

2000/2001

Geschäftsbericht



Inhalt

1	KENNZAHLEN
2	INFORMATIONEN FÜR INVESTOREN
4	MANAGEMENT & VERWALTUNGSRAT
5	BERICHT DES PRÄSIDENTEN DES VERWALTUNGSRATS
8	AUSBLICK
13	KUNDENPROJEKTE
18	FINANZTEIL CREALOGIX GRUPPE
38	FINANZTEIL CREALOGIX HOLDING AG
45	ADRESSEN



Alle Beträge in CHF	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000	April–Juni 2001	April–Juni 2000
Betriebsertrag	27'325'477.57	19'637'036.36	6'533'988.59	5'660'628.38
Veränderung in %	+39.15		+15.43	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (exkl. IPO-bezogene Aufwendungen)	1'482'797.26	5'975'709.51	-295'576.70	1'392'757.26
in % des Betriebsertrags	5.4	30.4	-4.5	24.6
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (inkl. IPO-bezogene Aufwendungen)	992'584.98	5'975'709.51	-295'576.70	1'392'757.26
Reingewinn (exkl. IPO-bezogene Aufwendungen)	1'982'728.88	4'527'215.43	306'204.69	989'980.31
in % des Betriebsertrags	7.3	23.1	4.7	17.5
in % des Eigenkapitals	3.3	47.1	1.9	10.3
Reingewinn (inkl. IPO-bezogene Aufwendungen)	1'614'518.31	4'527'215.43	306'204.69	989'980.31
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	5'406'864.00	3'312'591.00	3'468'580.00	178'000.00
in % des Betriebsertrags	19.8	16.9	53.1	3.1
Investitionen	3'026'252.00	2'608'085.00	79'101.00	1'366'518.00
Abschreibungen	1'738'247.66	736'589.13	520'418.56	185'071.33
Vollbeschäftigte Mitarbeiter	138.0	73.3	140.6	93.4
Vollbeschäftigte freie Mitarbeiter	9.5	7.1	3.0	5.4
Vollbeschäftigte inkl. freie Mitarbeiter	147.5	80.4	143.6	98.8
Betriebsertrag pro vollbeschäftigte inkl. freie Mitarbeiter	185'257.48	244'241.75	45'501.31	57'293.81
Personalaufwand pro vollbeschäftigte Mitarbeiter	128'883.01	133'691.21	35'127.19	32'143.32
Anzahl Mitarbeiter per 30. Juni			141	127
Gewinn pro Aktie – unverwässert	1.72	13.31	0.40	24.75
Eigenkapital pro Aktie	53.38	28.26	–	–
Aktienkurse				
Höchst	287.50	–	73.50	–
Tiefst	40.00	–	40.00	–
Ausgabepreis	200.00	–	200.00	–
Marktkapitalisierung (in Mio. CHF)				
Höchst	307.6	–	78.6	–
Tiefst	42.8	–	42.8	–
Ausgabepreis	214.0	–	214.0	–

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Bilanzsumme	61'763'755.36	13'117'637.30
Eigenkapital	56'732'565.47	9'614'309.50
Eigenkapitalquote (in %)	91.85	73.30

Kurzprofil

Crealogix ist eines der führenden Dienstleistungsunternehmen im Bereich E-Business in der Schweiz und unterstützt grössere Firmen bei der gewinnbringenden Nutzung des Internets. Die Kernkompetenzen umfassen Beratung, Technologie und Multimedia/Design. Crealogix bietet E-Strategie-Beratung an und konzipiert sowie realisiert geschäftskritische Internet-Applikationen. Dabei stehen die Kundenbedürfnisse und eine möglichst kurze Markteinführungsfrist im Zentrum.

Agenda/Daten

- 4. Oktober 2001
Ordentliche Generalversammlung im Lake Side Casino Zürichhorn, Zürich
- 27. November 2001
Bericht zum 1. Quartal 2001/2002
- 26. Februar 2002
Bericht zum 2. Quartal 2001/2002
- 28. Mai 2002
Bericht zum 3. Quartal 2001/2002

Investor-Relations-Verantwortliche

Bruno Richle, CEO
bruno.richle@crealogix.com

Dr. Jürg Neck, CFO
juerg.neck@crealogix.com

CREALOGIX Holding AG
Thurgauerstrasse 39
CH-8050 Zürich
Tel. +41-1-302 19 25
Fax +41-1-302 19 26
www.crealogix.com

Dividendenpolitik

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vorschlagen, keine Dividende für das Geschäftsjahr 2000/2001 auszuschütten. Es ist generell vorgesehen, die Gewinne für die geplante Expansion zu reinvestieren.

Bedeutende Aktionäre/Lock-up-Vereinbarungen

Per 30. Juni 2001 verfügten folgende Aktionäre über einen Stimmanteil von mehr als 5 Prozent:

Aktionäre	Stimmanteil	Anzahl Aktien	davon gesperrt bis	
			7.9.2001	7.9.2002
– Bruno Richle	22.30%	238 567	238 567	119 284
– Dr. Richard Dratva	22.30%	238 567	238 567	119 284
– Daniel Hildebrand	15.55%	166 346	166 346	83 173
– Peter Süsstrunk	7.34%	79 520	79 520	39 760

Aktienkennziffern

Total Anzahl ausstehende Aktien	1'070'000
davon im Publikum	347'000
in %	32.43
Eigenkapital pro Aktie in CHF	53.38
Gewinn pro Aktie in CHF – unverwässert	1.72
Aktienkurse in CHF	
30.6.2001	64.00
Höchst (8.9.2000)	287.50
Tiefst (4.4.2001)	40.00
Ausgabepreis (7.9.2000)	200.00
Marktkapitalisierung in Mio. CHF	
30.6.2001	68.48
Höchst (8.9.2000)	307.60
Tiefst (4.4.2001)	42.80
Ausgabepreis (7.9.2000)	214.00

Handelsplattform und Ticker-Symbole

Die Namenaktien (zu nominal CHF 10.—) der CREALOGIX Holding AG sind seit dem 7. September 2000 am SWX New Market unter der Valorennummer 1'111'570 kotiert.

Ticker-Symbole:

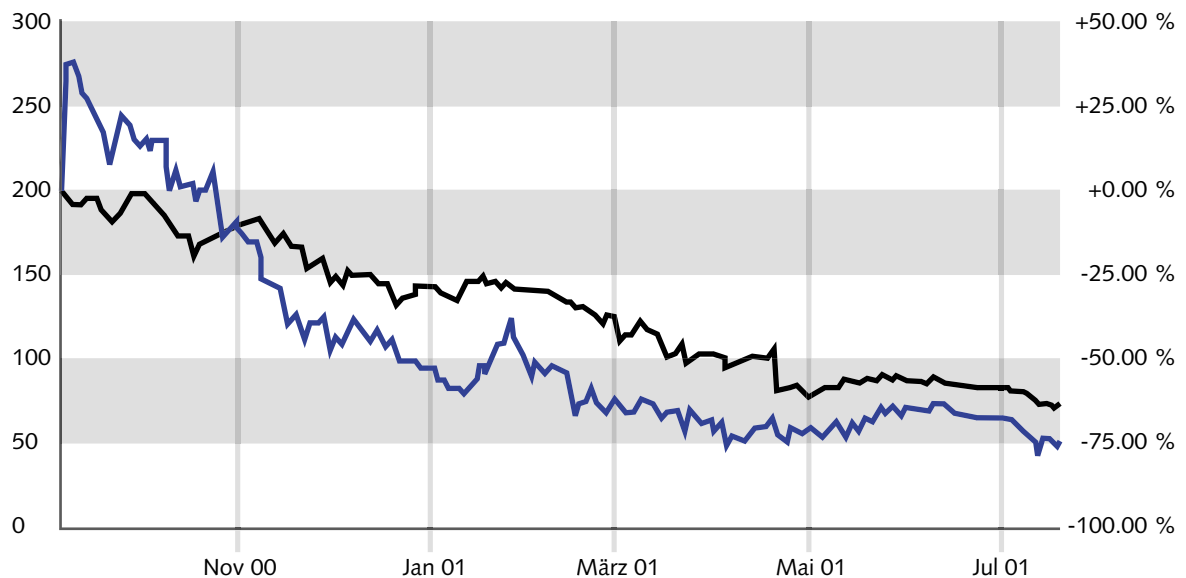
Telekurs	CLXN
Reuters	CLXZn. S
Bloomberg	CLXN SW

Handelsvolumen

Seit dem ersten Handelstag bis zum 30.6.2001 wurden gesamthaft 688'712 Crealogix-Aktien im Wert von CHF 133 Mio. gehandelt. Das durchschnittliche Tagesvolumen betrug 3'393 Aktien im Wert von CHF 655'089.

Kursentwicklung 7.9.2000 bis 30.6.2001

Alle Beträge in CHF



Symbole	Höchst	Tiefst	Veränderung (%)
CREALOGIX N	287.50	40.00	-150.00 (-75.00%)
SNMI	1843.66	632.76	-1164.86 (-64.20%)



Dr. Richard Dratva

CSO, Vize Präsident des
Verwaltungsrats & Mitglied
der Geschäftsleitung



Dr. Louis-Paul Wicki

CEO Schweiz & Mitglied
der Geschäftsleitung



Dr. Jürg Neck

CFO & Mitglied der
Geschäftsleitung



Ditmar Kerkhoff

Vorstand Deutschland



Dr. Christoph Schmid

Mitglied des
Verwaltungsrats



Prof. Dr. Conrad Meyer

Mitglied des
Verwaltungsrats

Bruno Richle

CEO & Präsident des
Verwaltungsrats



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Liebe Freunde des Hauses

Wir freuen uns, Sie mit unserem ersten Geschäftsbericht als börsenkotierte Gesellschaft über eine insgesamt erfreuliche Entwicklung unseres Unternehmens im Geschäftsjahr 2000/2001 informieren zu dürfen. Die betriebswirtschaftlich relevanten Eckwerte sind alle positiv, Crealogix ist finanziell nach wie vor kerngesund. Dank der im Februar dieses Jahres sofort eingeleiteten Massnahmen zur Anpassung unserer Kostenstruktur an die Umsatzentwicklung ist es der Crealogix Gruppe gelungen, das Geschäftsjahr 2000/2001 mit einem positiven Ergebnis abzuschliessen. Der für die Berichtsperiode erzielte Umsatz von CHF 27,3 Mio. und ein EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) von CHF 1,0 Mio. entsprechen den Prognosen vom Februar 2001. Wenngleich auf tieferem Niveau als anlässlich des Börsengangs angenommen, hat sich die Crealogix Gruppe in einem schwierigen Marktumfeld gut behaupten können – als eine der ganz wenigen in dieser Branche.

Umsatz- und Gewinnentwicklung:

Im Geschäftsjahr 2000/2001 konnte die Crealogix Gruppe ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um

39 Prozent auf CHF 27,3 Mio. steigern. Der EBIT lag mit CHF 1,0 Mio. um 83 Prozent tiefer als im Vorjahr und entspricht 3,6 Prozent des Umsatzes. Bereinigt um die IPO-bezogenen Aufwände beträgt der EBIT CHF 1,5 Mio. bzw. 5,4 Prozent des Umsatzes. Die Crealogix Gruppe weist für das Berichtsjahr einen Reingewinn von CHF 1,6 Mio. aus - IPO-kostenbereinigt liegt der Wert bei CHF 2,0 Mio. (Vorjahr CHF 4,5 Mio.).

Entwicklung von Personal und Betriebskosten:

Im dritten Quartal wurde die Anzahl der Mitarbeitenden an das verlangsamte Marktwachstum angepasst. Mit einem Mitarbeiterbestand von 141 per Ende des Geschäftsjahrs bewegen wir uns im prognostizierten Rahmen unserer Personalentwicklungs- und Ertragsziele. Insbesondere ermöglichen uns der derzeitige Mitarbeiterbestand und die Personalstruktur, flexibel auf die Bedürfnisse des Marktes zu reagieren.

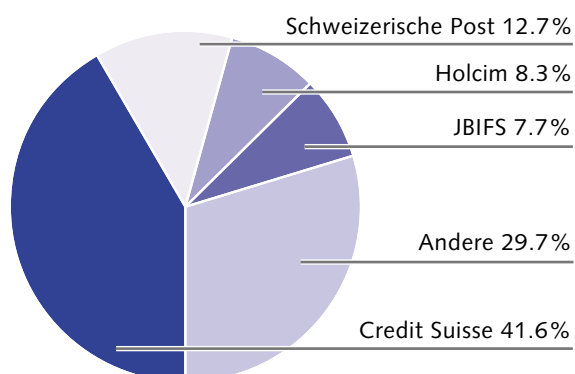
Die im Februar dieses Jahres eingeleiteten Massnahmen zur Straffung unserer Kostenstruktur werden sich positiv auf die Ertragslage der Crealogix Gruppe auswirken. Der sonstige Betriebsaufwand betrug im

Geschäftsjahr 2000/2001 17 Prozent des Umsatzes und soll im neuen Geschäftsjahr auf 15 Prozent reduziert werden. Ein weiterhin konsequentes Kostenmanagement wird uns unterstützen, die Betriebskosten auch zukünftig auf einem der Marktentwicklung adäquaten Niveau zu halten.

Marktentwicklung und -positionierung:

Entgegen den noch im Frühjahr 2000 geäußerten Prognosen der grossen Marktanalyse-Unternehmen hat sich das Marktwachstum für E-Business-Projekte im vergangenen Geschäftsjahr stark verlangsamt. Aufgrund dieser Entwicklungen hat auch die Crealogix Gruppe ihre Erwartungen dem allgemein rückläufigen Trend anpassen müssen. Durch verstärkte Marketing- und Sales-Anstrengungen haben wir trotz diesem schwierigen Umfeld bedeutende Aufträge gewinnen können. Die neuen E-Business-Projekte für Ascom, Bank Cial, Bon appétit Group, Die Schweizerische Post, Hilti, Holcim (ex Holderbank) und Peugeot sowie interessante Aufträge für unsere bestehenden Kunden wie die Credit Suisse und Julius Bär IFS (JBIFS) haben dazu beigetragen, unsere Position als erfolgreichstes börsenkotiertes E-Business Dienstleistungsunternehmen der Schweiz weiter zu festigen. Mit der Eröffnung unserer Niederlassung in Frankfurt haben wir zudem den Grundstein für eine sorgfältige Expansion in die deutschsprachigen Länder Europas gelegt.

Umsatzverteilung nach Kunden:



Crealogix-Niederlassungen:

Im November 2000 haben wir unsere neue Niederlassung in Basel und im Januar 2001 diejenige in Frankfurt eröffnet. Beide Standorte haben sich sowohl personell als auch im Hinblick auf die Marktakzeptanz gemäss unseren Zielen entwickelt. Bereits nach kurzer Zeit konnten wichtige Aufträge aus den Regionen gewonnen werden. So durften wir in Frankfurt bereits zwei Monate nach der Eröffnung den ersten Grossauftrag für eine deutsche Direktbank realisieren. Die unbefriedigende Entwicklung des Marktes für Internet-Dienstleistungen in Nordamerika während der letzten Monate hat uns dazu bewogen, uns aus diesem Markt bis auf weiteres zurück zu ziehen. Der weitere, haushälterische Ausbau der Gruppe wird mit Fokus Mitteleuropa vorangetrieben, wo die Ertragsaussichten und Marktverhältnisse günstiger sind.

Kursentwicklung:

Am 7. September 2000 wurden die Namenaktien der CREALOGIX Holding AG mit dem Ausgabepreis von CHF 200.— erstmals an der SWX Swiss Exchange gehandelt. Mit CHF 287.50 am 8. September 2000 verzeichneten die Aktien den höchsten Kurs im abgelaufenen Geschäftsjahr. In der Folge wurden die starken Korrekturen an den internationalen Technologiemärkten und insbesondere am New-Market-Segment spürbar. Per 30. Juni 2001 lag der Kurs der Crealogix-Aktie bei CHF 64.—.

Dank:

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben uns im abgelaufenen Geschäftsjahr in einem veränderten Marktumfeld loyal und tatkräftig unterstützt. Der Verwaltungsrat und die Gruppenleitung danken ihnen für ihr Engagement, welches zur Zufriedenheit unserer Kunden und damit zu unserem Erfolg beiträgt. Unser Dank gilt auch unseren Kunden, für die wir wiederum

anspruchsvolle Aufgaben übernehmen durften, ebenso wie unseren Partnern, die uns dabei unterstützt haben. Und schliesslich danken wir unseren Aktionärinnen und Aktionären, die uns mit ihrem finanziellen Engagement seit dem Börsengang vertrauensvoll begleiten. Ein persönlicher Dank geht an die Mitglieder des Verwaltungsrats für die konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Speziell einschliessen möchte ich Prof. Dr. Conrad Meyer, der sich aufgrund seines VR-Präsidioms bei der Neuen Zürcher Zeitung entlasten möchte und auf Ende des Geschäftsjahrs 2000/2001 ausscheidet. Seine Erfahrung, sein Engagement und sein Know-how waren für Crealogix im ersten Jahr als börsenkotiertes Unternehmen von grossem Nutzen. Das Bekenntnis zur grösstmöglichen Transparenz, auch in der Rechnungslegung, ist ganz stark mit sein Verdienst.

Ausblick:

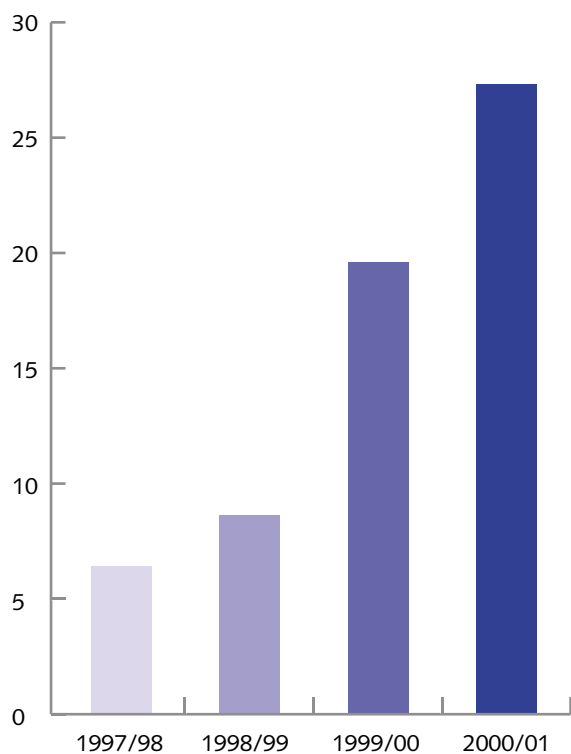
Die Crealogix Gruppe ist zuversichtlich in das neue Geschäftsjahr gestartet. Wir sind überzeugt, dass wir unsere Position im Markt für E-Business-Dienstleistungen dank guten Produkten, gezielten erstklassigen Vertriebspartnerschaften und dem Know-how sowie Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter ausbauen können. Für das laufende Geschäftsjahr rechnen wir ohne Akquisitionen mit einem mindestens gehaltenen Umsatzvolumen und einem EBIT von ca. 15 Prozent.

Bruno Richle

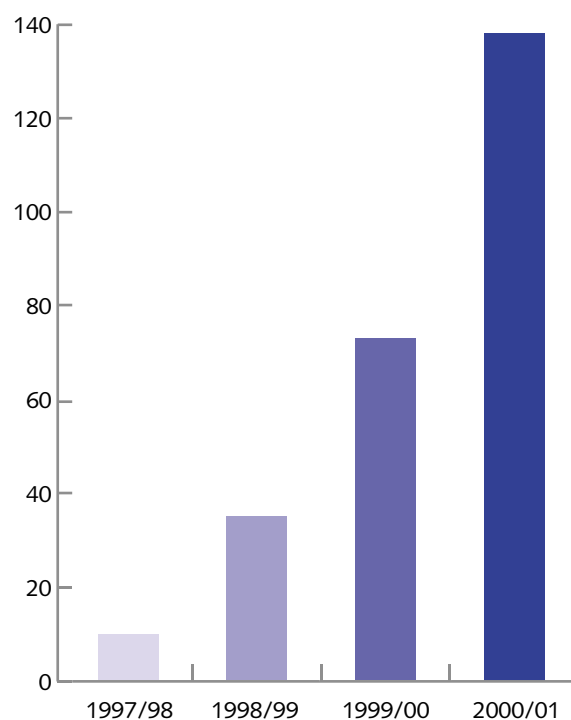
CEO & Präsident des
Verwaltungsrats

Umsatz:

in Mio. CHF



Vollbeschäftigte Mitarbeitende:



Die Crealogix Gruppe hat sich im abgeschlossenen Geschäftsjahr trotz schwierigen Marktbedingungen auch zahlenmässig gut behauptet und ihre Position im Schweizer Markt weiter gefestigt. Welche Einflussfaktoren und Entwicklungen werden die nächste Zukunft für E-Business-Dienstleistungen prägen? Bruno Richle, Präsident des Verwaltungsrats und Chief Executive Officer, Richard Dratva, Vize Präsident des Verwaltungsrats und Chief Strategy Officer und Jürg Neck, Chief Financial Officer, äussern sich zu Zielen, Strategie und Marktaussichten.



In welchen Bereichen besteht für Crealogix das grösste Markt-/Entwicklungspotenzial?

Bruno Richle: In allen Branchen, wo aktualisierte Informationen rund um die Uhr und Expertenwissen auf elektronischem Weg kostengünstig verfügbar gemacht

werden können. Die Nachfrage nach E-Business-Dienstleistungen im Finanzbereich – Stichworte: Internetbanking, online-Beratungsanwendungen im Anlage- oder Vorsorgebereich (Online Financial



Planning) – hält unvermindert an. Die Verschmelzung von wissensbasierten Systemen, dem sogenannten Knowledge Management, mit dem gezielten Aufbau von Ausbildungsmodulen lässt zudem eine starke Nachfrage im Bereich des E-Learning bei Grossunternehmen erwarten.

Die schnelle Entwicklung und gezielte Vermarktung kostengünstiger Speziallösungen wie z.B. unsere „Online Printing on Demand“-Lösung, also saubere Papierausdrucke aus dynamisch zusammengestellten Internetinhalten, sind sehr gefragt. Dies alles sind E-Business-Spezialdienstleistungen, in denen wir sowohl über grosses Know-how als auch über die nötigen Standardprodukte verfügen; sie können kundenspezifisch so angepasst werden, dass unseren Abnehmern echte Wettbewerbsvorteile erwachsen.

„Crealogix will wachsen und hat auch das Marktpotenzial dazu. Das Umsatz- und Ertrags-Wachstum muss nachhaltig sein“.

Bruno Richle

Mit welchen generellen Marktentwicklungen haben denn Internet-Dienstleister in den nächsten zwei Jahren zu rechnen?

Richard Dratva: Der Konsolidierungsprozess ist noch nicht beendet. Wir rechnen damit, dass sich Unternehmen aufgrund der Marktsituation weiterhin zusammenschliessen oder aufgrund ungenügender Nachfrage ihre Tätigkeit einstellen müssen. Die verbleibenden Unternehmen, für die das Auftragsvolumen dadurch steigt, werden sich jedoch zunehmend spezialisieren, teilweise auch eine Vertikalisierungs-Strategie verfolgen.

Wie schätzen Sie die Chancen für Crealogix in diesem veränderten Umfeld ein?

Bruno Richle: Die tragenden Elemente unserer Strategie – Beratung, Technologie, Multimedia/Design – werden auch weiterhin gefragt sein. Mit unserem Spezialisierungsgrad und der konsequenten Fokussierung auf den Return on Investment (ROI) für unsere Kunden und mit unseren Dienstleistungen und Lösungen sind wir im Markt bereits sehr gut verankert. Zusammen mit unseren Technologie- und Vertriebspartnern sind wir zudem jederzeit bereit, auf neue Bedürfnisse flexibel und schnell zu reagieren.

Richard Dratva: Crealogix gehört zu den Top 3 des Schweizer Markts, von der Profitabilität her gesehen rangieren wir sicher auf Platz 1. Wir befinden uns diesbezüglich in einer vorzüglichen Ausgangslage. Wir wollen unsere Position nicht nur halten, sondern weiter ausbauen. Die Konzipierung und Realisierung von E-Business-Dienstleistungen, wie sie Crealogix anbietet, erfordert grosses Know-how. Die Eintrittshürden für neue Anbieter sind dementsprechend hoch.



„Crealogix will ihre Kunden darin unterstützen, einen grösstmöglichen Return on Investment aus den Projekten zu erhalten“.

Richard Dratva

Wie reagiert Crealogix, wenn sich der Markt nicht gemäss den Prognosen entwickelt? Verfügen Sie über Instrumente, die Ihnen ein frühzeitiges Anpassen der Kostenstruktur an die Marktsituation ermöglicht?

Jürg Neck: Wir verfügen über ein aussagekräftiges und schnelles Monats-Reporting für die Situationsanalyse. Es ist jedoch oft schwierig zu beurteilen, ob ein Trend kurz- oder längerfristig ist. Da die Personalkosten den grössten Ausgabenposten bilden, müsste eine Anpassung an einen rückläufigen Markt zwangsläufig über die Kostenreduktion erfolgen. Wir arbeiten mit einem flexiblen Entlöhnungssystem, welches

die fixen Personalkosten möglichst tief hält. Ergänzend haben wir ein EBIT-abhängiges Bonus-Programm eingeführt. Die Philosophie dahinter ist einfach: Wenn es der Firma gut geht, sollen die Mitarbeiter davon speziell profitieren.

Und wie sieht die Auftragslage für das neue Geschäftsjahr aus?

Richard Dratva: Zu Beginn des Geschäftsjahrs haben wir bereits rund die Hälfte des angestrebten Jahresumsatzes als Bestellschiff im Rahmen laufender oder fest zugesagter neuer Projekte im Haus. Zu den wichtigsten Kunden zählen Credit Suisse Group, Die Schweizerische Post, Julius Bär IFS, Hilti, Holcim (ex Holderbank), Peugeot, die Bon appétit Group und die Gruppe Rüstung.

Crealogix nimmt eine führende Stellung im Bereich der Internet-Dienstleistungen für Finanzinstitute ein. Wird diese Branche für Sie weiterhin eine wichtige Rolle spielen?

Richard Dratva: Ja natürlich. Denn hier verfügen wir nicht nur über grosse Erfahrung, sondern bewegen uns in einem für uns finanziell interessanten Bereich.



Ausserdem verfügen wir in diesem Bereich über eine grosse Kundenbasis, aus welcher häufig Anschlussprojekte gewonnen werden können.

Bruno Riche: Interessant sind für uns Projekte, in denen E-Business für den Kunden eine strategische Dimension hat und in denen wir zukünftiges Potenzial erkennen können. Die Attraktivität eines Projekts wird also nicht zwingend durch die Branche oder die Unternehmensgrösse bestimmt. So sind wir zum Beispiel vermehrt auch für die Industrie, für Logistik-Anbieter, Dienstleister wie die Post und auch vermehrt für die Schweizer Armee tätig.

Crealogix hat im vergangenen Geschäftsjahr zwei neue Standorte eröffnet und die Niederlassung in Kanada geschlossen. Wie sieht die weitere Planung aus?

Bruno Riche: Wir fokussieren uns zurzeit auf Europa, genauer gesagt auf den deutschsprachigen Raum Europas. Dort bestehen die grössten Chancen für unsere Dienstleistungen und für ein Wachstum bei häuslichem Mitteleinsatz bzw. abschätzbaren Risiken. Die gut eingeführten Niederlassungen wollen wir weiter ausbauen.

Crealogix will ihre Position weiter festigen. Das heisst auch: Marktanteile gewinnen. Welche Massnahmen im Bereich Marketing und Sales setzen Sie dafür ein?

Richard Dratva: Wachsen kann man durch Neugeschäfte, aber auch durch Anschlussaufträge von bestehenden Kunden. Wir konzentrieren uns auf beides. Im Bereich Neugeschäft spielt auch unser hervorragendes Netzwerk von Technologie- und Vertriebspartnern eine zunehmende Rolle. Die Erschliessung neuer Märkte bzw. Branchen mit Spezialprodukten und Leistungen schliesslich wird ebenfalls dazu beitragen, dass unser Marktanteil wächst.

Ist eine geografische Ausweitung auch über Akquisitionen denkbar?

Bruno Riche: Ja, das ist durchaus möglich, vorzugsweise im nahen Ausland, zum Beispiel in Süddeutschland. Die Region spielt jedoch bei einer Akquisition nicht die Hauptrolle. Viel wichtiger ist uns, dass ein Unternehmen gesund ist, mit ergänzendem Know-how und Marktanteilen (Kunden und Projekte).

Welche Strategie verfolgt Crealogix hinsichtlich Technologie- und Vertriebspartnerschaften? Gibt es Zusammenarbeitsvereinbarungen?

Richard Dratva: Wir beobachten den Markt sehr genau und konzentrieren uns auf mögliche Partner, die uns ergänzen und die auch von uns profitieren können. Unser Netzwerk soll nicht die meisten, sondern die besten vereinen.

Aus dem Börsengang sind der Crealogix Eigenmittel in der Höhe von rund CHF 45 Mio. zugeflossen. Wofür verwenden Sie diese?

Bruno Riche: Crealogix will, kann und muss wachsen. Das braucht entsprechende Investitionen und Mittel. Mit den jüngsten Bewertungskorrekturen sehen wir gute Chancen, eine geeignete Akquisition zu einem vernünftigen Preis tätigen zu können.

Mit der Verlangsamung der Marktentwicklung hat sich auch die Situation auf dem Arbeitsmarkt verändert. Wie präsentiert sie sich für Crealogix als Arbeitgeber?

Bruno Riche: Die Verunsicherung der Mitarbeiter ist damit natürlich auch gestiegen. Wir sind jedoch



glücklich, auf loyale und äusserst engagierte Mitarbeitende zählen zu können. Generell stellen wir fest, dass die Rekrutierung von qualifizierten Mitarbeitenden wieder einfacher geworden ist.

„Crealogix will mit verlässlichen Prognosen und guten Resultaten Vertrauen im Kapitalmarkt schaffen“.

Jürg Neck

Erfolgt bezüglich Mitarbeiter im laufenden Geschäftsjahr eher ein Aus- oder ein Abbau?

Jürg Neck: Nachdem wir im Zuge einer Korrektur des Mitarbeiterbestands in der 2. Hälfte des abgelaufenen Geschäftsjahrs nun die angestrebte Grösse erreicht haben, gehen wir in unserer Planung vorerst von einem gleich bleibenden Bestand in der Schweiz von rund 130 Mitarbeitenden aus. Für Deutschland ist ein moderates Wachstum geplant.

Wo will Crealogix vor allem investieren?

Jürg Neck: Im laufenden Geschäftsjahr werden wir weiterhin in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter investieren. Des Weiteren in die IT-Infrastruktur, wofür wir Abschreibungen von rund 8 Prozent des Umsatzes budgetiert haben.

Mit welchen Massnahmen will Crealogix die Attraktivität ihrer Aktie steigern?

Jürg Neck: Ein Unternehmen lebt vom Vertrauen – auch vom Vertrauen der Kapitalgeber. Operative Fortschritte, präzise Prognosen, Transparenz in der Berichterstattung sind die besten Mittel, um von der Börse angemessen bewertet zu werden.

Welche Ziele hat Crealogix bezüglich Umsatz, EBIT bzw. EBIT-Marge für das Geschäftsjahr 2001/2002?

Jürg Neck: Wir streben bei gehaltenem Umsatz eine EBIT-Marge von ca. 15 Prozent an.

Ein Jahr nach Börsengang laufen die ersten Lock-up-Fristen aus. Werden sich die Hauptaktionäre weiterhin für Crealogix engagieren?

Bruno Richte: Ja, auf jeden Fall. Die Hauptaktionäre sind ja weiterhin operativ im Unternehmen tätig. Sie sind somit am nachhaltigen Wachstum, am Erfolg der Crealogix Gruppe sowie an einer soliden Entwicklung der Crealogix-Aktie interessiert.



www.postfinance.ch



Rolf Giger, Mitglied der Geschäftsleitung Postfinance und Projektleiter des Projekts Finanzportal.

„Das Projekt Finanzportal hatte bereits beim Start einen sehr ehrgeizigen – wir prägten immer den Begriff sportlichen – Zeitplan. Doch nicht nur der Zeitplan war sehr sportlich. Wir entschieden uns zusätzlich dafür, neue Technologien einzusetzen und damit eine optimale Basis für die zukünftige Entwicklung der Internet-Applikationen von Postfinance zu bauen. Im Rahmen der Projektentwicklung mussten sehr viele neue Prozesse definiert und abgestimmt werden. Nur dank der guten Zusammenarbeit aller beteiligten Firmen und dank dem ausserordentlichen Engagement der betroffenen Mitarbeiter konnte das Projekt eingeführt werden. Wir sind überzeugt, dass wir gemeinsam eine gute Basis geschaffen haben, auf der wir nun unsere weiteren Ausbauschritte aufbauen können. Ein herzliches Dankeschön an alle beteiligten Mitarbeiter für den bisher geleisteten grossen Einsatz und natürlich hoffen wir auf eine weitere fruchtbare Zusammenarbeit mit der CREALOGIX AG“.

Von der Informationsplattform zur interaktiven Finanzdienstleistungsplattform

Im Herbst 2000 erhielt Crealogix den Auftrag, die bisher bestehende reine Informationsplattform der Postfinance zur interaktiven Finanzdienstleistungsplattform auszubauen. Im Rahmen des Projekts zeichnete Crealogix verantwortlich für die Entwicklung des Multimedia Designs auf der Basis der vorhandenen CI-/CD-Richtlinien, das Erstellen von Previews für die einzelnen Funktionalitäten sowie die Entwicklung der Site unter Berücksichtigung der verschiedenen einzusetzenden Technologien. Im ersten und zweiten Quartal 2001 übernahm Crealogix weitere Aufgaben in den Bereichen Static Content, Imaging sowie weitere Use Cases. Zudem konnte, basierend auf dem SilverStream ePortal, ein Content Management System für die Bewirtschaftung der Site integriert werden.

Weitere Ausbauschritte folgen

Die Basis des virtuellen Finanzcenters ist geschaffen. Die Postfinance-Kunden finden unter www.postfinance.ch Finanz- und Wirtschaftsinformationen, die ihnen fundierte Grundlagen für den Handel mit Wertschriften liefern. Interessante Hinweise und Informationen rund um die Postfinanceprodukte runden das Angebot zurzeit ab. Die Finanzdienstleistungsplattform soll jedoch laufend erweitert werden. Geplant sind zum Beispiel die Integration von bestehenden Dienstleistungen wie Yellownet und Yellowtrade sowie der Einbau von interaktiven Spielen, Comics, Beiträgen der Benutzer, WAP-Kompatibilität und umfassende Alarming-/Watchlistfunktionalitäten. Ebenfalls sollen Inhalt und System ständig aktualisiert und an neue Technologien angepasst werden.



Patrick Schneider, Projektleiter, Crealogix.

„Die Herausforderung in einem komplexen Projekt wie dem Finanzportal für die Postfinance besteht in der Flexibilität, die von allen Beteiligten gefordert wird. Veränderte Rahmenbedingungen und damit Neuausrichtungen müssen täglich mit mehreren, geografisch oft an verschiedenen Orten angesiedelten Stellen abgestimmt werden. Dabei darf man das grosse Ziel nie aus den Augen verlieren“.

 A screenshot of the Postfinance website. The top navigation bar is yellow with the text 'yellowworld yellownet yellowtrade Die Post Kontakt Suche Hilfe'. Below this is a banner for 'abheben' (withdrawal) with a yellow background and images of penguins. The main content area features the heading 'Banking. Trading. Infos. News.' and the URL 'www.postfinance.ch'. A central text block reads 'Wirklich einfach: unser neues Finanzportal.' followed by a description of services. The right sidebar contains sections for 'News', 'Mitteilungen', and 'Hotspots'. The footer includes a disclaimer and copyright information for 2001.

Postfinance **DIE POST**

English Français Italiano Ausbilden Reisen Familie Wohnen

» [Login](#) » [Registrieren](#)

» [News](#)
 » [Quotes](#)
 » [Privatkunden](#)
 » [Geschäftskunden](#)
 » [Vereine](#)
 » [Jugendliche](#)
 » [Education](#)
 » [Yellowvents](#)
 » [Wir über uns](#)
 » [Services](#)

abheben

Banking. Trading. Infos. News.
 www.postfinance.ch

Wirklich einfach: unser neues Finanzportal.

Mehr [infos](#), aktuelle [news](#) aus Finanz und Wirtschaft und Zugang zu den Finanzdienstleistungen [yellownet](#) (Online Banking) und [yellowtrade](#) (Online Trading); herzlich willkommen.

News

- [New York schneit wieder - Unsicherheit bei volatilen Märkten](#)
- [Roboter-Herdie: warum IS-DAX nach oben](#)
- [Energie verliert Rückwärtschance](#)
- [Unternehmensnachrichten helfen Wall Street ins Plus](#)
- [Börse für US-Tochter Finanzinvestor in CH](#)
- [Tamedia übernimmt 100% an Balcet Media](#)

Mitteilungen

- [www.postfinance.ch yellownet](#)
Tolle Preise zu gewinnen!
- [yellowtrade](#)
Online Trading ohne Depotgebühren, ab CHF 25.- Courtage

Hotspots

- [yellownet](#)
- [Die Golden Fische](#)
- [Das Gelbe Konto](#)
- [Verzeichnis](#)
- [Aktuelle Veröffentlichungen](#)

Bitte lesen Sie die [rechtlichen Hinweise und allgemeinen Geschäftsbedingungen](#), [Zinsen und Konditionen](#) | Copyright (c) 2001 by Postfinance. Alle Rechte vorbehalten.

www.holcim.com



André Haller, Projektleiter, Holcim.

„Der Erfolg von Projekten basiert nach wie vor auf einer direkten und persönlichen Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten. Dank der unkomplizierten Kontakte mit den Crealogix-Mitarbeitern haben beide Seiten vom Gleichen gesprochen und damit die Reaktionszeiten erheblich verkürzt. Auch die geografische Nähe zwischen Holcim und Crealogix hat dabei eine wichtige Rolle gespielt“.

Global Brand als entscheidender Marktvorteil

Am 18. Mai 2001 hat die Generalversammlung der "Holderbank" Financière Glarus AG ("Holderbank") dem Namenswechsel zu Holcim Ltd zugestimmt. Mit der Einführung eines gruppenweiten, einheitlichen Brandings verfolgt Holcim das Ziel, sich in einem kompetitiven und zusehends globalen Markt in mehr als 70 Ländern auf allen Kontinenten sichtbar zu positionieren. Der Kreation der neuen visuellen Identität vorangegangen ist ein Corporate-Identity-

Prozess, der die Vision, das Leitbild und damit die Grundwerte des Konzerns auf die zukünftigen Anforderungen abstimmt.

Im Rahmen dieses Rebrandings erstellte Crealogix das Konzept für einen globalen, an die neuen Corporate-Design-Richtlinien angepassten Webauftritt des Holcim Konzerns. Die Corporate Site des Konzerns (www.holcim.com) sowie die Website der Schweizer Konzerngesellschaft Holcim (Schweiz) AG (www.holcim.ch) bildeten die Pilotprojekte für die nachfolgende Umsetzung rund um die Welt. Innerhalb von rund fünf Monaten wurden zwei Sites geschaffen, die einerseits den Anforderungen einer globalen Struktur (Look & Feel) genügen und andererseits lokale inhaltliche Ansprüche erfüllen.

Design widerspiegelt Kommunikationsfähigkeit

Die neuen Corporate-Design-Richtlinien haben dem Website-Design einen grossen kreativen Spielraum offen gelassen. Der Mensch wurde visuell in den Mittelpunkt gestellt. Holcim bringt auf diese Weise die Kommunikationsfähigkeit des Konzerns zum Ausdruck. Dabei ergänzen sich Texte und Bilder gegenseitig in der Aussage. Die klare Navigation unterstützt einen klassischen Informations-Drill-Down und baut auf einem Cross-Navigations-Konzept auf, das sich durch Querverweise zu weiterführenden oder ähnlichen, dem Thema zugehörigen Informationen auszeichnet.



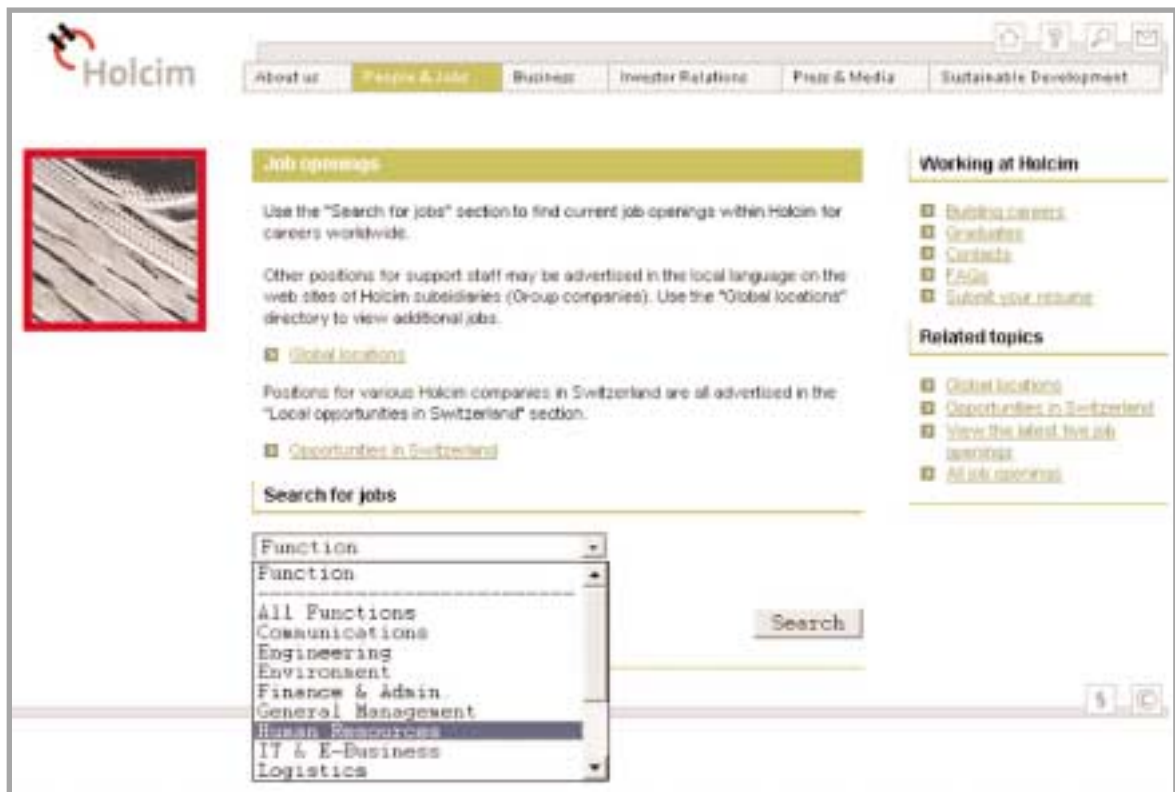
Peter Raab, Projektleiter, Crealogix.

„Die Anforderungen an unser Projektteam waren hoch. Sie haben uns jedoch angespornt, während Monaten Höchstleistungen zu erbringen, um das gemeinsame Ziel zu erreichen. Dementsprechend gross waren Freude und Stolz, als wir, exakt gemäss Zeitplan, am 21. Mai 2001 den Launch der Sites feiern konnten“.

Zeitgemässes Rekrutierungs-Tool

The screenshot shows the Holcim website interface. At the top left is the Holcim logo. A navigation menu includes 'About us', 'People & Jobs', 'Business', 'Investor Relations', 'Press & Media', and 'Sustainable Development'. The 'People & Jobs' menu is open, showing options like 'Job Openings', 'Building Careers', 'Graduates', 'Contacts', 'FAQs', and 'Submit Your Resume'. A large banner reads 'Strengthened Performance. Passion.' Below this, there are two columns of text. The left column is titled 'Holcim' and describes the company's history and global presence. The right column is titled 'Highlights' and lists 'Holcim's commitment to sustainable development'. A photo of two men in white hard hats is shown, with a red box highlighting the man on the right.

Bereits auf der Einstiegsseite sind Job und Karriere prominent platziert, so dass potentielle Mitarbeitende schnell und einfach einen Überblick über die Stellenangebote von Holcim erhalten.



Gemeinsam mit einem interdisziplinären Team wurde nach Möglichkeiten gesucht, wie sich Holcim als attraktiver Arbeitgeber im Stellenmarkt präsentieren kann. Potenzielle Mitarbeiter erhalten mit der gewählten Lösung einen detaillierten Einblick über konkrete Angebote und Karriere-Möglichkeiten im Konzern.

Finanzteil CREALOGIX Gruppe

19	KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG
20	KONSOLIDIERTE BILANZ
21	AUFSTELLUNG ÜBER DIE VERÄNDERUNG DES EIGENKAPITALS
22	KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG
23	ANHANG ZUR KONSOLIDierten JAHRESRECHNUNG
37	BERICHT DES KONZERNRECHNUNGSPRÜFERS

Alle Beträge in CHF	Anmerkungen*	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000
Betriebsertrag	3*	27'325'477.57	19'637'036.36
Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand	4*	-2'132'965.36	-1'443'386.60
Personalaufwand	5*	-17'785'855.82	-9'799'567.30
Abschreibungen/Amortisationen	9/10*	-1'738'247.66	-736'589.13
Sonstiger Betriebsaufwand	6*	-4'675'823.75	-1'681'783.82
Total Betriebsaufwand		-26'332'892.59	-13'661'326.85
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern		992'584.98	5'975'709.51
Finanzertrag	7*	1'418'265.86	90'804.20
Finanzaufwand	7*	-457'549.93	-22'631.18
Gewinn vor Steuern		1'953'300.91	6'043'882.53
Ertragssteuern	12*	-338'782.60	-1'516'667.10
Reingewinn		1'614'518.31	4'527'215.43
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	14*	1.72	13.31
Gewinn pro Aktie (verwässert)	14*	1.72	13.31

* Die Anmerkungen bilden einen integrierten Bestandteil dieser konsolidierten Jahresrechnung.

Alle Beträge in CHF		30. Juni		30. Juni	
	Anmerkungen*	2001	in %	2000	in %
A K T I V E N					
Umlaufvermögen					
Flüssige Mittel		49'667'909.34		1'741'650.66	
Wertschriften		1'736'466.00		2'388'687.00	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		4'348'669.58		5'153'804.05	
Übrige Forderungen	8*	1'086'175.50		427'072.30	
Angefangene Arbeiten		231'290.91		0.00	
Total Umlaufvermögen		57'070'511.33	92.4	9'711'214.01	74.0
Anlagevermögen					
Sachanlagen	9*	3'446'436.76		2'381'152.35	
Immaterielles Anlagevermögen	10*	546'807.27		325'271.24	
Aktive Abgrenzung aus Personalvorsorge	15*	700'000.00		700'000.00	
Total Anlagevermögen		4'693'244.03	7.6	3'406'423.59	26.0
Total A K T I V E N		61'763'755.36	100.0	13'117'637.60	100.0
P A S S I V E N					
Kurzfristige Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		925'409.56		878'469.58	
Steuerverbindlichkeiten		24'551.60		230'839.00	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	11*	3'206'228.73		1'663'868.52	
Total kurzfristige Verbindlichkeiten		4'156'189.89	6.7	2'773'177.10	21.1
Langfristige Verbindlichkeiten					
Latente Steuern	12*	875'000.00		730'151.00	
Total langfristige Verbindlichkeiten		875'000.00	1.4	730'151.00	5.6
Eigenkapital					
Aktienkapital	13*	10'700'000.00		4'000'000.00	
Agio		39'692'924.68		0.00	
Eigene Aktien		-870'672.65		0.00	
Umrechnungsdifferenzen		-14'005.64		874.98	
Gewinnvortrag		7'224'319.08		5'613'434.52	
Total Eigenkapital		56'732'565.47	91.9	9'614'309.50	73.3
Total P A S S I V E N		61'763'755.36	100.0	13'117'637.60	100.0

* Die Anmerkungen bilden einen integrierten Bestandteil dieser konsolidierten Jahresrechnung.

AUFSTELLUNG ÜBER DIE VERÄNDERUNG DES EIGENKAPITALS CREALOGIX GRUPPE

Alle Beträge in CHF ausser Anzahl Aktien	Anzahl Aktien	Aktien- kapital	Agio	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinn- vortrag	Total
Per 1. Juli 1999	100	100'000.00				4'376'219.09	4'476'219.09
Umrechnungsdifferenzen							
aus Konsolidierung					874.98		874.98
Aktiensplitting	9'900						0.00
Ausgabe von Stammaktienkapital	61'000	610'000.00					610'000.00
Ausgabe von Stammaktienkapital	329'000	3'290'000.00				-3'290'000.00	0.00
Reingewinn						4'527'215.43	4'527'215.43
Die Anzahl der Aktien wurde retrospektiv berichtigt.							
Per 30. Juni 2000	400'000	4'000'000.00			874.98	5'613'434.52	9'614'309.50
Umrechnungsdifferenzen							
aus Konsolidierung					-14'880.62	-3'633.75	-18'514.37
5. September 2000, pre-IPO							
Ausgabe von Stammaktienkapital	440'000	4'400'000.00					4'400'000.00
7. September 2000, IPO							
Ausgabe von Stammaktienkapital	230'000	2'300'000.00	43'700'000.00				46'000'000.00
Kapitalerhöhungskosten			-4'007'075.32				-4'007'075.32
Reingewinn						1'614'518.31	1'614'518.31
Zu-/Verkäufe netto	-7'260			-870'672.65			-870'672.65
Per 30. Juni 2001	1'062'740	10'700'000.00	39'692'924.68	-870'672.65	-14'005.64	7'224'319.08	56'732'565.47

Die Anmerkungen bilden einen integrierten Bestandteil dieser konsolidierten Jahresrechnung.

Alle Beträge in CHF	Anmerkungen*	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000
Geschäftstätigkeit			
Geldfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	16*	4'550'081	4'430'834
Zinsen erhalten		1'110'642	10'590
Zinsen bezahlt		-5'344	-54
Steuern bezahlt		-248'515	-1'128'779
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit		5'406'864	3'312'591
Investitionstätigkeit			
Investitionen in Sachanlagen	9*	-2'771'271	-2'294'360
Investitionen in immaterielle Anlagen	10*	-379'077	-310'367
Investitionen in Wertschriften		0	-11'300
Erlös aus Verkauf von Sachanlagen	9*	108'096	7'942
Erlös aus Verkauf von immateriellem Anlagevermögen	10*	16'000	0
Erwerb Tochtergesellschaft		-154'000	0
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		-3'180'252	-2'608'085
Finanzierungstätigkeit			
Ausgabe von Stammaktien		46'392'925	610'000
Kauf/Verkauf eigene Aktien – netto		-870'673	0
Finanzierung Erwerb Tochtergesellschaft		154'000	0
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		45'676'252	610'000
Nettozunahme flüssiger Mittel		47'902'864	1'314'506
Flüssige Mittel am Anfang der Periode		1'741'650	421'783
Zunahme flüssiger Mittel		47'902'864	1'314'506
Wechselkursdifferenzen		23'395	5'361
Flüssige Mittel am Ende der Periode		49'667'909	1'741'650

* Die Anmerkungen bilden einen integrierten Bestandteil dieser konsolidierten Jahresrechnung.

1. Kurzprofil

Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften bildet die CREALOGIX Holding AG Zürich (Crealogix) eines der führenden Dienstleistungsunternehmen im Bereich E-Business in der Schweiz und unterstützt grössere Firmen in Europa bei der gewinnbringenden Nutzung des Internets. Die Kernkompetenzen umfassen Beratung, Technologie und Multimedia/Design. Crealogix bietet E-Strategie-Beratung an und konzipiert sowie realisiert geschäftskritische Internet-Applikationen. Dabei stehen die Kundenbedürfnisse und eine möglichst kurze Markteinführungsfrist im Zentrum. Crealogix führt Grossprojekte für Bluechip-Unternehmen insbesondere im Finanzbereich durch.

Die Projektteams bestehen aus verschiedensten Spezialisten, wie zum Beispiel Software-Entwickler, Designer und Berater, um einen möglichst effizienten Einsatz hochentwickelter Technologie zu gewährleisten.

Crealogix hat Niederlassungen in der Schweiz, Toronto und Frankfurt und beschäftigte am 30. Juni 2001 141 und am 30. Juni 2000 127 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Die CREALOGIX Corp. in Toronto hat per 30. Juni 2001 die Tätigkeit eingestellt. Bei erfolgsversprechenden Voraussetzungen wird die Gesellschaft wieder aktiviert.

Am 30. Juni 2000 hatte die CREALOGIX Holding AG, Zürich ein Aktienkapital von CHF 4'000'000. Am 5. September 2000 wurde das Aktienkapital vor dem Börsengang um CHF 4'400'000 und am 7. September 2000 beim Börsengang um CHF 2'300'000 erhöht.

Folgende 100 %ige Tochtergesellschaften bestehen:

- Dezember 1998:
CREALOGIX AG, Bubikon, Aktienkapital CHF 100'000
- Februar 2000:
CREALOGIX Corp., Toronto, Aktienkapital CAD 100'000
- Januar 2001:
CREALOGIX AG, Frankfurt, Aktienkapital EUR 100'000

2. Zusammenfassung wesentlicher Rechnungslegungsgrundsätze

2.1 Darstellungsgrundlage

Die konsolidierte Jahresrechnung ist in Übereinstimmung mit den International Accounting Standards (IAS) und unter Anwendung des historischen Anschaffungswertprinzips, ausser für handelbare Wertpapiere, für welche der beizulegende Zeitwert massgebend ist, erstellt worden.

Die folgende IAS-Norm, welche erst seit 1. Juli 2001 zwingend anzuwenden ist, wurde vorzeitig ab 1. Juli 1998 angewandt:

- IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung.

Die Erstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit IAS erfordert den Einbezug von Schätzungen und Annahmen, welche die ausgewiesenen Aktiven und Passiven, die Offenlegung von Eventualforderungen und -verbindlichkeiten zum Stichtag sowie die ausgewiesenen Erträge und Aufwendungen während der Berichtsperiode beeinflussen können. Obwohl diese Schätzungen des Managements auf bestmöglicher Kenntnis der aktuellen Lage sowie vorgesehener Handlungen der Gruppe beruhen, können die tatsächlichen Ergebnisse letztlich von diesen Schätzungen abweichen.

2.2 Grundsatz und Umfang der Konsolidierung

Die konsolidierte Jahresrechnung der Crealogix schliesst die Jahresrechnung der CREALOGIX Holding AG sowie sämtlicher Tochtergesellschaften ein. Als Tochtergesellschaft wird eine Gesellschaft bezeichnet, an der die CREALOGIX Holding AG direkt oder indirekt mehr als 50% der Stimmrechte hält oder anderweitig beherrscht.

Tochtergesellschaften, die während des Geschäftsjahres erworben oder gegründet worden sind, werden in der konsolidierten Jahresrechnung per Datum der Akquisition oder Gründung in die Konsolidierung mit einbezogen.

2.3 Fremdwährungen

Transaktionen in Fremdwährungen werden zu gültigen Umrechnungskursen zum Transaktionszeitpunkt erfasst. Monetäre Aktiven und Passiven werden zu Kursen per Bilanzstichtag umgerechnet. Gewinne und Verluste aus der Abwicklung von Fremdwährungsgeschäften und aus der Umrechnung von monetären Aktiven und Passiven in Fremdwährungen werden erfolgswirksam verbucht.

Die in fremder Währung erstellten Erfolgsrechnungen von ausländischen Geschäftseinheiten werden zu Jahresdurchschnittskursen in die Berichtswährung der Crealogix umgerechnet, die Bilanzen zu Jahresendkursen (Stichtageskurs) am 30. Juni. Daraus entstehende Umrechnungsdifferenzen als auch solche, welche aus einer Fremdwährungsschuld aus einem Kursabsicherungsgeschäft einer Nettoinvestition in eine wirtschaftlich selbständige Tochtergesellschaft entstehen, werden unter „Umrechnungsdifferenzen“ im Eigenkapital verbucht. Beim Verkauf einer ausländischen Geschäftseinheit werden diese Umrechnungsdifferenzen in der Erfolgsrechnung als Teil des Verkaufsgewinnes oder –verlustes ausgewiesen.

2.4 Finanzinstrumente

Finanzinstrumente in der Bilanz beinhalten flüssige und geldnahe Mittel, handelbare Wertschriften, Beteiligungen/Anlagen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Mieten und Darlehensverbindlichkeiten. Die Methoden zur Bewertung und

Behandlung solcher Aktiven und Passiven sind in den einzelnen Rechnungslegungsgrundsätzen zu jeder Position enthalten.

2.5 Wertminderung von Vermögenswerten

Sobald Anzeichen einer Wertminderung bestehen, wird der wiedereinbringliche Wert eines Vermögenswertes geschätzt.

Wertminderungen werden erfolgswirksam verbucht, wenn der Buchwert eines Vermögenswertes höher als der erzielbare Betrag ist.

Der erzielbare Betrag ist der höhere der beiden Beträge aus Nettoveräußerungswert und Nutzungswert eines Vermögenswertes, welcher dem Barwert des geschätzten künftigen Cashflows entspricht.

2.6 Ausweis des Ertrages

Der Ertrag aus Dienstleistungen besteht aus Erträgen aus der Konzeptionierung und Produktion von hochentwickelten Internet-, Intranet- und E-Commerce-Anwendungen. Dieses Dienstleistungsangebot wird mit Multimediapräsentationen auf CD-Rom, Intelligent User Interfaces und so weiter ergänzt.

Jedes Projekt wird einzeln erfasst. Crealogix unterscheidet dabei zwischen zwei verschiedenen Vertragsarten:

- a) Festpreis-Verträge
- b) Verträge auf Basis geleisteter Stunden zu vereinbarten Honoraransätzen

a) Ausweis des Ertrages bei Festpreis-Verträgen

Sobald verlässliche Schätzungen zum Auftragsergebnis erstellt werden können, wird der Ertrag im Zusammenhang mit der Transaktion in Überein-

stimmung mit dem Fertigungsgrad per Bilanzstichtag erfasst. Der Fertigungsgrad wird an der Anzahl bisher geleisteter Arbeitsstunden im Verhältnis zur Anzahl Gesamtarbeitsstunden gemäss Vertrag gemessen. Das Ergebnis der Transaktion kann zuverlässig geschätzt werden, wenn sämtliche nachfolgenden Bedingungen erfüllt sind:

- Die Höhe des Ertrages aus dem Auftrag kann verlässlich gemessen werden.
- Der mit der Transaktion verbundene wirtschaftliche Nutzen fliesst mit grösster Wahrscheinlichkeit dem Unternehmen zu.
- Der Fertigstellungsgrad der Transaktion am Bilanzstichtag kann zuverlässig gemessen werden.
- Sowohl die bis zur Fertigstellung der Transaktion noch anfallenden Kosten als auch die entstandenen Aufwendungen können verlässlich ermittelt werden.

Wenn keine zuverlässigen Schätzungen für das Ergebnis eines Vertrages gemacht werden können:

- Der Ertrag wird nur in der Höhe des entstandenen Vertragsaufwandes ausgewiesen und nur sofern dieser auch wiedereinbringlich ist.
- Der Vertragsaufwand wird als Aufwand in der Periode verbucht, in der er angefallen ist.

Die Gesamtkosten und der auf jedem einzelnen Vertrag verbuchte Gewinn/Verlust werden den Forderungen aus noch nicht erfüllten Verträgen per Jahresende gegenübergestellt. Wo die Summe der angefallenen Kosten und der verbuchte Gewinn oder Verlust die Forderungen aus noch nicht erfüllten Verträgen übersteigen, wird der Saldo unter „Übrige kurzfristige Forderungen“ ausgewiesen.

Wenn mit grosser Wahrscheinlichkeit zu erwarten ist, dass das Total der aus dem Vertrag entstehenden

Kosten den vereinbarten Erlös übersteigt, wird der erwartete Verlust sofort als Aufwand verbucht.

b) Ausweis des Ertrages bei Verträgen auf Basis geleisteter Stunden zu vereinbarten Honoraransätzen

Bei dieser Art Vertrag erhält Crealogix ein vereinbartes fixes Honorar pro geleistete Arbeitsstunde, welches die Gesamtkosten deckt.

Der Ertrag aus solchen Transaktionen wird unter Angabe der eingesetzten Arbeitsstunden per Bilanzstichtag verbucht. Die Gesamtanzahl Arbeitsstunden wird monatlich in Rechnung gestellt.

2.7 Flüssige Mittel

Flüssige Mittel in der Geldflussrechnung beinhalten den Kassenbestand, sofort verfügbare Bankdepositen auf Banken und Anlagen in Geldmarktinstrumenten mit einer ursprünglichen Laufzeit von 3 Monaten oder weniger, abzüglich Überziehungskredite.

2.8 Handelbare Wertschriften

Als Umlaufvermögen klassifizierte handelbare Wertschriften werden zu Marktwerten bewertet. Der Marktwert wird in Bezug auf kotierte Verkaufspreise per Geschäftsschluss am Bilanzstichtag berechnet. Zu-/Abnahmen im Buchwert der als Umlaufvermögen klassifizierten handelbaren Wertschriften werden erfolgswirksam verbucht.

2.9 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu ihrem Nominalwert, abzüglich einer Einzelwertberichtigung für Delkredererisiken, ausgewiesen. Diese Wertberichtigung basiert auf einer Überprüfung sämtlicher ausstehender Beträge per Jahresende. Uneinbringliche Forderungen werden in dem Jahr abgeschrieben, in dem sie als solche identifiziert werden.

2.10 Sachanlagen

Sachanlagen werden zum Anschaffungswert abzüglich aufgelaufener Abschreibungen und allfälliger aufgelaufener Wertminderungen verbucht und wie folgt linear über die erwartete Nutzungsdauer abgeschrieben:

	Jahre
Mobiliar	10
Feste Installationen	10
Büromaschinen	2
Datenverarbeitungsanlagen	2
Kommunikationssysteme	2
Übrige Büromaschinen	5
Fahrzeuge	5

Ein Sachanlageposten wird aus der Bilanz entnommen, wenn er veräußert oder dauerhaft aus dem Betrieb genommen wird und kein zukünftiger wirtschaftlicher Nutzen aus dem Verkauf erwartet wird.

Gewinne oder Verluste aus dem Abgang oder dem Verkauf einer Sachanlage werden als Differenz zwischen dem Reinerlös des Verkaufs und dem Buchwert bestimmt und erfolgswirksam verbucht.

Sachanlagen, die vom aktiven Betrieb zurückgezogen und zum Verkauf bestimmt sind, werden zu ihren Buchwerten per Datum des Rückzuges aus dem aktiven Betrieb ausgewiesen.

2.11 Immaterielles Anlagevermögen

Ausgaben im Zusammenhang mit erworbenen Softwarelizenzen werden aktiviert und linear über 4 Jahre amortisiert. Der Buchwert jedes einzelnen Anlagevermögenswertes wird jährlich überprüft und, wo dies als nötig erachtet wird, einer Wertberichtigung bei dauerhafter Wertminderung unterzogen.

2.12 Leasing

Leasing von Vermögenswerten, bei denen alle im Zusammenhang mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen durch den Leasinggeber wahrgenommen werden, wird als Operating Leasing klassifiziert. Zahlungen im Zusammenhang mit Operating Leasing werden linear über die Leasingperiode erfolgswirksam verbucht.

Leasing von Sachanlagen, bei denen Crealogix im Wesentlichen alle im Zusammenhang mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen übernimmt, werden als Finanzierungs-Leasing klassifiziert.

2.13 Rückstellung

Eine Rückstellung wird verbucht, wenn Crealogix eine gegenwärtige Verpflichtung infolge vergangener Ereignisse hat, wenn wahrscheinlich ist, dass ein Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen zur Erfüllung dieser Verpflichtung nötig sein wird und eine zuverlässige Schätzung des Verpflichtungsbetrages möglich ist.

2.14 Leistungen an Arbeitnehmer/Arbeitnehmerinnen

Crealogix hat eine Anzahl von Pensionsplänen, welche nach dem Leistungsprimat ausgestaltet sind und deren Vermögen in ausgesonderten, rechtlich selbständigen Stiftungen gehalten und autonom verwaltet werden. Diese Personalvorsorgeeinrichtungen werden durch Mitarbeiterbeiträge wie auch durch Beiträge der angeschlossenen Konzerngesellschaften unter Berücksichtigung der Empfehlungen unabhängiger, qualifizierter Versicherungsmathematiker finanziert.

Die Aufwendungen für zukünftige Pensionsverpflichtungen von Pensionsplänen nach dem Leistungsprimat werden nach der „Projected Unit

Credit"-Methode berechnet. Nach dieser Methode werden die Aufwendungen, die bei der Sicherstellung zukünftiger Rentenansprüche anfallen, über die erwartete Lebensarbeitsdauer der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen verteilt und entsprechend dieser Verteilung der Erfolgsrechnung belastet. Die Höhe dieser Aufwendungen und deren Verteilung über die Lebensarbeitsdauer richtet sich nach den Empfehlungen unabhängiger Versicherungsmathematiker. Die Pensionsverpflichtung wird als Barwert der geschätzten zukünftigen Mittelabflüsse bemessen, unter Anwendung von für Industrieschuldverschreibungen geltenden Zinssätzen, deren Laufzeit in etwa der betreffenden Verbindlichkeit entspricht.

Ein Teil der versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste wird als Ertrag bzw. Aufwand verbucht, wenn der Saldo der kumulierten, nicht erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste zum Ende der vorherigen Berichtsperiode den höheren der folgenden Beträge überstieg:

- a) 10% des Barwertes der festgelegten Leistungsverpflichtungen zu diesem Zeitpunkt (vor Abzug des Planvermögens); und
- b) 10% des beizulegenden Zeitwerts eines etwaigen Planvermögens zu diesem Zeitpunkt.

Diese Grenzwerte werden für jeden Leistungsprimatsplan einzeln berechnet und getrennt angewendet. Der Teil der versicherungsmathematischen, für jeden leistungsorientierten Pensionsplan zu verbuchenden Gewinne und Verluste stellt den wie oben bestimmten Überschuss dar, geteilt durch die erwartete durchschnittliche Restlebensarbeitszeit der vom Plan erfassten Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen.

2.15 Latente Steuern

Latente Steuern werden auf allen temporären Differenzen zwischen den Werten der Steuerbilanzen und den Werten der finanziellen Berichterstattung berücksichtigt. Zur Bestimmung der latenten Steuern werden die gegenwärtig geltenden Steuersätze verwendet.

Rückstellungen für latente Steuern werden auch bei einer Akquisition gemacht, in Bezug auf die Differenz zwischen dem Zeitwert des erworbenen Reinvermögens und dem Wert gemäss Steuerbemessungsgrundlage. Rückstellungen für Steuern (hauptsächlich aus der Überweisung thesaurierter Gewinne von Tochtergesellschaften entstehende Verrechnungssteuern) werden nur dann gemacht, wenn eine aktuelle Absicht besteht, solche Gewinne zu überweisen.

Die hauptsächlichsten temporären Differenzen entstehen bei Abschreibungen auf Sachanlagen, Wertberichtigungen auf uneinbringliche Forderungen und Rückstellungen für Rentenverpflichtungen. Aktive latente Steuern, die sich auf nicht verwendete steuerliche Verlustvorträge beziehen, werden nur insoweit erfasst, wie zukünftige steuerpflichtige Gewinne höchstwahrscheinlich verfügbar sein werden, um steuerliche Verlustvorträge vor ihrer Ablaufsfrist verrechnen zu können.

2.16 Kapitalerhöhungskosten

Kosten im Zusammenhang mit Kapitalerhöhungen werden dem Eigenkapital belastet.

3. Betriebsertrag

Alle Beträge in CHF	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000
Dienstleistungsertrag	27'234'462.37	19'632'214.17
Übriger Ertrag	91'015.20	4'822.19
Total Betriebsertrag	27'325'477.57	19'637'036.36

4. Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand

Alle Beträge in CHF	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000
Handelswarenaufwand	-10'678.70	-6'499.43
Dienstleistungsaufwand	-2'122'286.66	-1'436'887.17
Total Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand	-2'132'965.36	-1'443'386.60

5. Personalaufwand

Alle Beträge in CHF	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000
Löhne und Gehälter	-13'945'851.62	-7'878'256.35
Sozialversicherungsaufwand	-1'469'159.63	-732'653.00
Berufliche Vorsorge - Aufwand für Leistungsprimatspläne	-233'678.07	-314'003.10
Übrige Personalaufwendungen	-2'137'166.50	-874'654.85
Total Personalaufwand	-17'785'855.82	-9'799'567.30
Beschäftigte Mitarbeiter		
- Anzahl	141	127
- Vollbeschäftigte	127	100

Der übrige Personalaufwand enthält Personalbeschaffung, Spesenentschädigung für Essen & Getränke und Veranstaltungen.

6. Sonstiger Betriebsaufwand

Alle Beträge in CHF	Juli–Juni 2000/2001	Juli–Juni 1999/2000
Werbeaufwand	-1'430'216.18	-260'411.92
Miete und Unterhalt & Ersatz	-1'093'341.53	-346'567.34
Verwaltungs- und übriger Betriebsaufwand	-2'152'266.04	-1'074'804.56
Total sonstiger Betriebsaufwand	-4'675'823.75	-1'681'783.82

7. Finanzerfolg

Alle Beträge in CHF	Juli-Juni 2000/2001	Juli-Juni 1999/2000
Zinsertrag	1'110'641.73	10'590.20
Wertschriftenertrag	223.56	14'256.00
Realisierte Währungs-/Kursgewinne	154'421.07	0.00
Unrealisierte Währungs-/Kursgewinne	152'979.50	65'958.00
Total Finanzertrag	1'418'265.86	90'804.20
Zinsaufwand	-2'816.40	-54.00
Übriger Finanzaufwand	-17'839.65	- 6'062.53
Realisierte Währungs-/Kursverluste	-6'498.58	0.00
Unrealisierte Währungs-/Kursverluste	-430'395.30	-16'514.65
Total Finanzaufwand	-457'549.93	-22'631.18

8. Übrige kurzfristige Forderungen

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Übrige kurzfristige Forderungen Dritte	969'685.68	401'876.31
Aktive Rechnungsabgrenzung	116'489.82	25'195.99
Total übrige kurzfristige Forderungen	1'086'175.50	427'072.30



9. Sachanlagen

Alle Beträge in CHF

Juli–Juni 2000/2001	Mobiliar	Feste Installationen	Büromaschinen	Fahrzeuge	Total
Nettobuchwert am Anfang der Periode	652'441	388'826	1'227'655	112'231	2'381'153
Umrechnungsdifferenzen			-872		-872
Zugänge	662'776	91'201	1'901'292	116'002	2'771'271
Abgänge	-38'513		-69'583		-108'096
Abschreibungen	-111'363	-43'468	-1'394'459	-47'729	-1'597'019
Nettobuchwert am Ende der Periode	1'165'341	436'559	1'664'033	180'504	3'446'437

30. Juni 2001

Anschaffungswert	1'295'344	483'294	3'470'283	248'052	5'496'973
Kumulierte Abschreibungen	-130'003	-46'735	-1'806'250	-67'548	-2'050'536
Nettobuchwert	1'165'341	436'559	1'664'033	180'504	3'446'437

Brandversicherungswert der Sachanlagen:

30. Juni 2001	4'800'000	(VJ: 3'900'000)
---------------	-----------	-----------------

Juli–Juni 1999/2000	Mobiliar	Feste Installationen	Büromaschinen	Fahrzeuge	Total
Nettobuchwert am Anfang der Periode	174'144	0	464'257	155'173	793'574
Umrechnungsdifferenzen	-882	0	-1'312	0	-2'194
Zugänge	513'442	392'094	1'386'175	2'649	2'294'360
Abgänge	0	0	0	-7'942	-7'942
Abschreibungen	-34'263	-3'268	-621'464	-37'650	-696'645
Nettobuchwert am Ende der Periode	652'441	388'826	1'227'656	112'230	2'381'153

30. Juni 2000

Anschaffungswert	707'143	392'094	2'264'938	190'015	3'554'190
Kumulierte Abschreibungen	-54'702	-3'268	-1'037'283	-77'784	-1'173'037
Nettobuchwert	652'441	388'826	1'227'655	112'231	2'381'153

10. Immaterielles Anlagevermögen

Alle Beträge in CHF

Juli–Juni 2000/2001	
Nettobuchwert am Anfang der Periode	325'271
Umrechnungsdifferenzen	-312
Zugänge	379'077
Abgänge	-16'000
Amortisationen	141'229
Nettobuchwert am Ende der Periode	546'807

30. Juni 2001

Anschaffungswert	703'278
Kumulierte Amortisationen	156'471
Nettobuchwert	546'807

Alle Beträge in CHF

Juli–Juni 1999/2000	
Nettobuchwert am Anfang der Periode	55'584
Umrechnungsdifferenzen	-737
Zugänge	310'367
Amortisationen	-39'943
Nettobuchwert am Ende der Periode	325'271

30. Juni 2000

Anschaffungswert	384'980
Kumulierte Amortisationen	-59'709
Nettobuchwert	325'271

11. Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	209'900.50	746'259.58
Vorauszahlungen von Kunden	477'441.60	0.00
Passive Rechnungsabgrenzung	2'518'886.63	917'608.94
Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	3'206'228.73	1'663'868.52

12. Steuern

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Laufende Steuern	-193'933.60	-1'067'007.10
Latente Steuern	-144'849.00	-449'660.00
Total Steuern	-338'782.60	-1'516'667.10

Der Steueraufwand auf dem Gewinn vor Steuern unterscheidet sich vom theoretischen Betrag, der bei einer Verwendung des anwendbaren Steuersatzes entstünde, wie folgt:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Gewinn vor Steuern	1'953'300.91	6'043'882.53
Steueraufwand zu einem Steuersatz von 24.4 % (VJ: 25.1%)	359'145.40	1'515'202.10
Auswirkung von Steuersatzänderungen	-20'362.80	1'465.00
Steueraufwand	338'782.60	1'516'667.10

Weitere Abstimmungsposten sind die Folgenden:

Latente Steuern werden auf allen temporären Differenzen nach der Liability-Methode erfasst, unter Anwendung eines effektiven Steuersatzes von 24.4 %. Der maximale Steuersatz für Kantons- und Gemeindesteuern sowie auch für die direkte Bundessteuer beträgt im Kanton Zürich 25.1%.

Die Bewegungen auf dem Konto für latente Steuern sehen folgendermassen aus:

Alle Beträge in CHF	2000/2001	1999/2000
Anfang der Periode	730'151.00	280'491.00
Erfolgsrechnung (Gutschrift)/Belastung	144'849.00	449'660.00
Ende der Periode	875'000.00	730'151.00

Latente Steueransprüche und Steuerschuld werden verrechnet, sofern die Steuern mit derselben Steuerbehörde in Verbindung gebracht werden. Die nachfolgenden Beträge stehen in der konsolidierten Bilanz:

Alle Beträge in CHF	2000/2001	1999/2000
Latente Steueransprüche	0.00	0.00
Latente Steuerschulden	875'000.00	730'151.00

Latente Steueransprüche auf steuerlichen Verlustvorträgen werden nur in dem Umfang verbucht, als deren künftige Realisierung wahrscheinlich ist. Crealogix hat steuerliche Verlustvorträge in der Höhe von CHF 14'665.— welche gegen künftige steuerpflichtige Erträge verrechnet werden können, die wegen der bestehenden Unsicherheit jedoch nicht steuerwirksam in der Bilanz erfasst wurden.

Latente Steueransprüche und Steuerschulden, latente Steuerbelastung/(-gutschrift) in der Erfolgsrechnung werden den folgenden Positionen zugeschrieben:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2000	Der Erfolgsrechnung belastet/(gutgeschrieben)	30. Juni 2001
Latente Steuerschulden			
Flüssige Mittel	48'205	-48'205	0
Forderungen	128'234	-20'758	107'476
Finanzielles Anlagevermögen	175'490	-4'690	170'800
Sachanlagen	295'805	+118'598	414'403
Immaterielles Anlagevermögen	60'406	+46'915	107'321
Langfristige Verbindlichkeiten	0	+75'000	75'000
Aktiven und Passiven verrechnet	22'011	-22'011	0
	730'151	+144'849	875'000
Latente Steueransprüche			
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten & geschuldete Steuern			
Aktiven und Passiven verrechnet	22'011	0	0
	-22'011	0	0
	0	0	0
Netto latente Steuerschulden	730'151	+144'849	875'000

13. Aktienkapital

Am 30. Juni 2000 waren 400'000 Namenaktien zu je CHF 10.— nominell ausstehend, die alle vollständig einbezahlt waren. Am 5. September 2000 wurden vor Börsengang 440'000 und am 7. September 2000 beim Börsengang 230'000 weitere Namenaktien zu je CHF 10.— nominell ausgegeben. Das Aktienkapital wurde damit von CHF 4'000'000 auf CHF 10'700'000 erhöht.

Am 5. September 2000 beschloss die Generalversammlung ein genehmigtes Aktienkapital in der Höhe von CHF 1,5 Mio. und im Hinblick auf einen Mitarbeiteroptionsplan ein bedingtes Aktienkapital in der Höhe von CHF 2,5 Mio. zu schaffen.

Stammaktien

12 Monate bis zum 30. Juni 2001	Anzahl Aktien	Stammkapital	Eigene Aktien	Total
Anfang der Periode	400'000	4'000'000.00	0.00	4'000'000.00
Ausgabe von Stammaktienkapital	670'000	6'700'000.00	0.00	6'700'000.00
Kauf von eigenen Aktien	-9'491	0.00	-1'140'813.90	-1'140'813.90
Verkauf von eigenen Aktien	2'231	0.00	270'141.25	270'141.25
Für Optionsplan verwendete Aktien	-	-	-	-
Ende der Periode	1'062'740	10'700'000.00	-870'672.65	9'829'327.35

Crealogix-Mitarbeiteroptionspläne I und II

Aktionsoptionen können Mitarbeitern sowie Verwaltungsräten gewährt werden.

Die jährlich zugeteilten Optionen werden am ersten Handelstag eines Quartals ausgegeben.

Der Ausübungspreis für Optionen unter Optionsplan I entspricht dem Schlusskurs einer am „Neuen Markt“ der Schweizer Börse SWX gehandelten Namenaktie am Ausgabetag. Für Optionen unter Optionsplan II wird der Preis ausgehend vom Ausübungspreis für Optionen unter Optionsplan I um 20% erhöht.

Optionen unter Optionsplan I verfallen 5 Jahre nach dem Ausgabetag. Optionen unter Optionsplan II verfallen 10 Jahre und 6 Monate nach dem Ausgabetag.

Für alle Optionen besteht eine Ausübungsbeschränkung von einem Jahr, während dem die Optionen nicht ausgeübt werden können.

Optionen unter Optionsplan I sind steuerbar per Ausgabetag. Optionen unter Optionsplan II sind steuerbar per Ausübungsdatum.

Es fanden folgende Bewegungen in der Zahl der ausstehenden Optionen statt:

Mitarbeiter-Optionen		Optionsplan I		Optionsplan II	
		Anzahl	Ausübungspreis in CHF	Anzahl	Ausübungspreis in CHF
1.7.1999	Bestand	-	-	-	-
1999/2000	Zuteilungen	-	-	-	-
30.6.2000	Bestand	-	-	-	-
7.9.2000	Zuteilungen	-	200.00	23'876	240.00
3.1.2001	Zuteilungen	424	86.00	2'108	103.00
1.4.2001	Zuteilungen	800	62.50	2'848	75.00
2000/2001	Ausübung	-	-	-	-
30.6.2001	Bestand	1'224	-	28'832	-

Es wurden keine Abgrenzungen in der Erfolgsrechnung im Zusammenhang mit den Mitarbeiteroptionsplänen vorgenommen.

14. Gewinn pro Aktie

Der unverwässerte Gewinn pro Aktie wird errechnet, indem der den Aktionären zustehende Reingewinn durch die gewichtete Durchschnittszahl der während des Jahres ausstehenden Aktien geteilt wird.

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Den Aktionären zustehender Reingewinn	1'614'518.31	4'527'215.43
Gewichteter Durchschnitt der ausstehenden Stammaktien	936'793	340'186
Unverwässerter Gewinn pro Aktie	1.72	13.31

Die Gesellschaft hat keine potentiell verwässerten Stammaktien.

15. Personalvorsorgepläne/Leistungen an Arbeitnehmer

Die in der Erfolgsrechnung verbuchten Beträge lauten wie folgt:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Laufender Dienstzeitaufwand	517'968.00	678'621.00
Zinsaufwand	62'068.00	62'068.00
Erwartete Erträge aus Planvermögen	-112'681.00	-112'681.00
	467'355.00	628'008.00
Arbeitnehmer-Beiträge	-233'678.00	-314'004.00
Aufwand für Leistungsprimatspläne (Anmerkung 5)	233'678.00	314'004.00

Die in der Bilanz verbuchten Beträge lauten wie folgt:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Barwert der Leistungen	-2'113'973.00	-1'629'292.00
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	2'833'657.00	2'253'621.00
	719'684.00	624'329.00
Nicht verbuchte versicherungsmathematische Gewinne/-Verluste	-19'684.00	75'671.00
Potential für zukünftige Beitragsreduktion und anderen Massnahmen (IAS 19)	700'000.00	700'000.00

Die Bewegungen der in der Bilanz verbuchten aktiven Abgrenzung aus Personalvorsorge sind wie folgt:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Anfang der Periode	700'000.00	300'000.00
Beiträge der Firma	233'678.00	714'004.00
Gesamtaufwand	-233'678.00	-314'004.00
Ende der Periode	700'000.00	700'000.00

Die angewendeten versicherungsmathematischen Annahmen sind wie folgt:

In Prozent	Juli-Juni 2000/2001	Juli-Juni 1999/2000
Diskontsatz	4%	4 %
Erwartete Erträge aus Planvermögen	5%	5 %
Künftige Lohnerhöhung	2.5%	2,5 %
Künftiger Rentenanstieg	1%	1 %
Künftige Inflationsrate	1,5 % - 2 %	1,5 % - 2 %
Durchschnittliches Pensionierungsalter	62	62

16. Geldfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit

Abstimmung des Gewinns vor Steuern mit dem Geldfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Gewinn vor Steuern	1'953'300.91	6'043'882.53
Anpassungen für:		
- Abschreibung (Anmerkung 9)	1'597'018.52	696'644.68
- Amortisation (Anmerkung 10)	141'229.14	39'944.45
- Finanzerfolg (Anmerkung 7)	-1'265'286.36	-76'548.00
- Zinsaufwand (Anmerkung 7)	27'154.63	54.00
Änderungen im Nettoumlaufvermögen:		
- Forderungen aus Lieferung und Leistung und andere Forderungen	566'961.36	-2'249'700.00
- Kurzfristige Verbindlichkeiten	1'527'861.79	376'558.00
- Personalvorsorge und andere Pensionsleistungen	0.00	-400'000.00
Übrige	1'841.01	0.00
Geldfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	4'550'081.00	4'430'834.00

17. Transaktionen mit nahestehenden Personen und Gesellschaften

Die Gesellschaft wird durch Bruno Richle, Richard Dratva, Daniel Hildebrand und Peter Süssstrunk kontrolliert.

Dem Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung gehören folgende Personen an:

Verwaltungsrat:	Geschäftsleitung:	
Bruno Richle	Bruno Richle (CEO)	Marc Meyer
Dr. Richard Dratva	Dr. Richard Dratva	Dr. Jürg Neck
Prof. Dr. Conrad Meyer	Daniel Hildebrand	Peter Süssstrunk
Dr. Christoph Schmid	Dr. Christoph Kuhn	Dr. Louis-Paul Wicki
	Reto Girsberger	

Folgende Transaktionen mit nahestehenden Personen und Gesellschaften wurden durchgeführt:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
a) Personalaufwand:		
Gehaltsaufwand		
Entschädigung Geschäftsleitung	-2'403'842.00	-1'887'759.00
b) Dienstleistungsaufwand:		
Dienstleistungen erbracht durch		
X8X Process Solutions AG, Zürich	-109'264.00	-125'314.00
c) Übriger Betriebsaufwand:		
IT – Konzeptberatung erbracht durch		
X8X Process Solutions AG, Zürich	-196'885.00	-119'714.00
d) Betriebsertrag:		
Dienstleistungsertrag		
X8X Process Solutions AG, Zürich	19'916.00	253'331.00

X8X Process Solutions AG, Zürich:
Gewisse Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder sind Aktionäre dieser Gesellschaft.

Alle Transaktionen mit nahestehenden Personen und Gesellschaften wurden auf der Basis von marktüblichen Konditionen durchgeführt.

18. Erwerb von Tochtergesellschaften

Im Januar 2001 wurde eine inaktive Gesellschaft zum Preis von CHF 154'000 erworben. Die Gesellschaft wurde auf CREALOGIX AG umbenannt und der Sitz nach Frankfurt verlegt.

19. Finanzinstrumente

Sowohl die Firma als auch Crealogix weisen kein bedeutendes Kreditklumpenrisiko auf. Die flüssigen Mittel werden bei angesehenen Finanzinstituten angelegt.

Der Buchwert der nachfolgenden Finanzanlagen und Finanzverbindlichkeiten entspricht in etwa auch ihrem Zeitwert: Flüssige Mittel, handelbare Wertpapiere, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und andere Forderungen und Verbindlichkeiten.

20. Leasingverbindlichkeiten

Künftige Minimum-Leasing-Zahlungen unter unkündbaren Operating-Leasing-Verträgen sind folgende:

Alle Beträge in CHF	30. Juni 2001	30. Juni 2000
Fällig innerhalb 1 Jahr	1'173'590.00	565'908.00
Fällig zwischen 1 und 5 Jahren	3'027'951.00	2'253'222.00
Fällig nach 5 Jahren	0.00	0.00
Total Leasingverbindlichkeiten	4'201'541.00	2'819'130.00

21. Segmentinformationen

Primäres Berichterstattungsformat –
Geschäftssegment

Sekundäres Berichterstattungsformat –
geographische Segmente

Die Gesellschaft entwickelt, vermarktet und unterstützt vollintegrierte Internet-Applikationen in einem Geschäftssegment. Daher entsprechen die in dem vorliegenden Bericht offengelegten Ergebnisse dem primären Berichterstattungsformat.

Im Jahr 1999 hatte die Gesellschaft nur in der Schweiz Betriebsstätten. Im Februar 2000 wurde die CREALOGIX Corp. in Toronto gegründet und im Januar 2001 wurde die CREALOGIX AG in Frankfurt aktiv. Seit Aufnahme der Aktivitäten im Ausland haben keine wesentlichen Transaktionen stattgefunden, die offengelegt werden müssten.

22. Tochtergesellschaften und verbundene Unternehmen

Gesellschaft	Ort, Land	Beteiligung in Prozent	Konsolidierungsmethode
CREALOGIX AG	Bubikon, Schweiz	100 %	voll
CREALOGIX Corp.	Toronto, Kanada	100 %	voll
CREALOGIX AG	Frankfurt, Deutschland	100 %	voll

Die CREALOGIX Corp. in Toronto hat per 30. Juni 2001 die Tätigkeit eingestellt. Bei erfolgversprechenden Voraussetzungen wird die Gesellschaft wieder aktiviert.

Als Konzernprüfer haben wir die konsolidierte Jahresrechnung (konsolidierte Erfolgsrechnung, konsolidierte Bilanz, Aufstellung über die Veränderung des Eigenkapitals, konsolidierte Geldflussrechnung und Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung) der CREALOGIX Holding AG für das am 30. Juni 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die konsolidierte Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes sowie nach den International Standards on Auditing der International Federation of Accountants (IFAC), wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der konsolidierten Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der konsolidierten Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der konsolidierten Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung vermittelt die konsolidierte Jahresrechnung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den International Accounting Standards (IAS) und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG



R. Willborn



E. Eichenberger

Zürich, 17. August 2001



Finanzteil CREALOGIX Holding AG

39	ERFOLGSRECHNUNG
40	BILANZ
41	ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG
42	ANTRAG DES VERWALTUNGSRATS
43	BERICHT DER REVISIONSSTELLE

	30. Juni 2001		30. Juni 2000	
	CHF	%	CHF	%
Übriger Ertrag Gruppe	10'464.40	100.0	8'263.00	100.0
TOTAL BETRIEBSERTRAG	10'464.40	100.0	8'263.00	100.0
Dienstleistungsaufwand	0.00	0.0	-11'948.00	-144.6
Handelswarenaufwand	0.00	0.0	-3'034.60	-36.7
Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand	0.00	0.0	-14'982.60	-181.3
DECKUNGSBEITRAG 1	10'464.40	100.0	-6'719.60	-81.3
Personalaufwand	-91'061.20	-870.2	-1'867'209.18	-22'597.2
DECKUNGSBEITRAG 2	-80'596.80	-770.2	-1'873'928.78	-22'678.6
Werbeaufwand	-464'654.75	-4'440.3	-47'230.43	-571.6
Miete und URE Büro- u. Verw.gebäude	0.00	0.0	-50'190.00	-607.4
Fahrzeug- und Transportaufwand	0.00	0.0	-37'911.17	-458.8
Sachversicherungen, Abgaben	-220.00	-2.1	-2'481.52	-30.0
Energie- und Entsorgungsaufwand	0.00	0.0	-581.00	-7.0
Verwaltungsaufwand	0.00	0.0	-41'107.20	-497.5
Beratungsaufwand	-2'855'979.60	-27'292.3	-12'518.14	-151.5
Informatikaufwand	0.00	0.0	-29'006.59	-351.0
Lizenzaufwendungen/Update	0.00	0.0	-6'233.95	-75.4
Verluste aus Forderungen	0.00	0.0	5'000.00	60.5
Diverser Betriebsaufwand Dritte	-37'000.00	-353.6	-23'183.00	-280.6
Übriger Betriebsaufwand Gruppe	-521'749.69	-4'985.9	-1.00	0.0
Sonstiger Betriebsaufwand	-3'879'604.04	-37'074.30	-245'444.00	-2'970.4
Abschreibungen Sachanlagen	0.00	0.0	-143'899.30	-1741.5
Amortisationen immaterielles AV	0.00	0.0	-14'804.00	-179.2
Abschreibungen	0.00	0.0	-158'703.30	-1'920.6
Weiterverrechnung CREALOGIX AG	0.00	0.0	2'808'000.00	33'982.8
BETRIEBSERGEBNIS VOR ZINSEN UND STEUERN	-3'960'200.84	-37'844.5	529'923.92	6'413.2
Finanzertrag	1'444'618.75	13'805.1	87'593.20	1'060.1
Finanzaufwand	-1'466'495.60	-14'014.1	-4'152.85	-50.3
Finanzerfolg	-21'876.85	-209.1	83'440.35	1'009.8
Ausserordentlicher Erfolg	0.00	0.0	258.30	3.1
VERLUST/GEWINN VOR STEUERN	-3'982'077.69		613'622.57	
Ertragssteuern	0.00	0.0	-113'513.40	-1'373.8
REINVERLUST / - GEWINN	-3'982'077.69	-38'053.60	500'109.17	6'052.4

A K T I V E N	30. Juni 2001		30. Juni 2000	
	CHF	%	CHF	%
Flüssige Mittel und Wertschriften	44'463'829.23	87.5	666'521.75	14.6
Übrige kurzfristige Forderungen	934'917.76	1.8	584'530.36	12.8
Forderungen gegenüber CREALOGIX AG	4'176'637.30	8.1	2'840'047.76	62.3
Forderungen gegenüber CREALOGIX Corp., CA	1.00	0.0	260'894.79	5.7
Forderungen gegenüber CREALOGIX AG, D	925'410.88	1.8	0.00	0.0
Eigene Aktien	464'640.00	0.9	0.00	0.0
Umlaufvermögen	50'965'436.17	99.8	4'351'994.66	95.4
Finanzielles Anlagevermögen	100'000.00	0.2	210'000.00	4.6
Anlagevermögen	100'000.00	0.2	210'000.00	4.6
Total A K T I V E N	51'065'436.17	100.0	4'561'994.66	100.0
P A S S I V E N				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	0.00	0.0	3'782.00	0.1
Übrige kurzfristige Forderungen	95'301.20	0.2	6'000.00	0.1
Fremdkapital	95'301.20	0.2	9'782.00	0.2
Aktienkapital	10'700'000.00	20.8	4'000'000.00	87.7
Agio	43'235'360.00	85.1	0.00	0.0
Allgemeine Reserven	75'000.00	0.1	50'000.00	1.1
Reserve für eigene Aktien	464'640.00	0.9	0.00	0.0
Bilanzverlust-/gewinn	-3'504'865.03	-6.3	502'212.66	11.0
Eigenkapital	50'970'134.97	99.8	4'552'212.66	99.8
Total P A S S I V E N	51'065'436.17	100.0	4'561'994.66	100.0

Beteiligungen

Gesellschaft	Zweck	Gesellschaftskapital	Beteiligungsquote
CREALOGIX AG, Bubikon, Schweiz	Informatik- und Datenkommunikation; Beratung; Dienstleistung	CHF 100'000	100%
CREALOGIX Corp., Toronto, Kanada	Informatik- und Datenkommunikation; Beratung; Dienstleistung	CAD 100'000	100%
CREALOGIX AG Frankfurt, Deutschland	Informatik- und Datenkommunikation; Beratung; Dienstleistung	EUR 100'000	100%

Eigene Aktien	Anzahl	Durchschnittskurs	Wert
		CHF	CHF
Per 1. Juli 2000	0		0.00
Käufe 2000/2001	9'491	120.20	1'140'813.90
Verkäufe 2000/2001	-2'231	121.09	-270'141.25
Unrealisierter Kursverlust			-406'032.65
Per 30. Juni 2001	7'260	64.00	464'640.00

Aktienkapital

Am 30. Juni 2000 waren 400'000 Namenaktien zu je CHF 10.— nominell ausstehend, die alle vollständig einbezahlt waren. Am 5. September 2000 wurden vor dem Börsengang 440'000 und am 7. September 2000 beim Börsengang 230'000 weitere Namenaktien zu je CHF 10.— nominell ausgegeben. Der Ausgabepreis beim Börsengang betrug CHF 200.— pro Aktie. Die Differenz wurde dem Agio gutgeschrieben. Das Aktienkapital wurde damit von CHF 4'000'000 auf CHF 10'700'000 erhöht.

Am 5. September 2000 beschloss die Generalversammlung ein genehmigtes Aktienkapital in der Höhe von CHF 1,5 Mio. und im Hinblick auf einen Mitarbeiteroptionsplan ein bedingtes Aktienkapital in der Höhe von CHF 2,5 Mio. zu schaffen.

Die Gesellschaft hat gemäss Art. 659 a) OR zu Lasten des Agios „Reserven für eigene Aktien“ gebildet.

Änderung Zweckbestimmung

Infolge Änderung der Zweckbestimmung der CREALOGIX Holding AG auf den 1. Juli 2000 sind die Positionen der Jahresrechnung 1999/2000 mit dem laufenden Berichtsjahr nicht vergleichbar.

Bedeutende Aktionäre

Per 30. Juni 2001 verfügten folgende Aktionäre über einen Stimmanteil von mehr als 5 Prozent:

Aktionäre	Stimmanteil	Anzahl Aktien
Bruno Richele	22.30%	238'567
Dr. Richard Dratva	22.30%	238'567
Daniel Hiltbrand	15.55%	166'346
Peter Süsstrunk	7.34%	79'520

Antrag über die Verwendung des Bilanzverlustes/-gewinnes

	2000/2001	1999/2000
	CHF	CHF
Vortrag vom Vorjahr	477'212.66	2'103.49
Jahresverlust/-gewinn	-3'982'077.69	500'109.17
Total Bilanzverlust/-gewinn	-3'504'865.03	502'212.66
Zuweisung an die allgemeine Reserve	0.00	25'000.00
Vortrag auf neue Rechnung	-3'504'865.03	477'212.66



Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der CREALOGIX Holding AG für das am 30. Juni 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüfen die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilen wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG



R. Willborn



E. Eichenberger

Zürich, 17. August 2001



Besuchen Sie uns im Web oder unter folgenden Adressen:

CREALOGIX Holding AG

Thurgauerstrasse 39

CH-8050 Zürich

Tel.: +41-1-302 19 25

Fax: +41-1-302 19 26

Mail: holding@crealogix.com

Web: www.crealogix.com

IR-Verantwortliche

Bruno Richle, CEO

bruno.richle@crealogix.com

Jürg Neck, CFO

juerg.neck@crealogix.com

Schweiz**CREALOGIX AG**

Rosengartenstrasse 6

CH-8608 Bubikon

Tel.: +41-55-253 21 21

Fax: +41-55-253 21 20

Mail: bubikon@crealogix.com

Web: www.crealogix.com

CREALOGIX

Thurgauerstrasse 39

CH-8050 Zürich

Tel.: +41-1-307 38 38

Fax: +41-1-302 19 29

Mail: zuerich@crealogix.com

Web: www.crealogix.com

CREALOGIX

Lautengartenstrasse 6

CH-4052 Basel

Tel.: +41-61-205 77 77

Fax: +41-61-283 02 71

Mail: basel@crealogix.com

Web: www.crealogix.com

Deutschland**CREALOGIX AG**

Mainzer Landstrasse 27-31

D-60329 Frankfurt

Tel.: +49-69-274 015 207

Fax: +49-69-274 015 111

Mail: frankfurt@crealogix.com

Web: www.crealogix.com

