



Ein hartes Jahr 2001 liegt hinter uns

Deshalb kommt unser Geschäftsbericht diesmal recht derb daher. Lassen Sie sich von der rauen Hülle nicht abschrecken: Mit einer Umsatzsteigerung von 49%, einer EBIT-Steigerung um 23% und liquiden Mitteln von 28,7 Mio. EUR steht die antwerpes ag besser da als je zuvor. Auch unser Aktienkurs ist nichts für zarte Gemüter. Mit Kursen von 5 EUR und darunter hat der Kursverlauf deutlich an den Nerven der Aktionäre gezerrt. Die Marktkaufkraft lag teilweise unter dem Cash-Bestand. Unser gut aufgestelltes Unternehmen gab es sozusagen umsonst dazu.

Börsenirrfahrt hin oder her: 2001 war ein erfolgreiches Jahr. In erster Linie ist das ein Verdienst unserer Mitarbeiter, der Medianauten. Unabhängig davon, ob sie nun den Spaten in der Hand hatten oder im Container gesessen haben. Wir danken ihnen für das harte Jahr. Und wir danken den zahlreichen Kunden, die uns in 2001 das Vertrauen geschenkt haben. Ein Unternehmen, das wächst, ist niemals fertig. Nutzen Sie die Gelegenheit und werfen Sie jetzt einen Blick auf das, was wir liebevoll „Baustelle“ nennen. Es lohnt sich. Denn hier wird an den Kommunikationskonzepten der Zukunft gehämmert.

Der Vorstand der antwerpes ag

antwerpes in Kürze

Kennzahlen der antwerpes ag	01.01.2001 -31.12.2001	01.01.2000 -31.12.2000	Veränderung in Prozent
Umsatz in €	15.405.021	10.334.689	49%
davon Umsatz Communication	10.222.470	8.624.910	19%
davon Digital Communication	5.609.252	4.696.561	19%
davon Classical Communication	4.613.218	3.928.349	17%
davon Umsatz DocCheck®, Commerce & Logistic	4.857.275	1.613.974	201%
Gesamtleistung	15.467.327	10.418.047	48%
EBITDA	1.862.874	1.225.881	52%
EBIT	838.926	683.269	23%
Konzernjahresüberschuss	1.290.348	763.881	69%
Jahresüberschuss pro Aktie	0,22	0,14	57%
Liquidität	28.705.949	26.644.678	8%
Anzahl der Mitarbeiter zum 31.12.2001	125	96	30%

Die Highlights 2001	4	5 Die Aktie	48
1 Das Interview	6	6 Der Jahresabschluss	54
2 Das Unternehmen	12	6.1 Lagebericht	56
2.1 Consulting	18	6.2 Bilanz	64
2.2 Research	20	6.3 GuV	66
2.3 Communication	22	6.4 Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2001	68
2.4 Customer Care	24	6.5 Bestätigungsvermerk des Wirtschaftsprüfers	84
2.5 Commerce & Logistic	26	6.6 Bericht des Aufsichtsrates	86
3 Die Mitarbeiter	28	7 Der Finanzkalender 2002	87
4 Der Output	32	8 Das Glossar	90
4.1 antwerpes & partner ag	34	9 Der Contact bei antwerpes	91
4.2 DocCheck® Medical Services GmbH	44		
4.3 Beteiligungen	46		
4.3.1 antwerpes.korte consulting GmbH	46		
4.3.2 Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH	46		
4.3.3 medizinstudent.de GmbH	47		





Highlights

Die wichtigsten Trends und Entwicklungen auf einen Blick.

News

Neue Etats

Aventis Behring GmbH, BERLIN-CHEMIE AG, Janssen-Cilag GmbH, Kaufhof AG, Madaus AG, Midray GmbH, Roland Assistance GmbH, Schering AG u. v. a.

Neue Dienstleistungen

Busse (MediBus, KlinikBus, ApoBus) für Online-Marktforschung, Online-Ärztetypologie, „eHealthCheck“ für Pharmafirmen

Neue Softwarelösungen

Web-to-Print-Services (W2P), MafoMaker®, Version 2.0

Neue Initiativen

Gründung des Beirates der antwerpes ag,
Gründung des Arbeitskreises für Online-Studien (AKOS)

Neue Partner

Pilotprojekt mit TNS EMNID auf der Internet World,
Kooperation mit dem belgischen Apothekerverband,
Kooperation mit der Schweizer MedNet AG

Neuer Ruhm

www.fuehrerschein.de erhält Auszeichnung der Zeitschrift „auto motor und sport“ und ist auf der Shortlist des begehrten EMMA-Awards, Platz 3 für den Auftritt von Galeria Kaufhof im großen eCommerce-Test der com.online

Basics

Solides Wachstum

Umsatz um 49% auf 15,4 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesteigert

Positives Ergebnis

EBIT steigt um 23% auf 0,84 Mio. EUR, 22 Cent Gewinn/Aktie

Hohe Liquidität

Liquide Mittel um 8% auf 28,7 Mio. EUR gesteigert

Gesteigerte Performance

31 Wettbewerbspräsentationen, rund 2.000 Seiten Kommunikationskonzepte, 220.000 programmierte Codezeilen

Mehr Nutzer

130.000 User in unserem Portal DocCheck® und mehr als 500 medizinische Websites mit DocCheck®-Passwortschutz





1 Das Interview

Fragen an Dr. Frank Antwerpes (CEO), Jan Antwerpes (CFO)
und Herman Korte (Business Development, M & A)

Wie sehen Sie die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens im laufenden Geschäftsjahr?

Frank Antwerpes

Die Konjunktur ist leider etwas stotternd ins Jahr 2002 gestartet. Da heißt es als Dienstleister: den Ball flach halten und genau auf die Kosten gucken. Wir sind aber deshalb nicht weinerlich und verfallen in Investitionsstarre. Auch in schlechten Zeiten kann man gute Geschäfte machen. Das haben wir uns für 2002 vorgenommen.

Jan Antwerpes

Mit dem Geld aus dem Börsengang haben wir unser Wachstum enorm beschleunigt. Unser Unternehmen hat es geschafft, den Umsatz innerhalb von zwei Jahren zu verdreifachen – ohne dabei die Profitabilität aus den Augen zu verlieren. Wir sind von 40 auf 125 Mitarbeiter gewachsen. Für dieses Geschäftsjahr stehen keine exponentiellen Wachstumsraten auf der Agenda, sondern die Anpassung unserer Strukturen und Prozesse an die geschaffene Größenordnung.



Jan Antwerpes

Nach seinem Betriebswirtschaftsstudium an der FU Berlin stieg Jan Antwerpes 1993 bei der antwerpes & partner GmbH ein. Seit Gründung der antwerpes ag ist er Finanzvorstand und setzt Zeichen in Sachen Personal & Organisation, Finanzen & Controlling sowie Public & Investor Relations.

Frank Antwerpes

Der gelernte Arzt der Human- und Zahnmedizin grub bereits während des Studiums als freiberuflicher Texter und Konzeptioner nach Kommunikationslösungen für Werbeagenturen, Pharmaindustrie und Investitionsgüterbranche. 1990 gründete er die antwerpes & partner GmbH. Seit Bestehen der antwerpes ag ist er ihr Vorstandsvorsitzender und zuständig für Business Development Healthcare sowie dem Bereich Marketing & Vertrieb.



Die Aktionäre interessieren auch die Dividendenaussichten. Wie sieht es da 2002 aus?

Frank Antwerpes

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir den Grundstock für eine Auszahlung gelegt. Fünf Cent pro Aktie wären drin gewesen. Wir haben uns aber entschlossen, die Gewinnentwicklung im Jahr 2002 abzuwarten. Dividenden machen nur Sinn, wenn sie regelmäßig ausgeschüttet werden. Es ist aber unser Ziel, für das Geschäftsjahr 2002 eine Dividende auszuschütten.

Thema Mitarbeiter: Gut ausgebildete und kreative Mitarbeiter sind für Ihr Unternehmen wichtig. Was können Sie uns zu Ihrer Personalpolitik sagen?

Jan Antwerpes

Im 1. Halbjahr lag der Schwerpunkt unserer Personalmaßnahmen vor allem auf der Rekrutierung. Jetzt konzentrieren wir uns stärker auf die Personalentwicklung, um die Qualität zu sichern. Nur mit qualifizierten Mitarbeitern kann man gute Jobs für seine Kunden machen.

Hermann Korte

Der Geschäftsführer der antwerpes.korte consulting und Vorstand der antwerpes ag hat seit Anfang 2000 die Bauleitung für Mergers & Acquisitions und Business Development im Bereich B2B. Vor seiner Vorstandstätigkeit für die antwerpes ag lagen zehn Jahre Berater-tätigkeit bei Roland Berger, seit 1996 als Mitglied der Geschäfts-leitung.



antwerpes hat noch 29 Mio. EUR auf dem Konto. Was wollen Sie 2002 damit tun?

Hermann Korte

Wir haben im Jahr 2001 weiter in Wachstum und Unternehmenskäufe investiert. Aber aufgrund unseres positiven Cash-flows schmilzt unser Kassenbestand nicht. Letztes Jahr haben wir zwei Transaktionen durchgeführt. Im März diesen Jahres haben wir die Mehrheit an der medicalpicture GmbH erworben. Weitere Zukäufe sind in der Vergangenheit häufig an den Preisvorstellungen der Verkäufer gescheitert. Wir stellen uns Firmen in der Größenordnung von maximal 20 Mitarbeitern und einer Million EUR Umsatz vor.

Sie haben im letzten Jahr Aktien dazugekauft. Wie werden sich die Altaktionäre in diesem Jahr verhalten?

Jan Antwerpes

Seit dem Börsengang hat sich der Vorstand von keiner Aktie getrennt. Man verkauft nichts, woran man glaubt. Die freiwillige Poolvereinbarung zwischen den Altaktionären haben wir bis zum April 2003 verlängert. Dieser Pool umfasst mehr als 70% der Aktien der antwerpes ag.



Ihre Visionen für die antwerpes ag im Jahr 2010:

Frank Antwerpes

Medianauten in allen wichtigen europäischen Hauptstädten. Wöchentliche Avatar-Meetings mit unseren Kunden. Eine lispelnde Droidin als Empfangsdame. Und ein halb automatisches Synthesegerät für Currywürste in unserer Kantine ...

Hermann Korte

Auf die erfolgreiche Integration von mehr als zehn akquirierten Firmen zurückzublicken.

Jan Antwerpes

Da ich ja eher für das Nüchterne verantwortlich bin: Jahresüberschüsse zu erwirtschaften und zum achten Mal Dividende auszusütten.



2 Das Unternehmen

- 2.1 Consulting
- 2.2 Research
- 2.3 Communication
- 2.4 Customer Care
- 2.5 Commerce & Logistic



Das Kerngeschäft der antwerpes ag ist Kommunikation. Wir entwickeln für unsere Kunden Ideen und Tools, die dabei helfen, Produkte besser zu verkaufen. Das klingt banal und ist es eigentlich auch. Als das Verkaufen noch relativ einfach war, etwa im Spätmittelalter, machte diesen Job ein Marktschreier.

Das Setting war einfach. Hier war der Apfel, dort der Käufer. Alles andere regelte man über Sprache und Mimik. Heute ist Kommunikation sehr viel komplexer. Sie verlangt eine Analyse des Marktes, eine Befragung der Zielgruppen, die Produktion von Broschüren und Webseiten, Customer Relationship Management und vieles mehr. Das Verkaufen als solches ist dasselbe geblieben. Nur braucht man heute eine Menge Spezialisten, um dasselbe zu erreichen wie der Marktschreier vor 500 Jahren.

Unternehmensstruktur

Gremium und Organe

Aufsichtsrat	Vorstand	Beirat
PD Dr. Dr. Christian Dierks (Vorsitzender) Dr. Joachim Pietzko (stellv. Vorsitzender) Winfried Leimeister	Dr. Frank Antwerpes (CEO) Jan Antwerpes (CFO) Hermann Korte (M & A)	Michael Thiess (Partner bei Roland Berger) Dr. Ronaldo Schmitz (ehemaliges Vorstandsmitglied Deutsche Bank) Volker Keidtel (Mitglied der Geschäftsleitung, Präsident OTC, Merck KGaA)

100%

antwerpes & partner ag, Köln	DocCheck® Medical Services GmbH, Köln	antwerpes & partner ag, Berlin	DocCheck® Medical Services Ltd., London	antwerpes romania S.R.L., Bukarest
Vorstand: Dr. Frank Antwerpes Jan Antwerpes Tanja Antwerpes	Geschäftsführer: Dr. Frank Antwerpes	Leitung: Dirk Pogrzeba	Managing Director: Dr. Frank Antwerpes	Executive Director: Diana Calugarescu

Beteiligungen

Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH	antwerpes.korte consulting GmbH	medizinstudent.de GmbH
Geschäftsführer: Roland Ortloff 51% antwerpes ag 49% Management (Option auf weitere 20% für antwerpes ag)	Geschäftsführer: Hermann Korte 51% antwerpes ag 49% Management (seit 01.03.2001)	Geschäftsführer: C. Giepen, A. Marcin, P. Schymanietz, G. Störck 30% antwerpes ag 70% Management (Option auf weitere 21% für antwerpes ag)

Die Medianauten

Wer Kommunikationsprobleme schnell lösen will, holt sich nicht irgendwelche Spezialisten, sondern Medianauten. So nennen sich die Mitarbeiter der antwerpes ag. Medianauten kennen sich aus mit Kommunikation. Sie sind frech und neugierig und haben Spaß daran, clevere Ideen auszubrüten und neue Kommunikationswege aufzuspüren. Damit der Kunde für sein Produkt bekommt, was flüchtiger als Äther und wertvoller als Platin ist: Die Rede ist von Aufmerksamkeit.

Wie erreichen Medianauten Aufmerksamkeit? Müssen sie dazu so kompliziert denken wie das Umfeld, in dem sie arbeiten? Die Antwort ist nein. Menschen lieben einfache Lösungen. Dinge, die sich leicht bedienen lassen. Ideen, die Spaß machen und leicht zu verstehen sind. Genau die entwickeln und liefern wir.



Unser Markt

Da Medianauten die Challenge lieben, haben sie eine Vorliebe für besonders schwere Fälle. Deshalb konzentrieren wir uns auf die B2B-Kommunikation. Dort wo Firmen mit anderen Firmen reden. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Healthcare-Sektor. In diesem Markt kennen wir uns gut aus, weil wir schon viele Kunden erfolgreich betreut haben. Wir kennen die speziellen Regeln der Branche. Und die Kunden unserer Kunden.

Aber auch in anderen Märkten schlagen wir uns nicht schlecht. Denn letztlich ist es egal, ob man Mullbinden, Feinstrumphosen oder Birnen verkauft: Die Qualität der Idee entscheidet, ob Kommunikation ein Erfolg wird oder nicht.

Definition Medianaut:

der, die, m, f: seltene Art auffällig neugieriger, kreativer Menschen, deren Leben um die Kommunikation kreist. Zentrale Aufgabe des Medianauten ist das Aufspüren neuer Kommunikationswege, -konzepte und -formen.

Die fünf Elemente

Dienstleistung ist gut, mehr Dienstleistung ist besser. Rund um den Kernbereich „Communication“ sind weitere Services der antwerpes ag angesiedelt. Ziel ist es, unsere Kunden früh anzusprechen und über eine lange Strecke zu begleiten. Deshalb bieten wir zusätzliche Module an, die eng mit „Communication“ verzahnt sind: Consulting, Research, Customer Care und Commerce & Logistic.

Die fünf Elemente zusammen bieten alles, was unsere Kunden brauchen, um ihre Produkte erfolgreich im Markt unterzubringen. Gleichzeitig ist damit gesagt, wie wir unsere Geschäftsfelder auswählen.

Die fünf Elemente

Die Geschäftsfelder der antwerpes ag				
Consulting	Research	Communication	Customer Care	Commerce & Logistic
Strategie- und Unternehmensberatung im eBusiness	Dienstleistungen und Tools für die Marktforschung	Konzeption und Realisation integr. Kommunikationsstrategien in neuen und klassischen Medien	Direct Marketing und Customer Relationship Management	Commerce & Logistickdienstleistungen
1	2	3	4	5
antwerpes. korte consulting	MafoMaker® DocCheck®/Research	antwerpes & partner ag	DocCheck®	DocCheck®/Shop

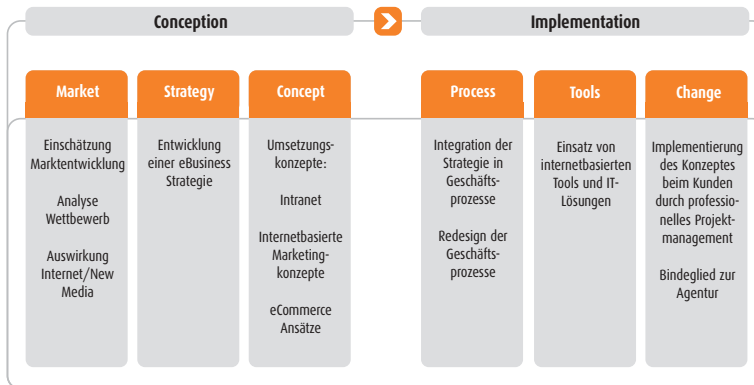
Die antwerpes ag bietet ihren Kunden fünf verschiedene Dienstleistungmodule an.

2.1 Consulting

Unternehmensberatung ist eine Dienstleistung, die in die Hände erfahrener Berater gehört. Hier geht es nicht um schnelle Schüsse aus der Hüfte, sondern um langfristiges Standing im Markt. Die Berater der antwerpes.korte consulting GmbH sehen daher genauso seriös aus wie andere Berater. Mit einem kleinen Unterschied vielleicht. Sie werfen nicht nur mit Charts um sich, sondern kümmern sich intensiv um das Rapid Prototyping und die anschließende Implementierung. Denn PowerPoint allein hat noch kein Unternehmen erfolgreich gemacht.



Wertschöpfungskette



antwerpes.korte consulting deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab von der Konzeption bis zur Implementierung von eBusiness-Lösungen.



2.2 Research

Wahrheiten sind oft tief im Markt verbuddelt. Um sie auszugraben, braucht man zwei Dinge: Menschen und Schaufeln. Beides bietet der Research-Bereich der antwerpes ag.

Fangen wir mit den Schaufeln an: Unsere webbasierte Softwarelösung MafoMaker® (www.mafomaker.de) erstellt interaktive Fragebögen, ohne dass man eine einzige Programmzeile schreiben müsste. Die Ausgabe erfolgt über Browser, Palm oder Handy. Bei so viel Vielfalt braucht es Disziplin: Deshalb laufen alle Ergebnisse brav in einer Datenbank zusammen. MafoMaker® ist das ideale Tool, um Marktforschungserhebungen zu beschleunigen und komplexe Abläufe zu vereinfachen.

Software ist Software. Deshalb hat sie einen Nachteil. Sie denkt nicht. Das tun unsere Researcher. Sie bieten unseren Kunden das notwendige Know-how für Marktforschung und Clinical Research. Weil auf ihrer Fahne steht, alles online zu erledigen, arbeiten sie schnell, effizient und präzise. Im Healthcare-Bereich ist unser Research besonders stark. Denn hier können wir auf unsere in Deutschland einmalige Ärzte- und Apotheker-Datenbank mit mehr als 130.000 Nutzern zugreifen.



2.3 Communication

Communication ist unser größtes und wichtigstes Geschäftsfeld. Hier leisten die Medianauten solide Agenturarbeit mit neuen und klassischen Medien. Sind wir nun eine Werbeagentur oder ein Systemhaus? Wir wissen es auch nicht genau. Fest steht, dass wir Anzeigen genauso gerne und gut machen wie datenbankgestützte Webapplikationen oder Flash-Trailer.

Wir halten Technik aber nicht für einen Dämon, der alle Probleme löst. Für Medianauten steht immer die Idee im Vordergrund, nicht das Medium. Diese Herangehensweise nutzen Kunden wie Aral, Aventis, Bayer, Degussa, Kaufhof, Novartis, Pfizer, Stada und viele andere.



Communication: Das Angebot

- Projektmanagement und Kundenberatung
- Konzeption und Planung von Marketingkonzepten und CRM-Programmen
- Layout und Gestaltung von Printmedien
- Screendesign und Navigationsarchitektur
- Full-Service-Produktionsabwicklung
- Programmierung komplexer Websites und Webapplikationen
- Implementierung von Content-Management-Systemen
- Implementierung von Online-Shopsystemen (Oracle, Intershop)
- eMarketing (Viral Strategies, Banner, Microsites)





2.4 Customer Care

Kunden zu gewinnen ist eine Sache, sie zu halten, eine andere. Deshalb erfanden innovative Kaufleute in den USA das Customer Relationship Management. Wir sagen lieber Customer Care, weil wir Europäer sind und weil man Kunden nicht managen, sondern pflegen sollte. Der Bereich Customer Care entwickelt Marketingwerkzeuge für spezielle Märkte und Zielgruppen, vorzugsweise auf der Basis von Datenbanken.

Ein wichtiges Standbein dieses Bereichs ist DocCheck® (www.doccheck.com). DocCheck® ist das größte und am schnellsten wachsende B2B-Portal für medizinische Fachkreise in Europa. Seit dem Launch 1996 haben sich über 130.000 Angehörige medizinischer Berufe registriert. Das sind drei Fußballstadien, aber es reicht uns nicht. Weil wir die Kunden unserer Kunden möglichst früh kennen lernen wollen, sind wir darüber hinaus am führenden Studentenportal medizinstudent.de beteiligt.

19 der 20 marktführenden Pharmafirmen in Deutschland nutzen DocCheck® als Zugangssystem für ihre Websites. DocCheck® basiert, im Gegensatz zu anderen Portalen, auf einem reinen Transaktionsmodell ohne kostspieligen Content. Die Inhalte werden durch die angeschlossenen Websites der Healthcare-Industrie geliefert, die vom DocCheck®-System durch deutlich höhere Besucherzahlen profitieren. Umgekehrt gewinnt DocCheck® durch die Healthcare-Websites kontinuierlich neue Nutzer. Im Zentrum des Business-Modells von DocCheck® stehen Online-Research (Marktforschung und klinische Forschung), eDetailing (Außendienstaktivitäten via Internet) und Online-Direktmarketing.



DocCheck®: Der Zwischenstand

- Mehr als 500 angeschlossene Websites
- 130.000 registrierte Nutzer (Stand: 31. Dezember 2001)
- Mehr als 5.000 Neuanmeldungen monatlich
- Führende Plattform für Online-Research im dt. Healthcare Markt
- 15% ausländische DocCheck®-Nutzer
- in 7 europäischen Sprachen verfügbar

2.5 Commerce & Logistic

Kann denn Liefersünde sein? Für die Medianauten nicht. Wenn man viel über das Verkaufen im Internet erzählt, ist es gut, eigene Erfahrungen gesammelt zu haben. Aber unser Engagement im eCommerce ist nicht nur dazu da, die Lernkurve steiler zu machen.

Unter dem Label „DocCheck®/Shop“ betreibt unsere Tochterfirma Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH einen der größten Online-Shops für Medizinbedarf in Deutschland. Pharmafirmen bieten wir die Möglichkeit, geschlossene Bestellzirkel für den Außendienst einzurichten oder fertige Shops mit individuellem Warenangebot in ihre Internetauftritte zu integrieren. Mailorder funktioniert aber nicht nur mit Spritzen. Daher nutzen wir die vorhandene Infrastruktur auch für Kunden außerhalb des Healthcare-Marktes, z. B. für den Werbeartikelversand oder Sonderverkaufsaaktionen.



Commerce & Logistic: Die Dienstleistungen

- mehr als 15.000 online bestellbare Artikel (DocCheck®/Shop)
- Shop-in-Site-Systeme für die Pharmaindustrie
- Geschlossene Außendienst-Shops (RepShops)
- Werbeartikellagerung und -versand





3 Die Mitarbeiter

Informationen, Zahlen und Einblicke in die Arbeitswelt einer besonderen Spezies: Der Medianauten.

Vermehrung

Das Geschäftsjahr 2001 brachte bei der antwerpes ag ein Mitarbeiterwachstum von 30% mit sich – immer schön im Gleichschritt mit steigenden Umsätzen. Aufgrund der konjunkturellen Abkühlung gegen Ende des Jahres ließen die Einstellungsaktivitäten im 4. Quartal allerdings etwas nach. Zum 31. Dezember 2001 waren 125 Medianauten bei antwerpes beschäftigt. Damit beträgt der Pro-Kopf-Umsatz im Durchschnitt 114 Tsd. EUR und liegt damit deutlich über dem Branchenschnitt.

antwerpes erhält pro Monat etwa 850 Bewerbungen und führt rund 85 Vorstellungsgespräche. Für die Mitarbeiter unserer Human Resource Abteilung bedeutet das eine Menge Arbeit. Um die Abläufe zu beschleunigen, haben wir Ende 2001 ein Tool entwickelt, das den gesamten Workflow für Bewerbungen komplett im Intranet abbildet. Trotzdem müssen alle Bewerbungen nach wie vor sehr sorgsam einzeln gesichtet werden. Denn echte Medianauten lassen sich nicht durch Formblätter und automatisierte Einstellungstests finden.



Haltung

Medianauten sind typische Bürobewohner. Da sich die Freiluft-haltung bei Bildschirmarbeitern negativ auswirkt, stehen in Köln und Berlin rund 3.000 qm Fläche als helles, warmes und trockenes Gehege zur Verfügung – pro Mitarbeiter durchschnittlich 24 qm. Damit liegen wir zwar unter dem Flächenangebot des neuen Bundeskanzleramtes, aber deutlich über den Platzverhältnissen in indischen Überlandzügen.

Mitte 2001 haben wir unsere Büroräume in Berlin vom Prenzlauer Berg nach Berlin-Mitte in die Nähe des Alexanderplatzes verlegt. Gastronomisch gesehen war der Tausch Fallafel gegen Broiler-Grill eine Verschlechterung. Die neuen Räume in der ehemaligen DDR-Staatsdruckerei haben dies aber wettgemacht.

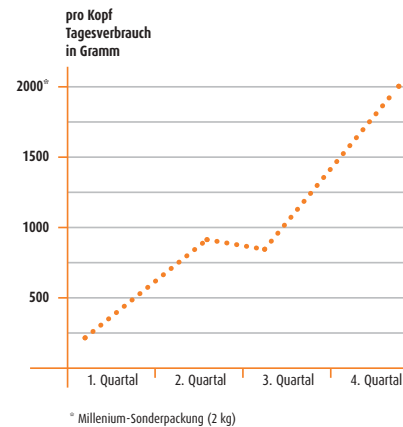
Training

Hamster können sich erlauben, auf der Stelle zu treten, Medianauten nicht. Das sich rasch ändernde technische Umfeld erfordert ständige Fortbildung und den Erwerb neuer Kompetenzen. Deshalb steht das Training aller Mitarbeiter bei uns hoch im Kurs. Neben der Schulung von „Hard Skills“, meistens Programmen, die wir für unsere tägliche Arbeit benötigen, werden auch die „Soft Skills“ in Form von Kommunikationsseminaren, Rhetorikkursen und Führungskräfte Trainings geschult. Denn Medianauten müssen auch das wichtigste GUI – die menschliche Mimik – ohne Probleme lesen können.

Nahrungsaufnahme

In engem Zusammenhang mit der physischen und psychischen Leistungsfähigkeit der Medianauten steht das Frühstücksbüfett. Pro Jahr und Medianaut steht dafür ein Betrag von 336 EUR zur Verfügung. Bei der statistischen Analyse der Kantinendaten konnte übrigens ein klarer Zusammenhang zwischen steigendem Nutellaverbrauch und Umsatzwachstum der antwerpes ag nachgewiesen werden. Der Versuch, diese Erkenntnis unternehmensstrategisch zu nutzen, wird vom Vorstand jedoch kritisch beurteilt.

Nutellaverbrauch 2001





4 Der Output

- 4.1 antwerpes & partner ag
- 4.2 DocCheck Medical Services GmbH
- 4.3 Beteiligungen

4.1 antwerpes & partner ag

Die Agentur steht für das Kerngeschäft „Communication“ und ist mit 66 Prozent der Hauptsatzträger der antwerpes Gruppe. In absoluten Zahlen bedeutet das in 2001 einen Umsatz von 10,2 Mio. EUR bei einer Wachstumsrate von 19 Prozent. Dabei lieferten sich die beiden Bereiche Digital Communication mit 5,6 Mio. EUR und Classical Communication mit 4,6 Mio. EUR ein Kopf-an-Kopf-Rennen.

Eifriges Pixelmischen

Mit dem Gewinn des Web-Etats der **Kaufhof AG** Ende des 2. Quartals sicherte sich antwerpes & partner den Auftrag für ein interessantes eCommerce-Projekt. Aufgabe der Medianauten war die Entwicklung eines runderneuerten Frontends, um den Galeria-Brand ins Web zu übertragen. Der komplette Relaunch des Internetauftritts der Warenhausgruppe ist im Herbst letzten Jahres online gegangen und unter www.galeria-kaufhof.de zu besichtigen.

Auch im Versicherungssektor legten die Medianauten Hand an: Für die **Roland Assistance GmbH** wurde die Corporate Website www.roland-assistance.de neu konzipiert und Ende Mai online gestellt.



www.aral-lubricants.de



www.fuehrerschein.de

Einen extrem vielseitigen Baugrund hatten unsere „Blau-männer“ zu beackern. Und das nicht ohne Erfolge: Ein neuer Corporate Look des langjährigen Kunden **Aral AG** ist seit Anfang August im Web präsent. Monatelang schwitzte ein neunköpfiges Medianauten-Team an der Vollendung des neuen Auftritts der deutschen Aral-Site. Im Fokus stand die Personalisierung: Per „Quick Finder“ gibt sich der User ein bestimmtes Profil, nach dem sich dann das Angebot ausrichtet. Unzählige Microsites von www.aral-kart.de bis www.fuehrerschein.de sowie diverse B2B-Sites wie www.trucker-des-monats.de sind dabei „mit links“ entstanden. Außerdem wurde ein weiterer praktischer Service entwickelt: WAP-Handy-Nutzer können sich die aktuellen Benzinpreise ihrer lokalen Tankstelle anzeigen lassen.

Nachdem das Team Anfang des Jahres auch für verschiedene österreichische Aral-Websites ein paar Finger krumm gemacht hatte, sammelte es bei der Realisierung eines Bonuspunkte-Systems für die **Aral Lubricants GmbH & Co. KG** ein paar wichtige B2B-Punkte, um schließlich noch – last, but not least – einen sauberen Relaunch des Aral-Produkte-Stores hinzulegen.



www.galeria-kaufhof.de



www.galeria-kaufhof.de



www.licher.de

Für den Neukunden **Midray GmbH** (www.midray.com) wurde 2001 tüchtig am Launch der Internetseiten geschraubt. Für den Messeauftritt auf der Systems wurde außerdem eine Microsite mit Flashanimation produziert.

Nach so viel Tastaturakrobatik gönnte die Bauleitung den Medianauten dann noch ein süffiges Projekt in Sachen „Beverage“: den Relaunch der Website www.licher.de für die **Licher Privatbrauerei GmbH & Co. KG**.



www.weihnachtsmann.com

Zuprosten konnten sich am Jahresende auch die Nachwuchstalente der Medianauten (Tarnname: Azubis). Durch ihren kreativen Werkzeugeinsatz erhielt die Fansite der Medianauten www.weihnachtsmann.com neuen Schliiff und wurde später sogar vergoldet – mit dem intermedia-globe beim worldmedia-festival 2002.



Gesundheitsfördernder Bit-Bau

Im Bereich Pharma online hat antwerpes & partner das Betätigungsfeld auf vielen Ebenen erweitert. Als Neukunde konnte die **Schering AG**, Berlin, gewonnen werden. Beim langjährigen Kunden **Woelm Pharma GmbH** wurde das Geschäft ausgebaut und ein kostenfreier Homepageservice für Apotheker unter www.apo-go.de realisiert.

Neue Web-Fassaden gab auch die **Novartis Deutschland GmbH** in Auftrag, die seit August unter www.novartis.de und auf der Site www.novartisoncology.de (**Novartis Pharma GmbH**) zu besichtigen sind. Erneut von Novartis als Online-Leadagentur auserkoren, verzichteten die Medianauten gern auf manche Brotzeit und entwickelten rund ein Dutzend Produkt-Microsites.

Natürlich wurde auch für den Kunden **Wyeth Pharma GmbH** kräftig gewerkelt. Unter anderem wurden die Sites www.dieschlanke.de und www.rheumabeschwerden.de gelauncht.

Im Sommer war dann Spezialgerät gefragt, um die Websubstanz der Special Interest-Site der **Bayer Vital GmbH**, www.DiabetesHaus.de, zu überarbeiten.

Für die **Pfizer GmbH** brachten die Medianauten während der hitzeträchtigen Sommermonate die Website www.cholesterin.de auf den neuesten Stand; für **Procter & Gamble Pharmaceuticals Germany GmbH** und **Aventis Pharma Deutschland GmbH** standen Design und Programmierung von www.osteoporose.com auf dem Bauplan. In Sachen eDetailing hat antwerpes für Aventis Pharma außerdem ein Pilotprojekt aufgesetzt, Ziel: „Proof of Concept“. Dabei war der DocCheck®-Ärztepool ein tragendes Element.



www.ketek-info.de



www.osteoporose.de



Stabile klassische Bausubstanz

Vier Neukunden erschienen im Bereich Classical Communication auf dem Plan. Im Frühjahr zimmerten die Medianauten für fünf Immunglobuline von **Aventis Behring GmbH** ein stabiles Dach. Diese Präparate werden zur Abwehrsteigerung bei Infektionskrankheiten eingesetzt – unter anderem bei Tollwut. Die Kommunikationsidee war schnell gefunden: Football. Denn auch hier spielt die Abwehr eine tragende Rolle.



Immunglobuline | Aventis Behring GmbH



Durogesic® | Janssen-Cilag GmbH

Für den 3. Virtuellen Phytokongress der **MADAUS AG** mussten die Kreativen dann kräftig anbaggern. Allerdings nicht das Erdreich, sondern Kunden. Neben dem Fundament – der Logoentwicklung – wurden Anzeige und Einladungskarte konzipiert. Die Referenten freuten sich über sauber gestaltete Folien.

Noch auf dem Reißbrett ist eine Neueinführung von **BERLIN-CHEMIE AG**, für die die Medianauten fleißig die Stifte spitzten. Das Richtfest mit allem was dazu gehört – Anzeigen, Salesfoldern, Abgabearbeiten und Außendienst-Motivation – findet in 2002 statt.

Bei der Ausschreibung für das Lead-Produkt der **Janssen-Cilag GmbH** (Durogesic®, ein Opioid-Pfizer gegen Schmerzen) kramte das Team die Ärmel gleich mehrfach hoch. Ein halbes Jahr lang hämmerte antwerpes & partner an der neuen Kampagne, die über Schmerzchronifizierung informiert. Anhand ungewöhnlicher Besprechungsmaterialien wurde der komplizierte Prozess des Schmerzgedächtnisses einfach und anschaulich erklärt. Weil Medianauten ungern halbe Sachen machen, freuten sie sich dann doppelt über den Gewinn des Gesamterfolgs. Jetzt wird vom Klinik-Salesfolder bis hin zum einfachen Schmerzfragebogen für Patienten alles mit orange angehauchten Ideen verputzt.



Glucobay® | Bayer Vital GmbH

Auch bei bestehenden Kunden stand der Besen nicht still. Für die **Bayer Vital GmbH** entstaubte die Agentur-Putzkolonne das Antidiabetikum Glucobay®. Mit elegantem Hüftschwung wurde die alte Kampagne weggefegt. So kann sich die Wirkung auf den erhöhten Blutzucker jetzt frech und sexy präsentieren.



Im Atelier für Aufregung, im Schlafzimmer für Ruhe sorgte Zolpidem STADA® von der **STADA Arzneimittel AG**. Die umfangreiche Neueinführung wurde von den Medianauten mit sämtlichen Extras ausgestattet – bis hin zum „Schlafscreening“ für menschliche Murmeltiere.

Für den langjährigen Kunden **Pfizer GmbH** legten die Kundenberater der Agentur die Wasserwaage an. Genauigkeit war gefragt, denn es hieß zur Einführung einer neuen Dosisstärke von Sortis® (Cholesterinsenker) die richtige Positionierung zu finden. Zielgenau auf den Arzt ausgerichtet entstand für die einzelnen Außendienstlinien ein individuell konzipiertes Besprechungskonzept.

Aufgestockt wurde auch bei der **Boehringer Ingelheim Pharma KG**. Für die Neueinführung frubiase SPORT plus arbeitete antwerpes & partner im Minutentakt: Apothekendekoration, Endverbraucher-Anzeigen und Verkaufsunterlagen. Müdigkeitsattacken in der Reinzeichnung konnten durch nächtliche Produktverkostung erfolgreich bekämpft werden.



Sortis® | Pfizer GmbH

Vereinigte Mobile in Berlin

Im Bann der silbernen Sichel pilgerte ein Dutzend Medianauten Mitte Mai zur Internet World nach Berlin. Das Motto „Vereinigte Mobile Emirate“ kam nicht von ungefähr, schließlich startete die Agentur gemeinsam mit TNS EMNID zur Messe ein Pilotprojekt für mobile Marktforschung. Den Messebesuchern wurden drei bis fünf Fragen zum Thema Internet gestellt, die Ergebnisse waren direkt am Stand zu sehen.



www.mobile-emirate.de

Während sich die angereisten Kölner mit einem „Salaam Mobileikum“ wieder aus Berlin verabschiedeten, hielten die Berliner Medianauten tapfer die Stellung. Neben den Vor- und Nachbereitungen der Messe waren sie mit neuen Projekten für die Berliner Energieriesen **Bewag AG** und **GASAG** beschäftigt: Nach dem Relaunch der Website erhielt Bewag ein konzernweites Intranet. Ein Händchen fürs Praktische haben die Medianauten auch bewiesen: Auf der neu gestalteten Homepage von GASAG können Kunden ihre Verträge nun online abschließen.



www.gasag.de

Die Corporate Site der **Degussa AG** stand das ganze Jahr über im Fokus: Im Backend wurde kräftigst gehämmert und die gesamte Website auf ein Content Management System umgestellt. Darüber hinaus entwickelten die Berliner die Microsite „Degussa Meets Science“ und arbeiteten bei weiteren Projekten mit, beispielsweise für „Energy Management“.



www.degussa.de

4.2 DocCheck Medical Services GmbH

Als starker Umsatztreiber erwiesen sich alle Aktivitäten rund um das Healthcare-Portal DocCheck®. Der Umsatz mit Research, Customer Care und Commerce & Logistic legte um 200 Prozent auf 4,85 Mio. EUR zu.

Mitte Juli gewann das in Europa größte und am schnellsten wachsende Internetportal für medizinische Fachkreise den 100.000sten User. Ende des Jahres waren es dann schon **130.000 Nutzer**. Vor allem im Bereich Online-Studien, Online-Marktforschung und bei der Einbindung von DocCheck®-User-Services auf Pharmasites erwirtschaftete DocCheck® erfreuliche Umsätze. Trotzdem keine Spur von Höhenangst – DocCheck® leistete sogar einen Beitrag zur Kostensenkung im Gesundheitswesen. Mit www.nebenwirkung.de schufen sie einen Webservice, der Ärzten und Apothekern die einfache Online-Meldung von unerwünschten Arzneimittelwirkungen ermöglicht.

Die DocCheck®er waren auch in eigener Sache aktiv. Mit der für Eigenprojekte typischen langen Tragzeit wurde die neue Homepage des Research-Bereichs gelauncht. Außerdem schritt der internationale Ausbau des DocCheck®-Netzwerks mit schnellen Schritten voran. In diesem Sinne hat DocCheck® sein Wirkungsfeld erweitert und in der **Schweizer** Bergwelt auf den Stein geklopft. So wird auch Mediziner und Apothekern vom Aletschgletscher bis nach Zürich unter www.doccheck.ch der kostenlose Passwortzugang DocCheck®Go! ermöglicht. In **Belgien** schloss DocCheck® einen Franchise-Vertrag mit dem belgischen Apothekerverband ab und eröffnete sich damit ein zusätzliches Nutzerpotential von 50.000 belgischen Ärzten und Apothekern.



www.doccheck.de



www.nebenwirkung.de

Produktrenovierung per eDetailing

Für die **Aventis Pharma Deutschland GmbH** baute DocCheck® die **eDetailing-Services** rund um den interaktiven Newsletter „zinapse“ für Neurologen und Psychiater weiter aus. eDetailing, die Abbildung und Unterstützung von Außendiensttätigkeiten via Internet, eignet sich besonders für die Kellerkinder pharmazeutischer Unternehmen, die so genannten Second-Line-Produkte. Auf www.zinapse.de wurde in mehreren Bauphasen ein vorbildliches eDetailing-Konzept errichtet. Attraktive Services aktivieren hier den Arzt – z. B. ein persönlicher, multifunktionaler Terminplaner oder individualisierbare Patientenblätter zum direkten Download.

Shuttle-Service für Eilige

In Anlehnung an die klassische Marktforschung baut DocCheck® seit Mitte Mai erstmals auf Online-Bus-Umfragen mit Ärzten und Apothekern. Bei den Mehrthemenumfragen über **MediBus**, **ApoBus** oder **KlinikBus** werden Fragebögen auf Basis von Fragenkatalogen mehrerer Auftraggeber erstellt und durch die deutsche Netzwerk geschickt. Das große Plus für die Auftraggeber sind die Qualität der Daten und die Schnelligkeit der Antworten. Eine saubere Konstruktion, wie das Feedback beweist: Schering, Aventis, Merckle, Bayer Vital und weitere Pharmafirmen sattelten um und nutzen fortan auch die Vorteile der digitalen Marktforschung.

Forschung am Fundament

Während andere Dienstleister darauf warten, dass die Kunden den Klingelknopf drücken, preschte DocCheck® vor. Auf Basis der Befragung von über 1.200 Ärzten wurde die erste repräsentative **Ärzte-Typologie** in Deutschland entwickelt. Die Studie liefert erstmals einen fundierten Überblick über Verschreibungs- und Behandlungsverhalten, den Einsatz von Praxis-Marketing, die technische und wissenschaftliche Ausrichtung sowie die Internetnutzung.

Studien im Cyberspace

2001 hat DocCheck® auch wieder diverse klinische Studien online auf den Weg gebracht. So wurde beispielsweise die erfolgreiche Zusammenarbeit mit **Novartis** mit einem neuen Projekt im Bereich Neurologie / Psychiatrie weiter fortgesetzt. Für **Novo Nordisk Pharma GmbH** wickelte das Team ein Pilotprojekt für eine große Online-AWB im Fachgebiet Gynäkologie ab. Außerdem konnte eine attraktive AWB-Lösung für die **Schering AG** realisiert werden. Ferner stand die Weiterentwicklung von mobilen Studien auf PDA oder Handy auf der To-do-Liste ganz oben.



4.3 Beteiligungen

Nicht nur in den medianautischen Heimstätten wird genagelt und gehämmert, sondern auch auswärts bei den Beteiligungen. 2001 war für alle Partnerfirmen der antwerpes ag ein sehr erfolgreiches Jahr.



4.3.1 antwerpes.korte consulting GmbH

Die Berater der antwerpes.korte consulting GmbH entwickelten im letzten Jahr den „eHealthCheck“. Dieses Spezialwerkzeug ermöglicht Pharmafirmen die Überprüfung und Validierung ihrer Internetstrategien. Des Weiteren arbeitete die Consulting an Konzepten zur Nutzung des Internets im Rahmen von **Disease-Management-Programmen**.

Auch außerhalb der Pharmabranche konnten unsere chronischen Anzugträger Akzente setzen und führten ihre Beratungstätigkeit für **DaimlerChrysler** weiter fort. Dabei unterstützt das Team um Hermann Korte den Nutzfahrzeugbereich des Konzerns bei der Umsetzung der zuvor entwickelten Telematikstrategie.

4.3.2 Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH

Die schlaunen Schwaben aus Weil legten 2001 vor allem beim eCommerce kräftig zu. Höchste Priorität genoss der Relaunch des Online-Shops (www.doccheckshop.de) und dessen nahtlose Integration in das DocCheck®-System. Neben dem neuen DocCheck®-Shop betreut Geisselmann die **MERCK dura GmbH**, für die die Stuttgarter eine Extranet-Einkaufslösung für den pharmazeutischen Außendienst sowie einen Ärzteshop betreiben. Im Juni startete außerdem eine Kooperation mit dem Pharmaindex Gelbe Liste (www.gelbe-liste.de).

Die Zahlen des DocCheck®-Shops können sich sehen lassen: **120% mehr Aufträge**, **96% mehr Kunden** und ein um **188% höherer Umsatz**. Alle Synergien innerhalb von antwerpes werden dabei genutzt. So betreut Geisselmann seit April für medizinstudent.de den Online-Shop von der Logistik bis zum Inkasso.

4.3.3 medizinstudent.de GmbH

Dass an deutschen Unis nicht geschlafen wird, beweisen vier Essener Studenten, die das größte deutsche Portal für junge Mediziner (www.medizinstudent.de) betreiben. Seit der 30 Prozent-Beteiligung der antwerpes ag Anfang März 2001 bauten die Medizinstudenten ihre umfassenden Services für die Zielgruppe weiter aus. Die gesamte Palette wurde unter einem einheitlichen Dach zusammengefasst: der „Console“, die natürlich mit dem DocCheck®-Passwort nutzbar ist.

In Kooperation mit dem **Urban & Fischer Verlag, München**, entwickelte medizinstudent.de außerdem einen personalisierbaren Online-Examensplaner. Auch den Vertrieb haben die Jungmediziner fest im Griff: Bestellungen werden in Zusammenarbeit mit dem Online-Bookshop der **Lehmanns Fachbuchhandlung GmbH** abgewickelt.



www.doccheckshop.de



5 Die Aktie

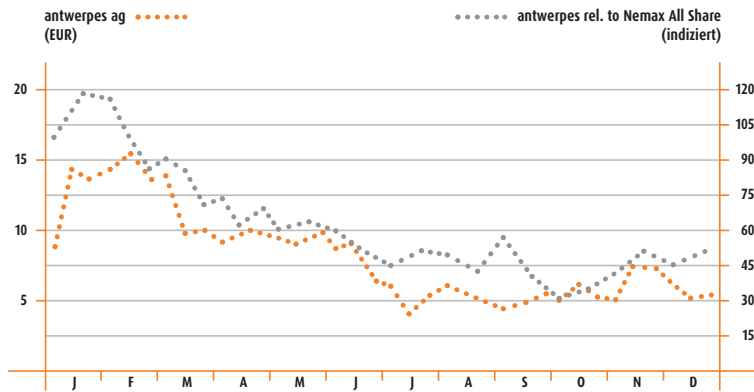
Die wichtigsten Fakten für Aktionäre und Anleger.
Mit Anmerkungen zu Emission und Entwicklung.

Schnäppchen für Hingucker

Die antwerpes Aktie fand Anfang Juli mit einem Wert von 3,89 EUR ihr Allzeittief. Das freut weder die Aktionäre noch den Vorstand, der mehr als 60% der Aktien hält. Die Kursentwicklung spiegelt nicht das Potential der antwerpes ag wider. antwerpes erzielte durch den Börsengang einen Netto-Emissionserlös von knapp 28 Mio. EUR. Im Gegensatz zu anderen Unternehmen wurde kein Geld verbrannt. Striktes Ausgabenmanage-

ment und risikoadäquates Vorgehen ließen den Kassenbestand in 2001 auf rund 28,7 Mio. EUR anwachsen. Das sind 4,86 EUR pro Aktie. Unser dynamisch wachsendes und strategisch gut ausgerichtetes Unternehmen gibt es bei diesem Kurs fast umsonst dazu. Wenn wir unsere Aktien nicht am Neuen Markt, sondern bei Aldi anbieten würden, wären wir jetzt ausverkauft.

Entwicklung der antwerpes Aktie



Quelle: DZ BANK AG Deutsche Genossenschaftsbank

Die antwerpes ag Aktie 2001

	in €	
Höchster variabler Preis:	16,34 (XETRA)	
Tiefster variabler Preis:	3,89 (XETRA)	
Schlusskurs (28.12.01):	5,40 (XETRA)	
Gewinn pro Aktie:	0,22	

Aktionärsstruktur zum 31. Dezember 2001

Anteilseigner	in Prozent	Stückzahl Aktien
Dr. Frank Antwerpes	47,00	2.775.274
Jan Antwerpes	15,69	926.140
Dr. Johannes Kersten	7,83	462.031
Hermann Korte	1,29	76.038
Roland Ortloff	0,75	44.312
Edelgard Lessing	0,43	25.555
Dr. Dr. Christian Dierks	0,01	866
Dr. Joachim Pietzko	0,01	866
Dr. Winfried Leimeister	0,00	0
Freefloat	26,99	1.593.230



Aktieninvestitionen sind langfristige Anlagen. Was kann dabei beruhigender sein als ein Vorstand, der Vertrauen in das eigene Unternehmen hat und Aktien kauft? Vielleicht noch die Tatsache, dass Altaktionäre die Poolvereinbarung um ein weiteres Jahr verlängern. Wenn dann auch noch die Dividenden in Aussicht gestellt werden, bleibt für Aktionäre eigentlich kein Wunsch offen.

Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte

Gesellschaft	Stückzahl Aktien	Datum	Anteilseigner
Vorstand antwerpes ag	+ 4.000	06.07.2001	Hermann Korte (Vorstand)
	+ 4.000	09.07.2001	Hermann Korte (Vorstand)
	+ 1.000	09.07.2001	Jan Antwerpes (CFO)
Aufsichtsrat antwerpes ag	Keine Wertpapiergeschäfte bekannt (bis Redaktionsschluss Ende März)		

Angaben zur Emission

Emissionskonsortium	DZ BANK AG (Lead), HSBC (Co-Lead), net.IPO AG
Zeichnungsfrist	11. bis 13.04.2000
Erster Handelstag	17.04.2000
Bookbuildingspanne	18 bis 21 EUR
Emissionspreis	21 EUR
Erster Börsenpreis	23 EUR
Verfügb. u. ausgeübter Greenshoe	146.000

Fakten zur Aktie

Handelssegment	Neuer Markt (ISIN: DE0005471007// WKN: 547100)
Börsenkürzel	AJ9
NM-Branchenschlüssel	Internet
CDAX-Branchenschlüssel	Software
Notierungen	Neuer Markt Frankfurt /a. M. und im Freiverkehr in Berlin, Bremen, Düsseldorf, Hamburg, München und Stuttgart
Designated Sponsors	DZ Bank AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, HSBC Trinkaus & Burkhardt KgaA
Bilanzierungsmethode	IAS
Lock-up Altaktionäre	Freiwillige Poolvereinbarung bis 17.04.2003



6 Der Jahresabschluss

- 6.1 Lagebericht
- 6.2 Bilanz
- 6.3 GuV
- 6.4 Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2001
- 6.5 Bestätigungsvermerk des Wirtschaftsprüfers
- 6.6 Bericht des Aufsichtsrates

6.1 Lagebericht

Zusammengefasster Lagebericht und Konzernlagebericht der antwerpes ag, Köln, für das Geschäftsjahr 2001.

Der antwerpes Konzern („antwerpes“, oder „Konzern“) besteht aus der antwerpes Aktiengesellschaft („antwerpes ag“) und ihren Tochtergesellschaften antwerpes & partner Aktiengesellschaft („antwerpes & partner“), DocCheck® Medical Services Gesellschaft mit beschränkter Haftung („DocCheck®“), DocCheck® Medical Services Limited („DocCheck® Ltd.“), antwerpes romania Societate comerciala cu raspundere limitata („antwerpes romania“), der Albert Geisselmann Medizinbedarf Gesellschaft mit beschränkter Haftung („Geisselmann“) und der antwerpes.korte consulting GmbH („antwerpes.korte“).

Die **antwerpes ag** nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr und hat ihren Geschäftssitz in Köln. Das Dienstleistungs- und Beratungsgeschäft wird von den Tochtergesellschaften betrieben. Die Erläuterungen im Anhang erfolgen daher gemeinsam mit denen des Konzerns. Sofern nicht ausdrücklich auf die ag hingewiesen wird, beziehen sich alle Ausführungen auf den Konzern. Der Abschluss für den Konzern ist nach § 292 a HGB mit befreiender Wirkung nach den International Accounting Standards (IAS) des International Accounting Standards Committee (IASC), London, erstellt worden. Die Interpretationen des Standing Interpretations Committee (SIC) des IASC, London, wurden beachtet.

Das Geschäftsjahr von ag und Konzern erstreckte sich vom 1. Januar 2001 bis 31. Dezember 2001.

6.1.1 Entwicklung und Lage des Konzerns

Markt- und Wettbewerbsumfeld

Insgesamt hat sich antwerpes mit einem Umsatzwachstum von fast 50 Prozent im Geschäftsjahr 2001 gegenüber dem Vorjahr gut behauptet, denn der Markt für Internetagenturen erlebte im Jahr 2001 eine deutliche Konsolidierung. Der Nachfragerückgang nach der Konzeption und Realisierung von digitalen Medien traf bei einigen Wettbewerbern auf massiv aufgebaute Kapazitäten und potenzierte damit deren Kostenprobleme. Der daraus resultierende Restrukturierungsbedarf äußerte sich u. a. in der Freisetzung von Mitarbeitern, der Schließung von Niederlassungen und der Trennung von Randaktivitäten. Einige Wettbewerber, darunter auch zwei börsennotierte Agenturen, mussten in der Folge Insolvenz anmelden. Andere Agenturen lehnten sich stärker an die Muttergesellschaft an (Pixelpark) oder beteiligten strategische Partner (GFT).

Von großen internationalen Werbeagenturen wurde der Konsolidierungsprozess als Gelegenheit erkannt, die Versäumnisse, die durch den verspäteten Markteintritt entstanden waren, wieder aufzuholen. Teilweise wurden Internetagenturen akquiriert (Concept!), teilweise bediente man sich aus deren Insolvenzmasse (Kabel, Popnet).

Dieser Konsolidierungsprozess wird sich im Jahr 2002 weiter fortsetzen. Aufgrund der schwachen Konjunktur in Deutschland wird es zu keiner deutlichen Nachfragerückgang kommen und es wird weiterer Wettbewerbs- und Preisdruck durch IT-System- und Softwarehäuser entstehen, die ihren Marktanteil bei der Konzeption und Produktion von digitalen Medien zu Lasten der Agenturen vergrößern wollen.

antwerpes geht davon aus, gestärkt aus dem Konsolidierungsprozess hervorzugehen. Insgesamt konnte im Jahr 2001 die Wettbewerbsstellung verbessert werden. Durch überdurchschnittliches Wachstum im Verhältnis zur Branche wurde der Abstand zu vormals größeren und marktführenden Agenturen verkleinert. In Kombination mit einer kontinuierlichen Unternehmensentwicklung empfiehlt sich antwerpes damit weiter als Partner für große Unternehmen. Zudem erweist sich die vertikale Ausrichtung im Healthcare-Markt mit den Geschäftsfeldern Tools & Commerce, Communication und Consulting als weniger empfindlich gegenüber konjunkturellen Schwankungen.



Dienstleistungen und Produkte

antwerpes hat die grundsätzliche Ausrichtung seiner Marktstrategie im Jahr 2001 nicht verändert. Weiterhin liegt der strategische Fokus auf großen Kunden aus den Bereichen Healthcare und B2B. Für diese Kunden hat antwerpes das Produkt- und Dienstleistungsportfolio weiter ausgebaut. Im Healthcare-Markt ist es antwerpes dabei gelungen, die einzelnen Geschäftsbereiche weiter zu verknüpfen und damit seinen Kunden ein umfassendes Dienstleistungsportfolio anzubieten:

Classic Media liefert Kommunikationskonzepte auf hohem fachlichem und kreativem Niveau für die Healthcare-Industrie im Bereich Print, Direktmarketing und Event.

New Media entwickelt und implementiert Inter-, Intra- und Extranetanwendungen.

DocCheck® betreibt den Zugangsservice für über 500 Websites und verfügt über 130.000 User aus dem Healthcare-Bereich. Auf Basis des Zugangsservice werden bei DocCheck® Produkte und Dienstleistungen entwickelt, die Transaktionen zwischen den Usern und der Healthcare-Industrie generieren, z. B. eDetailing, Direktmarketing, Clinical Research und Marktforschung. Diese Produkte werden von DocCheck® zum Teil selbst vertrieben bzw. im Rahmen der Konzeption und Realisierung von Inter-, Intra- und Extranetanwendungen für Kunden aus der Healthcare-Industrie eingesetzt. Durch Kooperation mit einer Verlagstochter in der Schweiz und medizinischen Fachverbänden in Belgien konnte DocCheck® im Jahr 2001 auch die Internationalisierung seiner Services vorantreiben.

Geisselmann ist der eCommerce- und Logistik-Dienstleister innerhalb der antwerpes-Gruppe. Geisselmann betreibt eine eCommerce-Plattform für Medizinbedarf und kleinere Medizintechnik mit der Zielgruppe Arztpraxen und übernimmt logis-

tische Aufgaben innerhalb des Projektgeschäftes der antwerpes-Gruppe wie Beschaffung und Versendung von Werbeartikeln oder Prämien.

Die **Produktentwicklung** ist eine Unit innerhalb der antwerpes & partner ag. Diese Unit hat im Geschäftsjahr 2001 mit MafoMaker® ein webbasiertes Tool für die Online- und Offline-Marktforschung entwickelt. Der Vertrieb erfolgt über die Produktentwicklung selbst wie auch über die anderen Geschäftsbereiche von antwerpes.

medizinstudent.de betreibt das größte deutsche Portal für Medizinstudenten und dient als Brückenkopf zu zukünftigen DocCheck®-Usern und damit zu den angehenden Kunden der Healthcare-Industrie.

antwerpes.korte entwickelt strategische Konzepte für den Einsatz neuer Medien. Für den antwerpes-Konzern führt antwerpes.korte alle M & A-Transaktionen durch und screen den Markt nach Unternehmen, die das Produkt- und Dienstleistungsportfolio von antwerpes sinnvoll ergänzen können.

Dieses Dienstleistungsportfolio versetzt antwerpes in die Lage, für seine Kunden aus dem Healthcare-Bereich Strategien zu entwickeln, diese in klassische und digitale Marketingkonzepte umzusetzen, über DocCheck® den entsprechenden Zielgruppenkanal darzustellen und mit Geisselmann die anfallenden logistischen Aufgaben zu übernehmen.

Außerhalb des Healthcare-Marktes bedient antwerpes sehr erfolgreich auch Kunden aus dem B2B- und B2C-Bereich. Neben der hohen technischen und kreativen Kompetenz kann antwerpes bei diesen Kunden auch das aggregierte Know-how, das durch Aufbau, Betrieb und Vermarktung einer eigenen B2B-Plattform entstanden ist, erfolgreich einsetzen.

Umsatz- und Auftragsentwicklung

Die Geschäfts- und Umsatzentwicklung von antwerpes im Geschäftsjahr 2001 lässt sich in zwei Abschnitte unterteilen. Im 1. Halbjahr konnte antwerpes seinen Wachstumskurs mit fast unverminderter Geschwindigkeit fortsetzen. Der Umsatz konnte im 1. Halbjahr auf 7,7 Mio. EUR gesteigert werden und lag damit doppelt so hoch wie im Vorjahreszeitraum. Erst als es im 2. Halbjahr zu einer deutlichen Abkühlung der Konjunktur kam, veränderte sich die Nachfragesituation auch für antwerpes. Die Umsätze im 2. Halbjahr konnten gegenüber dem 1. Halbjahr nicht mehr gesteigert werden. Vor allem im Bereich New Media wurde in der 2. Jahreshälfte deutlich spürbar, dass die Großunternehmen aufgrund von sinkenden Gewinnen und verhaltenem Wachstum ihre Budgets reduziert und geplante Projekte verschoben oder gestrichen haben. Trotzdem konnte dieser Bereich aber im gesamten Geschäftsjahr 2001 gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von 19,5 Prozent auf 5,6 Mio. EUR erzielen.

Der Bereich Classic Media konnte um 17,5 Prozent auf 4,6 Mio. EUR wachsen und liegt damit deutlich über dem Marktwachstum für klassische Medien.

Mit einem Umsatzsprung von 1,6 Mio. EUR auf 4,8 Mio. EUR (200 Prozent) sorgte der Bereich Tools & Commerce wieder für das dynamischste Wachstum innerhalb des antwerpes-Konzerns.

Die Auftragsentwicklung konnte bei antwerpes über das Geschäftsjahr weitgehend stabil gehalten werden. Der Großteil der Aufträge von antwerpes resultiert aus langfristigen Kundenbeziehungen und der Weiterentwicklung von bestehenden Projekten. Darüber hinaus konnte antwerpes auch im Jahr 2001 regelmäßig neue Kunden über Kundenempfehlungen und im Rahmen von Wettbewerbspräsentationen gewinnen.

Betriebsergebnis und Cash-flow

Mit einem Betriebsergebnis von 0,8 Mio. EUR, einer EBIT-Marge von 5 Prozent und einer EBITDA-Marge von 12 Prozent gehört antwerpes zu den profitabelsten Unternehmen seiner Branche. Die Bereiche New Media und Classic Media liegen in ihrer Profitabilität (gemessen am Deckungsbeitrag I) in etwa gleichauf. Der Bereich Tools & Commerce weist aufgrund seines schnellen Wachstums und der Entwicklung von zukunftssträchtigen Geschäftsfeldern noch einen negativen Ergebnisbeitrag aus, liefert aber deutliche Vertriebsimpulse für die anderen Geschäftsbereiche.

antwerpes hat nach dem Börsengang im April 2000 massiv in Infrastruktur und neue Geschäftsfelder investiert. Diese Investitionen bedingten bis zum Ende des 1. Quartals 2001 einen negativen Cash-flow. Ab dem 2. Quartal wurde dann wieder Liquidität aufgebaut, davon fast 3 Mio. EUR im 2. Halbjahr. Am Ende des Jahres 2001 verfügt antwerpes mit 28,7 Mio. EUR über höhere liquide Mittel, als seinerzeit durch den Börsengang aufgelassen sind. Die liquiden Mittel hat antwerpes ausschließlich in risikolose Festgelder angelegt.



Neue Unternehmensbeteiligungen

Im Jahr 2001 hat es zwei Veränderungen im Beteiligungsportfolio von antwerpes gegeben:

1. Erhöhung der Beteiligung an der antwerpes.korte consulting GmbH, Köln

Die antwerpes ag erhöhte am 12. Februar 2001 mit Wirkung zum 1. Januar 2001 ihre Beteiligung von bisher 30 auf 51 Prozent. Von den verbleibenden 49 Prozent hält Hermann Korte, Geschäftsführer der antwerpes.korte.consulting und Vorstandsmitglied der antwerpes ag, 46 Prozent, Herr Oliver Haydt 3 Prozent.

2. Erwerb von 30 Prozent der Anteile an der medizinstudent.de GmbH, Essen

Am 7. März 2001 hat antwerpes die Beteiligung von 30 Prozent an der medizinstudent.de GmbH bekannt gegeben. www.medizinstudent.de bietet ein umfassendes Informationsangebot und ist mit 400.000 Page Views pro Monat das führende Portal für junge Mediziner. Die Beteiligungssumme in Höhe von 150 Tsd. EUR wurde bar bezahlt. antwerpes hat die Option, die Beteiligung in zwei Jahren in eine Mehrheitsbeteiligung umzuwandeln.

Personal

Parallel zum Umsatzwachstum verlief auch das Personalwachstum bei antwerpes. Während im 1. Halbjahr der Schwerpunkt auf der Rekrutierung neuer Mitarbeiter lag, um bestehende Aufträge abzarbeiten, wurde im 2. Halbjahr stärker die Personalentwicklung fokussiert, um die Dienstleistungsqualität im Unternehmen abzusichern.

Am Ende des Jahres waren bei antwerpes 125 Mitarbeiter beschäftigt gegenüber 96 Mitarbeitern Ende 2000. Damit waren Ende des Jahres 2001 geringfügig weniger Mitarbeiter beschäftigt als zum Ende des 3. Quartals. Im Durchschnitt waren im Jahr 2001 135 Mitarbeiter in der antwerpes-Gruppe beschäftigt, der Pro-Kopf-Umsatz betrug im Durchschnitt 114 Tsd. EUR und liegt damit deutlich über dem Durchschnitt der Branche.

6.1.2 Entwicklung und Lage der ag

Die antwerpes ag nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr und hat ihren Geschäftssitz in Köln. Die Aktien sind seit dem 17. April 2000 am Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse notiert. Die antwerpes ag beschäftigte zum Jahresende 17 Mitarbeiter. Ihren Tochtergesellschaften bietet die antwerpes ag die Übernahme von administrativen Unternehmensfunktionen an, dazu gehören u. a.:

- Geschäftsführung
- Rechnungswesen
- Controlling
- Facility-Management
- Human Resource
- Organisationsentwicklung
- Frontoffice
- Corporate Communications

Abhängig vom Grad der Beteiligung und dem Standort werden diese Unternehmensfunktionen in unterschiedlicher Intensität von den Tochtergesellschaften abgefordert.

Die Erlöse, die die antwerpes ag aus dieser Tätigkeit erzielte, betragen 3,1 Mio. EUR. Mit dem Vorjahr ist diese Zahl nur bedingt vergleichbar, da die Zentralisierung der Unternehmensfunktionen erst im Laufe des Jahres 2000 erfolgte. Hinzu kamen Zinserträge aus der Anlage der liquiden Mittel in Höhe von

1,2 Mio. EUR sowie Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 1,9 Mio. EUR. Durch den Jahresüberschuss in Höhe von 2,2 Mio. EUR konnten die ausstehenden steuerlichen Verlustvorträge aus dem Börsengang in Höhe von 1,8 Mio. EUR aufgezehrt werden. Die antwerpes ag wird damit formal in die Lage versetzt, ab dem Geschäftsjahr 2002 Dividenden an ihre Aktionäre auszuschütten.

Die zukünftige Geschäftsentwicklung der antwerpes ag ist an die wirtschaftliche Entwicklung des antwerpes-Konzerns gekoppelt.

6.1.3 Risiken

Die künftige Geschäftsentwicklung von antwerpes unterliegt Risiken. Diese Risiken können das Wachstum, die Ertrags- und Finanzlage sowie die zukünftige Geschäftsentwicklung von antwerpes gefährden. Im Rahmen seines Risikomanagementsystems prüft und bewertet das Management von antwerpes regelmäßig mögliche Risiken und entscheidet über Maßnahmen zur Risikoabwehr oder zur Risikobegrenzung.

Das Management von antwerpes hat folgende wesentliche Risiken identifiziert:

a. Konjunkturelle Risiken und ihre Auswirkungen auf die Auftragslage

Seit Beginn des 2. Halbjahres 2001 hat sich das konjunkturelle Klima in Deutschland deutlich abgekühlt. Das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) hat 2001 nur noch real 0,6 Prozent zugelegt nach 3 Prozent im Jahr 2000. 2001 war damit das schwächste Jahr seit 1993. Eine wirtschaftliche Erholung ist nach Einschätzung vieler Experten frühestens im 2. Halbjahr 2002 zu erwarten. Die Auftragslage von antwerpes könnte durch die geringe wirtschaftliche Dynamik beeinträchtigt werden, da die Investitionsbereitschaft vieler Kunden von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig ist.

b. Abhängigkeit von Schlüsselpersonen

Die erfolgreiche Geschäftstätigkeit der antwerpes Gruppe steht in Abhängigkeit von einigen Schlüsselpersonen. Sollte es nicht gelingen, diese Schlüsselpersonen an das Unternehmen zu binden, oder sollten einige dieser Schlüsselpersonen dauerhaft ausfallen, könnte die erfolgreiche Geschäftstätigkeit gefährdet werden.

c. Gefährdung der Profitabilität und des Wachstums des Geschäftsbereiches New Media

Es gibt einige Marktentwicklungen, die das Geschäftsmodell von Internetagenturen gefährden. Auf Seiten der technischen Implementation konkurrieren die Internetagenturen immer stärker mit IT-Systemhäusern, beim Design und der Kommunikationsberatung mit klassischen Werbeagenturen und beim Preis mit kleineren Agenturen. Durch diese Entwicklungen können die Profitabilität und das Wachstum des Geschäftsbereiches New Media dauerhaft gefährdet werden.

d. Veränderung von rechtlichen Rahmenbedingungen im Healthcare-Markt

antwerpes erwirtschaftet zwei Drittel seiner Umsätze im Healthcare-Markt. Dieser Markt ist einerseits mit einem Anteil von über zehn Prozent am Bruttoinlandsprodukt sehr groß, zeichnet sich aber auch durch besondere rechtliche Rahmenbedingungen aus. antwerpes erwartet in Zukunft sowohl Regulierungen aufgrund der rapide steigenden Kosten im Gesundheitswesen als auch Deregulierungen im Rahmen der informationellen Selbstbestimmung der medizinischen Laien. Beide Entwicklungen können einen negativen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit von antwerpes haben.

e. Neuartige Großprojekte

Die Internetprojekte der Kunden der antwerpes ag werden beständig komplexer und weisen höhere Volumina auf. Da die antwerpes ag viele Projekte auf Festpreisbasis abwickelt, steigt das Risiko, dass bei neuartigen Projekten die ursprüngliche Kalkulation überschritten wird.

f. Integration und Steuerung von Akquisitionen

Die antwerpes ag ist als Holding organisiert und hat in der Vergangenheit Unternehmen akquiriert und beabsichtigt, dies auch in Zukunft zu tun. Der zukünftige wirtschaftliche Erfolg von antwerpes ist davon abhängig, inwieweit es antwerpes gelingt, die akquirierten Unternehmen in die bestehende Organisation zu integrieren und sie zu steuern.

6.1.4 Wichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der zwischen Dr. Frank Antwerpes, Jan Antwerpes, Dr. Johannes Kersten und Edelgard Lessing im April 2001 abgeschlossene Poolvertrag hat sich im Januar 2002 automatisch bis zum April 2003 verlängert. Die am Poolvertrag Beteiligten halten mehr als 70 Prozent des Kapitals der antwerpes ag. Der Vertrag verpflichtet die Unterzeichner dazu, bei einem beabsichtigten Verkauf von Aktien den anderen am Poolvertrag Beteiligten den Mitverkauf im Verhältnis ihrer Anteile untereinander anzubieten. Durch diese Regelung soll ein unabgestimmter und unkontrollierter Verkauf von Aktien aus dem Bestand der Poolbeteiligten verhindert werden.

6.1.5 Ausblick

antwerpes hat den Umsatz innerhalb von zwei Jahren von 4,5 auf 15,4 Mio. EUR mehr als verdreifacht und seine Stellung im Markt deutlich verbessert. Die Chancen, die sich aus dem Wachstum des Marktes und aus dem Börsengang ergaben, wurden genutzt. Die derzeit unsicheren konjunkturellen Aussichten können dazu führen, dass antwerpes kurzfristig nicht mehr an das Wachstum der zurückliegenden Jahre anknüpfen kann. Die langfristigen Aussichten werden aber positiv beurteilt, da die Chancen in den Märkten von antwerpes deutlich größer sind als die Risiken:

- Fast jeder zweite erwachsene Deutsche ist inzwischen online, im Jahr 2001 stieg die Nutzerzahl laut einer Forsa-Studie um 56 Prozent auf fast 28 Millionen Nutzer. Die hohe Nutzerzahl und die rasante technologische Entwicklung werden dazu führen, dass das Internet von nahezu jedem genutzt wird und alle Lebensbereiche durchdringt.
- Die Durchdringung des Internets eröffnet den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Geschäftsprozesse immer weiter zu digitalisieren und damit ihre Produktivität zu steigern. Deswegen werden die Unternehmen ihre Investitionen in die Nutzung der Internettechnologie kontinuierlich ausdehnen.
- Der Healthcare-Markt hat in Deutschland einen Anteil von über zehn Prozent an der gesamtwirtschaftlichen Leistung. Die prognostizierten Wachstumsraten liegen zwischen drei Prozent und sechs Prozent p. a. und damit deutlich über dem gesamtwirtschaftlichen Wachstum in den nächsten Jahren.

antwerpes geht aufgrund dieser Chancen davon aus, dass das Geschäftsjahr 2002 nur ein Übergangsjahr zur nächsten Wachstumsphase bleiben wird. Ein Ziel für das Geschäftsjahr 2002 ist es deswegen, Prozesse und Strukturen innerhalb der Company zu optimieren, um auch in der nächsten Wachstumsphase leistungsfähig und profitabel zu bleiben.

Die gute strategische Positionierung mit Fokus auf den Healthcare-Markt, die hohe Cash-Position und die exzellenten Mitarbeiter von antwerpes bilden für das Erreichen dieses Ziels eine hervorragende Ausgangsbasis.

Köln, den 11. März 2002



6.2 Bilanz

Konzernbilanz/Aktiva

	Erläuterungen	01.01.2001 -31.12.2001	01.01.2000 -31.12.2000
Kurzfristige Vermögensgegenstände			
Liquide Mittel	in € 25	28.705.949	11.913.928
Wertpapiere des Umlaufvermögens		0	14.730.750
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	21	2.645.450	2.209.579
Forderungen gegen Unternehmen im Verbundbereich	21	107.099	379.249
Vorräte	20	279.936	221.452
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	26	26.902	34.734
Kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt		31.765.336	29.489.692
Sachanlagevermögen	18	1.870.006	1.197.535
Immaterielle Vermögensgegenstände	16	403.708	380.332
Finanzanlagen	19	171.494	40.994
Geschäfts- oder Firmenwert	17	791.975	763.867
Latente Steuern	24	0	522.975
Sonstige Vermögensgegenstände	22	299.961	1.406.320
Aktiva, gesamt		35.302.480	33.801.715

Konzernbilanz/Passiva

	Erläuterungen	01.01.2001 -31.12.2001	01.01.2000 -31.12.2000
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen	in € 61	61	8.071
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	30	525.197	671.595
Erhaltene Anzahlungen		115.216	0
Rückstellungen	29	836.111	589.481
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		151.310	43.703
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	31	896.387	529.030
Verbindlichkeiten gegen Unternehmen im Verbundbereich		12.589	335.934
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt		2.536.871	2.177.814
Latente Steuern	32	77.500	275.543
Minderheitenanteile		190.253	140.850
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	27	5.904.312	5.904.312
Kapitalrücklage		28.179.620	28.179.620
Bilanzgewinn/-verlust		1.586.808	318.411
Gewinnrücklagen		72.686	50.735
Kapitalausgleichsposten	28	-3.245.570	-3.245.570
Eigenkapital, gesamt (ohne Minderheitenanteile)		32.497.856	31.207.508
Passiva, gesamt		35.302.480	33.801.715

6.3 GuU

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Erläuterungen	01.01.2001 –31.12.2001	01.01.2000 –31.12.2000
1. Umsatzerlöse	in €	15.405.021	10.334.689
2. Sonstige betriebliche Erträge	36	529.302	73.009
3. Bestandsveränderungen an fertigen und unfertigen Erzeugnissen		–119.667	–172.100
4. Andere aktivierte Eigenleistungen	34	181.973	255.458
5. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		3.233.803	2.450.594
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		1.687.615	1.399.659
		4.921.418	3.850.253
6. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter		5.384.331	2.948.148
b) soziale Abgaben		880.670	382.262
		6.265.001	3.330.410
7. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	35	1.023.948	542.612
8. Sonstige betriebliche Aufwendungen	37	3.038.040	2.061.260
9. Erträge aus Beteiligungen		90.705	–23.252
10. EBIT		838.927	683.269
nachrichtlich: EBITDA		1.862.875	1.225.881
11. Zinsen und ähnliche Erträge		1.196.539	958.992
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		35.075	268.426
13. Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteilen)		2.000.391	1.373.835

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Erläuterungen	01.01.2001 –31.12.2001	01.01.2000 –31.12.2000
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	in €	687.929	595.060
15. Sonstige Steuern		0	648
16. Außerordentliche Erträge		0	0
17. Außerordentliche Aufwendungen		0	26.435
18. Außerordentliches Ergebnis		0	26.435
19. Ergebnis vor Minderheitenanteilen		1.312.462	751.692
20. Minderheitenanteile		22.114	–12.189
21. Konzernjahresüberschuss		1.290.348	763.881
22. Gewinnvortrag/Verlustvortrag aus dem Vorjahr		318.411	–445.470
23. Einstellung in die Gewinnrücklage			
a) in die gesetzliche Rücklage		20.966	0
b) in die satzungsmäßige Rücklage		985	0
24. Bilanzgewinn		1.586.808	318.411
Ergebnis pro Aktie nach IAS 33 (unverwässert)		0,22	0,14
Ergebnis pro Aktie nach IAS 33 (verwässert)		0,22	0,14
Durchschnittl. im Umlauf befindl. Aktien (unverwässert)		5.904.312	5.373.333
Durchschnittl. im Umlauf befindl. Aktien (verwässert)		5.904.312	5.373.333

6.4 Konzernanhang

Konzernanhang der antwerpes ag zum 31. Dezember 2001

6.4.1 Struktur und Geschäftstätigkeit der Gesellschaft

- Der antwerpes Konzern („antwerpes“ oder „Konzern“) besteht aus der antwerpes Aktiengesellschaft („antwerpes ag“ oder „ag“) und ihren Tochtergesellschaften antwerpes & partner Aktiengesellschaft („antwerpes & partner“ oder „a&p“), DocCheck® Medical Services Gesellschaft mit beschränkter Haftung („DocCheck® GmbH“ oder „DocCheck“), antwerpes.korte consulting Gesellschaft mit beschränkter Haftung („antwerpes.korte consulting GmbH“ oder „antwerpes.korte“), DocCheck® Medical Services Limited („DocCheck® Ltd.“ oder „Ltd.“), antwerpes romania Societate comerciala cu raspundere limitata („antwerpes SRL“ oder „romania“) und der Albert Geisselmann Medizinbedarf Gesellschaft mit beschränkter Haftung („Geisselmann GmbH“ oder „Geisselmann“). Zur detaillierten Konzernstruktur verweisen wir auf Abschnitt 6.4.4 „Grundsätze der Konsolidierung“.
- Die antwerpes ag nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr und hat ihren Geschäftssitz in Köln. Das Dienstleistungs- und Beratungsgeschäft wird von den Tochtergesellschaften betrieben.

- antwerpes & partner ag ist als Full-Service-Agentur in der Multimediabranche tätig. Dabei begleitet sie ihre Kunden sowohl im klassischen Werbebereich als auch durch alle Phasen von Maßnahmen im Internet, Intranet oder Extranet.
- Die DocCheck® GmbH bietet speziell auf den Healthcare-Markt fokussierte Dienstleistungen und Produkte im Internet an. Dabei betreibt sie ein Healthcare-Portal mit 130.000 registrierten Usern zum Jahresende 2001.
- Die antwerpes.korte consulting GmbH ist ein strategisches Beratungsunternehmen im Bereich Pharma/Healthcare. Sie entwickelt eBusiness-Konzepte und Unternehmensstrategien für ihre Kunden und begleitet deren Implementierung.
- Die DocCheck® Ltd. wurde gegründet, um das mit DocCheck® in Deutschland bereits erfolgreich aufgebaute Geschäftsmodell auf den angelsächsischen Raum auszuweiten.
- Die antwerpes SRL erbrachte vor allem Programmierleistungen für die deutschen Tochterunternehmen.
- Mit Geisselmann verfügt Antwerpes über eine eCommerce-Lösung für Praxisbedarf in Deutschland.

6.4.2 Grundsätze der Rechnungslegung

- Der Abschluss für den Konzern ist nach § 292 a HGB mit befreiender Wirkung auf der Grundlage der am Abschlussstichtag gültigen Grundsätze des International Accounting Standards Committee (IASC), London, sowie der Interpretationen des Standing Interpretations Committee (SIC) des IASC, London, erstellt worden.

Die Berichtswährung lautet auf Euro (EUR).

- Der Konzernabschluss nach IAS basiert auf den geprüften Einzelabschlüssen der antwerpes ag (Mutterunternehmen), der antwerpes & partner ag, der DocCheck® GmbH, der antwerpes.korte consulting GmbH und der Geisselmann GmbH.

Das Geschäftsjahr sowohl für den Konzern-, als auch für den Einzelabschluss der antwerpes ag läuft vom 1. Januar bis zum 31. Dezember eines Jahres.

6.4.3 Konsolidierungskreis

- Der Konzernabschluss umfasst verbundene Unternehmen, über welche die Konzernobergesellschaft die Kontrolle ausübt. Ausübung der Kontrolle wird angenommen, sobald die Muttergesellschaft im Besitz von 50 Prozent der Stimmrechte der Tochtergesellschaft ist oder die Finanzierungs- und Geschäftspolitik einer Tochtergesellschaft bestimmen oder eine Mehrheit des Aufsichts- bzw. Verwaltungsrates einer Tochtergesellschaft stellen kann. Zum 31. Dezember 1999 ist erstmals ein IAS-Konzernabschluss aufgestellt worden.

In den Konzernabschluss wurden neben der antwerpes ag als Muttergesellschaft folgende Gesellschaften einbezogen (siehe unten stehende Tabelle):

- Die 30-prozentige Beteiligung an der medizinstudent.de GmbH („medizinstudent.de“) wurde gem. IAS 28 Tz. 8 mit der Equity-Methode konsolidiert.
- Auf eine Konsolidierung der DocCheck® Ltd., der antwerpes SRL sowie der indirekten 30-prozentigen Beteiligung an der Albert Geisselmann GmbH, Eilenburg, wurde gem. der Materiality-Klausel des IASC verzichtet.

Konsolidierungskreis

Gesellschaft	in Prozent
antwerpes & partner ag, Köln	100
DocCheck® Medical Services GmbH, Köln	100
antwerpes.korte consulting GmbH	51
Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH, Weil im Schönbuch	51

6.4.4 Grundsätze der Konsolidierung

14. Für den Zeitpunkt der Kapitalerstkonsolidierung wurde gem. IAS 22 Tz. 18–20 auf den jeweiligen Erwerbszeitpunkt abgestellt.

Die Anteile an der DocCheck® GmbH wurden am 15. November 1999, die Anteile an der antwerpes & partner ag am 30. Dezember 1999, die Mehrheitsbeteiligung an der Geisselmann GmbH zum 17. November 2000 sowie die Mehrheitsbeteiligung an der antwerpes.korte consulting GmbH mit Wirkung vom 1. Januar 2001 erworben.

15. Die Anteile an den voll konsolidierten Tochtergesellschaften wurden mit dem Kapital der Gesellschaften im Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung nach der beteiligungsproportionalen Buchwertmethode verrechnet. Danach wurden die unten stehenden Firmenwerte ermittelt.

Die Firmenwerte werden über ihre geschätzte wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Es wird davon ausgegangen, dass der Firmenwert der DocCheck® Medical Services GmbH innerhalb von zehn Jahren und der Firmenwert der Geisselmann GmbH sowie der antwerpes.korte consulting GmbH innerhalb von 15 Jahren aufgebraucht werden.

Den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde.



Firmenwerte

Gesellschaft	Firmenwerte der Erstkonsolidierung	Buchwert Firmenwerte zum 31.12.2001	Nutzungsdauer in Jahren
DocCheck® Medical Services GmbH	29	23	10
antwerpes.korte consulting GmbH	74	70	15
Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH	756	699	15
Gesamt	859	792	

in Tsd. €

Alle wesentlichen konzerninternen Transaktionen wurden im Rahmen der Konsolidierung gem. IAS 27 konsolidiert. Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften wurden konsolidiert. Auf eine Konsolidierung der Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen wurde gem. der Materiality-Klausel des IASC verzichtet. Innenumsätze und sonstige konzerninterne Erträge wurden mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet.

6.4.5 Erläuterungen zur Konzernbilanz

16. Die gesondert als Anlage zur Konzernbilanz dargestellte Entwicklung des Anlagevermögens ist integraler Bestandteil des Anhangs.

Die **immateriellen Vermögenswerte** beinhalten eigenentwickelte und zugekaufte Software sowie die Geschäfts- oder Firmenwerte. Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig über die voraussichtliche Nutzungsdauer von drei Jahren linear abgeschrieben. Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 182 Tsd. EUR erfüllen die Voraussetzungen an die Aktivierung nach IAS 38, sind dementsprechend aktiviert worden und werden planmäßig über die voraussichtliche Nutzungsdauer von sechs Jahren linear abgeschrieben. Soweit der Erlösbare Betrag eines Vermögenswerts den Buchwert unterschreitet, wird eine außerplanmäßige Abschreibung gem. IAS 36 vorgenommen. Im Geschäftsjahr wurden außerplanmäßige Abschreibungen auf selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 246 Tsd. EUR vorgenommen.

17. Die **Geschäfts- oder Firmenwerte** resultieren aus der Konsolidierung der DocCheck® GmbH, antwerpes.korte consulting GmbH und Geisselmann GmbH. Sie werden über den Zeitraum ihrer wirtschaftlichen Nutzbarkeit von 10 bis 15 Jahren abgeschrieben. Die Vorjahreszahl in der Bilanz wurde um -2.921 Tsd. EUR auf 791 Tsd. EUR gem. IAS 22.12 i. V. mit IAS 8 korrigiert.

18. Die Bewertung der Vermögenswerte des **Sachanlagevermögens** erfolgt gem. IAS 16 zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen. Die Abschreibungen werden unter analoger Anwendung der steuerlichen Vereinfachungsregeln des Abschnitts R 44 (2) EStR i. V. m. IAS 4 nach der linearen Methode vorgenommen. Geringwertige Anlagegüter wurden gem. § 6 (2) EStG i. V. m. IAS 4 im Zugangsjahr voll abgeschrieben. Die Betriebs- und Geschäftsausstattung wird über 3 bis 25 Jahre abgeschrieben. Die Werthaltigkeit des Buchwerts der Vermögenswerte des Sachanlagevermögens am Ende des Geschäftsjahres wird überprüft. Sofern der Erlösbare Betrag eines Vermögenswerts den Buchwert unterschreitet, wird eine außerplanmäßige Abschreibung vorgenommen. Die Entwicklung des Anlagevermögens nach Bilanzpositionen bis zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2001 ist dem beigefügten Anlagespiegel zu entnehmen. Außerplanmäßige Abschreibungen im Sachanlagevermögen sind nicht vorgenommen worden. Anpassungen an das Anlagevermögen zum Vorjahr führten im Geschäftsjahr zu Zuschreibungen in Höhe von 86 Tsd. EUR. Nach den Regelungen zur Behandlung von Finanzierungsleasing wurden im Geschäftsjahr gem. IAS 17.8 Mietereinbauten in Höhe von 162 Tsd. EUR (i. V. 0 EUR) aktiviert und über die voraussichtliche Nutzungsdauer von zehn Jahren in Höhe von 16 Tsd. EUR (i. V. 0 EUR) linear abgeschrieben.

19. Die **Finanzanlagen** beinhalten die at equity konsolidierte Beteiligung an medizinstudent.de GmbH, Essen. Daneben sind die gem. IAS 39 zu Anschaffungskosten bewerteten Beteiligungen an der DocCheck® Ltd., der antwerpes SRL und der Albert Geisselmann GmbH, Eilenburg enthalten. Gem. IAS 28.6 wurden bei der nach at equity konsolidierten Beteiligung an der medizinstudent.de GmbH, Essen, die Anschaffungskosten in Höhe von 168 Tsd. EUR um das anteilige Jahresergebnis in Höhe von -13 Tsd. EUR gemindert und die Abschreibungen auf den Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 13 Tsd. EUR berücksichtigt.
20. In den **Vorräten** sind gem. IAS 2 angesetzte und bewertete unfertige Erzeugnisse in Höhe von 232 Tsd. EUR (i. V. 128 Tsd. EUR) enthalten. Sie wurden zu Herstellungskosten bewertet. Soweit die Herstellungskosten den am Abschlussstichtag beizulegenden Wert übersteigen, wurden Abschreibungen vorgenommen. Die Ermittlung der Herstellungskosten erfolgte progressiv. Bei der Ermittlung der Herstellungskosten wurden Materialeinzelkosten, Fertigungseinzelkosten sowie angemessene Teile der notwendigen

Fertigungsgemeinkosten eingerechnet. Fremdkapitalzinsen wurden nicht berücksichtigt.

Unfertige Leistungen, deren Gesamtauftragskosten und zu erwartende Auftragslöse sicher geschätzt werden können, wurden auf der Basis der ermittelten Fertigstellungsgrade nach der Percentage-of-Completion-Methode (POC), IAS 11, bewertet. Der Ausweis erfolgt entsprechend unter den Forderungen bzw. Kundenanzahlungen und Umsatzerlösen unter Abgrenzung prozentualer Mehr- oder Wenigerkosten. Im Einzelnen vgl. 6.4.12 Abschnitt 5 Teilgewinnrealisierung.

21. Sämtliche **Forderungen** haben eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden zu Nennwerten angesetzt.
22. Die **sonstigen Vermögensgegenstände** beinhalten Zinsabgrenzungen sowie Steuerforderungen.

23. Im Zusammenhang mit Konsolidierungsbuchungen des Vorjahres wurden die Vorjahreszahlen der Positionen „Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen“, „Sonstige Vermögensgegenstände“, „Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen“ sowie „Sonstige Verbindlichkeiten“ angepasst. Die Anpassungen führten in der Summe zu einer Erhöhung des Gewinnvortrages aus den Jahren 1999 und 2000 um 270 Tsd. EUR auf 318 Tsd. EUR.

24. Die **aktiven latenten Steuern** wurden durch die Aufzehrung der steuerlichen Verlustvorträge aufgelöst.

25. **Liquide Mittel** umfassen Bankguthaben sowie Kassenbestände, die mit ihrem Nominalwert angesetzt sind.

26. Unter dem **aktiven Rechnungsabgrenzungsposten** werden Ausgaben vor dem Bilanzstichtag für das folgende Geschäftsjahr erfasst.

27. Das **gezeichnete Kapital** betrug zum 31. Dezember 2001 5.904 Tsd. EUR und ist eingeteilt in 5.904.312 Stückaktien à 1 EUR. Die Aktien lauten auf den Inhaber. Die unterjährige

Entwicklung des Eigenkapitals verdeutlicht die unten stehende Tabelle.

Der Vorstand ist entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 16. Mai 2001 ermächtigt, in der Zeit bis zum 15. März 2006 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates einmalig oder mehrfach um bis zu insgesamt 2.952 Tsd. EUR durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen (**genehmigtes Kapital**) und mit Zustimmung des Aufsichtsrates über die Bedingungen der Aktienaussgabe zu entscheiden. Ferner ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates über den Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre zu bestimmen. Das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre kann ausgeschlossen werden.

Das Grundkapital wird durch Beschluss der Hauptversammlung vom 16. Mai 2001 um bis zu 590 Tsd. EUR bedingt erhöht durch Ausgabe von bis zu 590 Tsd. EUR neuen Aktien mit Gewinnberechtigung ab dem Beginn des Geschäftsjahres, in dem die Ausgabe erfolgte.

Eigenkapitalspiegel gem. IAS 1 Tz. 86-89

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gesetzliche Rücklage	Satzungsmäßige Rücklage	Andere Gewinnrücklagen	Bilanzgewinn	Kapitalausgleichsposten	Gesamt
Saldo zum 31.12.2000 vor Anpassung	5.904.312	28.179.620	18.287	0	32.448	47.925	0	34.182.592
Anpassung*	0	0	0	0	0	270.486	-3.245.570	-2.975.084
Saldo zum 31.12.2000 nach Anpassung	5.904.312	28.179.620	18.287	0	32.448	318.411	-3.245.570	31.207.508
Jahresergebnis zum 31.12.2001	0	0	20.966	985	0	1.268.397	0	1.290.348
Saldo zum 31.12.2001	5.904.312	28.179.620	39.253	985	32.448	1.586.808	-3.245.570	32.497.856

* vgl. 6.4.5 Abschnitte 27, 28 und 6.4.12 Abschnitt 3

Die **bedingte Kapitalerhöhung** dient ausschließlich der Gewährung von Bezugsrechten an Vorstandsmitglieder und an die Mitarbeiter der antwerpes ag sowie an Geschäftsleiter und Mitarbeiter mit der antwerpes ag verbundener Unternehmen. Der Vorstand und – soweit die Gewährung an Mitglieder des Vorstands erfolgt – der Aufsichtsrat sind ermächtigt, die Bezugsrechte an die Bezugsberechtigten zu gewähren. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, als die Inhaber der gewährten Bezugsrechte ihr Bezugsrecht ausüben (zur Gewährung der Bezugsrechte siehe 6.4.9 Abschnitt 6 Stock Options).

28. Das Eigenkapital in der Bilanz wurde in der Position **Kapitalausgleichsposten** um 3.246 Tsd. EUR gem. IAS 22.12 i. V. mit IAS 8 korrigiert. Vgl. hierzu 6.4.12 Abschnitt 3.

29. Die Zusammensetzung der **sonstigen Rückstellungen** ist der folgenden Tabelle zu entnehmen. Sämtliche Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr (siehe Tabelle S. 75).

Sonstige Verbindlichkeiten

	2001	2000
Lohn- und Kirchensteuer	203	108
Umsatzsteuer	326	149
Soziale Sicherheit	159	108
Lohn und Gehalt	47	14
Reisekosten Angestellte	6	19
Sonstige Verbindlichkeiten	155	131
Gesamt	896	529

30. **Verbindlichkeiten** werden zum Rückzahlungsbetrag angesetzt. Alle Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Besicherungen von Verbindlichkeiten durch Pfandrechte und ähnliche Rechte bestanden zum Abschlussstichtag nicht.

Nach den Regelungen zur Behandlung von Finanzierungsleasing wurden im Geschäftsjahr gem. IAS 17.8 Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 162 Tsd. EUR (i. V. 0 EUR) passiviert. Die Leasingverbindlichkeiten stehen im Zusammenhang mit den unter 6.4.5 Abschnitt 18 erläuterten Mietereinbauten.

31. Die **sonstigen Verbindlichkeiten** setzen sich laut unten stehender Tabelle zusammen.

32. Die **passiven latenten Steuern** resultieren aus temporären Unterschieden der Bewertungen in den für die Besteuerung maßgeblichen Einzelabschlüssen nach HGB und der Bewertungen nach IAS im Konzernabschluss. (Vgl. hierzu die Erläuterungen unter 6.4.12.)

6.4.6 Erläuterungen zu Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

33. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt worden.

Auftragsprojekte werden gem. IAS 11 i. V. m. IAS 18 nach der Percentage-of-Completion-Methode bewertet. Sofern das Ergebnis eines Auftrags nicht verlässlich geschätzt werden kann, wird der Ertrag nur in Höhe der angefallenen

Auftragskosten, die wahrscheinlich einbringbar sind, erfasst. Die Auftragskosten werden in der Periode, in der sie anfallen, als Aufwand erfasst. Drohende Verluste aus Fertigungsaufträgen zeichneten sich am Bilanzstichtag nicht ab. Gewinne werden, soweit die Voraussetzungen an die Ermittlung des Fertigstellungsgrads, die Schätzung der Gesamtauftragskosten sowie Gesamtauftragslöse und deren Einbringbarkeit erfüllt sind, realisiert. In der dargestellten Berichtsperiode wurden so in Höhe von 76 Tsd. EUR (i. V. 321 Tsd. EUR) Umsatzrealisierungen vorgenommen.

Rückstellungsspiegel der antwerpes ag zum 31.12.2001

	Stand 01.01.2001	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2001
Personal					
a) Tantiemen	25.257	-20.460	0	155.546	160.343
b) Boni	0	0	0	147.030	147.030
c) Urlaubsrückstellungen	145.667	-34.205	-21.133	47.564	137.892
d) Reisekosten	5.522	-2.668	0	7.832	10.686
e) Berufsgenossenschaft	9.459	-3.648	0	16.296	22.107
f) Künstlersozialkasse	0	0	0	8.168	8.168
g) Behindertenabgabe	2.659	0	0	4.806	7.465
Verwaltung und Betrieb					
h) Abschluss- und Prüfungskosten	196.080	-151.518	-848	144.577	188.291
i) ausstehende Rechnungen	114.031	-41.484	-47.264	43.335	68.618
j) Aufsichtsratsvergütung	12.066	-16.977	-7.612	31.969	19.446
k) nachlaufende Kosten	0	0	0	7.780	7.780
l) Prozesskosten	0	0	0	58.284	58.284
m) Drohverluste	78.739	0	-78.739	0	0
Gesamt	589.480	-270.960	-155.596	673.187	836.110

34. Die **Zunahme** der anderen **aktivierten Eigenleistungen** ergibt sich aus der Aktivierung eigenerstellter Software.
35. In den **Abschreibungen** auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen sind Abschreibungen auf die Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von 58 Tsd. EUR (i. V. 10 Tsd. EUR) enthalten. Die Vorjahreszahl in der Gewinn- und Verlustrechnung wurde um -325 Tsd. EUR auf 543 Tsd. EUR gem. IAS 22.12 i. V. mit IAS 8 korrigiert.
36. Die **sonstigen betrieblichen Erträge** resultieren im Wesentlichen aus Kursgewinnen im Geschäftsjahr verkaufter festverzinslicher Wertpapiere in Höhe von 123 Tsd. EUR.
37. Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** ergeben sich im Wesentlichen aus Werbe-, Reise-, Rechts- und Beratungskosten, Mietaufwand und sonstigem Personalaufwand.

38. Der Berechnung der **latenten Steuern** liegt eine Misch-Steuerquote von 39,9 Prozent zugrunde, die sich aus einem Körperschaftsteuersatz von 25 Prozent, Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent auf die Körperschaftsteuer und einer bei der Berechnung der Körperschaftsteuer abzugsfähigen Gewerbesteuer von 18,37 Prozent zusammensetzt.

Nach IAS 12 sind aktivierte latente Steuern auf Verlustvorträge abzugrenzen, sofern es wahrscheinlich ist, dass dem Unternehmen der Nutzen aus dem Erstattungsanspruch zufließen wird und dieser verlässlich gemessen werden kann. Die im Vorjahr gebildeten aktiven latenten Steuern in Höhe von 523 Tsd. EUR wurden im Geschäftsjahr aufgrund des Verbrauchs der Verlustvorträge vollständig aufgelöst.

Zusammensetzung der latenten Steuern

	Aktive latente Steuern 2001	Aktive latente Steuern 2000	Passive latente Steuern 2001	Passive latente Steuern 2000
Immaterielle Vermögensgegenstände in Tsd. €	0	0	70	98
Vorräte	0	0	-20	-69
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0	0	36	197
Sonstige Wertpapiere	0	0	0	49
Rückstellungen	0	0	-3	0
Erhaltene Anzahlungen	0	0	-6	0
Verlustvorträge	0	523	0	0
Gesamt	0	523	77	275

6.4.7 Angaben zur Konzernkapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung

	01.01.2001 -31.12.2001	01.01.2000 -31.12.2000
Periodenüberschuss vor außerordentlichem Ergebnis in €	1.290.348	763.881
+ Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	915.045	542.612
+ Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	36.385	0
+/- Zunahme/Abnahme Rückstellungen	354.237	380.099
-/+ Zunahme/Abnahme Forderungen	-163.721	-1.759.599
-/+ Zunahme/Abnahme der sonstigen Vermögensgegenstände	1.106.359	-1.313.842
-/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte	-58.484	83.227
-/+ Zunahme/Abnahme aktive Rechnungsabgrenzung	7.832	2.013
+/- Abnahme/Zunahme aktive latente Steuern	522.975	-522.975
-/+ Abnahme/Zunahme passive latente Steuern	-198.043	275.544
+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	62.234	239.396
Cash-flow aus laufender Geschäftstätigkeit	3.875.167	-1.309.644
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	-1.636.939	-1.636.487
- Auszahlungen für Investitionen in Beteiligungen/ Anteile verb. Untern.	-168.946	-40.994
+/- Abnahme/Zunahme kurzfristige Anlage von Finanzmitteln	14.853.750	-14.730.750
- Wechselkurs- und bewertungsbedingte Zunahme der kurzfristigen Finanzmittelanlagen	-123.000	0
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	12.924.865	-16.408.231
+ Kapitalerhöhung im Zuge des IPO	0	29.024.315
+/- Rückzahlung von Kontokorrentkrediten	-8.011	0
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	-8.011	29.024.315
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	16.792.021	11.306.439
+ Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	11.913.928	607.489
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	28.705.949	11.913.928

39. Die Konzernkapitalflussrechnung zeigt, wie sich die Zahlungsmittel im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben.

In Übereinstimmung mit IAS 7 wird zwischen Zahlungsströmen aus operativer Tätigkeit, Investitions- und Finanzierungstätigkeit unterschieden. Die Zahlungsströme aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit sind nach der indirekten Methode aufgestellt worden (siehe Tabelle S. 77).

6.4.8 Segmentberichterstattung

Segmentberichterstattung für den Konzernabschluss 2001 (siehe unten stehende Tabelle)

Segmentberichterstattung

	New Media	Classic Media	Tools & Commerce	Holding/Sonstige	Summe
Umsatz der Bereiche	5.609.252	4.613.218	4.857.275	325.276	15.405.021
Konzerninterner Umsatz	6.916	6.010	137.140	3.120.196	3.270.262
Ergebnis vor Ertragsteuern	876.056	725.802	-543.168	941.700	2.000.390
Gesamtvermögen	5.266.126	4.362.921	1.620.656	24.052.777	35.302.480
Anzahl Mitarbeiter am 31.12.	54	21	31	19	125

Das Gesamtvermögen umfasst das Anlagevermögen, das Umlaufvermögen und die aktiven Rechnungsabgrenzungen.

Die Segmente New Media und Classic sind der Tochtergesellschaft antwerpes & partner ag zugehörig. Im Segment New Media ist die Berliner Betriebsstätte enthalten. DocCheck*, Geisselmann sowie die Produktentwicklung und das Team New Medical, die zur Tochtergesellschaft antwerpes & partner ag gehören, bilden zusammen den Bereich Tools & Commerce. Unter dem Segment Holding/Sonstige befindet sich der gesamte administrative und Service-Bereich der antwerpes ag sowie die antwerpes.korte consulting GmbH. Aufgrund des derzeit homogenen räumlichen Tätigkeitsgebietes wurde auf eine geografische Segmentierung verzichtet. Lieferungen und Leistungen in den Konzernverbund wurden zu EK-Preisen zzgl. Gewinnaufschlag, Konzernumlagen zu EK-Preisen zzgl. Zins bewertet.

6.4.9 Ergänzende Angaben

1. Finanzinstrumente

Der Bestand an **originären Finanzinstrumenten** (Forderungen, Verbindlichkeiten, liquide Mittel) ergibt sich aus der Bilanz. Es bestehen keine signifikanten Unterschiede zwischen Buch- und Marktwerten. Grundsätzlich können hierzu Bonitäts- und Ausfallrisiken sowie Zinsrisiken bestehen. Für die originären Finanzinstrumente des Konzerns ergaben sich am Bilanzstichtag keine Risiken von wesentlicher Bedeutung. Einem möglichen Ausfallrisiko ist die Gesellschaft hauptsächlich bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgesetzt. Die Gesellschaft führt fortlaufend Kreditwürdigkeitsprüfungen ihrer Kunden durch und hat aufgrund ihrer Kundenstruktur in der Vergangenheit kaum Forderungsausfälle zu beklagen gehabt.

Die Konzernunternehmen haben keine Verträge über Zinsderivate abgeschlossen. Am Bilanzstichtag besteht kein Zinsrisiko von wesentlicher Bedeutung.

Die Konzernunternehmen besitzen zum 31. Dezember 2001 keine nennenswerten Forderungen oder Verbindlichkeiten in ausländischer Währung, somit besteht am Bilanzstichtag **kein Wechselkursrisiko**.

Es bestanden am Bilanzstichtag keine Finanzinstrumente, die zu Handels- oder Spekulationszwecken eingesetzt wurden.

2. Arbeitnehmerzahl

Die Arbeitnehmerzahl beträgt am 31. Dezember 2001 125. Im Jahresdurchschnitt waren 135 Mitarbeiter beschäftigt.

Organe der antwerpes ag und deren weitere Mitgliedschaften

Organe der antwerpes ag

Vorstand

Dr. Frank Nicolas Antwerpes, Köln
Vorsitzender des Vorstandes, CEO

Jan Antwerpes, Köln
Finanzvorstand, CFO

Hermann Korte, Köln
Mitglied des Vorstandes, Manager M & A

Aufsichtsrat

PD Dr. Dr. Christian Dierks, Berlin, Rechtsanwalt
Aufsichtsratsvorsitzender

Dr. Joachim Pietzko, Köln, Rechtsanwalt
stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender

Winfried Leimeister, Köln, Steuerberater
Mitglied des Aufsichtsrates

Weitere Gremien

Beirat

Dr. Ronaldo Schmitz
Volker Keitel
Michael Thies

Sonstige

Dr. Johannes Kersten

Tanja Antwerpes, Unileiterin Classic Media

Weitere Mitgliedschaften in anderen Kontrollgremien

antwerpes & partner ag, Köln (Vorsitzender des Vorstandes)
DocCheck Medical Services GmbH, Köln (Geschäftsführer)

antwerpes & partner ag, Köln (Mitglied des Vorstandes)

antwerpes & partner ag, Köln (Mitglied des Aufsichtsrates)
antwerpes.korte consulting GmbH, Köln (Geschäftsführer)

antwerpes & partner ag, Köln
(Vorsitzender des Aufsichtsrates)

antwerpes & partner ag, Köln (Mitglied des Aufsichtsrates)

antwerpes & partner ag, Köln (Mitglied des Vorstandes)

3. Beziehungen zu nahe stehenden Personen

Neben den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen stehen gemäß IAS 24 folgende Unternehmen und Personen dem Konzern nahe. Organe der antwerpes ag hatten folgende Interessen an Konzernunternehmungen oder anderen Gesellschaften: (siehe Tabelle S. 79).

Der Vorstand der antwerpes ag bezog im Jahr 2001 Vergütungen von insgesamt 394 Tsd. EUR. An Aufsichts- und Beiratsvergütungen wurden im Geschäftsjahr 35 Tsd. EUR gezahlt.

Anteilsbesitz

Name und Sitz	Anteil am Kapital per 31.12.2001	Währung	Eigenkapital 31.12.2001	Jahresergebnis 2001
DocCheck® Medical Services GmbH, Köln	100%	Tsd. €	514	0*
antwerpes & partner ag, Köln	100%	Tsd. €	246	0*
DocCheck Medical Services Ltd., London	100%	GBP	2	0
antwerpes romania SRL, Bukarest	100%	Tsd. ROL	210.978	13.856
Albert Geisselmann Medizinbedarf GmbH, Weil im Schönbuch	51%	Tsd. €	297	10
antwerpes.korte consulting GmbH, Köln	51%	Tsd. €	104	35
medizinstudent.de GmbH, Essen	30%	Tsd. €	31	-44

* nach Ergebnisabführung an die antwerpes ag

Zusammensetzung Stock Options zum 31.12.2001

Bestand an Stock Options zum 31.12.2001:	88.000
- davon an Geschäftsführung	34.000
- davon an Arbeitnehmer	54.000
- davon mit einer Wartezeit bis zur erstmaligen Ausführung am 05.04.2002	68.000
- davon mit einer Wartezeit bis zur erstmaligen Ausführung am 27.11.2002	20.000

4. Ergebnis pro Aktie

Für die Berechnung des Ergebnisses pro Aktie gem. IAS 33 wird das Grundkapital der antwerpes ag aus der Ermittlung der durchschnittlichen Aktienanzahl des Geschäftsjahres zugrunde gelegt – diese betrug 5.904.312 Stückaktien. Das so ermittelte unverwässerte Ergebnis je Aktie beträgt 0,22 EUR.

5. Anteilsbesitz der antwerpes ag zum 31. Dezember 2001 (siehe Tabelle S. 80)

6. Stock Options

Die Gesellschaft gewährt bestimmten Arbeitnehmern entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 16. Mai 2001 durch Abschluss eines Optionsvertrages Bezugsrechte auf den Erwerb einer Aktie der antwerpes ag. Entsprechend der Stellung des Arbeitnehmers bietet die Gesellschaft bestimmten Arbeitnehmern Verträge über die Gewährung von Aktienoptionen (Optionsvertrag) an. Per 31. Dezember 2001 waren 88.000 (i. V. 109.250) Stock Options ausgegeben. Die Bestandsverminderung resultiert aus der Veränderung der Mitarbeiterzahlen zum 31. Dezember 2001. (siehe Tabelle S. 80)

Die Ausübung eines Bezugsrechtes hängt davon ab, dass jeweils die folgenden Erfolgsziele erreicht worden sind:

- Der Kurs der Aktie der antwerpes ag hat sich besser entwickelt als der Nemax-All-Share-Index.
- Der aktuelle Kurs der Aktie muss höher als der Vergleichskurs sein, wobei der Vergleichskurs der Aktie
 - für bis fünf Tage vor der Börseneinführung gewährte Bezugsrechte der im Bookbuilding-Verfahren festgestellte Emissionspreis für die Aktie der antwerpes ag bei der Börseneinführung,
 - für in einem Erwerbszeitraum ein oder zwei gewährte Bezugsrechte der Durchschnitt der Xetra-Schlusskurse an den 20 Handelstagen vor dem ersten Tag des jeweiligen Erwerbszeitraums ist.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Aus Miete	in Tsd. €	4.776
Aus Leasing		74
Gesamt		4.850
- davon fällig innerhalb eines Jahres		611
- davon fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren		2.427
- davon fällig nach mehr als fünf Jahren		1.812

Der Aktienkurs der Gesellschaft ist nach der Ausgabe der Stock Options nachhaltig gesunken. Aus diesem Grund wurde im Jahresabschluss keine Bewertung zum Fair Value vorgenommen, da insoweit von einem inneren Wert zzgl. einem Zeitwert (= Fair Value) von 0 EUR auszugehen war.

7. Mitteilungen nach § 20 AktG oder § 21 WpHG

Mitteilungen nach § 20 Abs. 1 oder Abs. 4 AktG oder nach § 21 Abs. 1 oder 1a WpHG erfolgten im Geschäftsjahr nicht.

6.4.10 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum 31. Dezember 2001 bestanden die auf Seite 81 stehenden sonstigen finanziellen Verpflichtungen.

6.4.11 Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Vorgänge von besonderer Bedeutung haben sich nach dem Schluss des Geschäftsjahres nicht ereignet.

6.4.12 Zusammenfassung der wesentlichen vom deutschen Handelsrecht abweichenden Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze nach IAS

1. Allgemeines

Der Konzernabschluss der antwerpes ag zum 31. Dezember 2001 wurde entsprechend § 292 a HGB nach den International Accounting Standards (IAS) als befreiender Konzernabschluss aufgestellt. Die Vorschriften des HGB und des AktG unterscheiden sich in einigen wesentlichen Aspekten von denen der IAS. Die wesentlichen Unterschiede, die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft relevant sein könnten, werden nachfolgend dargestellt.

2. Selbst entwickelte Software

Die Herstellungskosten selbst entwickelter Software können nach IAS 38 unter bestimmten Voraussetzungen aktiviert und über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer abgeschrieben werden. Nach HGB darf selbst erstellte Software des Anlagevermögens nicht aktiviert werden. Die Gesellschaft hat 2001 im Konzernabschluss nach IAS selbst entwickelte Software in Höhe

von 182 Tsd. EUR nach anteiligen Abschreibungen in Höhe von 6 Tsd. EUR und außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 246 Tsd. EUR erfolgswirksam aktiviert. Andere Entwicklungskosten sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und im Personalaufwand enthalten und somit im Geschäftsjahr ertragsmindernd erfasst.

3. Kapitalausgleichsposten

Als ein besonderer Anwendungsfall der Kapitalkonsolidierung wurde IAS 22.12 auf die business combination antwerpes & partner ag und die antwerpes ag angewandt. Dies führt zu einem geringeren Konzernkapital, welches in Form eines Kapitalausgleichspostens dargestellt wird.

4. Latente Steuern auf Verlustvorträge

Nach HGB dürfen latente Steuererstattungsansprüche, die sich aus steuerlichen Verlustvorträgen ergeben, in der Bilanz nicht ausgewiesen werden, da die erwarteten zukünftigen Steuersparnisse als noch nicht realisiert gelten. Nach IAS 12 sind solche zukünftigen Steuererminderungsansprüche zu aktivieren. Ihre Bewertung richtet sich danach, ob die Inanspruchnahme innerhalb der Nutzbarkeit der Verlustvorträge eher wahrscheinlich als unwahrscheinlich ist.

5. Teilgewinnrealisierung

Die Teilgewinnrealisierung bei Fertigungsaufträgen ist nach h. M. im Handelsrecht nur innerhalb sehr enger Grenzen zulässig. Demnach ist grundsätzlich nur die Completed-Contract-Methode möglich. IAS 11 i. V. m. IAS 18 erlaubt hingegen Umsätze und entsprechende Gewinne nach der sog. Percentage-of-Completion-Methode (POC), soweit die Voraussetzungen an die Ermittlung des Fertigstellungsgrads, die Schätzung der Gesamt-

auftragskosten sowie Gesamtauftragserlöse und deren Einbringbarkeit erfüllt sind, zu realisieren. Der Fertigstellungsgrad wurde analog zum Stand der Leistungserstellung festgelegt. In der dargestellten Berichtsperiode führte die Teilgewinnrealisierung zu folgenden Veränderungen (siehe Tabelle S. 82).

Köln, den 11. März 2002

Der Vorstand der antwerpes ag

Dr. Frank Nicolas Antwerpes

Vorstand

Jan Antwerpes

Vorstand

Hermann Louis Korte

Vorstand



Veränderung durch POC	
Vorräte	+ 125
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- 403
Rückstellungen für ausstehende Kosten	- 8
Erhaltene Anzahlungen	- 16
Ergebnisveränderung	- 302

in Tsd. €

6.5 Bestätigungsvermerk des Wirtschaftsprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir der antwerpes ag, Köln, für den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2001 (Konzernbilanzsumme 35.302 Tsd. EUR; Konzernjahresüberschuss 1.290 Tsd. EUR) sowie für den Konzernlagebericht folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der antwerpes ag aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang inklusive Eigenkapitalveränderungsrechnung und Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2001, geprüft.

Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Accounting Standards (IAS) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsgemäßer 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 rechtliche und wirtschaftliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mög-

liche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

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

Unsere Prüfung, die sich auch auf den von dem Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2001 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.

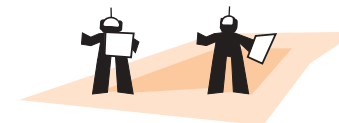
Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2001 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschem Recht erfüllen. Die Prüfung des für die Befreiung von der handelsrechtlichen Konzernrechnungslegungspflicht erforderlichen Einklangs der Konzernrechnungslegung mit der 7. EU-Richtlinie haben wir auf der Grundlage des Rechnungslegungsstandards des DRSC DRS 1 vorgenommen.“

Köln, den 11. März 2002

HERFORD VAN KERKOM HOWER STREIT
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

W. van Kerkom
Wirtschaftsprüfer

ppa. M. Wickert
Wirtschaftsprüferin



6.6 Bericht des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat die Geschäftsführung des Vorstandes entsprechend den uns nach Gesetz und Satzung zugewiesenen Aufgaben laufend überwacht und sich in vier Sitzungen sowie durch regelmäßige Berichte schriftlich und mündlich vom Vorstand über die Geschäftslage unterrichten lassen. Darüber hinaus wurden eilbedürftige Beschlüsse im Rahmen des Umlaufverfahrens gefasst.

Schwerpunkte der Aufsichtsratsitzungen im Geschäftsjahr 2001 waren:

- Berichterstattung durch den Vorstand zu den Quartalsabschlüssen, zur Lage der Gesellschaft, zur Geschäftsentwicklung und zu den Aktivitäten im Bereich Mergers & Akquisitionen
- Vorbereitung der ordentlichen Hauptversammlung am 16. Mai 2001
- Verabschiedung einer Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat

Der Vorstand der antwerpes ag hat durch seine Strategie der Fokussierung auf den Healthcare- und B2B-Markt sowie der Diversifizierung des Dienstleistungs- und Produktportfolios eine stabile Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2001 sichergestellt. Den Übergang von einer Phase mit sehr hohen Wachstumsraten im 1. Halbjahr zu einer Phase der Konsolidierung im 2. Halbjahr hat die antwerpes ag im Gegensatz zu vielen anderen Marktteilnehmern ohne operative Verluste bewältigt. Dieser Übergang wurde von einem positiven Cash-flow begleitet. Der Aufsichtsrat unterstützt den Vorstand bei dem Ziel, für das Geschäftsjahr 2002 Prozesse und Strukturen innerhalb der Company zu optimieren, um auch in der nächsten Wachstumsphase leistungsfähig und profitabel zu bleiben.

Die Berichte der Herfort, van Kerkom, Hower, Streit Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft über die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrates vor. In der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates vom 12. März 2002 wurden die Berichte in Gegenwart des Abschlussprüfers ausführlich behandelt. Der Aufsichtsrat hatte keine Einwendungen und schloss sich den Ergebnissen des Abschlussprüfers an. Dem Vorschlag des Vorstandes, das Jahresergebnis auf neue Rechnung vorzutragen, stimmte der Aufsichtsrat zu. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss gebilligt; dieser ist damit festgestellt. Der vom Vorstand aufgestellte Konzernabschluss wurde ebenfalls gebilligt.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz und ihre überdurchschnittlichen Leistungen und wünscht ihnen für die Herausforderungen des Geschäftsjahres 2002 viel Erfolg.

Köln, im März 2002

PD Dr. Dr. Christian Dierks
Vorsitzender des Aufsichtsrates



7 Der Finanzkalender 2002

Termine 2002

Mitte Mai 2002	Quartalszahlen
16. Mai 2002	Hauptversammlung in Köln
Mitte August 2002	Halbjahreszahlen
Mitte November 2002	Neunmonatszahlen



ASP	Application Service Provider; bietet einzelnen Personen oder Unternehmen über das Internet Zugang zu Anwendungsprogrammen und damit zusammenhängenden Dienstleistungen an, die sich sonst auf dem Personal- oder Firmencomputer dieser Personen bzw. Unternehmen befinden müssten.	GUI	Graphical User Interface; grafische Benutzeroberfläche
Avatar	Digitaler Stellvertreter	HTML	Hypertext Markup Language; Programmiersprache für das Internet
Award	Hier: Kreativwettbewerb	IAS	International Accounting Standards; internationale Rechnungslegungsstandards. In Deutschland sind Unternehmen unter anderem dann von der Aufstellung eines HGB-Abschlusses befreit, wenn sie einen IAS-Konzernabschluss aufstellen.
AWB	Anwendungsbeobachtung	Internet	Ein weltumspannendes Computernetzwerk, das aus miteinander verbundenen Netzwerken besteht und der gemeinsamen Netzwerkprotokollfamilie TCP/IP
B2B	Business-to-Business; Interaktion, Kommunikation zwischen Unternehmen	(Internet-)Portal	Der Begriff Portal bezieht sich auf eine Internetseite, die als „Eingangstor zum Internet“ dient, eine häufig benutzte Startadresse für das Surfen im World Wide Web
Banner	Werbefläche auf einer Website	Permission-based Marketing	Marketing, das die Erlaubnis des Empfängers zur Grundlage hat
Bookbuildingspanne	Preisspanne, die vor der Zeichnungsfrist vom Emittenten festgelegt wird. Innerhalb dieser Preisspanne befindet sich später der Emissionskurs.	Key-Account-Marketing	Marketing für Schlüsselkunden
Brandbuilding	Einen Markennamen schaffen	Launch	Neueinführung
Browser	Software zur Navigation und zur grafischen Darstellung im World Wide Web	Link	In Internetseiten Verweis auf andere Texte oder Dokumente
Content	Inhaltlicher Aspekt einer Website, z. B. Text, Grafik oder Multimedia-Bestandteile	New Media	Im Gegensatz zu den herkömmlichen Medien wie Print versteht man unter den neuen Medien Computer, Internet usw.
CRM	Customer Relationship Management (Kundenbeziehungsmanagement); Methoden, Software und Organisationsstrukturen zur Verwaltung von Kundendaten und Interaktionen über mehrere Kanäle wie Callcenter, Verkaufsstandorte und das Internet	OTC-Markt	Markt für freiverkäufliche Arzneimittel
DVFA	Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Anlageberatung e. V.	PDA	Personal Digital Assistant; Elektronischer Begleiter, z. B. Palm
Dynamische HTML-Seiten	Interaktive Internetseiten, die bei der Nutzung aus Bausteinen zusammengesetzt werden	Plug + Play	Hier: Programmmodul zum sofortigen Gebrauch
EBIT	Earnings Before Interest and Tax; Ergebnis vor Zinsaufwand und Steuern	Source of income	Erwerbsquelle
EBITDA	Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortisation; Ergebnis vor Zinsaufwand, Steuern und Abschreibungen	SIC	Standard Interpretations Committee
eBusiness	Electronic Business; die elektronische Abwicklung von Geschäftsprozessen innerhalb von, oder zwischen Unternehmen auf der Basis von Internettechnologien	Template	Vorlage
eCommerce	Elektronische Abwicklung von Transaktionen über das Internet	User	Nutzer des Internets
eDetailing	Die Abbildung von Außendienstaktivitäten der Pharmaindustrie im Internet	Traffic	Benutzeraufkommen auf einer Internet-Seite
ERP	Enterprise Resource Planning; Software für Unternehmenssteuerungssysteme	Website	Adresse im World Wide Web, die das gesamte dahinter stehende Angebot mit umfasst
Frontend	Benutzeroberfläche	www	World Wide Web; grafischer Internet-Dienst, der auf HTML basiert

Contact bei antwerpes

antwerpes ag
 Vogelsanger Straße 66
 50823 Köln
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-0
 fax: +49 (0) 2 21. 9 20 53-133
 eMail: info@antwerpes.de
 home: www.antwerpes.de

Unit Berlin
 Magazinstraße 15-16
 10179 Berlin
 fon: +49 (0) 30. 44 01 55-0
 fax: +49 (0) 30. 44 01 55-33
 eMail: info@antwerpes.de
 home: www.antwerpes.de

Digital Communications Dr. Frank Antwerpes
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-110
 eMail: frank@antwerpes.de

Classical Communications Tanja Antwerpes
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-321
 eMail: tanja@antwerpes.de

Consulting Hermann Korte
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-610
 eMail: hermann.korte@antwerpes.de

DocCheck® Dr. Frank Antwerpes
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-110
 eMail: frank@antwerpes.de

antwerpes Berlin Dirk Pogrzeba
 fon: +49 (0) 30. 44 01 55-10
 eMail: dirk@antwerpes.de

**Albert Geisselmann
 Medizinbedarf GmbH** Helmut Rieger
 fon: +49 (0) 71 57. 5 65 65-0
 eMail: h.rieger@geisselmann-gmbh.de

medizinstudent.de Alexander Marcin
 fon: +49 (0) 20 1. 1 05 59 66
 eMail: alexander@medizinstudent.de

Investor Relations Jan Antwerpes
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-111
 eMail: jan@antwerpes.de

Human Resources Pia Lindel
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-143
 eMail: pia.lindel@antwerpes.de

Corporate Communications Tanja Mumme
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-139
 eMail: tanja.mumme@antwerpes.de



Das Impressum

Redaktion und Gestaltung antwerpes ag

Fotos Felix Wirth

Druck Heggendruck GmbH

Corporate Communications antwerpes ag
 Tanja Mumme
 fon: +49 (0) 2 21. 9 20 53-139
 fax: +49 (0) 2 21. 9 20 53-133
 eMail: ir@antwerpes.de
 eMail: presse@antwerpes.de