distributor (zu deutsch: Distributor mit Mehrwert), der nicht auf Volumen und ein riesiges Produktsortiment fokussiert ist, sondern auf ein feines Portfolio hochwertiger Markenprogramme und innovativer Software. Zahlreiche Dienstleistungen unterstützen dabei den Wiederverkäufer: Produktschulungen, Partnerprogramme, Marketingunterstützung, Unterstützung in Pre- und Post-Sales Phasen, technischer Support oder die Abwicklung des Updatege-

Auszeichnungen der Fachpresse für herausragende Leistung bei der Betreuung von Fachhändlern:

Trade Up:



Softline:



Eine Auswahl der wichtigsten Referenzkunden der Softline Gruppe:



schäftes und Lizenzmanagements. Wichtig für den weiteren Ausbau der Distribution in Deutschland ist der seit Sommer 2002 erscheinende Distributionskatalog. Aufbauend auf den Erfahrungen im Katalogmarketing und dem Know-how der Tochtergesellschaften wurde er konzipiert, um die Bedürfnisse der Wiederverkäufer angemessener zu decken als der Direktkatalog. Dadurch will sich die Softline Gruppe trotz der bei den Direktkunden derzeit spürbaren Kaufzurückhaltung zusätzliche Umsatzpotenziale erschließen.

Frankreich

Im zentralistisch organisierten Frankreich funktioniert der Software-Kauf anders als in Deutschland. Die meisten Programme gehen bei dem Elektronikkaufhauskonzern FNAC sowie Retailern wie Media Saturn und Surcouf über den Ladentisch. Auch Supermärkte wie Auchan und Cora verkaufen zunehmend Software. Das Direktgeschäft der Apacabar besteht im wesentlichen aus Upgrade-Verkäufen. Daran angepasst ist die Vermarktungs- und Vertriebsstruktur der französischen Tochter Apacabar. Als Value Added Distributor bietet sie den Wiederverkäufern ähnliche Leistungen wie die deutsche Distribution und arbeitet on- und offline mit vergleichbaren Instrumenten.

Von Frankreich aus werden die aufbereiteten Eigenmarken der WSKA- und Orlogix-Produktlinie europaweit in die Vertriebskanäle eingespeist. Hier profitiert die Gruppe ganz besonders von den existierenden Vertriebs- und Vermarktungsstrukturen der europäischen Töchter. Auf der Basis eines europäübergreifenden Marketing unterstützen Einzelaktivitäten in den jeweiligen nationalen Vertriebskanälen den Verkauf. Spezialisierte Vertriebsteams in den einzelnen Ländern sorgen zusätzlich für die Marktdurchdringung bei den Eigenmarken-Produkten.

England

Ähnlich wie in Frankreich wird die Nachfrage für Softwareprogramme in Großbritannien hauptsächlich von großen Ketten kanalisiert: Allein die größte Kette Dixons hat im Retail-Geschäft einen Marktanteil von 74%, während vor allem im Firmenkundengeschäft der Direktbereich etabliert ist. Entscheidend in diesem Markt ist also die Beziehung zu den wesentlichen Spielern im Retailbereich, zum Beispiel Dixons Stores Group mit den Händlern PC World, The Link und Currys. Auch hier sind also die langjährig aufgebauten Kontakte der Tochtergesellschaft Softline UK wichtig. Softline UK fungiert dabei als Value Added Distributor für die großen Ketten

Schweiz

Als Distributor und Vermarktungsorganisation bedient Trade Up die Flächenmärkte, Warenhausketten und den in der Schweiz beim Software-Verkauf besonders starken Buch- und PC-Fachhandel. In diesem Geschäftsjahr wurde Trade Up als bester Schweizer Software-Distributor mit dem „Excellent Performance-Award“ der Fachzeitschrift IT-Reseller ausgezeichnet. Für diesen Award haben knapp 400 Schweizer IT-Fachhändler insgesamt 93 verschiedene Distributoren bewertet. Besonders positiv beurteilten die Fachhändler die Qualität des Verkaufs und der Logistik bei Trade Up. Auch die mehrfach ausgezeichnete Website des Ebikonener Unternehmens trägt zur guten Bewertung in dieser Kategorie bei. Im Juni 2002 wurden dank einer Kombination aus personalisiertem E-Mail Marketing für rund 5.000 Fachhändler und Auftragserfassung über die Website bereits 33% der Umsätze online generiert. Die Investition hat sich gerechnet: Trade Up konnte den Personalaufwand in der telefonischen Auftragserfassung dadurch um 30% senken.

Vermarktung und Vertrieb – im Marketing-Mix

Abhängig vom jeweiligen Produkt und der Zielgruppe wählen das Marketing und die Produktmanager die richtigen Instrumente aus.



Eine Softline Anzeige



Der Softline Distributionskatalog



Der Softline Katalog



Der Weg nach Europa

Vom umfangreichen Software-Know-how profitiert nicht nur Softline selbst. Führende internationale Software-Hersteller verlassen sich auf die Kompetenz von Softline, wenn es um die Europavermarktung ihrer Produkte geht.

Anders als viele Unternehmen der Branche ist die Softline Gruppe für führende und aufstrebende Softwarehersteller weit mehr als nur ein Handelspartner. Softline ist ein Dienstleister, der Mehrwert erwirtschaftet – wie für die Kunden, so auch für die Hersteller. Softline bietet Software-Herstellern alle Dienstleistungen an, die für eine erfolgreiche Vermarktung in den europäischen Ländern notwendig sind. Und darum wählen sie Softline als europäischen Partner für das Geschäft mit Software.

Rund 120 Software-Hersteller aus aller Welt nutzen die mehrwertschöpfenden Dienstleistungen der Softline Gruppe, um ihre Produkte in den europäischen Märkten zum Erfolg zu führen. Beispiele aus der jüngsten Zeit, um nur einige zu nennen, sind die amerikanische Veritas Software Corporation, der Karlsruher Software-Hersteller Map&Guide und die koreanische Entwicklerschmiede Namo Interactive.

Für Veritas entwickelte Softline eine Website in acht europäischen Sprachen, mit detaillierten Produktbeschreibungen und der digitalen Lieferung der Software per Download. Softline übernahm damit die komplette europäische Vermarktung einiger Programme des Herstellers, der sich ganz auf die Weiterentwicklung und Vermarktung seiner Programme im Heimmarkt USA konzentrieren kann.

Für Map&Guide übernimmt Softline die Betreuung des gesamten deutschen Fachhandels: Vertrieb und Support der erfolgreichen

Routenplaner-Software Map&Guide erfolgt ausschließlich über Softline.

Der NamoWebeditor, ein von der Fachpresse hochgelobtes Programm zur Gestaltung von Webseiten, wurde vom WSKA-Verlag zunächst für Frankreich lokalisiert. Aufgrund des großen Erfolges vergab Namo den dann folgenden Republishing-Auftrag für die anderen europäischen Märkte erneut an die Softline-Gruppe.



Die erfolgreichen Veritas Produkte republished by Softline.

POWERED BY
VERITAS

Die Softline Services im Überblick:

- Etablierte Vermarktungs- und Vertriebsstrukturen sorgen für Zugang zu den europäischen Schlüsselmärkten
- Feste Kundenbeziehungen und Bekanntheit in den jeweiligen Märkten sowohl im Direktgeschäft als auch im Channel-Bereich machen Absatzchancen kalkulierbar
- Die Möglichkeit zur Lokalisierung von Software in verschiedenen europäischen Sprachen und Adaption an die Bedingungen des jeweiligen nationalen Marktes schafft die Voraussetzung für Marktdurchdringung in breite Anwenderschichten
- Intensives on- und offline-Marketing und ein Netz von Presse- und Medienkontakten erhöhen den Bekanntheitsgrad der Produkte
- Zusätzliche Serviceleistungen wie die digitale Lieferung von Software („Instant Software“) und ein Netzwerk zur Online-Vermarktung ergänzen die etablierten Vertriebsstrukturen
- Über lange Jahre aufgebautes und ständig aktualisiertes Branchen- und Produkt-Know-how der Mitarbeiter der Softline-Gruppe ermöglicht die Beratung und den Support selbst komplexer und beratungsintensiver Softwareanwendungen
- Der erfolgreiche Track-Record von Softline und seinen Töchtern schafft Vertrauen bei den Herstellern; der Name Softline ist auch in Herstellerkreisen eine bekannte Marke, die für Intelligenz, Hochwertigkeit, Innovation und Hilfe steht

On- und Offline-Marketing

Netzwerk für den Online-Vertrieb

Hoher Bekanntheitsgrad

Etablierte Kundenbeziehungen

Technisches Know-how

Breiter Marktzugang

Software-Lokalisierung

Die Stärken der Softline Gruppe

Es gibt viele Argumente, die für ein Investment in die Softline Aktie sprechen. Die wichtigsten haben wir Ihnen hier zusammengestellt:

Erfolgsgeschichte

Softline ist seit fast 20 Jahren im Softwaremarkt tätig und kann aus dieser Zeit ein stetiges, profitables Wachstum aus eigener Kraft vorweisen. Zwar führte das beschleunigte Wachstum nach dem Börsengang zusammen mit dem Markteinbruch seit April 2001 erstmals in der Unternehmensgeschichte zu Verlusten, aber mit der Konsolidierung und Reorganisation der Gruppe sind die Voraussetzungen geschaffen, die Erfolgsgeschichte fortzusetzen. Heute deckt Softline die gesamte Wertschöpfungskette der Software-Industrie ab und ist damit ein interessanter Partner für Software-Hersteller aus aller Welt.

Abdeckung der europäischen Schlüsselmärkte

Durch die Akquisitionen seit dem Börsengang ist Softline in den europäischen Schlüsselmärkten mit eigenen Gesellschaften präsent. Mit einem hochwertigen Produktportfolio aus Softwareprogrammen in den jeweiligen Landessprachen erschließt sich die Softline Gruppe ein großes Marktpotenzial. Margenstarke Eigenmarken-Produkte sind in bis zu fünf Sprachversionen erhältlich.

Filter-Funktion und gesicherte Qualität der Produkte

Ein sorgfältiger Auswahlprozess und umfangreiche technische Prüfungen sichern die hohe Qualität der bei Softline erhältlichen Programme. Das erleichtert den Kunden die Auswahl des richtigen Produktes aus dem sonst schnell unübersichtlichen Softwaremarkt und ermöglicht ihnen eine sichere Investitionsentscheidung.

Vertriebsstärke und Kundenbindung

Eine effiziente und komplette Vermarktung der Produkte sichert der Marketing-Mix der Softline Gruppe. Kataloge, Online Shops, Pressearbeit und Messe-Auftritte werden ergänzt durch gezieltes One-to-One Marketing. Vertriebsseitig bedient Softline alle Kanäle, angepasst an die in den jeweiligen Ländern existierende Vertriebsstruktur. Die Direktvermarktung beratungsintensiver Produkte, die Fachhandelsbetreuung mit attraktiven Neuheiten und die Versorgung der Flächenmärkte mit Blockbustern führen zur Vertriebsstärke von Softline. Innovative Online-Angebote bis hin zur digitalen Lieferung der Produkte (Instant Software/ESD) erschließen zusätzliches Potenzial. Umfassende Beratung vor und nach dem Kauf und kostenloser technischer Support erhöhen die über Jahre aufgebaute, internationale Kundenbindung.

Weiteres Wachstumspotenzial

Informationstechnologie wird für Unternehmen immer wichtiger. Mit der richtigen Software können Unternehmen Prozesse effizienter gestalten und damit Kosten senken. Der europäische Softwaremarkt wächst weiter, langfristig rechnen Marktforscher wieder mit zweistelligen Wachstumsraten. Auch private Haushalte kaufen zunehmend PCs, da erstmals dem professionellen Anwender vorbehaltene Techniken wie Bildbearbeitung, Scannen, Digitalfotografie, Video- und Musikproduktion den Bedarf an leistungsfähiger Software in immer neuen Käuferschichten wecken.



Die Softline-Aktie

Das Umfeld am Aktienmarkt

Die internationalen Aktienmärkte erlebten im Berichtszeitraum erhebliche Einbrüche. Die Abschwächung der Weltwirtschaft im Laufe des Jahres 2001, die Anschläge am 11. September in den USA, aber auch zahlreiche Skandale – insbesondere im Technologiebereich – sorgten immer wieder für deutliche Abwärtsbewegungen, die teilweise crash-artige Formen annahmen.

Insbesondere die Technologiebörsen konnten – von kurzen Erholungsphasen z.B. im 4. Quartal 2001 abgesehen – nicht an die guten Kursentwicklungen früherer Jahre anschließen. Der Neue Markt in Deutschland litt zudem unter einem deutlichen Vertrauensschwund. Die meisten Emissionen der letzten Jahre liegen weit unter ihren Ausgabepreisen, Neu-Emissionen sind absolute Mangelware und die Entwicklung zahlreicher Wachstumsmärkte verlief enttäuschender als noch vor zwei Jahren erwartet.

Der Kurs der Softline-Aktie

Der Kurs der Softline-Aktie wurde von der enttäuschenden Geschäftsentwicklung des Jahres 2001/2002, aber auch von dem zunehmend kritischen und nervösen Umfeld am Neuen Markt negativ beeinflusst. Per saldo verlief die Kursentwicklung weitgehend parallel zu der Entwicklung am Neuen Markt – es kam insbesondere im 3. Quartal 2001 sowie im 1. Halbjahr 2002 zu deutlichen Kursrückgängen auf ein Niveau von derzeit rund 1€.

Investor Relations

Seit dem Börsengang ist es dem Management der Softline AG ein besonderes Anliegen, die Softline-Aktionäre – institutionelle wie Privatanleger – sowie Analysten und die Wirtschafts- und Finanzpresse umfassend, offen und nachvollziehbar über die Geschäftsentwicklung des Unternehmens zu informieren.

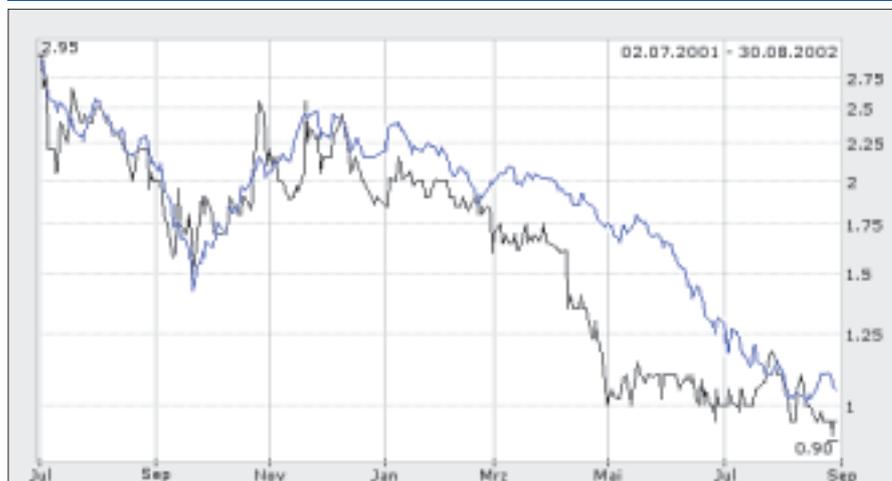
Dies gilt gerade auch in schwierigen Phasen – in Zeiten, in denen wir nicht mit Erfolgsmeldungen und Gewinnen aufwarten können, sondern eine negative Geschäftsentwicklung kommunizieren müssen. Im Rahmen unserer Geschäfts- und Quartalsberichte, unserer Hauptversammlung, zahlreicher Einzelgespräche mit Analysten und Fondsmanagern, aber auch der Investor Relations im Internet ist es unser Ziel, die Strategie und die künftigen Chancen der Softline AG zu vermitteln. Es geht uns darum, die Aufmerksamkeit für unsere Aktie zu vergrößern, wobei wir wissen, dass uns das jetzige Kursniveau und die entsprechend

niedrige Marktkapitalisierung der Softline AG dieses Bestreben nicht erleichtern.

Am 19. Dezember 2001 haben wir unsere zweite Hauptversammlung als börsennotiertes Unternehmen in Offenburg durchgeführt. Allen Anträgen der Verwaltung wurde dabei – bei vereinzelt Gegenstimmen – mit großen Mehrheiten zugestimmt. So kam es u.a. zu einer Neubesetzung von drei Positionen im Aufsichtsrat der Gesellschaft, in den die Herren Prof. Dr. Henning Krug, Prof. Dr. Karl-Wilhelm Pohl und Klaus Böde neu gewählt wurden

Wir sind derzeit dabei, die Umsetzung des Corporate Governance Kodex in unserem Unternehmen zu prüfen. Dabei geht es vor allem darum, Entscheidungs- und Aufsichtsprozesse noch effizienter im jeweiligen Unternehmen einzurichten und nach außen zu kommunizieren. Hierüber werden wir Sie als Aktionäre in den nächsten Monaten informieren – insbesondere über unsere Homepage im Internet.

Die Softline Aktie im Nemax All Share-Vergleich



(Quelle: arriva.de)

■ Softline AG WKN 720600

■ Nemax All Share

Weltwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung

Weltwirtschaftliche Lage

Das Wachstum der Weltwirtschaft verlief in der Berichtsperiode 2001/2002 sehr viel moderater als zuvor erwartet. Mit Wachstumsraten des Bruttoinlandsproduktes von rund 1% in den meisten wichtigen Industrieländern im Jahr 2001 wurden die Prognosen des Jahresbeginns 2001 deutlich verfehlt, als von Wachstumsraten zwischen 2% und 3% ausgegangen wurde.

Während in den USA das 1. Quartal 2002 von überraschend hohen Wachstumsraten geprägt war, wiesen die meisten europäischen Staaten auch in den ersten Monaten 2002 nur eine geringe Wachstumsdynamik auf. Innerhalb Europas verzeichnete Deutschland mit Wachstumsraten in 2001 bzw. im 1. Halbjahr 2002 unterhalb von 1% eine weitgehende Stagnation. Insbesondere der schwache private Konsum, die restriktive Ausgabenpolitik des Staates sowie die weiterhin hohe Arbeitslosigkeit lassen derzeit keine starke Wachstumsbeschleunigung erwarten.

Der Euro konnte nach einem sehr schwachen Start im Verlauf des 2. Quartals 2002 gegenüber dem US-Dollar an Wert gewinnen. Die expansive Geldpolitik der Notenbanken der Industrieländer wurde in der Berichtsperiode fortgesetzt und teilweise sogar nochmals verstärkt. Ein Inflationsdruck ist derzeit in den meisten Industrieländern nicht zu erkennen – vielmehr befinden sich die Inflationsraten in den letzten Monaten eher wieder auf dem Rückzug.

Branchenentwicklung

Die vom jahrelangen Wachstum verwöhnte IT-Branche war von der schwachen Konjunkturerwicklung im Berichtszeitraum ebenfalls betroffen. Viele Unternehmen führten Kostensenkungsprogramme durch, mit der Folge, dass Investitionen in Hardware und Software verschoben wurden. Das Münchner Wirtschaftsforschungsinstitut ifo stellte in Befragungen fest, dass sich einige Unternehmen nach bewältigtem Jahr-2000-Problem und Euro-Umstellung nun erst einmal eine Verschnaufpause gönnten.

Auch viele amerikanische Computer- und Softwareunternehmen beurteilten ihre weitere Entwicklung Anfang des Jahres zurückhaltend. So hatte z.B. Microsoft für das vierte Quartal 2001 und das Geschäftsjahr 2001 geringere Umsätze und Gewinne angekündigt. Ein Hauptgrund dafür war das sich nur schwach entwickelnde Geschäft mit Unternehmenskunden.

Die Prognosen der Marktforschungsinstitute gingen zu Beginn des Jahres 2002 von einem sich langsam wiederbelebenden IT-Markt im Laufe des Jahres aus. Stattdessen ist die Flaute am PC Markt jedoch nicht zuende gegangen, was das Marktforschungsinstitut IDC dazu veranlasste, statt des ursprünglich prognostizierten weltweiten Wachstums von 1,3% im zweiten Quartal 2002 nun mit einem Rückgang der PC-Verkäufe um 0,5% zu rechnen. Auch die Analysten von Gartner Dataquest schraubten ihre Wachstumsprognosen für den globalen PC Markt 2002 von 5% auf einen Wert zwischen 2% und 4% zurück. Dem europäischen PC-Markt sagt Gartner einen bescheidenen Aufschwung im vierten Quartal 2002 voraus. Eine spürbare Erholung werde sich jedoch frühestens in der zweiten Hälfte des kommenden Jahres einstellen.

Dabei ist jedoch zu beobachten, dass der Markt für Softwareanwendungen nicht so drastisch von Investitionsstopps der Unternehmen betroffen ist wie der PC-Markt. EITO beispielsweise prognostizierte zu Beginn dieses Jahres, dass der westeuropäische Markt für Softwareanwendungen 2003 zum Wachstum zurückkehrt und betrachtet Software als den Wachstumstreiber innerhalb des ITK-Marktes. Das Marktforschungsinstitut erwartet 2003 in Westeuropa ein Marktvolumen von 39 Milliarden €. Selbst wenn nach den Erfahrungen mit der Entwicklung des PC-Marktes damit zu rechnen ist, dass die Prognosen der Marktforscher nicht ganz erreicht werden, zeichnet sich im gegenwärtigen schlechten konjunkturellen Umfeld immerhin ein moderates Wachstum des Software-Marktes ab.

Bemerkenswert sind die Verschiebungen, die sich im Software-Handel speziell in Deutschland ergeben: Die Anzahl der in der ITK-Branche tätigen Handelspartner ist nach Angaben der Fachzeitschrift ComputerPartner insgesamt in den letzten drei Jahren rückläufig. Die Branche erlebt nach dem starken Wachstum nun eine Konsolidierungsphase, in der große Retailer wie Mediamarkt oder Saturn sowie branchenfremde Vertriebskanäle wie Buchhandel und Warenhäuser ihren Anteil am Softwareumsatz steigern können. Mit der Stärkung des indirekten Vertriebs der Softline AG hat Softline auf diese Verschiebungen reagiert.

Entwicklung des Unternehmens und der Umsätze

Entwicklung des Unternehmens

Das Geschäftsjahr 2001/2002 war für die Softline AG mit vielerlei Herausforderungen behaftet. Veränderte Rahmenbedingungen, ein weiterhin schwaches sowohl konjunkturelles als auch Branchenumfeld und nicht zuletzt die seit zwei Geschäftsjahren anhaltenden Verluste haben gezeigt, dass die Wachstumsstrategie durch Akquisitionen der Vorjahre nicht mehr angemessen ist und wir unser Wachstum künftig mit einer geänderten Strategie erreichen müssen. Wir waren und sind daher auch gezwungen, unsere Kostenstrukturen den veränderten Bedingungen anzupassen. Mit Beginn des Kalenderjahres 2002 hat die Softline AG mit einem umfassenden Reorganisationsprozess begonnen. Damit verbunden waren eine deutliche Konsolidierung in allen Bereichen sowie zum Teil erhebliche Einschnitte in Form von Stellenabbau und Kürzungen von Investitionen. Die nach dem Börsengang im Februar 2000 angestrebte Strategie der europäischen Expansion, der Beschleunigung des E-Commerce und des Einstiegs in Software-Produktion und Republishing haben wir im vergangenen Geschäftsjahr den sich ändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen angepasst. Die dazu notwendigen Analysen und langfristig orientierten Maßnahmen haben im Jahresabschluss der Softline AG zum 30. Juni 2002 ihre Spuren hinterlassen.

Umsatzentwicklung im Konzern

Im Geschäftsjahr waren erstmals alle Tochtergesellschaften mit einem vollständigen Geschäftsjahr erfasst.

Mit einem Konzernumsatz von 88,3 Mio. € konnte zwar der Vorjahresumsatz von 85,6 Mio. €, in dem die Umsätze der Rapid Group Plc. und der Trade Up AG nur zeitanteilig einbezogen waren, übertroffen werden, doch fiel der Zuwachs weit geringer aus als noch in den Vorjahren. Wären die beiden Unternehmen im Geschäftsjahr 2000/2001 bereits voll konsolidiert gewesen, so wäre für das abgelaufene Geschäftsjahr 2001/2002 ein Umsatzrückgang zu verzeichnen gewesen. Im Vergleich zu den ursprünglichen Planungen von 100 Mio. € blieb der Konzernumsatz deutlich zurück, lag aber im Rahmen der zum Halbjahr 2001/2002 reduzierten Erwartungen.

Insbesondere die **Softline AG** in Offenburg erwirtschaftete mit 32,1 Mio. € an Umsätzen jedoch weitaus weniger als noch im Jahr zuvor, als 43,1 Mio. € erzielt werden konnten. Vor allem Software in höheren Preissegmenten aus den Bereichen Internet, Intranet, E-Commerce und Multimedia waren weniger gefragt. Zudem entwickelten sich die Umsätze über unsere Internetseiten weniger dynamisch als angenommen.

Die beiden französischen Tochterunternehmen **Apacabar S.A** und **WSKA S.A.** trugen zusammen 25,5 Mio. € (24,9 Mio. €) oder 29% zum Gesamtumsatz bei. Wie im Fall des Konzernumsatzes konnten damit die nach dem ersten Halbjahr reduzierten Erwartungen erfüllt werden; die ursprünglichen Planungen von rund 30 Mio. € konnten nicht realisiert werden. Große Unsicherheiten auf Grund der im Mai erfolgten Präsidentenwahlen einerseits sowie ein unter Plan liegendes Wachstum des Bereichs

Software-Produktion und Republishing waren hierfür ausschlaggebend. Der Einstieg in die Software-Produktion und das Republishing über den WSKA-Verlag wurde zwar erfolgreich vollzogen, allerdings haben Abstimmungsmängel in den Produktionsabläufen und Verkaufsstrukturen die Markteinführung von Produkten verzögert und somit Umsätze verschoben.

Unsere schweizerische Distributionstochter, die **Trade Up AG**, konnte die Umsatzerwartungen von 10 Mio. € mit erreichten Umsätzen von 11,4 Mio. € deutlich übertreffen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von knapp 30%. Durch Kundenbindungsprogramme sowie über Massenmailings wurden ganz gezielt Kunden beworben und mit den relevanten Informationen versorgt. Durch die Bezugsmöglichkeiten über die Softline AG wurde das Sortiment von 3.000 Titeln auf über 5.000 Titel erhöht, wodurch die Trade Up AG in der Schweiz eine einzigartige Marktposition einnimmt.

Den englischen Markt bediente Softline über die **Softline UK** als Value Added Distributor sowie die **Rapid Group Plc.**, die auf das Direktgeschäft mit Firmenkunden spezialisiert ist. Insgesamt konnten beide Gesellschaften mit Umsatzerlösen von 3,0 Mio. € bzw. 17,8 Mio. € die Planerwartungen erfüllen. Entgegen dem allgemeinen Trend konnte die Softline UK ihre Marktposition – aufbauend auf einer starken Partnerschaft mit Apple – weiter ausbauen und dadurch rund 19% mehr an Umsätzen erzielen als im Vorjahreszeitraum.

Die irische **NPR Software Ltd.** konnte mit 3,2 Mio. € (1,5 Mio. €) ihren Umsatzanteil innerhalb der Gruppe deutlich ausweiten und lag damit innerhalb der geplanten Umsatzerwartungen.

Ergebnisentwicklung

Ergebnisentwicklung im Konzern

Die weltwirtschaftliche Konjunkturertrübung, eine schwierige Marktlage insbesondere in der IT-Branche und die daraus resultierenden Umsatzeinbußen zeigen im Konzernergebnis der Softline AG ihre Auswirkungen.

Mit einem Konzernfehlbetrag von 11,0 Mio. € (7,3 Mio. €) liegen wir hinter unseren eigenen Erwartungen und Planungen. Noch zum Geschäftsjahresbeginn konnten wir davon ausgehen – eine Stabilisierung der konjunkturellen Marktlage vorausgesetzt – nach den Verlusten im Vorjahr eine deutliche Ergebnisverbesserung und ein ausgeglichenes Betriebsergebnis (EBIT) zu erreichen. Bereits zum Halbjahr haben wir unsere Erwartungen korrigiert und durch Sonderabschreibungen auf Firmenwerte (Goodwill) der unbefriedigenden Entwicklung Rechnung getragen. Nach dieser nicht liquiditätswirksamen frühzeitigen Bilanzmaßnahme, die für eine erhöhte Transparenz zur Beurteilung der operativen Situation führte, haben wir zum Halbjahr unseres Geschäftsjahres unsere Prognose für das Gesamtjahr gesenkt und sind von einem Fehlbetrag auf Vorjahresniveau (7,3 Mio. €) ausgegangen.

Mit Ausnahme der Softline UK (+ 0,1 Mio. €) schließen alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften mit einem Fehlbetrag. Neben der unbefriedigenden Umsatzentwicklung haben verschiedene operative Mehraufwendungen sowie insbesondere die auf dem eingeleiteten Reorganisationsprozess begründeten Maßnahmen zu Planabweichungen beigetragen.

Im operativen Bereich sind die Rohertragsmargen nach wie vor unter Druck. Der gestiegene Umsatzanteil der ausländischen Tochtergesellschaften, deren Schwerpunkt im Distributionsgeschäft liegt, hat dazu geführt, dass die Rohertragsmarge im Konzern gegenüber dem Vorjahr (25%) gesunken ist. Mit einer Konzernmarge von 22,2% liegen wir rund 3% Punkte hinter den Planansätzen. Nichtsdestotrotz konnten wir bei einigen Gruppengesellschaften den seit Sommer 2000 bestehenden Trend sinkender Margen stoppen. So steigerte die Softline AG, Offenburg, ihre Rohertragsmarge in den vergangenen Quartalen kontinuierlich von unter 22% auf nunmehr wieder über 25%. Dennoch haben die unter den Planungen liegende Rohmarge sowie die geringer als erwartet ausgefallenen Umsätze dazu geführt, dass ein Ergebnisbeitrag in Höhe von rund 5,2 Mio. € ausblieb.

Mit dem Einleiten der Reorganisation im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres haben wir – auch für die zukünftigen Quartale – den Schwerpunkt aller Gesellschaften, und damit erstmalig auch den der Softline AG, hin zur Distribution in Richtung eines Value Added Distributor verlagert. Mit diesem Ansatz – Verknüpfung traditioneller Stärken der Softline AG mit dem Distributionsgeschäft – sollen zukünftig bisher ungenutzte Umsatzpotenziale erschlossen werden.

Dabei soll dem branchenweiten Margenrückgang mit zusätzlichen, für den Händler nutzenbringenden Dienstleistungen begegnet werden. Einen weiteren wichtigen Beitrag zu überdurchschnittlichen Margen wird die Distribution unserer Eigenmarken beitragen. Zusammen mit im Vergleich zum Direktvertrieb günstigeren Kostenstrukturen soll so der indirekte Vertrieb ein neues Standbein der Softline AG werden.

Der allgemeinen schlechten Lage vieler Unternehmen und einer damit verbundenen drohenden oder eingetretenen Zahlungsunfähigkeit sowie Bewegungen an den Devisenmärkten haben wir mit einigen Wertberichtigungen Rechnung tragen müssen. Diese Wertberichtigungen waren im Einzelnen:

- Wertberichtigungen auf Forderungen in Höhe von 0,9 Mio. €,
 - Rückstellungen für drohende Verluste aus Devisentermingeschäften in Höhe von 0,3 Mio. € und Abschreibungen auf ein Darlehen der Rapid Group Plc. in Höhe von 0,7 Mio. €.
- In der Summe ergaben sich also Wertberichtigungen von 1,9 Mio. €.

(weiter auf Seite 24)

Vermögens- und Finanzlage; Entwicklung der einzelnen Gesellschaften

Zusätzlich wurden im Rahmen des zu Beginn 2002 eingeleiteten Reorganisationsprogramms Aufwendungen in Höhe von insgesamt 0,7 Mio. € verursacht. Diese setzten sich zusammen aus:

- Investitionen in EDV in Höhe von 0,1 Mio. €,
- Personalkürzungen und Gehaltsanpassungen in Höhe von 0,2 Mio. €,
- externen Beratungsleistungen und internen Organisationsaufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. €.

Zusammen mit den Wertberichtigungen sind somit gegenüber der Planung höhere Aufwendungen in Höhe von rund 2,6 Mio. € angefallen.

Weiterhin belasten außerplanmäßige Abschreibungen das Ergebnis. Die noch zum Börsengang vor zwei Jahren realistischen Bewertungen, die Basis der Kaufpreise der Tochterunternehmen waren, sind heute nicht mehr gerechtfertigt. Diesen geänderten Marktbedingungen folgend, haben wir bereits zum Halbjahr 3,3 Mio. € an Firmenwerten auf unsere Tochterunternehmen abgeschrieben. So haben wir frühzeitig gehandelt und für die notwendige operative Transparenz gesorgt. Zum 30. Juni 2002 haben wir zusätzlich 0,9 Mio. € an Sonderabschreibungen auf den Goodwill der englischen Rapid Group Plc. vorgenommen, so dass das Jahresergebnis mit insgesamt 4,2 Mio. € durch außerplanmäßige Abschreibungen auf Firmenwerte belastet ist.

Gegenüber den Planungen zum Geschäftsjahresbeginn, die ein ausgeglichenes Betriebsergebnis (EBIT) vorsahen, ergibt sich nun ein Betriebsergebnis von minus 12,4 Mio. €, welches wie oben dargestellt vor allem durch ein geringeres Bruttoergebnis vom Umsatz (5,2 Mio. €), höhere operative Aufwendungen (2,6 Mio. €) sowie außerplanmäßige Abschreibungen (4,2 Mio. €) beeinflusst wird.

Vermögens- und Finanzlage

Die Softline Gruppe steht auch weiterhin auf einer soliden finanziellen Basis. Flüssigen Mitteln in Form von laufenden Kontokorrentkonten von 12,2 Mio. € (19,7 Mio. €) stehen lediglich Bankverbindlichkeiten in Höhe von 7,3 Mio. € (4,6 Mio. €) gegenüber. Daneben bestehen Wertpapierdepots von 6,8 Mio. € (0,0 Mio. €), die in Höhe von 4,0 Mio. € als Sicherheit für Darlehen dienen.

Die Bilanzsumme verringerte sich insbesondere in Folge reduzierter Firmenwerte auf 53,6 Mio. € (61,9 Mio. €). Das Umlaufvermögen beläuft sich durch Umschichtung kurzfristig fälliger Festgelder in mittel- bis langfristige Wertpapieranlagen auf 38,8 Mio. € nach 45,2 Mio. € im Vorjahr. Die Erhöhung langfristiger Bankverbindlichkeiten (im Saldo 2,5 Mio. €) resultiert im wesentlichen aus der Aufnahme zweier Investitionskredite der Kreditanstalt für Wiederaufbau. Der Kreditbetrag beläuft sich auf 5,1 Mio. €, wovon zum Bilanzstichtag 4,8 Mio. € abgerufen waren. Dagegen wurden 3 Darlehen der Rapid Group Plc. in Höhe von 2,3 Mio. € während des Berichtsjahres zurückgeführt.

Mit einer Eigenkapitalquote von 62% (71%) und einem working capital von 23,2 Mio. € (29,3 Mio. €) ist die Kapitalausstattung nach wie vor ausgezeichnet. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit als Indikator der Ertrags- und Finanzlage ist mit - 2,3 Mio. € zwar noch negativ, hat sich aber trotz eines höheren Jahresfehlbetrages gegenüber dem Vorjahr (-7,8 Mio. €) deutlich verbessert.

Im nach HGB aufgestellten Einzelabschluss wurde zum Ausgleich des Jahresfehlbetrages in Höhe von 14,1 Mio. € und des Bilanzverlustes des Vorjahres von 6,3 Mio. € ein Betrag von 20,4 Mio. € den Kapitalrücklagen entnommen. In Folge dessen verringerte sich die Kapitalrücklage von 42,8 Mio. € auf 22,4 Mio. €.

Entwicklung einzelner Gruppengesellschaften

Die **Softline AG**, Offenburg ist mit einem Umsatzanteil von rund 36% (50%) nach wie vor die operativ umsatzstärkste Gesellschaft in der Softline Gruppe. Gegenüber dem abgelaufenen Geschäftsjahr, als noch 43,1 Mio. € an Umsätzen erzielt wurden, ging der Umsatz um 25,5% auf 32,1 Mio. € zurück und lag damit rund 5 Mio. € unter den Planungen zu Beginn des Wirtschaftsjahres.

Ohne planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen stiegen die operativen Kosten um rund 0,8 Mio. € auf 14,5 Mio. €. Hierin enthalten sind jedoch mit 3,3 Mio. € Wertberichtigungen auf Forderungen gegenüber der französischen Holding, der Softline S.A.R.L., die eine entsprechende Wertberichtigung der Beteiligung an der WSKA S.A. reflektiert. Bereinigt um diesen Einmaleffekt gingen die operativen Kosten um 2,5 Mio. € auf 11,2 Mio. € (13,7 Mio. €) zurück.

Die Marketing- und Vertriebskosten wurden gegenüber dem Vorjahr um über 2,5 Mio. € gekürzt. Die Katalogkosten haben sich in Folge einer geringeren Auflage sowie einer kostengünstigeren Produktion um rund 0,7 Mio. € vermindert, zusätzlich konnten Anzeigen und Messekosten in Höhe von 0,8 Mio. € eingespart werden.

Die Softline AG schließt mit einem Jahresfehlbetrag von 14,1 Mio. € (3,6 Mio. €). Dieser wird jedoch im wesentlichen von einmaligen Sondereffekten beeinflusst, die im Folgenden detailliert dargestellt sind:

- Die bereits oben erwähnten Wertberichtigungen auf Forderungen gegenüber der Softline S.A.R.L. (3,3 Mio. €),
- Wertberichtigungen auf Forderungen in Höhe von 0,3 Mio. € gegenüber der NPR Software Ltd.,
- Abschreibungen auf Grund strategischer Entscheidungen (siehe Ausblick) auf die

Beteiligungsbuchwerte Rapid Group Plc. (3,3 Mio. €), NPR Software Ltd. (0,1 Mio. €) und Softline S.A.R.L. (0,9 Mio. €)

• Abschreibungen auf Darlehen an Rapid Group Plc. (2,0 Mio. €) und NPR Software Ltd. (2,1 Mio. €)

Insgesamt belasten also Sondereinflüsse in Höhe von 12,0 Mio. € den Fehlbetrag der Softline AG von 14,1 Mio. €.

Die **Apacabar S.A.**, Paris konnte ihre Umsätze auf Vorjahresniveau stabilisieren und erzielte 19,7 Mio. € an Umsatzerlösen. Als der größte Distributor der Softline Gruppe hat auch Apacabar mit dem Preisverfall im Distributionsgeschäft zu kämpfen. Daneben haben die Präsidentenwahlen lange Zeit die Kauflust der Franzosen gebremst. In Folge dessen gingen die Margen von 23% auf nunmehr 18,3% zurück, der absolute Deckungsbeitrag ging um fast 1 Mio. € auf 3,6 Mio. € zurück. Mit operativen Kosten von 3,6 Mio. € (4,2 Mio. €) erwirtschaftete Apacabar einen Fehlbetrag von 0,2 Mio. € (Überschuss 0,1 Mio. €).

Der **Software Verlag WSKA S.A.**, Metz, betreibt innerhalb der Gruppe Software-Produktion und Republishing. Nach 5,2 Mio. € im Vorjahr konnten die Umsatzerlöse für Eigenmarkenprodukte auf 6,5 Mio. € gesteigert werden. Die Rohertragsmargen sind in diesem Bereich mit über 36% erwartungsgemäß überdurchschnittlich hoch. Durch den gleichzeitig auch in Frankreich eingeleiteten Reorganisationsprozess, verbunden mit der Nutzung von Synergien zwischen der WSKA S.A. und der Apacabar S.A., Reduzierung von Verwaltungseinheiten und einem gezielteren Marketing konnten trotz Umsatzausweitung die operativen Kosten auf das Vorjahresniveau beschränkt werden. Die WSKA S.A. schließt mit einem operativen Fehlbetrag von 0,2 Mio. € (0,2 Mio. €).

Die schweizerische **Trade Up AG**, Ebikon, hat ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr hinter sich. Mit 11,4 Mio. € konnten die Umsatzerwartungen deutlich übertroffen und der Vorjah-

resumsatz um knapp 30% gesteigert werden. Die durchschnittliche Rohertragsmarge stieg von 11% auf 13%. Neben Investitionen in Kundenbindungsprogramme hat Trade Up insbesondere in Werbung, EDV und Personal investiert. Die Gewinn- und Verlustrechnung schließt mit einem Fehlbetrag von 0,1 Mio. € (0,1 Mio. €), der im wesentlichen durch Abschreibungen auf im Vorjahr aktivierte Katalogkosten beeinflusst wird.

Die **Softline UK**, Godstone, erzielte Umsatzerlöse in Höhe von 3,0 Mio. € (2,5 Mio. €). Bei einer Bruttomarge von 20,7% (17,8%) wurde ein Jahresüberschuss von 0,1 Mio. € (- 0,3 Mio. €) erzielt.

Die **Rapid Group Plc.**, Godstone, vertreibt Software, Hardware und Serviceleistungen im hartumkämpften direkten Großkundenbereich. Im Geschäftsjahr 2001/2002 hat die Rapid Group einen Umsatz von 17,8 Mio. € (11,5 Mio. €) erzielt und erwirtschaftete bei einer Bruttomarge von 20,4% (20,6%) ein Bruttoergebnis von 3,6 Mio. €. Wertberichtigungen auf ein Darlehen in Höhe von 0,7 Mio. € führten zu einem Fehlbetrag von 0,7 Mio. € (0,8 Mio. €). Die aufgelaufenen Verluste haben das Eigenkapital der Rapid Group Plc. aufgezehrt. Um den Fokus auf ein profitables Kerngeschäft weiter zu stärken, haben wir per 01.09.2002 die Rapid Group Plc. über ein Management-Buy-Out veräußert.

Mit Datum vom 23.11.2001 wurden 100% der Anteile an **Mac Direct Ltd.** von der Softline AG, Offenburg erworben, die bis dato bereits über die Rapid Group Plc. ebenfalls zu 100% zur Softline Gruppe gehörte. Die Mac Direct erwarb von Rapid Group Plc. zwei bebaute Grundstücke in Godstone und Reading. Der Kaufpreis der Grundstücke betrug 2,6 Mio. €, der von der Softline AG durch Hingabe eines Darlehens in Höhe des Kaufpreises finanziert wurde. Zum 30.06.2002 wurde auf die Grundstücke eine Teilwertabschreibung von 0,2 Mio. € vorgenommen.

Die 1999 im Freihafen von Shannon gegründete **NPR Software Ltd.**, Irland, erzielte im Zeitraum 01. Juli 2001 bis 30. Juni 2002 3,2 Mio. € (1,5 Mio. €) an Umsatzerlösen. Mit einer Bruttomarge von 4,1% (7%) und operativen Kosten, die mit 1,1 Mio. € überwiegend Gehälter, Reise- und Mietkosten umfassen, wurde ein Fehlbetrag von 1,1 Mio. € (0,4 Mio. €) erwirtschaftet. Es ist geplant, die NPR per 30. September 2002 an das lokale Management zu veräußern.

Mitarbeiter

Im Rahmen des eingeleiteten Reorganisationsprozesses ging die Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt von 298 Mitarbeitern auf 263 Mitarbeiter zurück, per 30. Juni 2002 waren noch 245 Mitarbeiter (300 Mitarbeiter) beschäftigt. In Deutschland und der Schweiz arbeiteten 105 Mitarbeiter, in Frankreich 81, 55 in England und Irland sowie 4 in Holland. In den Aufwandspositionen der Gewinn- und Verlustrechnung sind 12,0 Mio. € (10,2 Mio. €) an Personalkosten enthalten.

Forschung und Entwicklung

Als Handelsunternehmen erbringen wir in der Softline Gruppe keine Forschungs- und Entwicklungsleistungen.

Risikomanagement

Wir verfügen über ein zentrales Berichts- und Kontrollwesen, welches das Management über Zahlen und Geschehnisse aller Gesellschaften zeitnah informiert. Die zur Steuerung des Konzerns notwendigen Kennzahlen stehen aktuell zur Verfügung und werden laufend mit den Vorgaben verglichen.

Neben regelmäßig stattfindenden Management-Meetings kommt der Vorstand mit den Geschäftsführern der Landesgesellschaften zu Besprechungen zusammen. Risiken, die den Bestand des Unternehmens gefährden könnten, sind derzeit nicht erkennbar.

Neben Marktrisiken, denen der Konzern ausgesetzt ist, besteht die Gefahr, dass sich Änderungen bei Herstellern, Produkten oder Technologien ergeben, die Einfluss auf Preise und Umsätze haben. Daneben könnten sich Vertriebs- und Marketingstrategien unserer Partner ändern. Zur Kontrolle dieser Risiken stehen wir mit unseren Partnern, Herstellern, Lieferanten und Kunden national und international in ständi-

gem Kontakt. Zur weiteren Finanzierung des Umsatzes stehen dem Konzern ausreichend Eigen- und Fremdmittel zur Verfügung. Zur Reduzierung bestehender Währungsrisiken werden bei wesentlichen Transaktionen Sicherungsgeschäfte abgeschlossen.

Forderungsrisiken begegnen wir durch ein verstärktes Forderungsmanagement. Latenten Risiken haben wir durch Wertberichtigungen in ausreichendem Umfang Rechnung getragen.

Wichtige Ereignisse nach Bilanzstichtag

Um unseren Fokus auf ein profitables Kerngeschäft weiter zu stärken, haben wir mit Wirkung zum 01.09.2002 unsere britische Tochtergesellschaft Rapid Group Plc., England über ein Management-Buy-Out veräußert. Mit dem Verkauf von Rapid ziehen wir uns zugleich aus dem hartumkämpften direkten Großkundenvertrieb in England zurück. Die getroffene Entscheidung wird sich positiv auf zukünftige Jahresergebnisse auswirken.

Darüber hinaus haben wir die Trennung der NPR Software Ltd., Irland von der Softline Gruppe beschlossen. Es ist geplant, die NPR per Ende September 2002 an das lokale Management in Irland zu veräußern. Beteiligungsbuchwert und Ausleihungen wurden per 30.06.2002 in voller Höhe abgeschrieben.

Weitere Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert wurden bei Apacabar B.V. (vormals Softline Benelux B.V.) in Höhe von 0,02 Mio. € vorgenommen. Der Geschäftsbetrieb der Apacabar B.V. wird zum 30.09.2002 eingestellt.

Ausblick

Den zum Jahresbeginn eingeleiteten Reorganisationsprozess wollen wir weiter fortsetzen. Im Fokus stehen dabei die Konzentration auf Kernkompetenzen und Kernsortimente mit umsatz- und margenstarken Schlüsselprodukten und Eigenmarken sowie die weitere Integration der europäischen Tochtergesellschaften. Nachdem wir aus strategischen Gründen mit Wirkung zum 01. September 2002 unsere englische Gesellschaft Rapid Group Plc. verkauft haben und per Ende September 2002 auch die Trennung von NPR Software Ltd. planen, steht im Geschäftsjahr 2002/2003 der Ausbau des Distributionsbereiches in Richtung eines Value Added Distributor in allen Gruppengesellschaften im Vordergrund. Mit diesem Ansatz – Verknüpfung traditioneller Stärken der Softline AG mit dem Distributionsgeschäft – sollen zukünftig bisher ungenutzte Umsatzpotenziale erschlossen werden. Dabei soll dem branchenweiten Margenrückgang mit zusätzlichen, für den Händler nutzenbringenden Dienstleistungen begegnet werden. Mit einem international übergreifenden Business Development unterstützen wir gleichzeitig die Innovationskraft der Gruppe.

Offenburg, 02. September 2002
Softline AG
Der Vorstand

Strategie der Softline Gruppe

Die Erfahrungen der letzten beiden Jahre haben gezeigt, dass die eingeschlagene Wachstumsstrategie überarbeitet werden muss, um Softline wieder auf einen profitablen Wachstumspfad zu führen. Ausschlaggebend dafür war der überaus starke Einbruch im Software-Markt, den die Softline AG in ihrer mittlerweile 20-jährigen Geschichte in diesem Ausmaß bislang noch nicht erlebt hat.

Das Management der Softline AG hat beschlossen, den geänderten Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen und die Strategie des Unternehmens neu auszurichten.

Bisher war das Geschäft des Unternehmens in Deutschland durch den direkten Vertrieb gekennzeichnet. Deutlich wurde dies durch den an den Endkunden gerichteten Katalog und das Beratungsangebot. Die Erfahrungen im europäischen Ausland haben gezeigt, dass dort der indirekte Vertrieb dominiert und andere Vertriebsstrukturen kaum durchzusetzen sind.

Die Stärken der beiden Vertriebsansätze werden kombiniert und in der Value Added Distribution zusammengeführt. Dies bedeutet, dass der Schwerpunkt im Vertrieb zukünftig unternehmensweit auf dem indirekten Vertrieb liegen wird. Dabei werden die Erfahrungen aus dem Direktvertrieb eingebracht und auf diese Weise einen Mehrwert für den Handelspartner der Softline AG erzeugt.

Wie bisher übernimmt das Unternehmen weiterhin die Aufgabe, aus dem unübersichtlichen Angebot an Software erfolgversprechende Pro-

dukte auszuwählen und diese für den Handel aufzubereiten und an die länderspezifischen Erfordernisse anzupassen. Zudem fließen die Erfahrungen aus der Katalogerstellung in einen eigenen Distributionskatalog ein, der den Handelspartnern die Auswahl aus dem hochwertigen Sortiment weiter erleichtert. Diese Dienstleistungen ermöglichen es der Softline AG auch weiterhin, Margen zu erzielen, die deutlich über dem Branchenschnitt liegen.

Zusätzlich trägt die Eigenmarken-Produktion zur Erzielung höherer Margen bei. Statt den bisherigen zwei Eigenmarken wird sich das Unternehmen zukünftig auf eine Eigenmarke, die bereits gut eingeführte WSKA, konzentrieren.

Als Konsequenz der neuen Ausrichtung wird auch die europäische Expansion neu gestaltet. Die in der Gruppe enthaltenen Unternehmen müssen gewisse Ansprüche an die erwirtschafteten Margen erfüllen und zudem in das Konzept der Value Added Distribution passen.

Ziel der neuen Strategie ist eine Konsolidierung des Unternehmens vor dem Hintergrund der schwierigen Marktlage. Durch die Konzentration auf die Stärken der Softline Gruppe wird die Voraussetzung geschaffen, um wieder zurück auf einen profitablen Wachstumspfad zu gelangen.

ASP – Application Service Provider:

Anbieter, der Software oder Dienstleistungen seinen Kunden gegen eine Nutzungsgebühr für einen bestimmte Zeit überlässt. Die Software selbst bleibt dabei beim Anbieter, der Kunde greift über das Internet nur auf die Funktionen des Programms zur Beratung: bei Softline: Lösungsorientierte, kostenlose Beratung durch qualifizierte Berater, die dem Kunden hilft, die richtige Software für seinen Anwendungszweck zu finden.

Business-to-Business (B-to-B): Auch B2B, Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen.

CD-ROM – Compact Disk Read Only Memory: Bezeichnung für die von den Musik-CDs abgeleiteten Datenträger. Dienen zum Speichern von Datenmengen bis ca. 680 Mbyte. Mit einem CD-Brenner kann man CDs selbst herstellen. CD-Rs können nur einmal beschrieben werden, CD-RWs können gelöscht und mehrmals wiederbeschrieben werden.

CRM – Customer Relationship Management: Oberbegriff für alle Maßnahmen zur Kundengewinnung und -pflege. Ziel ist die individuelle Betreuung jedes einzelnen Kunden durch One-to-one-Marketing.

DVD – Digital Versatile Disc: Eine Weiterentwicklung der CD-ROM, Speichert Datenmengen bis zu 17 GB (Gigabyte). Solche Datenmengen benötigt z.B. eine komplette Sicherung eines PCs mit allen Daten und Programmen. Die DVD gewinnt immer mehr an Verbreitung, momentan vor allem in der Filmindustrie, da die DVDs zusätzliche Informationen enthalten, z.B. einen Spielfilm in mehreren synchronisierten Sprachen, mit Kommentaren des Regisseurs, Untertitel, Portraits der Schauspieler usw.

Eigenmarken: Von der Softline Gruppe unter dem Markennamen WSKA selbst produzierte Software. Softline erwirbt dabei vom Entwickler oder Hersteller die Lizenzrechte einer Software und übernimmt alle weiteren Stufen der Wert-

schöpfungskette wie Lokalisierung, Produktion, Marketing und Vertrieb über alle Kanäle.

ESD – Electronic Software Delivery: sofortige, digitale Lieferung von Software per Download über das Internet direkt auf den Computer des Kunden.

Ifm-Studie: Im Juni 2000 für Softline vom ifm Wirkungen + Strategien durchgeführte Studie zur qualitativen Untersuchung des Unternehmensimage von Softline.

Instant Software™: Markenname für die bei Softline erhältlichen ESD-Produkte. „Instant Software“ signalisiert dem Kunden, dass es sich bei diesen Programmen um hochwertige Vollprodukte marktführender Hersteller handelt, die er sofort nach dem Kauf herunterladen und einsetzen kann.

Lokalisierung: Anpassung einer Software an die Landessprache, z.B. Übersetzung des Menüs oder der Handbücher. Auch Design der Verpackung kann Teil der Lokalisierung sein.

OEM – Original Manufacturer Equipment: OEM-Software ist Software, für die ein Hardware-Hersteller – z.B. der eines PCs oder eines DVD-Laufwerkes – besondere Konditionen vom Softwarehersteller erhalten hat, und die der Kunde zusammen mit der Hardware kauft.

Offline: Nicht mit dem Internet oder einem Computer Netzwerk verbunden; Beispiel: nach dem Download eines Programms kann es auch nach dem Abschalten der Netzverbindung genutzt werden.

One-to-one-Marketing: (Eins-zu-Eins-Marketing) Hat zum Ziel, jeden Kunden individuell anzusprechen und seine persönlichen Wünsche zu erfüllen. Das Internet eignet sich dazu besonders, da sich mit seiner Hilfe interaktive Kundendatenbanken aufbauen lassen. Gegensatz: Marketing, das sich an viele anonyme Kunden richtet.

Online: Wörtlich „in der Leitung“, Über das Internet mit einem anderen Rechner oder einer Datenbank verbunden sein.

Publishing: Verlegen von Software, ähnlich wie im Verlagswesen. Ein Autor schreibt ein Buch (Software), dann sucht er sich einen Verlag für das Lektorieren und evtl. Übersetzen (Publisher), der das Werk drucken lässt (Produktion) und auf den Markt bringen kann (Vermarktung).

Repackaging: Entwicklung einer neuen Verpackung im Zuge der Lokalisierung einer Software; z.T. Bündelung mehrerer Produkte zu einem neuen Kombi-Paket.

Republishing: Zweitverwertung der Publishing-Software in anderen Ländern, gewöhnlich verbunden mit Lokalisierung.

Schulungen: In der Softline Academy lernen die Anwender den professionellen Umgang mit einer Software. In Kleingruppen entwickeln die Teilnehmer eigenständig Lösungen zu praxisrelevanten Aufgaben.

Sucess: Von Softline selbst entwickeltes Warenwirtschafts- und Kundenmanagement-System.

Technischer Support: Für Kunden kostenlose, telefonische oder schriftliche Hilfestellung bei der Installation oder der Anwendung von bei Softline gekauften Programmen.

XXL-Lizenz: Nach Angabe der Unternehmensgröße und der voraussichtlichen Zahl der Anwender kauft das Unternehmen eine „XXL-Lizenz“ zum Festpreis für eine größere Menge von Arbeitsplätzen. Innerhalb des vereinbarten Rahmens, beispielsweise 250-500 Anwender, kann das Unternehmen fortan eine beliebige Zahl von Installationen vornehmen.

**Konzern-Gewinn- und Verlustrechnungen für die Geschäftsjahre
2001/2002 und 2000/2001**

Nach US-GAAP (in Tausend € außer Ergebnis pro Aktie und Anzahl der Aktien)

	1. Juli bis 30. Juni	
	2001/2002	2000/2001
Umsatz	88.297	85.625
Kosten der verkauften Erzeugnisse	-68.737	-64.208
Bruttoergebnis vom Umsatz	19.560	21.417
Betriebsaufwand		
Vertriebs- und Marketingkosten	-14.389	-14.984
Allgemeine Verwaltungskosten	-10.668	-10.519
Abschreibungen auf Firmenwerte und Sachanlagen	-6.771	-2.253
	-31.828	-27.756
Sonstige betriebliche Erträge	191	222
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-312	-285
Betriebsergebnis	-12.389	-6.402
Zinsergebnis	209	382
Sonstige Erlöse und Aufwendungen	104	116
Ergebnis vor Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-12.076	-5.904
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1.063	-1.362
Jahresfehlbetrag	-11.013	-7.266
Ergebnis pro Aktie	-1,09	-0,73
Gewogene durchschnittliche Anzahl der Aktien	10.141.369	9.984.065

Beiliegende Erläuterungen sind Bestandteil des konsolidierten Jahresabschlusses.

Konzern-Bilanzen für die Geschäftsjahre zum 30. Juni 2002 und zum 30. Juni 2001

Nach US-GAAP (in Tausend €)	30. Juni 2002	30. Juni 2001
AKTIVA		
Kurzfristige Vermögensgegenstände		
Flüssige Mittel	12.232	19.680
Wertpapiere des Umlaufvermögens	2.875	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Wertberichtigungen von 1.457 bzw. 569	12.243	12.715
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	79	5
Vorräte	8.458	8.929
Aktivierte Katalogkosten	199	987
Latente Steuern	35	0
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	2.644	2.853
Gesamte kurzfristige Vermögensgegenstände	38.765	45.169
Wertpapiere des Anlagevermögens	3.974	0
Sachanlagevermögen	4.376	5.529
Immaterielle Vermögensgegenstände	6	18
Geschäfts- oder Firmenwert	5.891	10.706
Latente Steuern	540	0
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	0	497
Gesamte Aktiva	53.552	61.919
PASSIVA		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.311	8.843
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	3.140	3.623
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.498	2.339
Verbindlichkeiten gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	43	0
Latente Steuern	0	351
Verbindlichkeiten aus Steuern	534	683
Gesamte kurzfristige Verbindlichkeiten	15.526	15.839
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4.797	2.257
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	50	0
Gesamte Verbindlichkeiten	20.373	18.096
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital 10.141.369 Stückaktien	10.141	10.141
Kapitalrücklage	20.699	40.499
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn / -verlust	2.516	-6.834
Aufgelaufene Gewinne ohne Auswirkungen auf den Bilanzgewinn/-verlust	-177	17
Gesamtes Eigenkapital	33.179	43.823
Gesamte Passiva	53.552	61.919

Beiliegende Erläuterungen sind Bestandteil des konsolidierten Jahresabschlusses.

**Konzern-Kapitalflussrechnungen für die Geschäftsjahre
2001/2002 und 2000/2001**

Nach US-GAAP (in Tausend €)	2001/2002	2000/2001
1. Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Jahresfehlbetrag	-11.013	-7.266
Anpassung zur Abstimmung des Jahresfehlbetrages mit Mittelzufluss/-abfluss aus operativem Bereich:		
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	6.774	2.253
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	8	-2
Abschreibungen auf aktivierte Katalogkosten	458	843
Stock Option Plan	563	26
Wertberichtigung auf zweifelhafte Forderungen	888	569
Latente Ertragsteuern	-926	1.433
Veränderung von Vermögensgegenständen und Verbindlichkeiten aus laufender Geschäftstätigkeit (ohne den Effekt durch den Zugang von Tochtergesellschaften)		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-416	180
Vorräte	471	-746
Aktivierte Katalogkosten	330	-594
Sonstige Aktiva (einschließlich Forderungen gegen nahe stehende Unter- nehmen, ohne latente Steuern)	632	-1.414
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	468	-1.767
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	-369	-1.862
Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-149	583
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-2.281	-7.764
2. Cashflow aus der Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und das immaterielle Anlagevermögen	-1.235	-1.096
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen (abzgl. erworbene Kassenbestände)	0	-4.265
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren des Anlagevermögens	-3.977	0
des Umlaufvermögens	-2.999	0
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	436 ¹⁾	387
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-7.775	-4.974
3. Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit		
Veränderung der kurzfristigen Bankverbindlichkeiten	138	-2.598
Auszahlungen für die Tilgung langfristiger Kredite	-2.257	-995
Einzahlungen aus der Aufnahme von langfristigen Krediten	4.797	0
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	2.678	-3.593
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestand (Zwischensummen 1 bis 3)	-7.378	-16.331
Wechselkurs- und konsolidierungskreisbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	-70	17
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	19.680	35.994
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	12.232	19.680
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	12.232	19.680
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	12.232	19.680
Steuerzahlungen auf Einkommen und Ertrag	-12	418
Zinszahlungen	710	708
Ergänzende Angaben zu nicht zahlungswirksamen Investitions- und Finanztransaktionen		
Erwerb von Tochtergesellschaften durch Ausgabe von Aktien	0	5.141

¹⁾ Nach Anpassung von Währungsdifferenzen in Höhe von insgesamt T€ 145

Beiliegende Erläuterungen sind Bestandteil des konsolidierten Jahresabschlusses.

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens

in Tausend €	Anschaffungs- und Herstellungskosten			
	1.7.2001*	Zugänge	Abgänge	30.6.2002
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.621	216	72	1.765
2. Geschäfts- oder Firmenwert	12.336	427	167	12.596
	13.957	643	239	14.361
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke und Bauten einschließlich Bauten auf fremden Grundstücken	2.682	40	0	2.722
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.780	552	406	3.926
	6.462	592	406	6.648
III. Finanzanlagevermögen				
Wertpapiere	0	3.977	0	3.977
	20.419	5.212	645	24.986

1.7.2001*	Kumulierte Abschreibungen			Buchwerte	
	Zugänge	Abgänge	30.6.2002	30.6.2002	30.6.2001
805	550	18	1.337	428	817
1.630	5.242	167	6.705	5.891	10.706
2.435	5.792	185	8.042	6.319	11.523
57	182	0	239	2.483	2.808
1.835	797	177	2.455	1.471	1.922
1.892	979	177	2.694	3.954	4.730
0	3	0	3	3974	0
4.327	6.774	362	10.739	14.247	16.253

*) Nach Anpassung von Währungsdifferenzen in Höhe von T€ 145

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals für die Geschäftsjahre zum 30. Juni 2002 und zum 30. Juni 2001

Nach US-GAAP, in Tausend €

	Anzahl der Aktien	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn/-verlust	Aufgelaufene Gewinne ohne Auswirkungen auf den Bilanzgewinn/-verlust	Gesamtergebnis	Summe
Bilanz zum 30. Juni 2000	9.750.000	9.750	35.723	432	0		45.905
Kapitalerhöhung aus Sacheinlagen	391.369	391	4.750	0	0	0	5.141
Aktienoptionsplan		0	26	0	0	0	26
Währungsdifferenzen		0	0	0	17	17	
Jahresfehlbetrag		0	0	-7.266	0	-7.266	
Gesamtergebnis						-7.249	-7.249
Bilanz zum 30. Juni 2001	10.141.369	10.141	40.499	-6.834	17		43.823
Aktienoptionsplan		0	563	0	0	0	563
Währungsdifferenzen		0	0	0	-70	-70	
Unrealisierte Verluste aus Wertpapieren des Umlaufvermögens		0	0	0	-124	-124	
Jahresfehlbetrag		0	0	-11.013	0	-11.013	
Gesamtergebnis						-11.207	-11.207
Entnahme aus den Kapitalrücklagen		0	-20.363	20.363			0
Bilanz zum 30. Juni 2002	10.141.369	10.141	20.699	2.516	-177		33.179

Beiliegende Erläuterungen sind Bestandteil des konsolidierten Jahresabschlusses.

1. Allgemeine Grundsatzinformationen und Erläuterung der Geschäftstätigkeit

Die Softline AG (die „Gesellschaft“ oder „Softline“) wurde ursprünglich 1986 als Softline GmbH Computerprogramme in Oberkirch gegründet und am 26. Februar 1999 formwechselnd in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Die Gesellschaft vermarktet und vertreibt Softwareprodukte für Firmen und Privatpersonen vorwiegend in Europa.

Softline ist als Mutterunternehmen nach § 290 HGB zur Aufstellung eines Konzernabschlusses verpflichtet. Als börsennotiertes Unternehmen macht die Gesellschaft von der Befreiungsvorschrift des § 292a Abs. 2 Nr. 2 HGB Gebrauch und erstellt einen Konzernabschluss nach den in den USA anerkannten „Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung“ (US-GAAP).

2. Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungsgrundsätze

Die Buchhaltung der Gesellschaft und ihrer Tochterunternehmen basiert auf den national vorgeschriebenen, allgemein anerkannten Rechnungslegungsgrundsätzen, die sich in bestimmten wesentlichen Aspekten von den US-GAAP unterscheiden. Demzufolge wurden von der Gesellschaft bestimmte Anpassungen vorgenommen, um die Abschlüsse in Übereinstimmung mit den US-GAAP zu bringen.

Konsolidierungsgrundsätze

Der Konzernabschluss umfasst die Konten der Gesellschaft sowie die der Tochtergesellschaften. Alle wesentlichen Konzernkonten und -transaktionen wurden im Rahmen der Konsolidierung eliminiert. Die Jahresabschlüsse der Softline AG und der einbezogenen Tochtergesellschaften wurden zum 30. Juni 2002 aufgestellt.

Konsolidierungskreis und -methode

In den Konzernabschluss wurden folgende 100% ige Tochtergesellschaften einbezogen: *Apacabar S.A., Paris, Frankreich* (kurz „Apacabar“) *Apacabar Benelux B.V. (vormals Softline Bene-*

lux B.V.), Dronten, Niederlande (kurz „Apacabar B.V.“)

Editions WSKA S.A., Metz, Frankreich (kurz „WSKA“)

Mac Direct Limited, Sutton, Surrey/Großbritannien (kurz „Mac Direct“)

NPR Software Limited, Shannon, Irland (kurz „NPR“)

Rapid Group (kurz „Rapid“) bestehend aus

• *Rapid Group plc., Godstone, Großbritannien*

• *Rapid Networks Limited, Godstone, Großbritannien*

• *Cedale Limited, Godstone, Großbritannien*

• *Thames Valley Systems plc., Godstone, Großbritannien*

• *C J Graphics plc., Godstone, Großbritannien*

• *PC Direct Limited, Godstone, Großbritannien*

Softline Computer Distribution & Services GmbH, Oberkirch

Softline Distribution Ltd., Epsom, Großbritannien (kurz „Softline Distribution“)

Softline S.A.R.L. Beteiligungsgesellschaft, Straßburg, Frankreich

Softline UK Limited, Godstone, Großbritannien (kurz „Softline UK“)

Trade Up Distribution AG, Ebikon, Schweiz (kurz „Trade Up“)

Die *Softline USA Inc., Acton, USA*, sowie die *WSKA Verlags GmbH, Offenburg*, und die *WSKA Ediciones b.L., Madrid, Spanien*, sind 100%ige Tochtergesellschaften mit ruhendem Geschäftsbetrieb und werden wegen untergeordneter Bedeutung nicht in den Konzernabschluss einbezogen.

Zeitpunkt der Umsatzrealisierung

Die Gesellschaft realisiert ihren Umsatz, wenn folgende vier Kriterien erfüllt sind:

- nach einer Vertragsbeziehung
- die Lieferung ist erfolgt
- der Preis ist fest oder bestimmbar
- die Zahlung ziemlich sicher ist.

Die Gesellschaft bildet Rückstellungen für eventuelle Rückstellungen von Produkten. Basis sind tatsächlich Rückgaben und statistische Erfahrungen der Vergangenheit.

Ausgangsfrachtkosten

Die Kosten für Ausgangsfrachten beliefen sich auf T€ 1.054 (Vj T€ 1.048) und sind unter Vertriebs- und Marketingkosten in der Gewinn- und

Verlustrechnung ausgewiesen.

Vertriebskosten

Vertriebskosten enthalten im Allgemeinen Werbekosten, Katalogkosten, Messekosten sowie Gehälter und sonstige Kosten des im Vertrieb tätigen Personals. Angefallene Vertriebskosten werden in Übereinstimmung mit SOP 93-7, mit Ausnahme der Katalogkosten (s. Punkt 5), sofort erfolgswirksam in den Aufwand gebucht. Die Aufwendungen für Kataloge werden aktiviert und über eine Nutzungsdauer von sechs Monaten abgeschrieben. Dieser Zeitraum umfasst ungefähr die Zeitspanne bis ein neuer Katalog herausgegeben wird.

Flüssige Mittel

Als Flüssige Mittel gelten sämtliche leicht realisierbaren Kapitalanlagen mit einer Fälligkeit von bis zu 3 Monaten. Der Buchwert der Flüssigen Mittel entspricht aufgrund ihrer kurzfristigen Fälligkeit ungefähr deren Zeitwerten. Von den Flüssigen Mitteln dienen T€ 143 der Sicherung von Darlehen.

Wertpapiere

Die Wertpapiere werden entweder als bis zur Endfälligkeit gehaltene oder als zum Verkauf bestimmte Wertpapiere klassifiziert. Bis zur Endfälligkeit gehaltene Wertpapiere sind zu Anschaffungskosten bilanziert. Zum Verkauf bestimmte Wertpapiere (Wertpapiere des Umlaufvermögens) werden zum Marktwert bilanziert und der Saldo aus nicht realisierten Kursgewinnen oder Verlusten wird bis zur Realisierung in das Eigenkapital eingestellt. Der Marktwert basiert auf den Schlusskursen der entsprechenden Börsen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen werden zum Nennwert unter Berücksichtigung von angemessenen Wertberichtigungen bilanziert; uneinbringliche Forderungen werden abgeschrieben.

Kreditrisiko und Marktwert von Finanzposten

Der Buchwert der unter Umlaufvermögen und kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Finanzposten entspricht aufgrund ihrer kurzen

Fälligkeit im Wesentlichen dem Marktwert. Kreditrisiken der Gesellschaft aus Finanzposten bestehen im Wesentlichen bei Wertpapieren, flüssigen Mitteln und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die Wertpapiere des Anlage- und des Umlaufvermögens bestehen im Wesentlichen aus festverzinslichen Anleihen verschiedener solventer Emittenten. Die Gesellschaft hält Flüssige Mittel bei verschiedenen Kreditinstituten in Deutschland. Die Unternehmenspolitik vermeidet eine Abhängigkeit von einer dieser Institutionen. Konzentrierte Kreditrisiken im Hinblick auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind aufgrund einer großen Anzahl von Kunden innerhalb des Kundenstamms der Gesellschaft begrenzt. In der Regel verlangt die Gesellschaft keinerlei Sicherheiten, um sich die Forderungen gegen ihre Kunden zu sichern. Die französische Tochtergesellschaft Apacabar versichert ihre französischen und monegassischen Forderungen bei einem Kreditversicherer.

Im Geschäftsjahr 2001/2002 hat die Gesellschaft Umsätze in Nicht-Eurowährung (vor allem Britisches Pfund und Schweizer Franken) in Höhe von T€ 31.599 (Vj. T€ 19.958) fakturiert. Dies entspricht rund 36% (Vj. 23%) der gesamten Umsatzerlöse.

Im Vorjahr hat die Gesellschaft zwei Devisentermingeschäfte mit einer Laufzeit bis zum 4. Juli 2002 abgeschlossen. Diese wurden im Berichtsjahr um ein weiteres Jahr verlängert. Zum Bilanzstichtag ergibt sich hieraus ein drohender Verlust in Höhe von T€ 597 (Vj. T€ 285), der ergebniswirksam unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen wird.

Vorräte

Die Vorräte bestehen hauptsächlich aus erworbenen Softwareprodukten und werden mit den Anschaffungskosten oder dem niedrigeren Marktwert bewertet.

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten bewertet und beinhalten im Wesentlichen Software und sonstige Geschäftsausstattungen. Die geschätzten Nutzungsdauern betragen 1 bis 4 Jahre für Software und 3, 5 oder 10 Jahre für sonstige Geschäftsausstattungen. Die Abschreibung erfolgt nach der degressiven bzw. linearen Methode. In Bezug auf eine mögliche Wertminderung wird der Buchwert der Sachanlagen einer permanenten Schätzung unterzogen. Eine Wertminderung wäre realisiert, wenn der abgezinst zukünftige Mittelzufluss geringer wäre als der Buchwert des Vermögensgegenstands.

Immaterielle Vermögensgegenstände

Immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten bewertet und beinhalten im Wesentlichen erworbene Adressen. Die geschätzten Nutzungsdauern betragen 4 Jahre. Die Abschreibung erfolgt nach der linearen Methode.

Aktivierung interner Aufwendungen zur Softwareentwicklung

Die Aufwendungen für Softwareentwicklung zum internen Gebrauch werden in Übereinstimmung mit SOP 98-1 aktiviert und über die geschätzte Nutzungsdauer der Software von 3 bis 4 Jahren linear abgeschrieben.

Geschäfts- oder Firmenwert

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden planmäßig über die voraussichtliche Nutzungsdauer von 10 Jahren linear abgeschrieben. Der Konzern überprüft zu jedem Bilanzstichtag die Buchwerte der immateriellen Vermögensgegenstände. Sofern Ereignisse oder veränderte Umstände anzeigen, dass der Buchwert dieser Vermögensgegenstände zu hoch angesetzt ist, nimmt der Konzern eine Wertminderung zur Abschreibung der Vermögensgegenstände auf den angemessenen Wert vor.

Im Berichtsjahr wurden Niederwerttests nach FAS 121 auf Basis der zukünftigen Cash Flows für WSKA, Apacabar und Rapid durchgeführt. Der so ermittelte Wert wurde mit dem Buchwert des Eigenkapitals und dem bilanziellen Geschäfts- oder Firmenwert der Gesellschaften verglichen. Sofern der abgezinst

Cash Flow niedriger war als der Buchwert des Eigenkapitals und des bilanziellen Geschäfts- oder Firmenwerts, wurden Abschreibungen vorgenommen.

Werthaltigkeit von langlebigen Vermögensgegenständen

Die Gesellschaft ermittelt die Notwendigkeit des Eintritts eines Wertverlustes der durch die Gesellschaft genutzten langlebigen Vermögensgegenstände, einschließlich Sachanlagen, Firmenwert und andere immaterielle Wirtschaftsgüter. Die Wertminderung ist dann eingetreten, wenn sich Ereignisse und Änderungen der Umstände ergeben, die anzeigen, dass der Buchwert des Vermögensgegenstands nicht mehr realisierbar ist.

Falls durch die Ereignisse und Umstände der Buchwert nicht mehr realisierbar ist, schätzt die Gesellschaft die undiskontierten Zahlungsströme aus dem Gebrauch und aus der endgültigen Verwertung des Gegenstandes. Falls die Summe der undiskontierten Zahlungsströme geringer als der Buchwert ist, realisiert die Gesellschaft einen Wertverlust in der Höhe, in dem der Buchwert den Marktwert des Vermögensgegenstands übersteigt. Zu veräußernde Gegenstände werden zum niedrigsten Buchwert oder Marktwert abzüglich Veräußerungskosten bewertet.

Das Management überprüft laufend den Wert oder die Nutzungsdauer der langlebigen Vermögensgegenstände einschließlich Firmenwert und immaterielle Vermögensgegenstände. Während dieser Überprüfung führt die Gesellschaft für wichtige Annahmen, die bei der Ermittlung der ursprünglichen Kosten der langlebigen Vermögensgegenstände zugrunde lagen, eine Neubewertung durch. Obwohl die Annahmen bei unterschiedlichen Transaktionen variieren können, enthalten diese Annahmen im Allgemeinen Umsatzwachstum, Betriebsergebnisse, Zahlungsströme und andere Wertindikatoren.

Das Management bestimmt, ob ein Wertverlust bei langlebigen Gegenständen aufgrund von Ereignissen und Umständen seit dem Anschaffungszeitpunkt eingetreten ist. Auf gleiche Weise wurde eine Werthaltigkeitsprüfung für alle 100% igen Tochtergesellschaften durchgeführt. Die Gesellschaft schrieb im Berichtsjahr 5,242

Mio. € auf die Geschäfts- und Firmenwerte ab. Aufgrund des volatilen Geschäftsfeldes der Gesellschaft sind Änderungen der durch das Management ermittelten Wertfaktoren in den folgenden Perioden ziemlich wahrscheinlich. In Zukunft kann dies zu einem erheblichen Abschreibungsbedarf führen.

Die Überprüfung der Werthaltigkeit gemäß SFAS 121 wurde auf Basis der künftigen Cashflows von WSKA, Apacabar und Rapid durchgeführt. Der so ermittelte Wert wurde mit dem Buchwert des Eigenkapitals und dem ausgewiesenen Geschäfts- und Firmenwert der Gesellschaft verglichen. Sofern der abgezinsten Cash Flow geringer als der Buchwert des Eigenkapitals und der ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert war, wurden Abschreibungen vorgenommen. Die Geschäfts- oder Firmenwerte von Rapid (€ 930.000), Apacabar (€ 333.000) und WSKA (€ 2.824.000) wurden außerplanmäßig abgeschrieben.

Ergebnis pro Aktie

Die Gesellschaft ermittelt das Ergebnis pro Aktie in Übereinstimmung mit Financial Accounting Standards Nr. 128, „Earnings per Share“ (SFAS 128).

Einkommen- und Ertragsteuern

Die Rechnungslegung der Gesellschaft für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag erfolgt nach SFAS Nr. 109 „Accounting for Income Taxes“. Bei dieser Methode basieren latente Steuerguthaben und -verbindlichkeiten auf den Unterschieden zwischen der handelsrechtlichen und der steuerlichen Bilanzierung und werden nach den jeweiligen Steuersätzen und -gesetzen bemessen, die maßgebend sind, wenn die Differenzen sich wieder ausgleichen. Die Wirkung einer Steuersatzänderung auf die latenten Steuerguthaben und -verbindlichkeiten wird in der Periode realisiert, in die das Änderungsdatum fällt. Wenn notwendig, werden Wertberichtigungen gebildet, um die latenten Steuerguthaben auf die zu realisierenden Beträge zu reduzieren.

Währungsumrechnung

Die funktionale Währung der ausländischen Tochtergesellschaften ist die lokale Währung des Landes, in dem das Tochterunternehmen

seinen Sitz hat. Die Währungsumrechnung der Vermögens- und Schuldposten in € erfolgt mit den Devisenkursen am Bilanzstichtag, die der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt mit den Durchschnittskursen innerhalb der Periode, für die Aufwendungen und Erträge enthalten sind.

Aktienoptionsprogramm für Mitarbeiter

Die Gesellschaft bilanziert ihr Aktienoptionsprogramm (Anmerkung 18) gemäß SFAS 123 „Accounting for Stock-based Compensation“.

Derivative Finanzinstrumente

Zum 1. Januar 2001 wandte die Gesellschaft die durch SFAS Nr. 138 geänderte Stellungnahme Nr. 133 "Accounting for Derivative Instruments and Hedging Activities" an.

Der Unterschied zwischen dem Buchwert der bei der Gesellschaft bestehenden Derivate und ihrem Marktwert war als unbedeutend eingeschätzt worden. Deshalb hatte die Anwendung keinen bedeutenden Einfluss auf die Finanzlage oder auf das Betriebsergebnis. Jedoch können zukünftige Ergebnisse Schwankungen unterliegen, die durch Bewertungsänderungen eintreten. Diese Bewertungsänderungen sind jedoch nicht zahlungswirksam.

Von Zeit zu Zeit kann die Gesellschaft Derivate nutzen um ihre Währungsrisiken zu begrenzen. Derivate, die die Kriterien der SFAS Nr. 133 erfüllen, werden in der Bilanz an jedem Bilanzstichtag zum Marktwert ausgewiesen.

Bei einem abgeschlossenen Derivat wird von der Gesellschaft bestimmt, ob das Derivat als ein wirksames "Hedging" von Aktiven und Passiven Bilanzposten gilt, welches dann als ein "Cash Flow Hedge" oder "Fair Value Hedge" klassifiziert wird. Falls es als ein wirksamer "Cash Flow Hedge" angesehen wird, werden die Veränderungen im Marktwert der Derivate bis zu ihrer Realisierung in dem Posten aufgelaufene Verluste innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen. Änderungen des Marktwertes von Derivaten, die nicht als ein wirksamer "Hedge" angesehen werden sind im Jahresergebnis ausgewiesen.

Im Vorjahr hat die Gesellschaft zwei auf Schweizer Franken basierende Devisentermingeschäfte mit einer Laufzeit bis zum 4. Juli 2002 abgeschlossen. Diese wurden im Berichtsjahr um ein weiteres Jahr verlängert. Zum

Bilanzstichtag ergibt sich ein Marktwert der Geschäfte in Höhe von T€ 597 (Vj. T€ 285).

Verwendung von Schätzungen

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfordert Einschätzungen und Annahmen des Vorstandes, die sich auf die ausgewiesene Höhe des Vermögens, der Verbindlichkeiten, der Erträge und Aufwendungen im Konzernabschluss und den Ausweis der Haftungsverhältnisse und Eventualverbindlichkeiten auswirken. Die tatsächlichen Ergebnisse können von diesen Schätzungen abweichen.

Umgliederungen von Vorjahreszahlen

Bestimmte Vorjahresbeträge wurden umgliedert, um mit der Darstellung im Berichtsjahr übereinzustimmen.

3. Neue Rechnungslegungsgrundsätze

In 2001 hat das „Financial Accounting Standards Board“ die Stellungnahmen Nummer 141, „Business Combinations“, Nummer 142 „Goodwill and Other Intangible Assets“ und Nummer 144 „Accounting for the Impairment or Disposal of Long-Lived Assets“ verabschiedet, welche für alle Geschäftsjahre, beginnend mit dem 15. Dezember 2001 wirksam sind. Unter diesen neuen Regelungen wird der Goodwill nicht mehr über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben, sondern wird im Rahmen eines jährlichen sog. „impairment test“ in Übereinstimmung mit der Stellungnahme bewertet.

Die Gesellschaft wird die neuen Regelungen beginnend mit dem 1. Quartal des Geschäftsjahres 2002/2003 anwenden. Eine Nichtabschreibung des Firmenwertes wird zu einer Erhöhung des Jahresergebnisses von jährlich T€ 1.155 (€ 0,11 per share) führen. Ab dem 1. Juli 2002 beabsichtigt die Gesellschaft, regelmäßige „impairment test“ für „Goodwill and Other Intangible Assets“ durchzuführen.

Im August 2001 hat das "FASB" die Stellungnahme Nr. 144 "Accounting for the impairment or disposal at long-lived Assets" das die Stellungnahme Nr. 121 und die "APB Opinion" Nr. 30 ersetzt. Die Stellungnahme ist für die Geschäftsjahre, beginnend mit dem 15. Dezember 2001 wirksam. Die Gesellschaft wird die Stellungnahme Nr. 144 zum 1. Juli 2002 anwenden. Sie hat noch nicht die Auswirkung auf die Vermögenssituation und das Ergebnis der Gesellschaft ermittelt, die sich nach Anwendung dieser Stellungnahme – wenn eine solche eintritt – ergeben würde.

4. Wertpapiere

Im Folgenden zeigen wir eine Zusammenfassung zum 30. Juni 2002 für Wertpapiere des Anlagevermögens (bis zur Endfälligkeit bestimmt) und des Umlaufvermögens (zum Verkauf bestimmt) entsprechend den vertraglichen Laufzeiten.

	Anschaffungskosten	Nicht realisierte		Marktwerte
		Gewinne	Verluste	
	T€	T€	T€	T€
Anlagevermögen				
Fällig nach 5 Jahren	3.974	15	20	3.969
Umlaufvermögen				
Fällig zwischen				
1 und 3 Jahren	999	-	4	995
Fällig nach 5 Jahren	2.000	-	120	1.880
	2.999		124	2.875

Die Wertpapiere des Anlagevermögens dienen als Sicherheit für zwei Darlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau.

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens bestehen aus zwei Bankenanleihen, deren Marktwert dem Buchwert entspricht. Die gesamten Abschreibungen in Höhe von T€ 124 (Vj. T€ 0) in der Position „Aufgelaufene Gewinne und Verluste ohne Auswirkung auf den Bilanzgewinn / -verlust“ erfolgsneutral erfasst. Die Wertpapiere haben zum Bilanzstichtag eine Restlaufzeit von 2,5 bzw. 6,5 Jahren.

5. Aktivierte Katalogkosten

Die aktivierten Katalogkosten und die entsprechenden Abschreibungen betragen:

	30. Juni	
	2002	2001
	T€	T€
Katalogkosten	657	1.830
Abschreibungen	-458	-843
	199	987

Die Gesamtsumme der als Aufwand gebuchten Werbekosten belief sich auf T€ 3.324 bzw. T€ 7.884 für die Berichtsjahre 2001/2002 bzw. 2000/2001.

6. Sachanlagevermögen

Sachanlagen bestehen im Wesentlichen aus Gebäuden, Computer-Software und sonstigen Geschäftsausstattungen.

Die historischen Anschaffungskosten und die entsprechenden kumulierten Abschreibungen stellen sich wie folgt dar:

	30. Juni	
	2002	2001
	T€	T€
Grundstücke und Gebäude	2.722	2.866
Computer-Software	1.681	1.536
Sonstige Geschäftsausstattung	3.926	3.752
	8.329	8.154
Kumulierte Abschreibungen	-3.953	-2.625
	4.376	5.529

Die Abschreibungen für aktivierte interne Aufwendungen zur Softwareentwicklung betragen im Geschäftsjahr 2001/2002 T€ 121 (Vj. T€ 121). Die Buchwerte betragen T€ 120 bzw. T€ 241 zum 30. Juni 2002 bzw. 30. Juni 2001.

7. Immaterielle Vermögensgegenstände

Die immateriellen Vermögensgegenstände (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte) bestehen aus erworbenen Adressen und Markenrechten. Die historischen Anschaffungskosten und die entsprechenden kumulierten Abschreibungen setzen sich wie folgt zusammen:

	30. Juni	
	2002	2001
	T€	T€
Adressen	83	83
Markenrechte	2	2
	85	85
Kumulierte Abschreibungen	-79	-67
	6	18

8. Geschäfts- oder Firmenwert

Die Abschreibungen auf den Geschäfts- oder Firmenwert setzen sich wie folgt zusammen:

	1. Juli bis 30. Juni	
	2001/2002	2000/2001
	T€	T€
Planmäßige Abschreibungen	1.155	1.321
Außerplanmäßige Abschreibungen		
nach FAS 121	4.087	0
	5.242	1.321

9. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft in Höhe von € 10.141.369,00 war zum Bilanzstichtag in voller Höhe eingezahlt. Zum 30. Juni 2002 waren insgesamt 10.141.369 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien gezeichnet.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Oktober 1999 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats für Zwecke von Beteiligungserwerben das Grundkapital bis zum 30. Juni 2004 durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlage einmal oder mehrmals bis zu einer gesamten Höhe von € 1.250.000,00 zu erhöhen. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre ganz oder teilweise auszuschließen. Aufgrund dieser Ermächtigung hatte der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2000/2001 beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um insgesamt € 391.369,00 auf den Inhaber lautende Stückaktien zum Ausgabepreis von € 1,00 pro Aktie auf € 10.141.369,00 zu erhöhen. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt zum 30. Juni 2002 unverändert zum Vorjahr € 858.631,00.

Das bedingte Kapital ist unverändert.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Oktober 1999 wurde das Grundkapital bis zu einer gesamten Höhe von € 320.000,00 (bedingtes Kapital) bedingt erhöht. Das bedingte Kapital ist eingeteilt in 320.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Optionen zum Bezug der Aktien der Gesellschaft. Der Vorstand wird ermächtigt, bis zum Jahr 2004 einmalig oder in Tranchen Optionen zum Bezug von Aktien der Gesellschaft an Mitarbeiter der Gesellschaft oder deren verbundene Unternehmen auszugeben. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, bis zum Jahr 2004 einmalig oder in Tranchen Optionen zum Bezug von Aktien der Gesellschaft an Mitglieder des Vorstands auszugeben.

Der genauere Kreis der Berechtigten und der Umfang der jeweiligen Optionsgewährung werden durch den Vorstand oder den Aufsichtsrat festgelegt.

10. Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten

Die Rückstellungen und sonstigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

	30. Juni	
	2002	2001
	T€	T€
Personalkosten	717	747
Ausstehende Rechnungen	432	772
Umsatzsteuer und sonstige Steuern	14	225
Drohender Verlust aus Devisentermingeschäften	597	285
Sonstiges	1.380	1.594
	3.140	3.623

11. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Zum 30. Juni 2002 bzw. 30. Juni 2001 enthielt der Bilanzausweis folgende Darlehen:

	30. Juni	
	2002	2001
	T€	T€
T€ 4.814 rückzahlbar in Halbjahresraten Zinssatz: 4,75%	4.814	0
GBP 396.436 rückzahlbar in monatlichen Tilgungsraten. Zinssatz: 3% über dem britischen Bankleitzinssatz (zum 30. Juni 2001: 8,5%)	0	656
GBP 490.734 rückzahlbar in monatlichen Tilgungsraten. Zinssatz: 2,25% über dem britischen Bankleitzinssatz (zum 30. Juni 2001: 7,75%)	0	812
GBP 500.000 rückzahlbar in halbjährlichen Tilgungsraten von GBP 83.333 (ab 1. Oktober 2002). Zinssatz: 2% über dem britischen Bankleitzinssatz (zum 30. Juni 2001: 7,5%)	0	827
	4.814	2.295
Abzüglich kurzfristiger Anteil	-17	-38
	4.797	2.257

Die im Vorjahr ausgewiesenen Darlehen wurden im Geschäftsjahr 2001/2002 vorzeitig vollständig getilgt. Im Geschäftsjahr 2001/2002 wurden zwei Investitionskredite der Kreditanstalt für Wiederaufbau aufgenommen. Der Kreditbetrag beläuft sich auf insgesamt T€ 5.113. Zum Bilanzstichtag waren T€ 4.814 abgerufen. Beide haben eine Laufzeit bis zum 30. September 2011 und werden mit 4,75% p.a. verzinst. Die Verbindlichkeiten sind durch Pfandrechte insbesondere an Kontokorrent- und Festgeldkonten sowie an einem Wertpapierdepot, einschließlich der daraus erzielten Zinsen, gesichert.

Die Tilgungen für die folgenden Jahre betragen:

	T€
2002/2003	17
2003/2004	320
2004/2005	639
2005/2006	639
2006/2007	639
Darauf folgende Jahre	2.560
	4.814

12. Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Gegenüber der Ultimedia GmbH, Offenburg, und der Scitech GmbH, Oberkirch, bestehen Verbindlichkeiten in Höhe von insgesamt T€ 29. Die Gesellschaften sind im Eigentum von Aktionären der Softline AG. Darlehen an Mitglieder der Unternehmensleitung einer in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaft der Softline AG bestanden zum 30. Juni 2002 in Höhe von T€ 45. Weiterhin bestanden Forderungen in Höhe von T€ 16 und Verbindlichkeiten in Höhe von T€ 14 gegenüber Unternehmen bei denen eine nahe stehende Personen mit der Geschäftsführung beauftragt ist. Daneben bestehen Forderungen in Höhe von T€ 18 gegen zwei Vorstandsmitglieder der Softline AG und resultieren aus kurzfristigen Entnahmen. Die Forderungen sind unverzinslich.

13. Finanzielle Verpflichtungen

Die Gesellschaft mietet bzw. least ihre Geschäftsräume und verschiedene Geschäftsausstattung im Rahmen eines „Operating“-Leasingvertrags. Die zukünftigen Verpflichtungen aus unkündbaren „Operating“-Leasingverträgen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr belaufen sich zum 30. Juni 2002 auf mindestens:

	T€
2002/2003	716
2003/2004	521
2004/2005	168
2005/2006	150
2006/2007	140
Darauf folgende Jahre	388
	2.083

Die Aufwendungen für Miete und Operating-Leasing betragen T€ 1.149 bzw. T€ 1.082 für die Geschäftsjahre 2001/2002 bzw. 2000/2001.

14. Haftungsverhältnisse und Eventualverbindlichkeiten

Die Gesellschaft hat kleinere Rechtsstreitigkeiten, die im üblichen Rahmen der allgemeinen Geschäftstätigkeit liegen. Es bestehen keine Rechtsstreitigkeiten, die nach Beilegung nach Einschätzung des Vorstandes eine wesentliche Auswirkung auf die zukünftige finanzielle Situation und das operative Ergebnis der Gesellschaft haben.

15. Währungsgewinne und -verluste

Im Geschäftsjahr 2001/2002 sind Kursgewinne in Höhe von T€ 136 (im Vorjahr T€ 70) und Kursverluste in Höhe von T€ 537 (im Vorjahr T€ 680) angefallen.

16. Zinsergebnis

Das Zinsergebnis setzt sich aus Zinserträgen in Höhe von T€ 919 (im Vorjahr T€ 1.090) und Zinsaufwendungen in Höhe von T€ 710 (im Vorjahr T€ 708) zusammen. Die Zinsaufwendungen waren in voller Höhe zahlungswirksam.

17. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag bestehen aus deutscher Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie aus ausländischen Ertragsteuern. Die Aufwendungen für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag setzen sich wie folgt zusammen:

	1. Juli bis 30. Juni	
	2001/2002	2000/2001
	T€	T€
Angefallene Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	137	71
Latente Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	926	-1.433
Steueraufwand (-) /-ertrag	1.063	-1.362

Die angefallenen Steuern vom Einkommen und vom Ertrag für das Geschäftsjahr 2001/2002 betreffen ausschließlich ausländische Ertragsteuern. Die latenten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen mit T€ 923 das Inland und mit T€ 3 das Ausland.

Bei der Berechnung der latenten Steuern in Deutschland wird der ab dem 1. Januar 2001 geltende Körperschaftsteuersatz in Höhe von 25% zugrunde gelegt. Unter Berücksichtigung des Solidaritätszuschlages und der Gewerbesteuer führt dies zu einem Gesamtsteuersatz von ungefähr 37%. Die folgende Darstellung leitet die erwartete Steuerbelastung auf den ausgewiesenen Steueraufwand über:

	1. Juli 2001 bis 30. Juni 2002	1. Juli 2000 bis 30. Juni 2001
	T€	T€
Erwarteter Steuerertrag zum Satz von 37%, bezogen auf das Ergebnis vor Steuern von T€ -12.076 (Vj.-5.904)	4.490	2.184
Wertberichtigung auf latente Steuerforderungen	-3.713	-2.982
Steuerlich nicht absetzbare Abschreibung Firmenwerte	-1.934	-489
Steuervorteil aus Abschreibungen von Darlehen an Tochtergesellschaften	2.626	0
Steuerminderung aufgrund Stock Option Plan	-230	-10
Periodenfremde Steuererträge	133	209
Besteuerungsunterschied Ausland	-309	-129
Auswirkung aus geänderten gesetzlichen Steuersätzen	0	-145
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag laut Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	1.063	-1.362

Die Steuerauswirkungen temporärer Differenzen, die zu wesentlichen Anteilen latenter Steuerguthaben und -verbindlichkeiten geführt haben, stellen sich wie folgt dar:

	30. Juni	
	2002	2001
	T€	T€
Latente Steuerguthaben		
Langfristig		
Verlustvortrag	7.228	2.917
Aufwand Stock Option Plan	273	65
Sachanlagevermögen	7	0
abzüglich Wertberichtigung	-6.968	-2.982
	540	0
Kurzfristig		
Rückstellung für drohende Verluste aus Devisentermingeschäften	221	0
Gesamte latente Steuerguthaben	761	0
Latente Steuerverbindlichkeiten	-186	-351
	575	-351

Die Erhöhung der Wertberichtigung auf das latente Steuerguthaben ist im Wesentlichen auf die Unsicherheit zurückzuführen, die mit der Realisierbarkeit des latenten Steuerguthabens auf den Verlustvortrag aus dem Jahresfehlbetrag des Berichtsjahres verbunden ist.

Zum 30. Juni 2001 verfügt der Konzern über unverfallbare steuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 17.816 (Vj. T€ 8.241) sowie steuerliche Verlustvorträge, die nach dem 30. Juni 2007 verfallen in Höhe von T€ 84 (Vj. T€ 0).

18. Stock Option Plan

Am 11. Oktober 1999 stimmte die Hauptversammlung dem Softline-Aktienoptionsplan 1999 („der Plan“) zu, nach dem Mitarbeitern und Vorstand der Softline AG sowie Mitarbeitern und Mitgliedern der Geschäftsführung von mit der Softline AG verbundenen nachgeordneten Unternehmen Aktienoptionen für bis zu 320.000 Stammaktien gewährt werden. Die Ausgabe der Aktienoptionen erfolgt bis zum 5. November 2004 in jährlichen Tranchen, von denen keine 35% des Gesamtvolumens überschreiten darf. Der Plan wurde im Januar 2000 durch die Ausgabe der ersten Tranche in Kraft gesetzt. Zuständig für die Ausgabe der Aktienoptionen ist der Vorstand. Zum Zwecke der Absicherung der Bezugsrechte aus dem Plan hat die Hauptversammlung der Gesellschaft am 11. Oktober 1999 ein am 5. November 1999 in das Handelsregister eingetragenes bedingtes Kapital in Höhe von € 320.000 geschaffen. Die Bezugsrechte dürfen frühestens nach Ablauf von zwei Jahren ab dem Ausgabebetrag der betreffenden Tranche innerhalb von drei Jahren ausgeübt werden, sofern der durchschnittliche Schlusskurs der Aktie der Gesellschaft zum Zeitpunkt der Ausübung um jährlich durchschnittlich mindestens 20% gestiegen ist.

Die bisher ausgegebenen Tranchen stellen sich wie folgt dar:

	Ausgabezeitpunkt	Anzahl der ausgegebenen Optionen	Ende der Wartefrist	Auszuüben bis
Tranche 1	Januar 2000	83.460	Januar 2002	Januar 2005
Tranche 2	Dezember 2000	69.420	Dezember 2002	Dezember 2005
Tranche 3	Dezember 2001	70.000	Dezember 2003	Dezember 2006
		222.880		

Nachstehend sind die Veränderungen im Plan zusammenfassend dargestellt:

	Verfügbare Optionen	Ausgegebene Optionen	
		Anzahl der Aktien	Gewichteter-durchschnittlicher Ausübungskurs
Stand zum 30. Juni 2000	239.730	80.270	€ 17,50
Gewährte Optionen	-69.420	69.420	€ 12,50
Verfallene Optionen	18.000	-18.000	
Stand zum 30. Juni 2001	188.310	131.690	€ 15,40
Gewährte Optionen	-70.000	70.000	€ 2,08
Verfallene Optionen	25.680	-25.680	
Stand zum 30. Juni 2002	143.990	176.010	€ 10,18

Die Gesellschaft bilanziert die Mitarbeiteraktienoptionen gemäß SFAS 123 „Accounting for Stock-based Compensation“ nach der Marktwertmethode. Der Marktwert der im Berichtsjahr ausgegebenen Optionen wurde unter Anwendung des Black-Scholes-Options-Preis-Modells mit den folgenden Annahmen ermittelt:

	Tranche1	Tranche2	Tranche3
Risikofreier Zins für drei Jahre	4,82%	4,84%	4,03%
Durchschnittliche Laufzeit der Optionen	3 Jahre	3 Jahre	3 Jahre
Volatilität	96,6%	87,2%	97,5%
Erwarteter Dividenden-ertrag	0%	0%	0%

Auf Basis dieser Annahmen ergibt sich ein Marktwert pro Option in Höhe von € 1,05. Die hierfür angefallenen Aufwendungen in Höhe von T€ 6 wurden in den Personalaufwand gebucht. Für alle drei Tranchen wurde im Berichtsjahr ein Personalaufwand von T€ 563 (Vj T€ 26) gebucht.

19. Segmentberichterstattung

Die Gesellschaft ist nur in einem operativen Segment im Sinne von SFAS Nr. 131 tätig. Die Gesellschaft vermarktet und vertreibt Softwareprodukte für Firmen und Privatpersonen auf elektronischem Wege und im Versandhandel, insbesondere im deutschsprachigen Raum, Frankreich und in Großbritannien. Die Umsätze teilen sich auf die verschiedenen Regionen wie folgt auf:

	1. Juli 2001 bis 30. Juni 2002
	T€
Inland	29.658
Ausland	58.639
Gesamtumsatz	88.297

21. Personalkosten und Mitarbeiterzahl

In den Aufwandspositionen der Gewinn- und Verlustrechnung sind T€ 12.044 Personalaufwendungen verrechnet. Im Jahresdurchschnitt waren im Konzern angestellt:

	1. Juli bis 30. Juni	
	2001/2002	2000/2001
Angestellte	263	298

Die der ausländischen Region zuzuordnenden langlebigen Wirtschaftsgüter stellen sich wie folgt dar:

	30. Juni 2002
	T€
Geschäfts- oder Firmenwert	3.162
Immaterielle Vermögensgegenstände	2
Sachanlagevermögen, netto	3.454
	6.618

20. Ergebnis pro Aktie

Das Ergebnis pro Aktie wurde wie folgt ermittelt:

	1. Juli bis 30. Juni	
	2001/2002	2000/2001
Jahresfehlbetrag (in T€)	-11.013	-7.266
Gewogene durchschnittliche Anzahl der Aktien	10.141.369	9.984.065
Ergebnis pro Aktie (in €)	-1,09	-0,73

Ein Verwässerungseffekt durch die ausgegebenen Aktienoptionen ergab sich im Berichtsjahr nicht.

22. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Mitglieder des Vorstands

Peer Blumenschein,
Oberkirch (Vorsitzender)

Nina Blumenschein,
Offenburg

Oliver Hutt,
Hohberg

Mitglieder des Aufsichtsrats und Mandate der Aufsichtsratsmitglieder

Mitglieder des Aufsichtsrats:

S.D. Fürst Johannes zu Waldburg-Wolfegg-Waldsee
(Vorsitzender ab 14. November 2001), Unternehmer

Wolfgang Schwaiger, Stuttgart, (Vorsitzender), Unternehmensberater
– bis 30. September 2001

Martin Billhardt, Bremerhaven, (stellv. Vorsitzender ab 14. November 2001), Geschäftsführer der Dieckell Vermögensverwaltungs- und Beratungsgesellschaft mbH, Bremerhaven

Dr. Hans-Peter Hirner, Merzhausen, (stellv. Vorsitzender), Bankier
– bis 30. September 2001

Ruth Blumenschein-Alverdes, Renchen, Angestellte der Softline AG

Klaus G. Böde, Straßburg/Frankreich, Kaufmann
– ab 19. Dezember 2001

Prof. Dr. Henning Krug, Augsburg, Hochschullehrer für Betriebswirtschaft und Controlling an der Fachhochschule Hildesheim/Holzminde – ab 19. Dezember 2001

Prof. Dr. Karl Wilhelm Pohl, Köln, Rechtsanwalt
– ab 19. Dezember 2001

Dr. Karl-Heinz Sternemann, Bühlertal, Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Karlsruhe
– bis 19. Dezember 2001

Mandate von Mitgliedern des Aufsichtsrats

S.D. Fürst Johannes zu Waldburg Wolfegg und Waldsee, Wolfegg, (Vorsitzender)

Bio Tissue Technologies AG, Freiburg, Vorsitzender des Aufsichtsrats
ConQor AG, Zürich/Schweiz, Mitglied des Verwaltungsrats
Stiftung Liebenau, Meckenbeuren, Mitglied des Aufsichtsrats
Kreissparkasse, Ravensburg, Mitglied des Verwaltungsrats

Martin Billhardt, Bremerhaven, (stellv. Vorsitzender)

Plambeck Energiekonzept AG, Cuxhaven, Mitglied des Aufsichtsrats
Plambeck Neue Energien AG, Cuxhaven, Mitglied des Aufsichtsrats
Plambeck Biomasse AG, Cuxhaven, Mitglied des Aufsichtsrats
Plambeck Norderland AG, Hamburg, Mitglied des Aufsichtsrats
ASR Autostern von Russland AG Moskau, Moskau/Russland, Mitglied des Aufsichtsrats
Bremisch Hannoverische Eisenbahn AG, Frankfurt/Main, Mitglied des Aufsichtsrats
SSW Fähr- und Spezialschiffsbau GmbH, Bremerhaven, stellvertretender Vorsitzender des Beirats
PORTUM AG, Frankfurt/Main, Mitglied des Aufsichtsrats

Prof. Dr. Karl-Wilhelm Pohl, Köln,

ServiceDoc.Com AG, Köln, Vorsitzender des Aufsichtsrats
Brandenburgische Schlösser GmbH, Potsdam, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates

Ausgeschiedene Mitglieder:

Wolfgang Schwaiger, Stuttgart,

Kodak AG, Stuttgart, Mitglied des Aufsichtsrats
Werner & Mertz GmbH, Mainz, Vorsitzender des Aufsichtsrats
Blättchen & Partner AG, Leonberg, Vorsitzender des Aufsichtsrats
Alpine @ Energie GmbH, Biberach, Mitglied des Aufsichtsrats
Börner GmbH, Berlin, Mitglied des Aufsichtsrats

Dr. Hans-Peter Hirner, Merzhausen,

BBS AG, Schiltach, Vorsitzender des Aufsichtsrats
Badische Stahlwerke GmbH, Kehl, Vorsitzender des Aufsichtsrats
Wehrle Werk AG, Emmendingen, Vorsitzender des Aufsichtsrats
BCT Technologie AG, Willstätt, Mitglied des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Vorstands für das Geschäftsjahr 2001/2002 betragen T€ 339 (Vj.T€ 255).
 Die Bezüge des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2001/2002 betragen T€ 46 (Vj.T€ 39).
 Die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sind mit folgenden Aktienanteilen am Grundkapital der Gesellschaft beteiligt:

Anteil am Kapital in Stück	30.06.2002	30.06.2001	Veränderung
Peer Blumenschein	4.690.594	4.690.594	0
Nina Blumenschein	839.600	839.600	0
Ruth Blumenschein-Alverdes	256.400	256.400	0
S.D. Fürst Johannes zu Waldburg Wolfegg und Waldsee	198.450	198.450	0
Martin Billhardt	17.504	17.504	0
Klaus G. Böde ¹⁾	3.000	0	3.000
	6.005.548	6.002.548	3.000

¹⁾ Herr Böde ist seit dem 19. Dezember Aufsichtsratsmitglied

Im Rahmen des Aktienoptionsplanes wurden den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats folgende Aktienoptionen gewährt:

	Tranche 1	Tranche 2	Gesamt
Peer Blumenschein	2.250	2.250	4.500
Nina Blumenschein	2.250	2.250	4.500
Ruth Blumenschein-Alverdes	2.500	0	2.500
	7.000	4.500	11.500

23. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die Gesellschaft hat mit Wirkung zum 1. September 2002 die Rapid Plc. veräußert. Weiterhin hat der Vorstand der Softline beschlossen, sich bis Ende September 2002 von der NPR zu trennen. Bisher wurde diesbezüglich noch kein Vertrag geschlossen.

24. Erläuterung der wesentlichen, im befreienden Konzernabschluss vom deutschen Recht abweichend angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden

Grundsätzliche Unterschiede

Hinter der deutschen und der US-amerikanischen Rechnungslegung stehen grundsätzlich unterschiedliche Betrachtungsweisen. Während die Rechnungslegung nach HGB das Vorsichtsprinzip und den Gläubigerschutz in den Vordergrund stellt, ist die Bereitstellung entscheidungsrelevanter Informationen für den Aktionär das vorrangige Ziel der US-Rechnungslegung. Daher wird auch der Vergleichbarkeit der Jahresabschlüsse - sowohl über verschiedene Jahre hinweg als auch von unterschiedlichen Unternehmen - sowie der periodengerechten Erfolgsermittlung nach US-GAAP ein höherer Stellenwert eingeräumt als nach HGB.

Rückstellungen

Rückstellungen werden in der US-amerikanischen Bilanzierungspraxis grundsätzlich nicht separat, sondern unter den Verbindlichkeiten (Liabilities) ausgewiesen. Die Möglichkeiten zur Bildung von Rückstellungen sind in der US-Rechnungslegung deutlich restriktiver geregelt als nach HGB. Rückstellungen sind zu bilden, wenn eine Verpflichtung gegenüber einem Dritten besteht, die Inanspruchnahme wahrscheinlich und die voraussichtliche Höhe des notwendigen Rückstellungsbetrags zuverlässig schätzbar ist. Aufwandsrückstellungen sind nach US-amerikanischen Vorschriften nicht zulässig.

Goodwill

Ein Goodwill muss nach US-amerikanischen Vorschriften aktiviert und über seine voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben werden. Die Nutzungsdauer orientiert sich hierbei an der Art des erworbenen Geschäfts. Die nach HGB mögliche Verrechnung mit dem Eigenkapital ist nicht zulässig.

Aktivierung interner Aufwendungen zur Softwareentwicklung

Die internen Aufwendungen zur Weiterentwicklung von Softwareanwendungen werden nach US-amerikanischer Bilanzierungspraxis aktiviert und über die geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben.

Katalogkosten

Die Kosten der Erstellung eines Kataloges zum Vertrieb sind im Gegensatz zu deutschen handelsrechtlichen Vorschriften zu aktivieren und über die geschätzte Nutzungsdauer abzuschreiben.

Kosten der Börseneinführung

Die im Zusammenhang mit dem Börsengang entstandenen Kosten werden nach US-amerikanischen Bilanzierungsvorschriften mit dem aus der Kapitalerhöhung zugeflossenen Agio verrechnet. Im deutschen Bilanzrecht sind die Kosten als Aufwand zu behandeln.

Unrealisierte Gewinne

Nach deutschem Recht sind dem Imparitätsprinzip zufolge nur unrealisierte Verluste zu bilanzieren, während nach US-GAAP auch bestimmte unrealisierte Gewinne ausgewiesen werden müssen. Dies schlägt sich insbesondere bei der Erfassung unrealisierter Gewinne aus der Stichtagsbewertung von Fremdwährungsbeträgen nieder.

Latente Steuern

Nach US-GAAP besteht eine Ansatzpflicht für aktive und passive latente Steuern, die aus temporären Differenzen zwischen steuerlichen Wertansätzen und den Wertansätzen in der Konzernbilanz entstehen. Steuerliche Verlustvorträge stellen wegen der künftig vermindernden Steuerzahlungen einen wirtschaftlichen Nutzen dar. Zum Zeitpunkt der Verlustentstehung ist daher der künftige (latente) Steuervorteil in Abhängigkeit von seiner Realisierbarkeit zu aktivieren.

Bestätigungsvermerk

Zu dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der Softline AG, Offenburg, aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2001 bis 30. Juni 2002 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den in den USA anerkannten Rechnungslegungsgrundsätzen (US-GAAP) entspricht.“

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung 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 des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht 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 vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2001 bis 30. Juni 2002 aufgestellten Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht zusammen mit den übrigen Angaben des Konzernabschlusses 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 Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2001 bis 30. Juni 2002 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen.“

Stuttgart, 06. September, 2002
Ernst & Young
Deutsche Allgemeine Treuhand AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Morsch Friederich
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

Gewinn- und Verlustrechnungen für die Geschäftsjahre 2000/2001 und 2001/2002

Nach HGB	1. Juli bis 30. Juni	
	2001/2002	2000/2001
	€	T€
1. Umsatzerlöse	32.149.087,23	43.144
2. Sonstige betriebliche Erträge	201.578,91	74
	32.350.666,14	43.218
3. Materialaufwand		
Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	24.490.020,47	32.314
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	3.824.649,30	3.988
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung davon für Altersversorgung € 5.306,81 (Vj. T€ 9)	651.889,54	708
	4.476.538,84	
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	635.796,68	546
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	9.529.521,96	8.386
	-6.781.211,81	-2.724
7. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens davon aus verbundenen Unternehmen € 700.039,75 (Vj. T€ 119)	917.733,84	119
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge davon aus verbundenen Unternehmen € 0,00 (Vj. T€ 0)	663.113,02	1.057
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	8.586.930,89	0
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	286.941,65	2
	-7.293.025,68	1.174
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-14.074.237,49	-1.550
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,00	15
13. Sonstige Steuern	-10.015,62	5
14. Jahresfehlbetrag	-14.064.221,87	-1.570
15. Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-6.298.724,63	-4.729
16. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	20.362.946,50	0
17. Bilanzverlust	0,00	-6.299

Bilanz zum 30. Juni 2002

Nach HGB	30. Juni 2002		30. Juni 2001
AKTIVA	€	€	T€
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		268.055,13	446
II. Sachanlagen			
1. Bauten auf fremden Grundstücken	85.026,02		97
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	452.271,00		705
		537.297,02	802
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	3.976.203,85		8.343
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	8.035.524,78		7.148
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	3.956.303,50		
		15.968.032,13	15.491
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
1. Hilfs- und Betriebsstoffe	10.000,00		10
2. Waren	2.575.666,58		3.587
3. Geleistete Anzahlungen	0,00		266
		2.585.666,58	3.863
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.400.792,64		4.389
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	5.914.439,15		7.988
3. Sonstige Vermögensgegenstände	1.500.878,73		1.113
		10.816.110,52	13.490
III. Wertpapiere			
Sonstige Wertpapiere		2.875.000,00	0
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		10.036.209,79	18.615
C. Rechnungsabgrenzungsposten		113.716,92	118
Gesamte Aktiva		43.200.088,09	52.825
PASSIVA			30.6.2001
	€	€	T€
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital		10.141.369,00	10.141
II. Kapitalrücklagen		22.387.522,03	42.751
III. Gewinnrücklagen			
1. Gesetzliche Rücklage	5.000,00		5
2. Andere Gewinnrücklagen	511.291,88		511
		516.291,88	516
IV. Bilanzverlust		0,00	-6.299
		33.045.182,91	47.109
B. Rückstellungen			
Sonstige Rückstellungen		1.437.776,48	1.424
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4.813.535,99		.
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.072.840,67		3.348
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	96.163,02		218
4. Sonstige Verbindlichkeiten davon aus Steuern € 61.041,49 (Vj. T€ 227) davon im Rahmen der sozialen Sicherheit € 94.932,80 (Vj. T€ 120)	734.589,02		726
		8.717.128,70	4.292
Gesamte Passiva		43.200.088,09	52.825

Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2001 / 2002

	Anschaffungs- und Herstellungskosten			30.6.2002
	1.7.2001	Zugang	Abgang	
	€	€	€	€
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	984.235,78	186.524,19	0,00	1.170.759,97
II. Sachanlagen				
1. Bauten auf fremden Grundstücken	118.724,84	0,00	0,00	118.724,84
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.485.844,75	111.903,33	161.135,11	1.436.612,97
	1.604.569,59	111.903,33	161.135,11	1.555.337,81
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.342.996,18	3,08	0,00	8.342.999,26
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	7.147.762,42	6.216.674,58	1.253.451,74	12.110.985,26
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	0,00	3.976.678,50	0,00	3.976.678,50
	15.490.758,60	10.193.356,16	1.253.451,74	24.430.663,02
	18.079.563,97	10.491.783,68	1.414.586,85	27.156.760,80

Kumulierte Abschreibungen			Nettowerte		
1.7.2001	Abschreibungen	Abschreibungen des Geschäfts- jahres	30.6.2002	30.06.2002	30.06.2001
€	€	€	€	€	T €
538.534,98	364.169,86	0,00	902.704,84	268.055,13	446
21.826,34	11.872,48	0,00	33.698,82	85.026,02	97
780.264,51	259.754,34	55.676,88	984.341,97	452.271,00	705
802.090,85	271.626,82	55.676,88	1.018.040,79	537.297,02	802
0,00	4.366.795,41	0,00	4.366.795,41	3.976.203,85	8.343
0,00	4.075.460,48	0,00	4.075.460,48	8.035.524,78	7.148
0,00	20.375,00	0,00	20.375,00	3.956.303,50	0
0,00	8.462.630,89	0,00	8.462.630,89	15.968.032,13	15.491
1.340.625,83	9.098.427,57	55.676,88	10.383.376,52	16.773.384,28	16.739

Anhang zur Bilanz

I. Allgemeines

Der vorliegende Jahresabschluss der Softline AG für das Geschäftsjahr 2001/2002 ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches, des Aktiengesetzes und der Satzung aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. Mit der Softline Computer Distribution & Services GmbH mit Sitz in Oberkirch besteht ein Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag.

II. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend. Die immateriellen Vermögensgegenstände und die Sachanlagen sind zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen vermindert. Die Abschreibungen wurden nach der voraussichtlichen Nutzungsdauer der Vermögensgegenstände sowohl degressiv als auch linear vorgenommen. Bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens bis zu einem Wert von € 410,00 wurden im Zugangsjahr voll abgeschrieben.

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte und Wertpapiere zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen zum Nennwert bzw. niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt.

Die Vorräte wurden wie bisher zu Anschaffungskosten oder zu niedrigeren beizulegenden Werten angesetzt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Risiko-behafteten Positionen ist durch die Bildung von Wertberichtigungen Rechnung getragen.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften.

Die Verbindlichkeiten sind zum Rückzahlungsbetrag bilanziert.

III. Währungsumrechnung

Die Währungsumrechnung wurde unverändert zum Stichtagskurs vorgenommen. Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten sind zum jeweiligen Tageskurs eingebucht. Kursverluste am Bilanzstichtag wurden berücksichtigt.

Anhang zur Bilanz**IV. Erläuterungen zur Bilanz****1. Anlagevermögen**

Die Aufgliederung und die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens sind in einer Anlage (siehe Darstellung S. 52-53) zu dem Anhang dargestellt.

2. Finanzanlagen

Die Zusammensetzung des Anteilsbesitzes ist der Übersicht „Angaben zum Anteilsbesitz“ zu entnehmen.

Angaben zum Anteilsbesitz				
	Währung	Beteiligung in %	Eigenkapital in TLW	Ergebnis in TLW
Inland				
Softline Computer Distribution & Services GmbH, Oberkirch	EUR	100,0	26	0 ¹⁾
Ausland				
Softline S.A.R.L. Beteiligungsgesellschaft Straßburg/Frankreich	EUR	100,0	-279	-532
Apacabar S.A., Paris/Frankreich	EUR	100,0	1.873	-199
Editions WSKA S.A., Metz/Frankreich	EUR	100,0	637	-228
NPR Software Ltd., Shannon/Irland	EUR	100,0	-1.564	-1.091
Softline USA Inc., Acton, Massachusetts/USA	USD	100,0	-8	-11
Rapid Group plc., Godstone/Großbritannien	GBP	100,0	.	-456
Trade Up Distribution AG, Ebikon/Schweiz	CHF	100,0	918	-136
Apacabar B.V., Dronten/Niederlande	EUR	100,0	-213	-231
Softline UK Ltd., Godstone/Großbritannien	GBP	100,0	136	55
Softline Distribution Ltd., Epsom/Großbritannien	GBP	100,0	-5	0
Mac Direct Ltd., Sutton, Surrey/Großbritannien	GBP	100,0	.	-100

¹⁾ Nach Ergebnisabführung

Im Geschäftsjahr 2001/2002 wurden Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert in Höhe von T€ 8.463 vorgenommen. Davon betrafen T€ 4.367 die Anteile an verbundenen Unternehmen, T€ 4.076 die Ausleihungen an verbundene Unternehmen und T€ 20 die Wertpapiere des Anlagevermögens.

3. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr. Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten Beträge in Höhe von T€ 123 (Vj. T€ 6), die erst nach dem Abschlussstichtag rechtlich entstehen.

Anhang zur Bilanz

4. Gezeichnetes Kapital

	Stammaktien	
	30.6.2002	30.6.2001
Anzahl Stückaktien (Nennbetrag € 1,00)	10.141.369	10.141.369
Grundkapital (in €)	10.141.369,00	10.141.369,00

Das **genehmigte Kapital** ist unverändert.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Oktober 1999 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats für Zwecke von Beteiligungserwerben das Grundkapital bis zum 30. Juni 2004 durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlage einmal oder mehrmals bis zu einer gesamten Höhe von € 1.250.000,00 zu erhöhen. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre ganz oder teilweise auszuschließen. Aufgrund dieser Ermächtigung hatte der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2000/2001 beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um insgesamt € 391.369,00 auf den Inhaber lautende Stückaktien zum Ausgabepreis von € 1,00 pro Aktie auf € 10.141.369,00 zu erhöhen. Das verbleibende genehmigte Kapital beträgt zum 30. Juni 2002 unverändert zum Vorjahr € 858.631,00.

Das **bedingte Kapital** ist unverändert.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Oktober 1999 wurde das Grundkapital bis zu einer gesamten Höhe von € 320.000,00 (bedingtes Kapital) bedingt erhöht. Das bedingte Kapital ist eingeteilt in 320.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Optionen zum Bezug der Aktien der Gesellschaft. Der Vorstand wird ermächtigt, bis zum Jahr 2004 einmalig oder in Tranchen Optionen zum Bezug von Aktien der Gesellschaft an Mitarbeiter der Gesellschaft oder deren verbundenen Unternehmen auszugeben. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, bis zum Jahr 2004 einmalig oder in Tranchen Optionen zum Bezug von Aktien der Gesellschaft an Mitglieder des Vorstands auszugeben.

Der genauere Kreis der Berechtigten und der Umfang der jeweiligen Optionsgewährung werden durch den Vorstand oder den Aufsichtsrat festgelegt.

5. Kapitalrücklage

Aus der Kapitalrücklage wurde ein Betrag in Höhe von € 20.362.946,50 zum Ausgleich eines Jahresfehlbetrages in Höhe von € 14.064.221,87 und des Verlustvortrages in Höhe von € 6.298.724,63 entnommen.

6. Gewinnrücklagen

6.1 Gesetzliche Rücklage

Die gesetzliche Rücklage weist unverändert einen Betrag in Höhe von € 5.000,00 aus.

6.2 Andere Gewinnrücklagen

Die anderen Gewinnrücklagen weisen unverändert einen Betrag in Höhe von € 511.291,88 aus.

Anhang zur Bilanz**7. Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen für Verpflichtungen aus dem Personalbereich, Kosten im Zusammenhang mit Jahresabschluss und Veröffentlichung, ausstehende Lieferantenrechnungen sowie drohende Verluste aus schwebenden Geschäften gebildet.

8. Verbindlichkeiten

Die Restlaufzeiten und die Besicherung der Verbindlichkeiten sind im Verbindlichkeitspiegel im Einzelnen dargestellt.

Verbindlichkeitspiegel in T€:

Art der Verbindlichkeit	30.06.2002			30.06.2001	
	Restlaufzeit		gesamt	Restlaufzeit	
	bis 1 Jahr	über 5 Jahre		bis 1 Jahr	gesamt
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	2.577	4.814	0	0
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.073	0	3.073	3.348	3.348
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	96	0	96	218	218
4. Sonstige Verbindlichkeiten	735	0	735	726	726
- davon aus Steuern			61		227
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit			95		120

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind durch Pfandrechte insbesondere an Kontokorrent- und Festgeldkonten sowie an einem Wertpapierdepot, einschließlich der daraus erzielten Zinsen, gesichert.

9. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen in Höhe von T€ 706. Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen folgende Sachverhalte:

	T€
Jährliche Zahlungsverpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen	618
Jährliche Zahlungsverpflichtungen für Internetdienstleistungen	88

Die Miet- und Leasingverträge haben eine Laufzeit zwischen 6 und 36 Monaten.

Anhang zur Bilanz

V. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Geographisch gegliedert ergibt sich folgende Zusammensetzung:

	2001/2002		2000/2001	
	T€	%	T€	%
Inland	29.658	92,3	39.633	91,9
Ausland	2.491	7,7	3.511	8,1
	32.149	100,0	43.144	100,0

2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträgen beinhalten im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, aus der Herabsetzung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Kursgewinne sowie Versicherungsentschädigungen.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Raumkosten, Versicherungen und Beiträge, Fahrzeugkosten, Marketingkosten, Werbekosten, einschließlich Anzeigen, Kosten der Warenabgabe, Porto, Rechts- und Beratungskosten sowie die Erhöhung der Wertberichtigungen und Ausbuchungen von Forderungen.

VI. Sonstige Angaben

1. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrates

Die Angaben zu den Mitgliedern des Vorstandes und des Aufsichtsrates finden Sie auf Seite 46 in den Angaben zum Konzernabschluss.

2. Mitarbeiter

Durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Mitarbeiter:

	2001/2002
Angestellte	99
Auszubildende	2
	101

3. Gesamtbezüge von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Bezüge des Vorstands für das Geschäftsjahr 2001/2002 betragen T€ 339.

Die Bezüge des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2001/2002 betragen T€ 46. Der Aufsichtsrat trat im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt sechs mal zusammen.

4. Konzernverhältnisse

Die Gesellschaft stellt einen befreienden Konzernabschluss nach § 292a HGB auf.

Bestätigungsvermerk

Zu dem Jahresabschluss und dem Lagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Softline AG, Offenburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2001 bis 30. Juni 2002 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahres-Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen 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 über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen 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 Lagebericht 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 rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht 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 Lageberichts. 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 Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Stuttgart, 2. September 2002
Ernst & Young
Deutsche Allgemeine Treuhand AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Morsch Friederich
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

Bericht des Aufsichtsrates über das Geschäftsjahr 2001/2002

Im vergangenen Geschäftsjahr legten der Aufsichtsratsvorsitzende Wolfgang Schwaiger sowie die Mitglieder Dr. Hans-Peter Hirner und Dr. Karl-Heinz Sternemann ihre Mandate nieder. Zum neuen Vorsitzenden wählte der Aufsichtsrat am 14.11.2001 Johannes Fürst zu Waldburg-Wolfegg-Waldsee. Auf der ordentlichen Hauptversammlung am 19.12.2001 stellten sich Prof. Dr. Henning Krug, Prof. Dr. Karl-Wilhelm Pohl und Klaus Böde zur Wahl in den Aufsichtsrat. Alle drei wurden mit großen Mehrheiten gewählt, somit gehören dem Aufsichtsrat seit dem 19. Dezember wieder sechs Mitglieder an.

Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand über die Lage und Entwicklung der Gesellschaft und die wesentlichen Geschäftsvorgänge regelmäßig unterrichtet. Er hat die Berichte des Vorstands in seinen sechs Sitzungen ausführlich beraten und die notwendigen Beschlüsse gefasst. Gegenstand der Beratungen waren insbesondere Maßnahmen zur Wiedererreichung der Profitabilität in schrumpfenden Märkten, die weitere Integration der Tochtergesellschaften, Weiterentwicklung des Risikomanagement-Systems auf der Grundlage des KonTraG und Fragen zur künftigen Positionierung des Softline Gruppe. Zu diesem Thema über die strategische Ausrichtung der Gesellschaft fand eine zweitägige Klausurtagung mit Vorstand und Aufsichtsrat statt.

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2001/2002 ist unter Einbeziehung der Buchführung und des Lageberichts der Gesellschaft von dem in der ordentlichen Hauptversammlung vom 19. Dezember 2001 zum Abschlussprüfer gewählten Wirtschaftsprüfer, der Gesellschaft Ernst & Young, Deutsche Allgemeine Treuhand AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Zweigniederlassung Stuttgart, geprüft worden.

Die Prüfung des Jahresabschlusses der Softline AG erfolgte nach den Vorschriften des HGB in der Fassung des KonTraG; die Prüfung des Konzernabschlusses erfolgte nach US-GAAP. Der mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehene Jahresabschluss der Softline AG und der nach den Vorschriften des § 292a HGB erstellte Konzernabschluss des Softline-Konzerns wurden vom Abschlussprüfer in der Sitzung des Aufsichtsrates am 17. September 2002 erörtert. Der Aufsichtsrat hat seinerseits die beiden Jahresabschlüsse und den Lagebericht des Vorstandes geprüft.

An diesen Beratungen hat der verantwortliche Wirtschaftsprüfer teilgenommen und über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung berichtet. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung und Beratung stimmte der Aufsichtsrat dem Bericht der Wirtschaftsprüfer zu und erhebt keine Einwendungen. Der Aufsichtsrat billigt die vom Vorstand aufgestellten Jahresabschlüsse zum 30.06.2002 für die Softline AG und für den Softline-Konzern. Die Jahresabschlüsse sind damit festgestellt.

Wir danken dem Vorstand und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre im abgelaufenen Geschäftsjahr geleistete Arbeit und den in einem schwierigen und unerfreulichen Umfeld gezeigten Einsatz.

Offenburg, im September 2002
Der Aufsichtsrat
Johannes Fürst zu Waldburg-Wolfegg-Waldsee
Vorsitzender

Softline AG, Lange Straße 51, D- 77652 Offenburg
Info-Telefon: 07 81-92 93-430 Fax: 07 81-92 93-240
E-Mail: investorinfo@softline.de
Investor Relations Seiten im Internet: www.softline.de



Bitte halten Sie mich auf dem Laufenden!

Ich möchte über die künftige Entwicklung der Softline AG informiert werden. Senden Sie mir den Investor Relations-Newsletter:

per E-mail an:

@

per Fax an:

Postversand des Newsletters ist leider nicht möglich.



Bitte senden Sie mir bis auf weiteres kostenlos und unverbindlich den Softline Katalog mit smarter Software für Windows, Linux und Mac.

Name, Vorname

Firma

Strasse

PLZ, Ort

Telefon

Fax

@

E-Mail

Bitte abtrennen und per Fax zurück an Softline!

Per Fax an: 07 81-92 93-240 oder E-Mail: investorinfo@softline.de

Finanzkalender der Softline AG

6. November 2002	Hauptversammlung
November 2002	Zwischenbericht Quartal I
Februar 2003	Zwischenbericht Quartal II
Mai 2003	Zwischenbericht Quartal III
30. Juni 2003	Geschäftsjahresende
September 2003	Veröffentlichung des Geschäftsberichts
September 2003	Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

Softline
Intelligente Computeranwendungen



APACABAR
Logiciels • Technologie • Solutions

Software • Technologie • Lösungen
TRADE UP

Softline
Software • Technology • Solutions

3rd Report, Geschäftsbericht 2001/2002

Softline AG

Software • Technology • Solutions

Mit unserem Investor Relations-Newsletter informieren wir Sie laufend über die Entwicklung des Unternehmens. Am einfachsten bestellen Sie den Newsletter direkt über unsere IR-Seiten: www.softline.de/ir oder per E-Mail an: investorinfo@softline.de

Kontakt
Softline AG, Lange Straße 51
77652 Offenburg

investorinfo@softline.de
Telefon (0781) 9293-430
Fax (0781) 9293-240
www.softline.de/ir