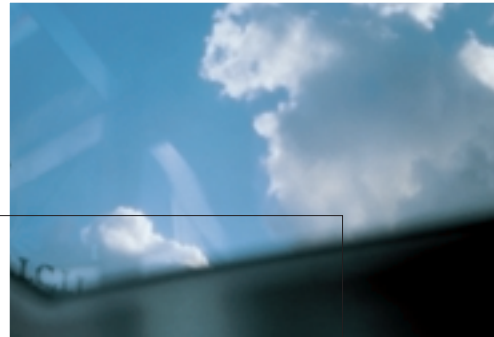


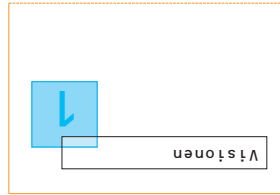
# Inhalt

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| Visionen                    | 2   |
| Unternehmensleitbild        | 4   |
| Interview mit dem Vorstand  | 6   |
| <br>                        |     |
| Stärken                     | 10  |
| Leistungsspektrum           | 12  |
| Fallbeispiele               | 18  |
| Erschließung neuer Märkte   | 26  |
| Pixelpark - die Mitarbeiter | 36  |
| Wohin geht die Zukunft?     | 42  |
| <br>                        |     |
| Aktie                       | 46  |
| <br>                        |     |
| Konzern-Lagebericht         | 50  |
| Konzern-Jahresabschluss     | 76  |
| Bestätigungsvermerk         | 116 |
| Bericht des Aufsichtsrats   | 118 |
| Pixelpark weltweit          | 120 |

## Blauer Himmel macht noch kein Wetter

Sieht schön aus. Doch bewegen kann eine einzelne Wolke wenig. Es kommt auf die Großwetterlage an. Und die hat Pixelpark beeinflusst. Mit ungewöhnlichen Lösungen und Pioniergeist. So haben wir Bewegung ins Netz und in den digitalen Alltag gebracht. Das ist Pixelpark.





## Unternehmensleitbild

// Die digitale Welt gehört für uns unwiderruflich zum täglichen Leben. Einst veränderten Elektrizität, Eisenbahn und Auto unsere Gewohnheiten grundlegend. Heute sind es der Computer und das Internet. Pixelpark sieht sich als Gestalter der Schnittstelle zwischen Mensch und technischer Umwelt. Wir wollen diese Umwelt lebbar und begreifbar machen. Dabei tragen wir eine besondere Verantwortung: Was wir heute entwickeln, ist morgen der Alltag für viele.

// Unser erster Gedanke gilt daher immer dem Menschen: Wir entwickeln Lösungen für den Menschen, mit den Menschen. Lösungen für die digitale Gegenwart und Zukunft. Dabei vernetzen wir strategisches Denken, technischen Erfindungsreichtum und höchste gestalterische Kreativität zum größtmöglichen Nutzen unserer Kunden.

Pixelpark sieht sich als Gestalter der Schnittstelle zwischen Mensch und technischer Umwelt.



// Wer die Zukunft mitgestalten will, darf nicht stillstehen. Pixelpark lernt ständig dazu und passt sich an neue Entwicklungen an. Deshalb sind wir auch international vertreten. So sind wir direkt am Kunden und an den Märkten und können auf regionale Besonderheiten sensibel reagieren.

// Wir wissen, dass der wichtigste Grundstein für den Erfolg einer Firma die Mitarbeiter sind. Daher sind wir bestrebt, die Besten für Pixelpark zu gewinnen. Wir setzen hohe Erwartungen in jeden Einzelnen. Dafür erhält er unsere volle Rückendeckung und Freiräume, um seine kreativen Ideen zu entwickeln.

// Unsere Kunden sollen wissen, dass ihr Geld bei Pixelpark gut angelegt ist. Unser Ziel ist es, für sie einen hohen Return on Investment zu erzielen. Wir wollen gemeinsam Lösungen finden, die sie in ihren Märkten nach vorn bringen. Dabei sehen wir uns nicht als vorübergehende Berater, sondern als langfristige Partner. Denn wir wollen nicht nur Anstöße geben, sondern nachhaltig Entwicklungen prägen und Einstellungen verändern.

// Pixelpark gehört zu den ersten Firmen in Deutschland, die Bewegung ins Netz gebracht und multimediale Lösungen in unseren Alltag integriert haben. Durch unseren Pioniergeist und unsere Innovationen haben wir Maßstäbe für die ganze Branche gesetzt. So soll es auch in Zukunft bleiben. Nicht nur in Deutschland. Sondern weltweit.

## Interview mit dem Vorstand

// Wie hat sich Pixelpark im abgeschlossenen Geschäftsjahr entwickelt?

Paulus Neef: Hervorragend. Der Börsengang war äußerst erfolgreich. Getragen von der neuen Energie haben wir Pixelpark gemeinsam vorangebracht. Der Umsatz hat sich fast verdreifacht - diese Steigerung übertrifft unsere eigene Planung und die Erwartungen des Marktes bei weitem. Es haben über 500 hoch motivierte und äußerst qualifizierte neue Mitarbeiter bei Pixelpark angefangen. Außerdem konnten wir eine Vielzahl neuer und interessanter Kunden wie Credit Suisse, Financial Times Deutschland, Lloyds TSB, Allianz und Viva gewinnen. Zudem war auch unsere Akquisitionsstrategie sehr erfolgreich. Die Integration der Multimedia-Unternehmen Furrer & Partner und east-europe.com, des Incubators GrizzlyFarm, des Logistikspezialisten ZLU und des IT-Spezialisten K2 belegen dies eindrucksvoll.

// Ist der Imageverlust überwunden, der Pixelpark durch die geplante Fusion mit der schwedischen Firma CellNetwork/Mandator entstanden ist?

Jan Kantowsky: Wir sind gestärkt aus der Sache hervorgegangen. Wir haben deutlich gemacht, dass selbst unter extremem Druck die Identität Pixelparks nicht zur Disposition steht. Ein Imageschaden ist nicht zu beobachten.



Paulus Neef: Wir haben keinen Schaden davongetragen. Wie man im Abschluss des Geschäftsjahres sieht, haben wir uns weit über die Erwartungen hinaus entwickelt. Das heißt auch, dass Pixelpark seine Internationalisierungsstrategie konsequent und erfolgreich fortgesetzt hat.

// Wohin geht die Expansion von Pixelpark? Nach Süden, nach Osten, europa- oder weltweit?

Paulus Neef: Das zentrale Ziel der Expansion ist zunächst Europa. Wir wollen unsere Marktstellungen auch in den Ländern stärken, in denen wir schon vertreten sind. Mit erster Priorität orientieren wir uns nach Süd- und Osteuropa. Nordeuropa haben wir aber nach wie vor nicht aus den Augen verloren.

// Wie schnell wird die globale Expansion von Pixelpark voranschreiten?

Paulus Neef: So schnell es vernünftig ist. Unser primäres Ziel liegt im Ausbau unserer paneuropäischen Aufstellung. Aus der Position der Stärke heraus wollen wir dann den transatlantischen Schritt wagen. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Industrie eine globale Industrie ist und dass eines Tages nur wenige Global Player übrig bleiben werden. Wir wollen ganz vorn mitspielen.

Getragen von der neuen Energie durch den Börsengang haben wir Pixelpark gemeinsam vorangebracht.

links:

Paulus Neef,  
Vorstandsvorsitzender.  
\* 1960 in Gütersloh.  
Gründete 1991 Pixelpark.

rechts:

Dr. Jan Kantowsky,  
Mitglied des Vorstands.  
\* 1968 in Konstanz.  
Seit 1997 bei Pixelpark.

// Pixelpark ist explosionsartig gewachsen – intern wie extern. Hält die Organisation dem rasanten Wachstum stand?

Jan Kantowsky: Das Management des Wachstums ist eine zentrale Herausforderung der Führung von Pixelpark. Vor dem Hintergrund dieser extrem starken Vergrößerung sind wir mit den Ergebnissen sehr zufrieden. Wir investieren kontinuierlich in die Entwicklung von Führungskräften. Und das lohnt sich. So haben wir es geschafft, die Führungspositionen in den neuen Niederlassungen aus den eigenen Reihen zu besetzen. Dass wir dazu niemanden von außen holen mussten, zeigt, welches Potenzial in Pixelpark und seinen Mitarbeitern steckt und welche Entwicklungschancen für Talente bei Pixelpark gegeben sind.

// Wie schafft Pixelpark es, trotz des rasanten Wachstums flexibel zu sein und schnell auf die Anforderungen des Marktes zu reagieren?

Paulus Neef: Unser Führungsprinzip ist das Delegieren von Verantwortung an die operative Ebene. Also dorthin, wo die Schnittstelle zwischen Kunde und Projekt liegt. So tragen die Mitarbeiter von Pixelpark ein Höchstmaß an Verantwortung. Das macht sie und uns im Vergleich zu anderen Unternehmen aber auch sehr flexibel, auf Gegebenheiten des Marktes und auf Kundenbedürfnisse zu reagieren.

Jan Kantowsky: Das Thema heißt hier Innovation auf allen Ebenen. Wir treiben die Innovationen voran – zum Beispiel mit unseren Solution-Centers und mit Venturepark. Wir geben den Menschen und ihren außergewöhnlichen

Ideen einen Raum. So ist Venturepark eine Plattform für innovative Geschäftsansätze, die nicht in das Servicegeschäft von Pixelpark passen. Ich bin überzeugt davon, dass Venturepark eine ganz entscheidende zweite Säule für das Pixelpark-Geschäft wird.

// Versteht Pixelpark sich noch als Multimedia-Agentur?

Paulus Neef: Nein! Wir sind inzwischen weitaus mehr als das. Pixelpark ist ein Full-Service-Dienstleister. Das Pixelpark-Dienstleistungsangebot fußt auf den drei Kompetenzbereichen Marketing & Design, Management- & Logistik-Beratung und Systeme & Technologie. Pixelpark bietet Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an.

// Was bringt die Zukunft?

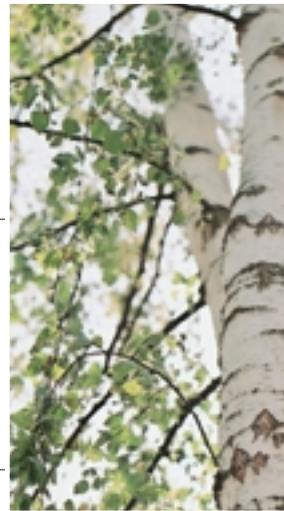
Paulus Neef: Wir sehen die Zukunft im weiteren Ausbau unserer Kompetenzen. Ich persönlich glaube, dass im Bereich der mobilen Kommunikation und der Konvergenz von Fernsehen und Internet die Zukunftspotenziale unseres Geschäftes liegen. Damit wird das Internet wirklich zum Massenmedium und erfasst vollkommen neue Zielgruppen.

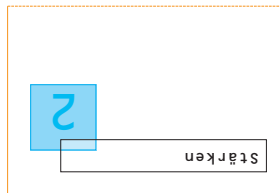
Jan Kantowsky: Pixelpark wird Unternehmen dabei unterstützen, genau diese Zukunftsaussichten zu erschließen, die sich aus multiplen Zugängen zu interaktiven Angeboten eröffnen. So wird Venturepark die Plattform bieten, interessante Geschäftsmodelle in diesem Bereich zu entwickeln und durchzuführen.



## Eine Abteilung macht noch kein Unternehmen

Palmen wachsen nicht in der Taiga. Es braucht schon den richtigen Baum auf dem richtigen Boden. Pixelpark setzte 1991 die Saat für ein Unternehmen, das seitdem für Innovations- und Qualitätsführerschaft steht: von Electronic Commerce bis Convergence – Pixelpark heißt Full-Service auf höchstem Niveau.





## Leistungsspektrum

Das Internet hat eine neue Wettbewerbsdynamik eingeleitet: Kreativität, Technologie, Innovation und Geschwindigkeit treffen viel unmittelbarer und intensiver als bisher zusammen. Das verlangt einen neuen Ansatz. In einem integrierten Prozess werden die strategische Ausrichtung, die kreative Umsetzung der definierten Unternehmens- und Marketingziele sowie ihre technische Implementierung vorangetrieben.

Pixelpark orientiert sich seit 1991 konsequent an Kundenbedürfnissen. Wir helfen Unternehmen, den Strategie- und Umsetzungsprozess zu verzahnen und damit nachhaltige Erfolge zu realisieren. Dies erreichen wir durch die Zusammenführung der erforderlichen Disziplinen. Leistungen der Management- und Logistikberatung werden mit Konzeption, grafischem Design und Text sowie einer umfassenden Umsetzungskompetenz im IT-Bereich verknüpft. Wir begleiten Projekte von Anfang bis Ende, von der Vorbereitung strategischer Entscheidungen bis hin zur erfolgreichen Umsetzung.

Wir wollen mit unseren Kunden gemeinsam Lösungen finden, die sie in ihren Märkten nach vorn bringen.



Darin unterscheiden wir uns wesentlich vom in der Vergangenheit üblichen Modell, wo Berater, Kreative und Umsetzungsexperten separat voneinander und stark sequenziell gearbeitet haben. Kommunikations- und Leistungsbrüche sind in solchen Modellen unvermeidbar.

Letztlich entscheidet die Qualität der Ausführung über den Erfolg. Durch kontinuierliche Investitionen in unser Umsetzungs-Know-how, in Schlüsseltechnologien und Qualitätssicherung ist Pixelpark in der Lage, internationale Großprojekte erfolgreich durchzuführen. Hierfür haben wir Qualitätsstandards für alle Phasen der Projektabwicklung definiert.

Komplexe technische Fragestellungen werden tagtäglich von unseren **IT-Experten** gelöst, die leistungsfähige und integrierte Anwendungen schaffen. 20 Millionen Hits an einem Tag auf den von uns für die ARD konzipierten und gestalteten Seiten zur „Tour de France“ sind nur ein Beispiel für die Belastbarkeit der von uns entwickelten Lösungen. Unser IT-Competence-Center sorgt dafür, dass Internet-Lösungen sich homogen in die vorhandene IT-Umgebung einfügen und ihre Leistungsfähigkeit sichergestellt ist.

Immer mehr Unternehmen wollen die neuen Medien aktiv einsetzen. Pixelpark begleitet seine Kunden mit der **Strategie-Beratung** vom ersten Schritt an auf diesem Weg. Wir suchen gezielt nach Antworten: Welche Auswirkungen haben Internet und neue Medien auf das bestehende Geschäft?

Wir sehen uns nicht als vorübergehende Berater, sondern als langfristige Partner.

Wir entwickeln Lösungen für eine digitale Zukunft. Dabei vernetzen wir strategisches Denken, technischen Erfindungsreichtum und höchste gestalterische Kreativität zum größtmöglichen Nutzen unserer Kunden.

Welche Strategien stehen zur Verfügung und welche neuen Geschäftsideen ergeben sich? Zu unserem Strategieberatungsteam gehören Consultants mit Internet-Know-how und Erfahrungen in der Unternehmensberatung. Die Beratung umfasst alle relevanten Themen - von Vorschlägen für ein Geschäftsmodell über den Businessplan bis hin zu schlüssigen Organisationsmodellen.

Die kreative Umsetzung der Projekte im Rahmen der strategischen Überlegungen ist die Aufgabe des Geschäftsbereiches **Marketing & Design**. In einem Grobkonzept werden Inhalt und Aufbau der jeweiligen Anwendungen festgelegt, wobei die technischen Rahmenbedingungen von Beginn an berücksichtigt werden. Ein zentraler Bestandteil ist dabei die Entwicklung des grafischen Konzepts, mediengerechter Texte und eines entsprechenden Layouts.

Durch die Integration der **Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH** (ZLU) haben wir ein klares Zeichen in Sachen End-to-End- E-Business gesetzt: Die ZLU hat sich in über zehn Jahren einen hervorragenden internationalen Ruf als Logistik- und Prozessexperte geschaffen. Gemeinsam mit der ZLU sind wir in der Lage, die wohl kritischsten Glieder in der Leistungskette der neuen Anforderungen effizient zu gestalten - extrem schnelle Beschaffung, Distribution und Ausführung.



Das Internet fordert viele neue Lösungsansätze. Um uns und unsere Kunden immer auf dem neuesten Stand der Entwicklungen im Internet zu halten, haben wir die **Solution-Centers** entwickelt.

Das Internet wird allgegenwärtig und zieht in den persönlichen Lebensraum der Menschen ein. Internetnutzung ist über mobile Endgeräte, Fernsehen, Spielekonsolen und selbst im Auto möglich. Kundenbeziehungen müssen über verschiedene Kanäle gepflegt werden. **Pixelpark Convergence Solutions** wurde gegründet, um die vielschichtigen Veränderungen der Medienlandschaft für unsere Kunden erfolgreich zu gestalten. Hier werden Veränderungen des Nutzerverhaltens erforscht, Internetprodukte für die dritte Mobilfunkgeneration entwickelt und Applikationen für TV- und Mobil-Portale entworfen.

Auch auf dem Gebiet des **Electronic Commerce** bietet Pixelpark vielfältige Leistungspakete an. Wir realisieren maßgeschneiderte Banking-, Shopping- und Vertriebslösungen, die den wachsenden Anforderungen an den elektronischen Handel gerecht werden. Die technische Basis des E-Commerce bilden digitale On- und Offline-Kataloge, die direkt über Verkaufsterminals an Warenwirtschafts- und Distributionssysteme angebunden werden. Unsere Designer entwerfen die kreative Gestaltung und bauen virtuelle Stores auf.





Klassische Werbung stößt oft an Grenzen. Dagegen eröffnet integrierte Kommunikation neue Perspektiven. Die digitale Markenführung und Unternehmenspräsentation des **Electronic Marketing** gehören zu unseren wichtigsten Kompetenzen. Über die strategische Beratung und die kreative Produktion hinaus betreuen wir komplette Vermarktungskampagnen.

Die Marken der Zukunft müssen die Stärken der interaktiven Medien nutzen. Deshalb gibt es **Brandpark**. Mit diesem Konzept zur vernetzten Markenführung und Kommunikation inszenieren wir Marken adäquat in den neuen Medien.

Wer Geld in eine Website investiert, will diese auch bekannt machen. Aber wie lenkt man die richtigen Besucher auf eine Website? Wie wird Markenbekanntheit im Internet aufgebaut? Das internationale **Online-Advertising-Team** von Pixelpark kennt die effizientesten Werbeträger in Europa und die innovativsten Werbeformen: Banner, Sitesponsoring, Newsletters und Viral Marketing-Programme. Außerdem bieten wir das gesamte Paket von der Mediaplanung über die Online-Forschung bis zur Kreation an.

Zur Fundierung von Marketingentscheidungen haben wir leistungsfähige Marktforschungstools entwickelt. Unser **Marketing-Research-Team** führt eigene qualitative und quantitative Untersuchungen durch. Diese reichen von Nutzerstrukturanalysen und Zufriedenheitsmessungen bis hin zu Markenpositionierungsstudien und der Messung der Werbewirkung von Online-Werbekampagnen.



Die zunehmende Wettbewerbsdynamik erfordert drastische Veränderungen in der Kommunikation und Informationsverarbeitung - unternehmensintern und an der Schnittstelle zum Kunden. **Knowledge Management**, also Wissensmanagement, auf Basis von Intranet-Anwendungen fördert den unternehmensweiten Wandlungsprozess. Pixelpark gehört zu den ersten Multimedia-Anbietern, die auf die Bedeutung des Intranets gesetzt haben.

Die digitale Welt lässt sich nicht auf das Internet beschränken. Es kommt darauf an, Multimedia über die Grenzen konventioneller PCs hinauszuführen und ganzheitlich erlebbare Zugänge zu schaffen. Mit **Interactive Environments** hat Pixelpark ein Innovationsfeld geschaffen, um diese weitere Schnittstelle Mensch und Umwelt mit neuesten Technologien auszugestalten.

Auf dem Weg in die digitale Zukunft muss man vorausdenken, um voranzukommen. Unser Forschungs- und Entwicklungszentrum, das **Institute for Media Development** (IMD), verfolgt Technologietrends, testet Innovationen und lotet zukünftige Marktpotenziale aus. Durch enge Vernetzung mit aktuellen Projekten stellt Pixelpark seinen Kunden dieses Wissen zur Verfügung.

Wer die Zukunft mitgestalten will, darf nicht stillstehen.

## Einfach, einfallsreich und effektiv

Die Pustelblume streut ihre Samen in alle Winde.  
Pixelpark wurde von einem zum anderen Kunden weiterempfohlen.  
Durch gute Arbeit in zahlreichen Branchen: vom  
Finanzsektor über die chemische Industrie bis hin zur  
Kommunikationsbranche. Aber sehen Sie selbst.  
Kunden machen Pixelpark bekannt.



## Fallbeispiele

Einer der komplexesten deutschen Internet-Auftritte ist von Pixelpark entwickelt worden.

### Financial Times Deutschland [www.ftd.de](http://www.ftd.de)

Im Februar 2000 startete - zeitgleich zur Neueinführung des Printproduktes - der Internet-Auftritt der Financial Times Deutschland. Pixelpark war als Full-Service-Partner für Beratung, Konzeption sowie gestalterische und technische Umsetzung zuständig.

Die Financial Times Deutschland ist eine der bedeutendsten deutschen Zeitungsgründungen seit 50 Jahren und überdies die erste im Informationszeitalter. Die besondere strategische Herausforderung war daher, Marke und Produktnutzen im Online-Markt zu platzieren sowie mit dem Printprodukt zu vernetzen. Es galt, ein innovatives Redaktionsprodukt zu konzipieren, das die Nutzer orts- und zeitunabhängig mit personalisierten, aktuellen Informationen erreicht. Dazu sollte eine IT-Architektur entwickelt werden, die den Workflow der Redaktion optimal unterstützt und verschiedene Agenturticker, Kurslieferanten, Archive, das Print- sowie ein Online-Redaktionssystem einbindet.



„Financial Times anywhere“. Pixelparks Strategie der vernetzten Markenführung stellt die Marke - über alle Medienformen vernetzt - klar in den Mittelpunkt. In der Konzeption wurden die für den Nutzer relevanten Diensteigenschaften und deren intuitive, effiziente Bedienbarkeit erarbeitet.

Komplexes Herzstück der Website ist ein Multi-Channel-IT-System, welches dem Nutzer Zugriff über Internet-PCs, WAP-Mobiltelefone, Personal Digital Assistants (PDAs) und E-Books ermöglicht. Das leistungsfähige Content-Management-System verarbeitet alle Daten vollständig in XML auf der Basis von Openmarket Futuretense, entwickelt auf Sun/Netscape Application Server. Zudem wurde eine Meta-Suchmaschine implementiert, die verschiedene internationale Datenbanken durchsucht. Zusätzliche Effizienz bietet die umfangreiche Personalisierung. Registrierte Benutzer können maßgeschneiderte Newsletters und Kurzmeldungen per E-Mail abonnieren, personalisierte Portfolios anlegen oder das Gesamtarchiv der Print-Ausgabe durchstöbern.

Dem Kunden ist es in der Partnerschaft mit Pixelpark gelungen, Produkt und Marke medien- und zielgruppengerecht umzusetzen - die Markteinführung verlief sehr erfolgreich. Die Financial Times Deutschland übertraf die eigenen Vorgaben deutlich. Alle Technik- und Workflow-Systeme wurden zügig in den Tagesablauf der Redaktion integriert. Der Betrieb einer der komplexesten deutschen Internet-Auftritte läuft.



### Wacker Chemie GmbH www.wacker.com

1999 entschied sich die Wacker Chemie GmbH, eine E-Commerce-Strategie zu entwickeln. Ziel war es, Vertriebsstrukturen für weltweit 23 Produktionsstätten und über 100 Tochterunternehmen aufzubauen. Zeitgleich sollte der vorhandene Webauftritt überarbeitet werden. Über die Seiten sollten ständig aktuelle Marketinginformationen des Unternehmens abrufbar sein. Pixelpark wurde als Partner für die Umsetzung gewählt, da im Rahmen dieser Zusammenarbeit alle Bereiche abgedeckt werden können: Strategieberatung, konzeptionelle und grafische Umsetzung sowie Systeme & Technologie.

In weniger als drei Monaten wurde eine Strategie für das Unternehmen erarbeitet und der Projektablauf festgeschrieben. In der ersten Phase analysierten die Pixelpark-Strategieberater den gegenwärtigen internen Zustand des Unternehmens und das Marktumfeld. Es entstand eine Übersicht der E-Business-Möglichkeiten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei wurden Prioritäten gesetzt und der Fokus auf die Unterstützung des Vertriebs gelegt.

Im April 2000 gingen die neu gestalteten Seiten der Wacker Chemie ins Netz. Inhaltliche Schwerpunkte der Website sind die Unternehmensdarstellung mit ihren vier Geschäftsfeldern sowie eine Suchmaschine, der sogenannte Product Finder, mit über 3.000 Einträgen zum Recherchieren von Produkten und Ansprechpartnern. Diese Plattform soll später auch als E-Commerce-Portal für das Unternehmen dienen.

Zusätzlich ermöglicht ein Redaktionssystem die direkte Pflege der Seiten durch die Internet-Verantwortlichen der Wacker Chemie GmbH. Dadurch kann das Unternehmen seinen Kunden und Geschäftspartnern tagesaktuelle Informationen bieten. Der von Pixelpark entwickelte Internet-Styleguide stellt dabei sicher, dass Design-, Konzept- und Technikrichtlinien weltweit eingehalten werden.

Der Ausbau zur E-Commerce-Plattform verläuft schrittweise. Auf der bisherigen Basis sind weitere transaktionsorientierte Anwendungen geplant. Hier geht es um die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme, Logistik- und Fulfillment-Prozesse.

Die Fortführung der Projekte ist als kontinuierlicher Prozess zu sehen. Pixelpark wird die Wacker Chemie GmbH auch weiterhin mit all seinen Geschäftsbereichen als leistungsstarker, ganzheitlicher Partner begleiten.

Bei der Wacker Chemie war der ganzheitliche Ansatz von Pixelpark gefragt.

www.lloydstsb.com



## Lloyds TSB [www.lloydstsb.com](http://www.lloydstsb.com)

Im März 2000 beauftragte die britische Bank Lloyds TSB Pixelpark, ein E-Finance-Portal für Großbritannien aufzubauen. Für Lloyds TSB ist es das wichtigste Projekt im Jahre 2000. Der Zeitraum ist vorerst auf zwölf Monate festgelegt. Im August 2000 ging die erste Stufe online.

Das Privatkundengeschäft auf dem britischen Bankensektor ist hart umkämpft. Vier traditionsreiche große Häuser und einige Neugründungen im Internetbereich kämpfen um die Kunden. Das Ziel von Lloyds TSB ist es, Kunden zu halten und im traditionellen Sinne weiter zu bedienen. Gleichzeitig sollte Pixelpark der Bank den Weg ins E-Business bereiten. Pixelpark hat auf diese Herausforderung mit der Entwicklung einer E-Commerce-Strategie reagiert, welche Lloyds TSB in die Führungsposition des E-Finance-Marktes in Großbritannien bringt.

Lloyds TSB will Ende 2000 bis zu einer Million Kunden online bedienen. Dann wird es der Bank möglich sein, zusätzliche Dienste anzubieten sowie eine direkte Kundenbeziehung aufzubauen.

Der innovative Ansatz dieses Projektes liegt in der besonderen Kommunikationsstrategie sowie dem technischen Konzept. Die Kommunikationsstrategie wurde im Mai 2000 von Lloyds TSB vor ausgewählten Finanzanalysten präsentiert und ist mit Begeisterung aufgenommen worden. Die technische Plattform wird es Lloyds TSB ermöglichen, den Inhalt der Website ebenfalls auf anderen Plattformen zu nutzen, wie z.B. WAP und Internet-TV.

Mit einer besonderen Kommunikationsstrategie und einem innovativen technischen Konzept hat Pixelpark die Führungsposition von Lloyds TSB gesichert.

## Erfahrungen sammelt man nicht zu Hause

Wo Berlin draufsteht, ist nicht gleich die ganze Welt drin.  
Erst das Zusammenwirken der zahlreichen Standorte  
Pixelparks garantiert ein vielfältiges und stetes Wachstum  
in allen Bereichen. Auch Kundenwachstum.  
Von Hamburg bis München, von São Paulo bis Osteuropa.  
Wachstum beschreibt Pixelpark.



## Erschließung neuer Märkte

Im abgelaufenen Geschäftsjahr ist Pixelpark international weiter kräftig gewachsen. Wir sind unserem Ziel, die europäische Marktführerschaft zu erreichen, ein großes Stück näher gerückt. Unsere starke Position in Deutschland und der Schweiz konnten wir ausbauen und festigen. Auch in Österreich, Frankreich und Großbritannien stehen wir jetzt hervorragend im Markt. Darüber hinaus haben wir erste Schritte nach Spanien und Lateinamerika sowie Zentral- und Osteuropa getätigt.

Neben der internationalen Expansion konnte Pixelpark sein Angebotsspektrum deutlich erweitern - durch den Kauf der [Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH](#) (ZLU) sowie die Beteiligung am Incubator [GrizzlyFarm](#) (inzwischen umbenannt in [Venturepark Incubator AG](#)).

## Entwicklung der Standorte

### // Schweiz

Im Juli 1999 übernahm Pixelpark die [Furrer & Partner AG](#) mit Standorten in Zürich und Biel. Das 1984 gegründete Unternehmen war einer der Marktpioniere der Schweizer Multimediabranche. Durch die Verschmelzung sind wir in der Schweiz die unangefochtene Nummer eins im Markt. International tätige Unternehmen, wie die Credit Suisse-Bank, werden mit dem kompletten Leistungsangebot Pixelparks vor Ort bedient. Gleichzeitig ist die Schweiz ein wichtiger Bestandteil im Pixelpark-Netzwerk, um für den Kunden die bestmögliche Erfüllung seiner Wünsche und Bedürfnisse zu gewährleisten.

### // Österreich

In Österreich wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr die führende Multimediaagentur [Uselt!](#) übernommen. Damit baute Pixelpark auch hier seine führende Stellung im Markt aus. Die Integration ins internationale Pixelpark-Netzwerk ist schnell und reibungslos erfolgt. Dies zeigen standort- und länderübergreifende Projekte wie z.B. die Betreuung der Wacker Chemie GmbH. Das Kundenportfolio ist beeindruckend, darunter Blue-Chip-Kunden wie Mobilkom, Meinel Bank, Bank Austria, Austrian Airlines und Tyrolit. Auch die Technologieführerschaft (Vignette, WAP, Allaire) wird von Pixelpark Austria gehalten. Die Erfolgsstory schlägt sich in Zahlen nieder: Die Mitarbeiterzahl und der Umsatz konnten mehr als verdoppelt werden.

Wir sind international vertreten. So sind wir direkt am Kunden und an den Märkten und können auf regionale Besonderheiten sensibel reagieren.



#### // Frankreich

In Frankreich hat sich Pixelpark in den letzten zwölf Monaten von einem Unternehmen mit fünf Mitarbeitern zu einem der fünf führenden Internet-Dienstleister im französischen Markt entwickelt.

Durch die zuverlässige Ausführung von Projekten mit Kunden wie OECD, Fuji-film, Nart.com, Libertysurf wurde ein hohes Ansehen geschaffen. Namhafte Neukunden wie Crédit Agricole, Bull und Lexmark konnten gewonnen werden.

Mit der kurz vor Ende des Geschäftsjahres verkündeten Übernahme des IT-Dienstleisters K2 S.A. ist Pixelpark France zukünftig in der Lage, noch größere und komplexere Projekte zu entwickeln. K2 ist mit 70 IT-Spezialisten einer der zwei bedeutendsten Oracle-Entwicklungspartner in Frankreich („Oracle Certified Advantage Partner“). Zu den Kunden von K2 zählen Großunternehmen wie France Télécom, EuropCar und Kellogg's.

#### // Großbritannien

Im Rahmen unserer internationalen Expansion haben wir im Juli 1999 unser Büro in London eröffnet. Unserem britischen Managementteam ist es gelungen, innerhalb eines Jahres ein Unternehmen aufzubauen, das alle Kernkompetenzen von Pixelpark selbstständig abdecken kann. Zahlreiche neu gewonnene Kunden, wie z.B. der Finanzdienstleister Lloyds TSB oder British Telecom,



zeugen von dem guten Namen, den sich Pixelpark UK im britischen Markt erarbeitet hat. Darüber hinaus schaffte es unser britisches Team, bereits im vierten Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres ein positives Ergebnis zu erzielen. Aufgrund der Aufwendungen für den Aufbau des Standortes wird die Gesellschaft das Gesamtgeschäftsjahr jedoch mit einem Verlust abschließen.

#### // USA

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir eine Neupositionierung von Pixelpark USA vorgenommen. Damit haben wir uns den schwierigen Marktbedingungen in den USA angepasst. Die Gesellschaft wird in Zukunft im Rahmen eines „Bridge to Europe“-Konzeptes aktiv sein. Hierbei arbeitet Pixelpark USA für US-amerikanische Unternehmen, die mit ihrem E-Business nach Europa expandieren wollen, gemeinsam mit dem europäischen Pixelpark-Netzwerk.

#### // Spanien/Lateinamerika

Pixelpark und die führende spanische Bank Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (BBVA) haben im Frühjahr 2000 beschlossen, die iberischen und lateinamerikanischen Märkte für Internet-basierte Lösungen gemeinsam zu erschließen. Zu diesem Zweck haben wir die Pixelpark Latam S.A. gegründet. Diese Holding wird als Dachunternehmen für mehrere Ländergesellschaften in Spanien und Lateinamerika tätig sein. Parallel hierzu haben wir unser erstes Büro in Madrid eröffnet. Wir werden unsere Präsenz in Spanien in den nächs-

Pixelpark lernt ständig dazu und passt sich neuen Entwicklungen an.





Unser primäres Ziel liegt im Ausbau unserer paneuropäischen Position. Aus dieser Stärke heraus wollen wir dann den transatlantischen Schritt wagen.

ten Monaten zügig ausbauen. Durch den Kauf der **ZLU GmbH** verfügt Pixelpark darüber hinaus über ein Büro in São Paulo/Brasilien. Die Kombination aus Pixelparks Know-how und den exzellenten Kundenbeziehungen der BBVA schafft uns eine hervorragende Ausgangsposition für den Eintritt in diese Märkte.

#### // Zentral- und Osteuropa

Pixelpark hat die Mehrheit an der **east-europe.com data AG** übernommen (inzwischen umbenannt in Pixelpark CEE AG). Damit haben wir eine Basis für die Expansion in die zentralen osteuropäischen Märkte geschaffen. Unser Joint-Venture-Partner, die S&T System Integration & Technology Distribution AG, Wien, verfügt über eine exzellente Infrastruktur und über hervorragende Kundenbeziehungen in diesen Regionen. Auf dieser Basis kann Pixelpark sein breites Spektrum an interaktiven Lösungen anbieten. In Abhängigkeit von den Marktgegebenheiten in den einzelnen zentralen osteuropäischen Ländern wird der Aufbau sowohl von innen als auch durch den gezielten Zukauf von Unternehmen erfolgen.

#### // Deutschland

Neben unserem Gründungsstandort Berlin und den Büros in Hamburg, Stuttgart und Köln hat Pixelpark im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Stellung im deutschen Markt durch die Eröffnung weiterer Büros in München, Dortmund

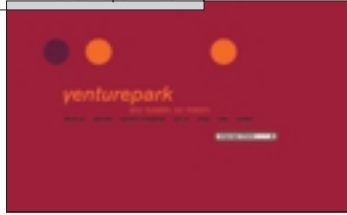


sowie Frankfurt am Main (seit Juli 2000) ausgebaut. Hierdurch unterstreicht Pixelpark seine Position als stark kundenorientiertes und kundennahes Unternehmen. Weiterhin war das Jahr dadurch geprägt, dass viele neue Mitarbeiter gewonnen und damit alle Geschäftsbereiche deutlich gestärkt wurden. Auch die Solution-Centers konnten als Wissensbasis für das Kerngeschäft weiter gestärkt und aktiv ins Pixelpark-Netzwerk eingebunden werden. Dadurch konnte für international und national tätige große Unternehmen das Leistungsspektrum insgesamt vertieft und verbreitert angeboten werden. Zu den Kunden Pixelparks in Deutschland zählt nunmehr eine Vielzahl der 200 wichtigsten Unternehmen.

#### Eintritt in neue Geschäftsfelder

##### // Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung

Pixelpark hat im dritten Quartal des Geschäftsjahres 1999/2000 seine Produktpalette durch den Kauf der **Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH (ZLU)** erweitert. Mit der erworbenen Kompetenz in den Bereichen Logistikkonzeption und Geschäftsprozessoptimierung antwortet Pixelpark auf den zunehmenden Einfluss interaktiver Lösungen im Arbeitsablauf von Unternehmen. Die ZLU beschäftigt rund 100 Mitarbeiter in Berlin, São Paulo/Brasilien und Boston/USA.



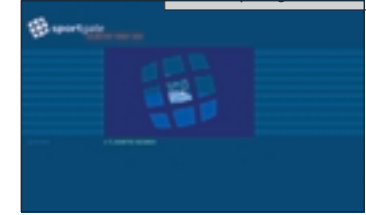
### // Venturepark

Neben dem Servicegeschäft hat sich Pixelpark mit der 63-prozentigen Beteiligung an der GrizzlyFarm AG (jetzt [Venturepark Incubator AG](#)) ein zweites Standbein im attraktiven Incubator-Bereich geschaffen.

Schnelligkeit ist im sich rapide verändernden Internet-Markt oberstes Gebot. Venturepark hilft dabei, Firmengründungen in der New Economy rasch, erfolgreich und international entwicklungsfähig in die Praxis umzusetzen. Gründer mit innovativen, zündenden Ideen im Bereich neue Medien erhalten durch Venturepark entscheidende Impulse, um an Startkapital zu kommen, einen Stamm von qualifizierten Mitarbeitern und wichtige strategische Partnerschaften aufzubauen oder ihre Idee in eine funktionsfähige Internet-Plattform umzusetzen. Als Incubator begleitet Venturepark Start-up-Unternehmen von der Idee bis zum Börsengang und bindet sie darüber hinaus in ein weltweit gespanntes Netzwerk ein.

Venturepark wählt sich seine Gründerteams sorgfältig aus. Der strategische Fokus liegt dabei auf Internet-Ausgründungen von Unternehmen, in denen Venturepark die Zukunft des Internets in Europa sieht. Daneben stehen die Betreuung qualitativ hochwertiger Start-ups und die Verwirklichung eigener

Pixelpark wird Unternehmen helfen, sich die Zukunft zu erschließen, die sich aus der Konvergenz von Fernsehen und Internet ergibt.



Internet-Projekte mit ausgewählten externen Teams. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt dabei auf den B2B- und Online-Medien-Bereichen. Wer nach eingehender Prüfung der Qualität von Konzept, Erfahrungswerten und Teamstruktur ausgewählt wurde, bleibt bis zu einer Höchstdauer von sechs Monaten bei Venturepark. Die Gründer müssen zudem zu Venturepark und den anderen betreuten Teams passen, um gemeinsame Lernprozesse und Synergieeffekte zu ermöglichen.

Grundlage für den Erfolg unseres Incubator-Geschäftes sind die weitreichenden Erfahrungen von Pixelpark im Bereich interaktiver Lösungen und die langjährige Expertise des Managementteams von Venturepark in den Bereichen Strategieberatung, Venture Capital und Investmentbanking. Für Pixelpark ergibt sich neben der Aussicht auf eine Wertsteigerung des Investments der Zugang zu neuen Kundengruppen. Mit Standorten in Berlin, Warschau, Mailand, Madrid und Paris ist Venturepark bereits nach wenigen Monaten europaweit vertreten. Die internationale Präsenz soll zügig weiter ausgebaut werden.

Eine Idee lässt sich am besten im Team verfolgen

Man muss kein Haifisch sein, um Erfolg zu haben.  
Man muss sich nur formieren. Die Mitarbeiter von Pixelpark kommen aus aller Welt. Und aus vielen Branchen. In der richtigen Zusammenstellung entwickeln sie erfolgreiche Lösungen. Für das Netz und für die Menschen. Die Mitarbeiter sind Pixelpark.



## Pixelpark – die Mitarbeiter

Aufgrund der rasanten Entwicklung des Unternehmens im vergangenen Jahr hat sich auch die Mitarbeiterstruktur von Pixelpark verändert. Analog zur verstärkten Branchenorientierung des Unternehmens kommen die Mitarbeiter zunehmend aus den klassischen Sparten der Industrie und des Handels - Chemie, Pharma, Finanzen und Telekommunikation. Aus diesen bringen sie ihr spezifisches Know-how und ihre Erfahrung in die Projekte mit ein.

Durch neue Berufsbilder und Ausbildungswege im Multimedia-Umfeld verschiebt sich die Qualifikation deutlich. Die Zahl der Quereinsteiger hat sich verringert zugunsten solcher Mitarbeiter, die eine hohe Spezialisierung aus den neuen Medien und verwandten Bereichen mitbringen. Dadurch hat sich das Durchschnittsalter bei Pixelpark erhöht: Es liegt derzeit bei etwa 33 Jahren.

Pixelpark-Mitarbeiter zeichnen sich durch hohes unternehmerisches Denken und Handeln sowie starkes Interesse an eigenverantwortlichen Tätigkeiten aus. Obwohl es sich um hochspezialisierte Individualisten handelt, steht die



Teamarbeit im Mittelpunkt. Die Ausbreitung Pixelparks spiegelt sich auch in der Struktur der Mitarbeiter wider. Menschen unterschiedlichster Nationalitäten arbeiten in einem weltumspannenden Netzwerk.

### // Recruiting neuer Mitarbeiter

Der Wettbewerb auf dem Bewerbermarkt wird national wie international zunehmend härter. Um die Besten für Pixelpark zu gewinnen, arbeiten wir ständig daran, die Bekanntheit Pixelparks zu erhöhen. Dazu nutzen wir alle Kommunikationsmittel wie Werbung, Marketing, Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Ein besonders wichtiges Instrument beim Anwerben neuer Mitarbeiter ist das „Relationship-Marketing“. Durch den persönlichen Kontakt und bei Gesprächen mit Studenten und Absolventen direkt an den Hochschulen nutzen wir die Chance, uns als interessanten Arbeitgeber mit den vielfältigsten Karrieremöglichkeiten vorzustellen. Auf Hochschulveranstaltungen stellen Mitarbeiter das Leistungsspektrum des Unternehmens dar. Das Ergebnis: bis zu 1.000 Bewerbungen pro Monat für alle Positionen vom Traineeprogramm bis zum Managing Director.

Wichtig ist, dass potenzielle neue Mitarbeiter schnell eine Rückmeldung auf ihre Bewerbung bekommen. Der Markt ist umkämpft - wer zu langsam reagiert, kann die besten Leute nicht gewinnen. Durch standortübergreifendes

Wir sind bestrebt, die Besten für Pixelpark zu gewinnen.



Wir setzen  
hohe Erwartungen  
in jeden Einzelnen.

digitales Bewerbermanagement über die Jobseite auf der Homepage ist es uns gelungen, die Abläufe erheblich zu beschleunigen. Nach etwa fünf Tagen weiß der Bewerber, ob Pixelpark an ihm interessiert ist.

#### // Weiterbildung

In der heutigen Wissensgesellschaft kann nur bestehen, wer nicht stehen bleibt. Im innovativen Umfeld der Internetbranche werden Lernen und Arbeiten eins. Das geistige Kapital ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren: Daher wird Weiterbildung bei Pixelpark groß geschrieben. Denn wir wollen auch morgen noch in der Technologie- und Informationsgesellschaft Vorreiter sein.

**Pixelpark Certification Program.** Als erster Dienstleister in den neuen Medien hat Pixelpark früh in Instrumente der Personalentwicklung investiert. Im „Feedback and Development Dialogue“ vereinbaren Mitarbeiter und Führungskräfte die Parameter der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung. Grundlage dafür ist das „Pixelpark Certification Program“, das vom Bereich „Training and Development“ entwickelt wurde. Unsere Kunden erwarten hohe Qualität, Innovation und konsequente Kundenorientierung. Das Personalentwicklungsprogramm erhöht Weitblick, Qualitätsstandards und persönliche Fähigkeiten. Dabei werden langfristige Entwicklungsperspektiven und am direkten Projektbedarf orientierte Maßnahmen sinnvoll kombiniert.

**Management Certification Program.** Das „Management Certification Program“ stellt den verbindlichen Rahmen dar, in dem Führungskompetenz gezielt verbessert wird. Durch internationale Trainings und individuelle Coachingmaßnahmen unterstützen wir die Entwicklung der Führungsmannschaft.

**New Media Management Program.** Gleichzeitig investiert Pixelpark mit dem „New Media Management Program“ in die Weiterentwicklung von Hochschulabsolventen. Es ist in der Branche einzigartig. Im Rahmen des Programms können hervorragende Absolventen die gesamte Wertschöpfungskette der drei Unternehmensbereiche kennen lernen (Marketing & Design, Management- & Logistik-Beratung und Systeme & Technologie).

**Event Training.** Mit dem „Event Training“ wurde ein Instrument geschaffen, mit dessen Hilfe das Wissen aus den Köpfen der Experten in die Organisation hineingetragen wird. Didaktisch unterstützt von „Training and Development“ geben erfahrene Pixelpark-Fachleute als Multiplikatoren ihr fachliches Know-how weiter.

**Duale Ausbildung.** Seit September 2000 bietet die Pixelpark AG Ausbildungsstellen zum Fachinformatiker, Fachrichtung Anwendungsentwicklung, an. Bis zum Herbst 2001 werden weitere Ausbildungsplätze in zusätzlichen Berufsbildern geschaffen.

Unsere Mitarbeiter  
erhalten unsere volle  
Rückendeckung und  
Freiräume, um ihre  
kreativen Ideen zu  
entwickeln.

## Die Strömung der Zukunft

Ob flussaufwärts oder flussabwärts, querfeldein oder geradeaus:  
Heute verbinden Kommunikationsadern jeden mit jedem.  
Kontakt an jeder Stelle, jederzeit. Morgen heißen die  
Zukunftspotenziale von Pixelpark mobile Kommunikation und  
Konvergenz von Fernsehen und Internet.  
Zukunft ist Pixelpark.



## Wohin geht die Zukunft?

Wir wollen nicht nur Anstöße geben, sondern Entwicklungen nachhaltig prägen und Einstellungen verändern.

Pixelpark ist eines der innovativsten Unternehmen der Internetbranche. Und will es bleiben. Wir haben vor, unseren Mitwettbewerbern immer einen Schritt voraus zu sein. Weltweit. Um das zu gewährleisten, setzen wir auf unsere vorhandenen Kompetenzen und bauen diese kontinuierlich weiter aus. Unser Ziel ist es, die Internationalisierung voranzutreiben und ein globales digitales Netzwerk zu spannen.

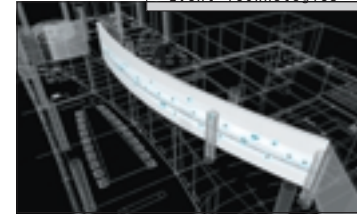
Große Zukunftspotenziale sieht Pixelpark in der Konvergenz. Die Welt wird digital und mobil. Die Wissensgesellschaft will ihre Informationen orts- und zeitunabhängig abrufen. Fernsehen und Internet verschmelzen, Handys, WAP und Pager gehören schon heute zum Alltag. Damit wird das Internet wirklich zum Massenmedium und erfasst vollkommen neue Zielgruppen.

Auf dem Weg in die digitale Zukunft muss man vorausdenken, um voranzukommen. Deshalb hat Pixelpark ein eigenes Forschungsinstitut. Das Institute for Media Development (IMD) verfolgt Technologietrends, testet Innovationen und lotet zukünftige Marktpotenziale aus. Hier wird geforscht, wie Wissen aufbereitet und zur Verfügung gestellt werden kann, so dass Inhalte auch angenommen und genutzt werden. Schon heute sieht Pixelpark sich als Gestalter der Schnittstelle Mensch - Maschine. Aber wir wissen, dass dieser Weg noch nicht zu Ende ist und hier große Entwicklungschancen liegen.

Ein Projekt mit großen Chancen ist Venturepark. Hier werden vor allem etablierte Unternehmen dabei unterstützt, ihre viel versprechenden Ideen im Internetbereich zu verwirklichen. Als Incubator verschafft Venturepark diesen Start-ups entscheidende Kontakte. So kommen sie an Startkapital, können einen Stamm von qualifizierten Mitarbeitern und wichtige strategische Partnerschaften aufbauen. Schnelligkeit ist im sich rapide verändernden Internet-Markt oberstes Gebot. Mit Venturepark hat Pixelpark die Chance, Ideen aufzugreifen, die nicht in unser Serviceangebot passen. So haben wir uns ein zweites Standbein in einem interessanten und zukunftssträchtigen Markt geschaffen.

Wir wollen auch in Zukunft Maßstäbe für die Branche setzen. Nicht nur in Deutschland. Sondern weltweit.

Event Technologies



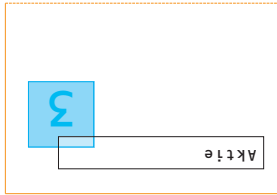
## Die Pixelpark-Aktie

Sehr erfolgreich waren die ersten neun Monate am Neuen Markt.  
Pixelpark hat sich als führendes Internetunternehmen etabliert.  
Aktuelle Infos im Internet unter  
[www.pixelpark.com/ir/geschaeftsbericht2000](http://www.pixelpark.com/ir/geschaeftsbericht2000)

### Kennzahlen Aktie

|                                    |        |        |
|------------------------------------|--------|--------|
| Emissionskurs                      | €      | 15,00  |
| 52-Wochen-Tief (zur Erstnotierung) | €      | 16,30  |
| 52-Wochen-Hoch                     | €      | 193,00 |
| Börsenkurs Stand 31.8. (Xetra)     | €      | 120,00 |
| Börsenkapitalisierung zum 31.8.    | Mrd. € | 2,23   |
| Anzahl der Aktien                  | Mio.   | 18,6   |





## Pixelpark – die Aktie

Im Herbst 1999 ging Pixelpark an die Börse. Seit Oktober ist die Aktie am Neuen Markt in Frankfurt notiert. Trotz des schwierigen Marktumfeldes zu dieser Zeit war der Börsengang äußerst erfolgreich. Die Aktie war mehr als 20fach überzeichnet, der Emissionspreis konnte bei 15 Euro festgelegt werden, die Erstnotierung lag bei 16,30 Euro. Von insgesamt ca. 18,6 Millionen nennwertlosen Aktien befinden sich derzeit rund 4,3 Millionen Aktien, also etwa 23 Prozent des Grundkapitals, in Streubesitz.

Pixelpark erzielte durch den Börsengang einen Emissionserlös von etwa 48 Millionen Euro (einschließlich Greenshoe) - vor Abzug der Kosten des Börsengangs. Diese Mittel werden zur Stärkung des internen Wachstums sowie zur Akquisition im In- und Ausland investiert.

Pixelpark hat sich am Neuen Markt als führender Internet-Dienstleister etabliert. Die Aufnahme in den NEMAX-50-Index im März 2000 unterstreicht die Bedeutung unserer Aktie in diesem Marktsegment. Wir haben im abgelaufenen Geschäftsjahr eine intensive Kommunikation mit Finanzanalysten sowie

Der Kurs der Pixelpark-Aktie hat sich seit der Erstnotierung mehr als veriebenfacht.

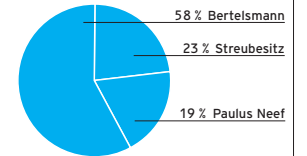


mit privaten und institutionellen Investoren gepflegt. Auf zahlreichen Roadshows und Veranstaltungen haben wir unsere Unternehmensstrategie und aktuelle Entwicklungen der Pixelpark-Gruppe vorgestellt. Unsere inhaltsreiche und offene Kommunikation hat nicht nur das Vertrauen unserer Aktionäre in die Pixelpark-Aktie verstärkt. Zusätzlich wurden wir mit einer besonderen Auszeichnung gewürdigt: Die „Wirtschaftswoche“ hat die Investor-Relations-Aktivitäten der Unternehmen am Neuen Markt verglichen. Diesen Vergleich hat Pixelpark mit der Maximalpunktzahl gewonnen.

Die erfreuliche Geschäftsentwicklung und die Vielzahl unserer Kontakte zur „financial community“ haben sich auch in der Wertsteigerung für unsere Aktionäre niedergeschlagen: Der Kurs der Pixelpark-Aktie hat sich zwischen der Erstnotierung am 4. Oktober 1999 und dem 31. August 2000 mehr als veriebenfacht. Damit hat sich unsere Aktie in diesem Zeitraum weit besser entwickelt als der NEMAX 50.

Pixelparks Börsengang ist auch in den Medien auf ein breites Interesse gestoßen. Durch die intensive Berichterstattung bot sich die Gelegenheit, unser Leistungsangebot und die internationale Präsenz des Unternehmens einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. So konnte Pixelpark seinen Bekanntheitsgrad bei Investoren und Kunden, aber auch bei potenziellen zukünftigen Mitarbeitern weiter steigern.

### Aktionärsstruktur



## Konzern-Lagebericht

Pixelpark konnte das vergangene Geschäftsjahr mit einem Rekordwachstum abschließen. Gleichzeitig wurden wichtige Schritte für die weitere Expansion vollzogen. Aktuelle Informationen im Internet unter [www.pixelpark.com/ir/geschaeftsbericht2000](http://www.pixelpark.com/ir/geschaeftsbericht2000)

### Inhalt

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Entwicklung des Marktes        | 52 |
| Geschäftsentwicklung 1999/2000 | 56 |
| Segment-Berichterstattung      | 66 |
| Mitarbeiter                    | 71 |
| Forschung & Entwicklung        | 71 |
| Abhängigkeitsbericht           | 72 |
| Ausblick                       | 73 |

## Konzern-Lagebericht Pixelpark

Mit seiner strategischen Positionierung konnte Pixelpark die günstigen Rahmenbedingungen des Marktes voll aufgreifen. Dies spiegelt sich entsprechend in einem außerordentlich zufrieden stellenden Geschäftsverlauf wider.

### Entwicklung des Marktes

#### // Stark wachsender Sektor für Internet-Dienstleistungen

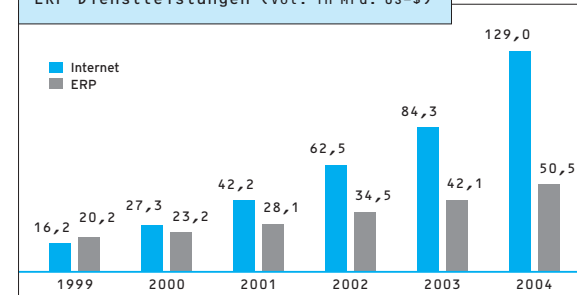
In den letzten Jahren hat sich das Internet als einer der bedeutendsten Faktoren bei der Entwicklung von Unternehmensstrategien etabliert. Bei diesem Übergang zu einer digitalen Wirtschaft sind die Unternehmen immer stärker auf externe Hilfe angewiesen. Dabei können sie viele der benötigten Leistungen von klassischen Dienstleistern nicht erhalten. Wie Marktstudien belegen, wird für Internet-Dienstleistungen in den kommenden Jahren ein signifikant höheres Marktwachstum erwartet als für klassische Leistungsbereiche. So erwartet die International Data Corporation für Internet-Dienstleistungen bis 2004 ein jährliches Marktwachstum von durchschnittlich 44 Prozent, während Enterprise-Resource-Planning (ERP)-Dienstleistungen um 17 Prozent pro Jahr wachsen werden.

Pixelpark ist explosionsartig gewachsen - intern wie extern. Vor diesem Hintergrund sind wir mit den Ergebnissen sehr zufrieden.

Weiterhin tragen die kürzeren Innovationszyklen zur Nachhaltigkeit des Marktwachstums bei. Um die Wettbewerbsfähigkeit erhalten zu können, müssen die Applikationen ständig verbessert und erneuert werden. Dieses fortlaufend hohe Nachfrageniveau führt für Internet-Dienstleister zu einem großen Volumen an Folgeaufträgen.

Von dieser Entwicklung konnte Pixelpark bereits in den vergangenen Jahren verstärkt profitieren. Dabei stellte das Unternehmen frühzeitig sein Internet-Know-how unter Beweis und konnte so langfristige Kundenbeziehungen aufbauen und vertiefen.

Marktwachstum von Internet- und ERP-Dienstleistungen (Vol. in Mrd. US-\$)



Quelle: International Data Corporation 2000

#### // Markt fordert breites Leistungsportfolio

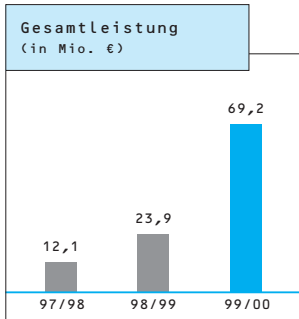
Die erfolgreiche Einführung von digitalen Lösungen bedarf eines breiten und integrierten Dienstleistungsportfolios. Da diese Lösungen immer größere Unternehmensbereiche beeinflussen, müssen auch die Internet-Dienstleister alle relevanten Aspekte abdecken. Das Spektrum reicht von der Definition einer übergreifenden E-Business-Strategie bis hin zur Integration von Internet-Applikationen in die Warenwirtschaftssysteme eines Unternehmens. Gerade der Business-to-Business-Bereich erfordert immer komplexere Dienstleistungen, um eine optimale Gestaltung der Schnittstellen im Sinne aller Marktteilnehmer zu gewährleisten.

Pixelpark hat schon früh sein Dienstleistungsportfolio an die gestiegenen Ansprüche angepasst und die notwendigen Ergänzungen organisch aufgebaut. So wurden etwa der Bereich Systeme & Technologie etabliert und verstärkt Unternehmen mit dem notwendigen Know-how akquiriert. Die Übernahme des Logistikexperten Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung (ZLU) wird im Herbst 2000 abgeschlossen sein.

#### // Einsatzgebiete für Internet-Dienstleister expandieren stark

Die raschen Innovationszyklen führen für die Internet-Technologie zu immer neuen Einsatzgebieten. Entwicklungen wie das mobile Internet oder Breitbanddienste markieren dabei nur einen Ausschnitt. Das frühzeitige Erkennen und Umsetzen derartiger Entwicklungen ist Aufgabe der Internet-Dienstleister. Nur so können den Kunden optimale Dienstleistungen geboten und Pixelpark Wettbewerbsvorteile gesichert werden. Die große Bedeutung dieser Bereiche zeigt sich in den Prognosen für das mobile Internet: Das Marktforschungsinstitut Datamonitor erwartet für 2005 circa 500 Millionen Benutzer von M-Commerce, davon 270 Millionen in Europa. Insgesamt prognostiziert Datamonitor für 2005 einen Umsatz durch M-Commerce von über 200 Milliarden US\$.

Durch die Einführung von Solution-Centers in Zukunftsbereichen wie etwa Convergence kann Pixelpark aufkommende Trends rasch beurteilen und entsprechende Lösungen für den Kunden entwickeln. So konnten bereits sehr erfolgreich Projekte für interaktives Fernsehen und das mobile Internet realisiert werden.



<sup>1</sup> Alle Angaben im Lagebericht beziehen sich auf den Konzernabschluss, der nach dem deutschen Handelsrecht erstellt wurde.

<sup>2</sup> Die Gesamtleistung beinhaltet Umsatzerlöse, Bestandsveränderungen und Zuschüsse der EU zu Forschungs- und Entwicklungskosten.

## Geschäftsentwicklung 1999/2000<sup>1</sup>

### // Geschäftsjahr mit Rekord-Wachstum

Das abgelaufene Geschäftsjahr 1999/2000 war das wachstumsstärkste Jahr seit der Gründung von Pixelpark. Der Anstieg der Gesamtleistung lag bei 190 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.<sup>2</sup> Dabei bewirkten mehrere Faktoren das Wachstum: organisch in den bestehenden europäischen Standorten, durch neue geografische Expansion und durch den Erwerb von Unternehmen in der Schweiz, in Österreich und in Osteuropa (Firmensitz der Holding ist in Wien).

Im August 1999 wurde die ehemalige Pixelpark Multimedia Agentur GmbH in die Pixelpark AG umgewandelt. Wenige Wochen später, am 4. Oktober 1999, wurde die Pixelpark AG erstmals am Neuen Markt notiert. Der Börsengang hat das Geschäftsjahr 1999/2000 in den Ergebnissen deutlich beeinflusst. Aus dem Börsengang wurde ein Netto-Erlös von 44 Millionen Euro realisiert.

Mit dem externen Wachstum veränderte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auch der Kreis der konsolidierten Unternehmen. Zum 1. Juli 1999 wurden die Furrer & Partner AG in der Schweiz und die Uselt! GmbH in Österreich in den Konsolidierungskreis aufgenommen. Furrer & Partner AG wurde im Oktober 1999 mit der Pixelpark MMK AG zur Pixelpark Schweiz AG verschmolzen. Die Uselt! GmbH wurde im Frühjahr umbenannt in Pixelpark Austria GmbH. Beide Firmen betreiben nun das Kerngeschäft von Pixelpark in den jeweiligen Ländern.

Die übrigen bereits wirksam gewordenen Akquisitionen des Geschäftsjahrs haben die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung noch nicht wesentlich beeinflusst, da die Gesellschaften entweder gar nicht oder nur in geringem Umfang operativ tätig waren. Hierzu gehören seit März dieses Jahres der 75-Prozent-Anteil an der east-europe.com AG in Wien (jetzt Pixelpark CEE Holding AG) und der 62,7-Prozent-Anteil der GrizzlyFarm AG (jetzt Venturepark Incubator AG). Dasselbe gilt für die Gesellschaften in Spanien, die erst am 30. Juni als Vorratsgesellschaften gekauft und zum 30. Juni konsolidiert wurden.

Der Erwerb der Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH-Gruppe (ZLU) vom März 2000 sowie der K2 S.A. (K2) in Frankreich vom Juni 2000 wurde im Geschäftsjahr 1999/2000 noch nicht konsolidiert. Der Kauf der ZLU steht unter den aufschiebenden Bedingungen der Zustimmung der Hauptversammlung der Pixelpark AG im November 2000. K2 wurde wirtschaftlich zum 1. Juli übertragen; rechtlich erfolgt die Übertragung der Anteile voraussichtlich im September 2000. Sowohl für die ZLU als auch für K2 sind Kapitalerhöhungen aus dem genehmigten Kapital erforderlich.

### // Gesamtleistung steigt um 190 Prozent

Der Konzern erwirtschaftete eine Gesamtleistung von 69,2 Millionen Euro. Dieser Betrag setzt sich zusammen aus dem Umsatz nach HGB von 58,7 Millionen Euro, den Bestandsveränderungen von 9,0 Millionen Euro und

den erhaltenen Forschungszuschüssen von 1,5 Millionen Euro. Der Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr von 21,7 auf 58,7 Millionen Euro und damit um 171 Prozent gesteigert werden. Mit der gewachsenen Projektanzahl stieg auch der Bestand an unfertigen Projekten, so dass sich die Gesamtleistung insgesamt sogar um 190 Prozent erhöhte. Der Umsatz der Pixelpark-Gruppe besteht nahezu ausschließlich aus Service-Umsatz, d.h. aus Umsatz für Internet-Dienstleistungen, die Pixelpark-Firmen in den Geschäftsbereichen Beratung, Agenturleistungen und IT-Services für ihre Kunden in Deutschland und den anderen Ländern erbracht haben.

Der starke Anstieg in der Gesamtleistung weist darauf hin, in welchem Maße Pixelpark in der Lage war, qualifizierte Mitarbeiter für sich zu gewinnen (plus 461 im Vergleich zum 30. Juni 1999). Auch der Umsatz je fakturierbarem Mitarbeiter konnte deutlich gesteigert werden. Während deren Anzahl im Jahresdurchschnitt von 171 auf 411 stieg (+140 Prozent), erhöhte sich gleichzeitig die Pro-Kopf-Gesamtleistung auf das Gesamtjahr gerechnet von 140 auf 169 TEUR (+20 Prozent).

Größter Markt für Pixelpark ist unverändert Deutschland, wo im abgelaufenen Geschäftsjahr circa 62 Prozent der Gesamtleistung realisiert wurden (Vorjahresanteil: 80 Prozent). Daran zeigt sich, dass die geografische Expansion im

Geschäftsjahr 1999/2000 erfolgreich vorangetrieben werden konnte. Pixelpark Deutschland ist es gelungen, trotz der bereits erreichten Größe in dem sehr attraktiven deutschen Markt ein Wachstum von 120 Prozent zu erzielen.

Die Verteilung der Gesamtleistung auf das Kundenportfolio weist für den Berichtszeitraum ein stabiles Verhältnis zwischen Großkunden und anderen Kunden auf. Mit den zehn Top-Kunden realisierte Pixelpark 40 Prozent seiner Gesamtleistung. Der größte Einzelkunde Credit Suisse macht 12 Prozent der Gesamtleistung aus. Eine Abhängigkeit von Top-Kunden ist für Pixelpark damit nicht gegeben. Ähnliches gilt für den Bertelsmann-Konzern. Auf dessen Unternehmen entfielen insgesamt 18 Prozent der Pixelpark-Gesamtleistung.

| Top-Ten-Kunden  |
|---|
| Credit Suisse, Zürich   |
| Bertelsmann Broadband Group GmbH, Hamburg                       |
| Conrad Electronic GmbH, Hirschau                                |
| Bank Sarasin & Cie, Basel                                       |
| Bertelsmann AG, Gütersloh                                       |
| AWD, Hannover   |
| adidas-Salomon AG, Herzogenaurach                               |
| Westdeutsche Landesbank, Düsseldorf                             |
| Wacker Chemie GmbH, München                                     |
| Viva Medien AG, Köln  |
| 27,4 Mio. € - dies entspricht 40 % der Pixelpark-Gesamtleistung |

#### // Ertragslage entspricht den Erwartungen

Pixelpark weist für das abgelaufene Geschäftsjahr ein Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) von -8,0 Millionen Euro aus. Damit entspricht das Ergebnis den Erwartungen, obwohl die Wachstumsrate deutlich größer ausfällt als ursprünglich angenommen. Im Zuge des Börsengangs sind einmalige Aufwendungen für Marketing- und Public-Relations-Maßnahmen in Höhe von 2,1 Millionen Euro entstanden, die in diesem Ergebnis bereits enthalten sind. Bereinigt um diese Kosten liegt der EBIT bei -5,9 Millionen Euro.

Inklusive der außerordentlichen Börsenaufwendungen (Bankprovisionen, Rechts- und Beratungskosten) sowie des positiven Zins- und Steuerergebnisses liegt der Konzern-Jahresfehlbetrag bei -10,4 Millionen Euro. Bereinigt um alle Aufwendungen rund um den Börsengang liegt der Jahresfehlbetrag bei -4,8 Millionen Euro.

Der operative Fehlbetrag basiert im Wesentlichen auf zwei Faktoren: Zum einen sank durch das hohe Wachstumstempo die Gesamtauslastung gerade bei neuen Mitarbeitern und in den Struktur- und Innovationsbereichen. Zum anderen erforderte die Internationalisierung hohe Anlaufverluste vor allem in den USA und in Großbritannien (-3,4 Millionen Euro).

#### // Aufwendungen wachstumsbedingt stark gestiegen

Der große Mitarbeiterzuwachs hat auch die Personalaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr stark ansteigen lassen. Ihr Anteil an der Gesamtleistung sank auf 47 Prozent. Insgesamt beliefen sich die Personalkosten im Konzern auf 32,9 Millionen Euro (Vorjahr: 11,7 Millionen Euro; +181 Prozent). Dahinter verbirgt sich ein Anstieg der durchschnittlichen Beschäftigten von 211 auf 501 Mitarbeiter (+138 Prozent). Gleichzeitig stiegen die durchschnittlichen Personalkosten pro Mitarbeiter um 19 Prozent.

Im Materialaufwand von 19,9 Millionen Euro sind Aufwendungen für bezogene Leistungen von Subunternehmern (12,6 Millionen Euro), für Honorare und Lizenzen (4,4 Millionen Euro) und für bezogene Waren und Materialien (2,9 Millionen Euro) enthalten. Mit 29 Prozent Anteil an der Gesamtleistung (Vorjahr: 29 Prozent) nimmt der Materialaufwand noch einen erheblichen Teil der Aufwendungen ein. Die Ursache hierfür liegt im hohen Wachstumstempo, welches projektbezogen die Fremdvergabe von Teilleistungen erfordert.

Stark gestiegen sind auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Ihr Anteil an der Gesamtleistung wuchs von 20 auf 32 Prozent, bereinigt um einmalige Marketing- und PR-Maßnahmen zum Zeitpunkt des Börsengangs

von 20 auf immerhin noch 29 Prozent. Gründe hierfür sind zum einen der Aufbau von Strukturen, die für Pixelpark als börsennotiertem Unternehmen erforderlich sind. Zum anderen haben die Expansion in neue Regionen und die damit verbundenen M&A-Aktivitäten zum Anstieg der Reisekosten sowie der Beratungs- und Prüfungskosten geführt. Die überproportionale Zunahme in diesem Geschäftsjahr hat einen einmaligen Charakter, die sonstigen betrieblichen Aufwendungen dürften sich im laufenden Geschäftsjahr deutlich stetiger entwickeln.

Die Abschreibungen auf Sachanlagen und Lizenzen wuchsen von 1,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 1998/1999 auf 3,0 Millionen Euro im abgeschlossenen Geschäftsjahr (+170 Prozent). Der Anstieg verhält sich in etwa proportional zum Umsatz. Durch die verstärkte M&A-Tätigkeit hat sich die Firmenwert-Abschreibung verdoppelt; sie liegt jetzt bei 1,5 Millionen Euro. Darin sind noch nicht die Firmenwerte aus dem Erwerb von ZLU und K2 erhalten, die erst im Geschäftsjahr 2000/2001 den Firmenwert erhöhen werden.

#### // Zins- und Steuerergebnis positiv

Durch den IPO-Erlös verzeichnete Pixelpark im abgelaufenen Geschäftsjahr höhere Zinserträge als Zinsaufwendungen. Saldiert ergab sich ein Zinsertrag von 0,7 Millionen Euro.

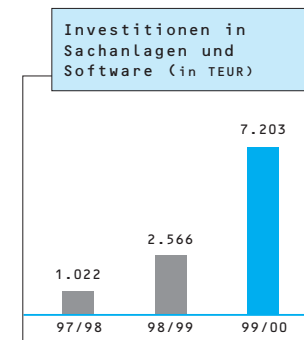
Auch die Steuern weisen saldiert einen Ertrag von 0,7 Millionen Euro aus. Die Pixelpark AG ist in die gewerbesteuerliche Organschaft der Bertelsmann Multimedia Vertriebs GmbH eingebunden. Durch den hohen gewerbesteuerlichen Verlust - vor allem bedingt durch die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Börsengang - hat Pixelpark einen gewerbesteuerlichen Ertrag von 1,5 Millionen Euro realisiert. Dem gegenüber steht ein Steueraufwand in Höhe von 0,8 Millionen Euro, der vor allem in der Schweiz anfiel.

Die außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von 3,6 Millionen Euro umfassen ausschließlich die Kosten des Börsengangs, die gemäß US-GAAP aktivierungsfähig sind und mit dem Emissionserlös verrechnet werden. Darin enthalten sind Aufwendungen für die Bankenprovisionen, Rechts- und Beratungskosten sowie die Kosten des Verkaufsprospekts.

#### // Vermögenslage stabil

Durch den Börsengang stieg das Eigenkapital der Pixelpark-Gruppe im Berichtszeitraum von 14,8 Millionen Euro auf 57,2 Millionen Euro.

Das Unternehmen investierte 7,2 Millionen Euro in Sachanlagen und Software-Lizenzen. Das entspricht einer Verdreifachung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Hinzu kommen Investitionen in den Erwerb von Geschäftsanteilen (Firmenwerte) in Höhe von 7,9 Millionen Euro (Vorjahr: 4,1 Millionen Euro), die teilweise aus dem Barvermögen, teilweise aus einer Kapitalerhöhung finanziert wurden.





Zum 30. Juni 2000 beliefen sich die liquiden Mittel im Konzern auf 30,6 Millionen Euro. Diesen gegenüber stehen kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten in Höhe von 3,8 Millionen Euro. Gleichzeitig stieg der Forderungsbestand gegenüber dem Vorjahr sehr stark an. Zum 30. Juni belief er sich auf 19,1 Millionen Euro (Vorjahr: 6,0 Millionen Euro).

Der Konzern Pixelpark war jederzeit in der Lage, seinen finanziellen Verpflichtungen gegenüber Dritten nachzukommen. Durch den Börsengang verfügt das Unternehmen über eine ausreichende Liquiditätsbasis für das organische Wachstum. Um weitere Akquisitionen in der Zukunft finanzieren zu können, prüft Pixelpark allerdings die Möglichkeit einer Stärkung des Eigenkapitals.

#### // Risiken des Geschäftsverlaufs eingegrenzt

Pixelpark ist ein Dienstleistungsunternehmen, das im abgelaufenen Geschäftsjahr um 190 Prozent gewachsen ist. Ein wesentliches Risiko der Pixelpark-Gruppe liegt damit im Wachstums-Management. Bedingt durch derart hohe organische Wachstumsraten und zahlreiche vorgenommene und geplante Akquisitionen braucht Pixelpark eine skalierbare Organisation, um neue Geschäfte und Geschäftsfelder integrieren zu können. Pixelpark hat hier einen standardisierten Post-Merger-Integrationsprozess aufgesetzt, mit dessen Hilfe neue Firmen und deren Mitarbeiter integriert werden.

Wachstums-Management besteht bei Pixelpark vor allem in der Gewinnung und im Halten von qualifizierten Mitarbeitern. Im Marktumfeld der Internet- und der IT-Dienstleister hat sich der Wettbewerb um neue Mitarbeiter verschärft. Die Gefahr steigt, dass erfahrene Kräfte abgeworben werden, was gegebenenfalls einen Verlust an Kunden nach sich zieht. Pixelpark begegnet diesen Risiken durch die Zugkraft der Marke Pixelpark, durch ein attraktives Arbeitsumfeld, mit einer kompetitiven Entlohnungspolitik und gezielten Investitionen in Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen.

Durch die Geschäftstätigkeit der Pixelpark AG entstehen über die Zunahme an Projektumfängen unter anderem laufende Risiken im Projektgeschäft. Dabei handelt es sich vor allem um Kalkulationsrisiken sowie Verzugs- und Gewährleistungsrisiken. Im gleichen Maße, wie Projekte anwachsen und komplexer werden, verbessert Pixelpark stetig sein Vertragsmanagement und sein Projektcontrolling. Dies geschieht unter anderem durch eine monatliche Bewertung aller Projekte. Infolgedessen wurden im Konzernabschluss keine wesentlichen Rückstellungen für Gewährleistungen gebildet.

Der Markt, in dem sich Pixelpark bewegt, entwickelt sich in einem rasanten Tempo. Dies setzt voraus, dass Pixelpark Technologie-Entwicklungen rechtzeitig erkennt und den Kunden führende, neue Technologien anbietet.

Pixelpark hat eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung, welche unter anderem mit dem Technologie-Monitoring betraut ist. So kann das Unternehmen möglichen Risiken aus konträr laufenden technologischen Entwicklungen entgegenwirken. Technologie-Entwicklungen werden auch in den Solution-Centers beobachtet und analysiert. Sollten sich technologische Veränderungen ergeben, besteht darüber hinaus ein Qualifizierungs- und Schulungsprogramm für Mitarbeiter.

Die Pixelpark AG hat ein Risikomanagement-System eingeführt. Zweimal jährlich werden Risiken vollständig erfasst, die Bewertung erfolgt kontinuierlich. Daneben ist eine Ad-hoc-Berichterstattung für wesentliche Risiken sichergestellt.

### Segment-Berichterstattung

Pixelpark erbringt in den verschiedenen Ländern Internet-Dienstleistungen für seine Kunden. Das Pixelpark-Management steuert das Geschäft in den einzelnen Ländergesellschaften und damit nicht nach anderen Segmenten wie z.B. nach Geschäftsbereichen oder Industrien.

In den einzelnen Ländern stellen sich die Hauptkennzahlen wie folgt dar:

| (in Mio. Euro)         | Gesamt-<br>Leistung | EBITDA            | Bilanz-<br>summe  |
|------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| Deutschland            | 44,1                | -2,5 <sup>1</sup> | 68,0 <sup>2</sup> |
| Schweiz                | 18,2                | 3,7               | 14,3              |
| Österreich             | 2,8                 | 0,4               | 3,0               |
| Frankreich             | 2,0                 | 0                 | 1,2               |
| Großbritannien         | 3,5                 | -0,7              | 3,5               |
| USA                    | 1,1                 | -2,3              | 1,0               |
| Zentral- und Osteuropa | 0,1                 | -0,1              | 3,3               |

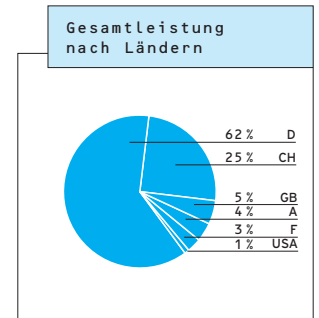
<sup>1</sup> ohne einmalige Marketing- und PR-Maßnahmen zum Börsengang

<sup>2</sup> ohne Venturepark Incubator AG und Pixelpark Latam S.A.

Damit ergibt sich folgende Verteilung der Gesamtleistung auf die einzelnen Geografien:

### // Deutschland

Pixelpark Deutschland (Pixelpark AG und Pixelpark Köln GmbH) verzeichnete im vergangenen Jahr erneut sehr hohe Wachstumsraten. Die Gesamtleistung stieg um 120 Prozent auf 44,1 Millionen Euro. Auch die Anzahl der Mitarbeiter wuchs kräftig, von 204 auf 527. Die Pixelpark AG umfasst das Management von Pixelpark, die zentralen Stäbe, die unterschiedlichen Solution-Centers sowie das Forschungsinstitut „Institute for Media Development“ (IMD).



Daher ist das Ergebnis der Pixelpark AG in Deutschland bedingt vergleichbar mit den Ergebnissen der internationalen Standorte. Ohne Berücksichtigung der zentralen Kosten für Leitung und Stäbe liegt das Ergebnis in Deutschland bei -1,3 Millionen Euro.

#### // Schweiz

Die Pixelpark Schweiz AG bedient den größten Kunden der Pixelpark-Gruppe: Credit Suisse. Nach der Verschmelzung der Furrer & Partner AG mit der Pixelpark MMK AG im Oktober 1999 ist die Pixelpark Schweiz AG heute Marktführer in der Schweiz. Mit einer Gesamtleistung von 18,2 Millionen Euro und 93 Mitarbeitern ist sie gleichzeitig zweitgrößter Markt innerhalb der Pixelpark-Gruppe. Die Pixelpark Schweiz AG ist hoch profitabel und erwirtschaftete dank einer sehr ausgewogenen Kundenstruktur eine EBITDA-Rendite von 20 Prozent.

#### // Österreich

Zum 1. Juli 1999 übernahm Pixelpark die Multimedia-Agentur Uselt!. Innerhalb eines Jahres entwickelte sich die ehemalige Uselt! GmbH, jetzt Pixelpark Austria GmbH, zu einem der größten österreichischen Anbieter. Mit jetzt 35 Mitarbeitern (Vorjahr 11) hat Pixelpark Austria seine Gesamtleistung von 1,0 auf 2,8 Millionen Euro gesteigert. Größter Kunde im abgelaufenen Geschäfts-

jahr war die Mobilkom Austria AG, die 27 Prozent der Gesamtleistung der österreichischen Tochter ausmachte. Pixelpark Austria hat im ersten Jahr der Pixelpark-Zugehörigkeit einen operativen Gewinn (EBITDA) von 0,4 Millionen Euro erwirtschaftet.

#### // Frankreich

Pixelpark France wuchs im zweiten Jahr seiner Geschäftstätigkeit mit einer Rate von 220 Prozent und erzielte im Geschäftsjahr 1999/2000 eine Gesamtleistung von 2,0 Millionen Euro - vor Berücksichtigung des Erwerbs der K2 S.A. im Juni 2000. Trotz der hohen Wachstumsraten schloss Pixelpark France das Jahr mit einem Erreichen des Break-even ab.

#### // Großbritannien

Pixelpark UK wurde erst im Juli 1999 gegründet und konnte bereits im ersten Jahr eine Gesamtleistung von 3,5 Millionen Euro erzielen. Im sehr kompetitiven Marktumfeld der Pixelpark UK konnten die Anlaufverluste trotzdem begrenzt werden. Das operative Ergebnis belief sich auf - 0,7 Millionen Euro und ist hauptsächlich durch den Aufbau des Kundenstamms in den ersten sechs Monaten entstanden. Im vierten Quartal hat Pixelpark UK bereits den Break-even erreicht und arbeitet jetzt sehr erfolgreich mit Kunden wie Lloyds TSB oder British Telecom zusammen.

## // USA

Pixelpark USA besteht, anders als die anderen internationalen Pixelpark-Standorte, aus einem sehr vertriebsorientierten Büro, das im vergangenen Jahr einen Umsatz von 1,1 Millionen Euro erzielte. Im schwierigen Markt USA entstanden dabei Verluste in Höhe von 2,3 Millionen Euro. Aufgrund des sehr umkämpften Marktes sowie der hohen Kosten für den Betrieb eines Büros in New York wurde im Frühjahr beschlossen, den Standort als reinen Brückenkopf für das „Bridge to Europe“-Programm neu zu positionieren. Mit diesem Angebot werden amerikanische Kunden in ihrer Internet-Strategie für die Erschließung des europäischen Marktes begleitet. In diesem Sinne hat Pixelpark die Mitarbeiterzahl von 17 im Juni 1999 auf acht im Juni 2000 reduziert. Es ist geplant, mit drei bis vier Mitarbeitern in den USA präsent zu sein und somit die notwendigen Kosten deutlich zu begrenzen.

## // Zentral- und Osteuropa

Nach dem Kauf der east-europe.com AG (jetzt Pixelpark CEE Holding AG, Wien) im März 2000 hat Pixelpark das vierte Quartal darauf verwendet, Kontakt zu Kunden, potenziellen Mitarbeitern und zu möglichen Akquisitionsobjekten aufzunehmen. Dienstleistungsumsätze sind bis Juni 2000 noch nicht angefallen und haben den Anlaufverlust sehr begrenzt.

## Mitarbeiter

### // Hohe Attraktivität für Mitarbeiter

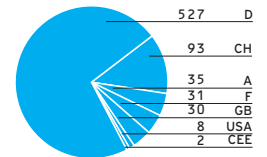
Zum 30. Juni 2000 beschäftigte Pixelpark 726 feste Mitarbeiter und damit 461 mehr als im Vorjahr. 45 davon kamen im Zuge von Akquisitionen hinzu. Die übrigen konnten dank der hervorragenden Marke Pixelpark im Bewerbermarkt eigenrekrutiert werden. Die fest angestellten Mitarbeiter verteilen sich folgendermaßen auf die Segmente: vgl. nebenstehende Grafik.

Investitionen in die Entwicklung von Mitarbeitern haben für Pixelpark eine überaus hohe Bedeutung. Im vergangenen Geschäftsjahr veranstaltete Pixelpark deshalb 3.605 Weiterbildungstage. Bezogen auf die durchschnittliche Mitarbeiterzahl sind das acht Weiterbildungstage pro Mitarbeiter.

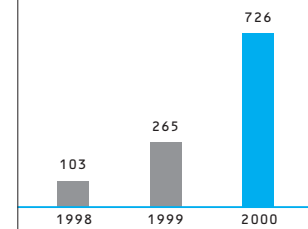
## Forschung & Entwicklung

Die 1994 gegründete interne Forschungsabteilung „Institute for Media Development“ (IMD) betreibt anwendungsorientierte Forschung in Zusammenarbeit mit renommierten Forschungseinrichtungen und einer Vielzahl von namhaften nationalen und europäischen Firmen. Beispielhaft lassen sich hier nennen: GMD, Fraunhofer-Institut, Universität Bari, SFB, Siemens, RTE Dublin, ABN Amro, DW.

Mitarbeiter nach Segmenten



Mitarbeiter (zum 30.6.)



Bei den Projekten werden u.a. innovative Anwendungskonzepte für bestehende New-Media-Technologien entwickelt, die für Pixelpark-Kunden eingesetzt werden können. Beispiele hierfür sind die Entwicklung einer intelligenten Community-Plattform auf Basis von Autonomy, BSCW (GMD) im Rahmen des Projektes „Estonia“ und das im Rahmen des Projektes „ADDRESS“ entwickelte Work-Support-System auf Basis Hyperwave.

### Abhängigkeitsbericht

Nach § 312 AktG hat die Pixelpark AG als Konzernunternehmen der Bertelsmann AG einen Abhängigkeitsbericht erstellt. Die Pixelpark-Firmen erhielten bei allen in diesem Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften eine angemessene Gegenleistung und wurden durch die in dem Bericht angegebenen getroffenen oder unterlassenen Maßnahmen nicht benachteiligt. Dieser Beurteilung liegen die Umstände zu Grunde, die dem Vorstand zum Zeitpunkt der berichtspflichtigen Vorgänge bekannt waren.

### Ausblick

#### // Basis für zukünftiges Wachstum gelegt

Pixelpark liegt im Wettbewerbsvergleich weit über dem Marktdurchschnitt. Das Unternehmen konnte weit über die Erwartungen hinaus wachsen. Es hat bewiesen, dass es außerordentlich hohe Wachstumsraten bei hoher Qualität und auf hohem Technologie-Niveau erfolgreich managen kann.

Auch für das seit Juli laufende Geschäftsjahr 2000/2001 erwartet Pixelpark Wachstumsraten, die deutlich über dem Marktdurchschnitt liegen. Das Unternehmen strebt klar die europäische Marktführerschaft an. Durch die geplante Expansion in neue Märkte wird erwartet, dass der Anteil des internationalen Umsatzes am Gesamtumsatz deutlich steigen wird. Aus den bereits von Pixelpark besetzten Märkten erwarten wir in Spanien und in Großbritannien die größten Wachstumsschübe. Frankreich wird durch die Einbindung der K2 S.A. und die damit verbundenen Synergiepotenziale im Kundenauftritt seine Marktposition deutlich verstärken. Pixelpark France wird damit zu den drei größten Internet-Architekten in Frankreich zählen. Die Schweiz und Österreich werden ihre Marktführerschaft weiter ausbauen. Mit Pixelpark CEE wird auch Osteuropa ein wichtiger Zukunftsmarkt für Pixelpark werden.

Der Anspruch von Pixelpark ist es, international agierenden Kunden ein einheitliches Dienstleistungsangebot in ganz Europa zu bieten. Die Investitionen in diese paneuropäische Service-Plattform beginnen sich jetzt auszuzahlen. Pixelpark besitzt hier ein klares Alleinstellungsmerkmal in einem fragmentierten Markt.

Pixelpark hat im vergangenen Jahr hohe Investitionen in den Aufbau von skalierbaren Lösungen und in sein Technologie-Portfolio vorgenommen. Auch im laufenden Geschäftsjahr wird das Unternehmen weiter in die Weiterentwicklung von Technologien, die Entwicklung von Produktbausteinen und Plattformen in den Feldern Convergence, E-Commerce, Knowledge Management und Business Integration investieren. Diese Plattformen werden für alle lokalen Pixelpark-Büros verfügbar gemacht und bilden die Basis für ein profitables Projektgeschäft.

Pixelparks Hauptkapital sind und bleiben seine Mitarbeiter. Pixelpark wird auch in Zukunft in das Recruiting, die Entwicklung und die Weiterbildung von Mitarbeitern investieren. Nicht nur durch den Post-Merger-Integrationsprozess und zahlreiche Akquisitionen, sondern auch durch organisches Wachstum ist Pixelpark bestens darauf vorbereitet, auch in Zukunft die besten Mitarbeiter für sich zu gewinnen und an sich zu binden.

Im laufenden Geschäftsjahr wird auch die Venturepark Incubator AG, seit August 2000 eine 40-prozentige Tochter der Pixelpark AG, ihre Geschäfte im vollen Umfang aufnehmen. Die Finanzierung von Venturepark erfolgt durch Finanzinvestoren. Pixelpark profitiert dabei zweifach: zum einen durch Beratungs-, Konzeptions- und Umsetzungs-Services an die von Venturepark geförderten Start-up-Unternehmen, zum anderen durch Kapitalgewinne, die allerdings voraussichtlich noch nicht im laufenden Geschäftsjahr anfallen.

Pixelpark plant im kommenden Jahr weiter durch gezielte M&A-Transaktionen zu wachsen. Hierbei steht im Vordergrund, auch weiterhin in Europa geografisch zu expandieren bzw. die Marktführerschaft in den bereits besetzten Ländern zu stärken. Parallel hierzu plant Pixelpark, seine Kompetenzfelder durch Akquisitionen auszubauen. Der Schwerpunkt wird hierbei im Bereich Convergence liegen.

Mit dieser klaren Ausrichtung erwartet Pixelpark im Geschäftsjahr 2000/2001 nicht nur hohe Wachstumsraten, sondern auch ein positives operatives Ergebnis.

Berlin, den 25. August 2000

Paulus Neef  
Vorstandsvorsitzender, CEO

Dr. Jan Kantowsky  
Mitglied des Vorstands, CFO und COO

## Konzern-Jahresabschluss nach HGB

### Inhalt

|   |     |
|---|-----|
| Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung     | 78  |
| Konzern-Bilanz                          | 80  |
| Konzern-Kapitalflussrechnung            | 82  |
| Überleitung von HGB auf US-GAAP         | 83  |
| Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens | 86  |
| Konzern-Anhang                          | 88  |
| Bestätigungsvermerk                     | 116 |



Jahresabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für  
die Zeit vom 1. Juli 1999 bis zum 30. Juni 2000

| (in TEUR)   | Anhang Nr. | 1.7.1999<br>-30.6.2000 | 1.7.1998<br>-30.6.1999 |
|---|------------|------------------------|------------------------|
| 1. Umsatzerlöse   | 1          | 58.710                 | 21.666                 |
| 2. Veränderung des Bestands an unfertigen Leistungen  | 2          | 9.014                  | 733                    |
| 3. Sonstige betriebliche Erträge  | 3          | 3.887                  | 1.830                  |
| 4. Materialaufwand  |            |                        |                        |
| a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren                            |            | -2.934                 | -686                   |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen   |            | -16.984                | -6.276                 |
|   |            | -19.918                | -6.963                 |
| 5. Personalaufwand  |            |                        |                        |
| a) Löhne und Gehälter   |            | -28.531                | -10.047                |
| b) Soziale Abgaben  |            | -4.342                 | -1.634                 |
|   |            | -32.873                | -11.680                |
| 6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen           |            | -4.516                 | -1.768                 |
| 7. Sonstige betriebliche Aufwendungen   | 4          | -22.295                | -5.075                 |
| 8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge<br>davon von verbundenen Unternehmen: 620 TEUR (i.Vj. 0 TEUR) |            | 1.115                  | 87                     |
| 9. Abschreibungen auf Finanzanlagen   | 5          | -79                    | 0                      |
| 10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen<br>davon an verbundene Unternehmen: -329 TEUR (i.Vj. -93 TEUR)   |            | -454                   | -618                   |
| 11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit  |            | -7.409                 | -1.788                 |

Zum Abschluss des  
Geschäftsjahres sieht man:  
Wir haben uns weit über die  
Erwartungen entwickelt.



| (in TEUR)   | Anhang Nr. | 1.7.1999<br>-30.6.2000 | 1.7.1998<br>-30.6.1999 |
|---|------------|------------------------|------------------------|
| 11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit        |            | -7.409                 | -1.788                 |
| 12. Außerordentliche Aufwendungen                       | 6          | -3.642                 | 0                      |
| 13. Außerordentliches Ergebnis                          |            | -3.642                 | 0                      |
| 14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag                | 7          | 713                    | -139                   |
| 15. Sonstige Steuern                                    |            | -59                    | -11                    |
| 16. Konzernjahresfehlbetrag                             |            | -10.397                | -1.938                 |
| 17. Konzernfremden Gesellschaftern zustehendes Ergebnis |            | -25                    | -160                   |
| 18. Verlustvortrag                                      |            | -2.166                 | -83                    |
| 19. Währungsumrechnungsdifferenzen                      |            | -96                    | 15                     |
| 20. Bilanzverlust                                       |            | -12.684                | -2.166                 |

Anmerkung: Die Werte in diesem und in den folgenden Rechenwerken  
sind in Tausend Euro umgerechnet und betriebswirtschaftlich gerundet.



Konzern-Bilanz  
zum 30. Juni 2000

| Aktiva (in TEUR)                                      | Anhang Nr. | 30.6.2000     | 30.6.1999     |
|---|------------|---------------|---------------|
| <b>A. Anlagevermögen</b>                              | 1          |               |               |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände                  |            |               |               |
| 1. Software   |            | 766           | 309           |
| 2. Firmenwert   |            | 10.494        | 4.109         |
|   |            | 11.260        | 4.418         |
| II. Sachanlagen                                       |            |               |               |
| 1. Mietereinbauten                                    |            | 151           | 563           |
| 2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung |            | 5.101         | 2.117         |
| 3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau          |            | 755           | 140           |
|   |            | 6.007         | 2.819         |
| III. Finanzanlagen                                    |            |               |               |
| 1. Anteile an assoziierten Unternehmen                |            | 12            | 15            |
| 2. Wertpapiere des Anlagevermögens                    |            | 8             | 0             |
|   |            | 20            | 15            |
|   |            | 17.287        | 7.252         |
| <b>B. Umlaufvermögen</b>                              |            |               |               |
| I. Vorräte  |            |               |               |
| 1. Unfertige Leistungen                               | 2          | 10.683        | 1.465         |
| 2. Waren  |            | 591           | 0             |
| 3. Geleistete Anzahlungen                             |            | 2.142         | 0             |
|   |            | 13.416        | 1.465         |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände     | 3          |               |               |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen         |            | 18.054        | 5.435         |
| 2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen           |            | 1.110         | 528           |
| 3. Sonstige Vermögensgegenstände                      |            | 2.853         | 212           |
|   |            | 22.016        | 6.175         |
| III. Wertpapiere                                      |            |               |               |
| Sonstige Wertpapiere                                  |            | 0             | 64            |
| IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten      |            | 30.591        | 16.498        |
|   |            | 66.023        | 24.202        |
| <b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>                  |            | 3.377         | 180           |
| <b>Total Aktiva</b>                                   |            | <b>86.688</b> | <b>31.635</b> |

| Passiva (in TEUR)  | Anhang Nr. | 30.6.2000     | 30.6.1999     |
|--|------------|---------------|---------------|
| <b>A. Eigenkapital</b>   | 4          |               |               |
| I. Gezeichnetes Kapital  |            | 18.601        | 444           |
| II. Kapitalrücklage  |            | 49.943        | 15.891        |
| III. Bilanzverlust   |            | -12.684       | -2.166        |
| davon Verlustvortrag aus dem Vorjahr:<br>2.166 TEUR (i.Vj. 83 TEUR)  |            |               |               |
| IV. Anteile anderer Gesellschafter                                   |            | 1.362         | 583           |
|  |            | 57.222        | 14.753        |
| <b>B. Rückstellungen</b>   | 5          |               |               |
| 1. Steuerrückstellungen  |            | 1.091         | 353           |
| 2. Sonstige Rückstellungen   |            | 7.058         | 1.448         |
|  |            | 8.149         | 1.800         |
| <b>C. Verbindlichkeiten</b>  | 6          |               |               |
| 1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten                      |            | 1.446         | 300           |
| 2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen                            |            | 11.022        | 945           |
| 3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                  |            | 4.995         | 1.178         |
| 4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen               |            | 635           | 10.789        |
| 5. Sonstige Verbindlichkeiten  |            | 3.113         | 1.870         |
| davon aus Steuern: 796 TEUR (i.Vj. 185 TEUR)                         |            |               |               |
| davon im Rahmen der sozialen Sicherheit:<br>510 TEUR (i.Vj. 83 TEUR) |            |               |               |
|  |            | 21.212        | 15.082        |
| <b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>                                 |            | 105           | 0             |
| <b>Total Passiva</b>   |            | <b>86.688</b> | <b>31.635</b> |

Konzern-Kapitalflussrechnung für die Zeit  
vom 1. Juli 1999 bis zum 30. Juni 2000

| (in TEUR)  |  | 1.7.1999   | 1.7.1998   |
|------------|--|------------|------------|
| Anhang Nr. |  | -30.6.2000 | -30.6.1999 |
| 1.         | Konzernjahresfehlbetrag  | -10.397    | -1.938     |
| 2. +       | Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens   | 4.594      | 1.768      |
| 3. -       | Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens   | 0          | -121       |
| 4. +       | Gezahlte Börseneinführungskosten   | 3.642      | 0          |
| 5. +       | Zunahme der langfristigen Rückstellungen   | 6.131      | 377        |
| 6. +       | Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens                                 | 804        | 1          |
| 7. -       | Zunahme der Vorräte, der Forderungen sowie andere Aktiva                                     | -29.148    | -3.176     |
| 8. +       | Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie andere Passiva            | 13.739     | 864        |
| 9. =       | Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit   | 1 -10.635  | -2.225     |
| 10. +      | Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens                               | 198        | 28         |
| 11. -      | Auszahlungen für übrige Investitionen in Finanzanlagen (Änderung des Konsolidierungskreises) | -1.682     | -4.068     |
| 12. -      | Auszahlungen für Investitionen in das übrige Anlagevermögen                                  | -7.203     | -2.566     |
| 13. =      | Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit  | 2 -8.687   | -6.606     |
| 14. +      | Einzahlungen aus Kapitalerhöhung   | 47.730     | 15.339     |
| 15. -      | Gezahlte Börseneinführungskosten   | -3.642     | 0          |
| 16. +      | Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten   | 0          | 107        |
| 17. -      | Auszahlungen für die Tilgung von Finanzkrediten  | -300       | -260       |
| 18. +      | Einzahlungen aus Gesellschafterfinanzierung  | 0          | 9.544      |
| 19. -      | Auszahlungen für die Tilgung von Gesellschafterfinanzierung                                  | -10.160    | 0          |
| 20. =      | Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit   | 3 33.628   | 24.730     |
| 21.        | Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands (Summe aus 9., 13. und 20.)            | 14.306     | 15.899     |
| 22. -/+    | Wechselkursbedingte und sonstige Wertänderungen des Finanzmittelbestands                     | -213       | 1          |
| 23. +      | Finanzmittelbestand am Anfang der Periode  | 16.498     | 598        |
| 24. =      | Finanzmittelbestand am Ende der Periode  | 30.591     | 16.498     |

Überleitung von HGB auf US-GAAP  
für die Geschäftsjahre 1999/2000 bzw. 1998/1999

| Überleitung der Konzernjahresfehlbeträge<br>(in TEUR)                       |  | 1999/2000 | 1998/1999 |
|---|--|-----------|-----------|
| Konzernjahresfehlbetrag nach HGB  |  | -10.397   | -1.938    |
| abzüglich konzernfremden Gesellschaftern zustehendes Ergebnis               |  | -25       | -160      |
| Angepasster Konzernjahresfehlbetrag nach HGB                                |  | -10.422   | -2.098    |
| Überleitungsposten  |  |           |           |
| Anwendung von Percentage-of-completion-Methode                              |  | 2.556     | 335       |
| Stornierung der Zuschreibung auf Anlagevermögen                             |  | 0         | -121      |
| Abschreibungen auf Firmenwerte  |  | -55       | -12       |
| Aktivierung von Entwicklungskosten zur internen Nutzung bestimmter Software |  | 37        | 84        |
| Abschreibung auf aktivierte Softwareentwicklungskosten                      |  | -28       | 0         |
| Ergebnisneutrale Börseneinführungskosten                                    |  | 3.553     | 85        |
| Gewerbesteuerertrag auf ergebnisneutrale Börseneinführungskosten            |  | -546      | 0         |
| Abgrenzung Mietaufwand  |  | -108      | 0         |
| Währungsdifferenzen   |  | -159      | 2         |
| Latente Steuern   |  | -612      | 120       |
| Konzernfremden Gesellschaftern zustehendes Ergebnis                         |  | -52       | -75       |
| Konzernjahresfehlbetrag nach US-GAAP  |  | -5.839    | -1.680    |
| Konzernjahresfehlbetrag pro Aktie nach US-GAAP (in €)                       |  | -0,33     | -0,12     |
| Gewogener Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien                    |  | 17.675    | 14.359    |

Überleitung von HGB auf US-GAAP  
für die Geschäftsjahre 1999/2000 bzw. 1998/1999

| Überleitung des Konzerneigenkapitals<br>(in TEUR)                         | 1999/2000 | 1998/1999 |
|---|-----------|-----------|
| Konzerneigenkapital nach HGB  | 57.222    | 14.753    |
| abzüglich Fremdannteil  | -1.362    | -583      |
| Angepasstes Konzerneigenkapital nach HGB                                  | 55.860    | 14.170    |
| Überleitungsstellen   |           |           |
| Anwendung von Percentage-of-completion-Methode                            | 3.160     | 508       |
| Firmenwerte   | -16       | 87        |
| Aktivierte Entwicklungskosten<br>zur internen Nutzung bestimmter Software | 93        | 84        |
| Abgrenzung Börseneinführungskosten  | 0         | 89        |
| Abgrenzung Mietaufwand  | -108      | 0         |
| Latente Steuern   | -348      | -39       |
| Fremdannteil  | 0         | -79       |
| Sonstiges   | 0         | 0         |
| Konzerneigenkapital nach US-GAAP  | 58.641    | 14.819    |

Überleitung von HGB auf US-GAAP  
für die Geschäftsjahre 1999/2000 bzw. 1998/1999

| Entwicklung des Konzerneigenkapitals nach US-GAAP<br>(in TEUR)          | 1999/2000 | 1998/1999 |
|---|-----------|-----------|
| Konzerneigenkapital nach US-GAAP am Anfang des Geschäftsjahres          | 14.819    | 1.038     |
| Barkapitalerhöhung  | 47.730    | 15.339    |
| Verrechnung der Börseneinführungskosten mit dem Agio                    | -3.642    | 0         |
| Verrechnung des Gewerbesteuerertrags<br>mit den Börseneinführungskosten | 546       | 0         |
| Sachkapitalerhöhung   | 4.478     | 0         |
| Konzernjahresfehlbetrag   | -5.839    | -1.680    |
| Ergebnisneutrale Währungsdifferenzen                                    | 548       | 122       |
| Konzerneigenkapital nach US-GAAP zum Ende des Geschäftsjahres           | 58.641    | 14.819    |

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens  
vom 1. Juli 1999 bis zum 30. Juni 2000

| (in TEUR)   | Anschaffungskosten  |                    |                      |         |         |                  |                         | Abschreibungen      |                    |                      |                                    |         | Buchwerte           |                    |                    |                    |
|---|---------------------|--------------------|----------------------|---------|---------|------------------|-------------------------|---------------------|--------------------|----------------------|------------------------------------|---------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|   | Vortrag aus         |                    | Kursver-<br>änderung | Zugänge | Abgänge | Um-<br>buchungen | Bruttowert<br>30.6.2000 | Vortrag aus         |                    | Kursver-<br>änderung | Abschrei-<br>bungen<br>(1999/2000) | Abgänge | Zuschrei-<br>bungen | Stand<br>30.6.2000 | Stand<br>30.6.2000 | Stand<br>30.6.1999 |
|   | Vortrag<br>1.7.1999 | Erstkonsolidierung |                      |         |         |                  |                         | Vortrag<br>1.7.1999 | Erstkonsolidierung |                      |                                    |         |                     |                    |                    |                    |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände                  |                     |                    |                      |         |         |                  |                         |                     |                    |                      |                                    |         |                     |                    |                    |                    |
| 1. Software   | 941                 | 107                | 2                    | 718     | -53     | 0                | 1.715                   | 632                 | 56                 | 2                    | 301                                | -42     | 0                   | 949                | 766                | 309                |
| 2. Firmenwert   | 4.766               |                    | 0                    | 7.916   | 0       | 0                | 12.682                  | 657                 | 0                  | 0                    | 1.531                              | 0       | 0                   | 2.188              | 10.494             | 4.109              |
|   | 5.707               | 107                | 2                    | 8.635   | -53     | 0                | 14.398                  | 1.289               | 56                 | 2                    | 1.832                              | -42     | 0                   | 3.137              | 11.260             | 4.418              |
| II. Sachanlagen                                       |                     |                    |                      |         |         |                  |                         |                     |                    |                      |                                    |         |                     |                    |                    |                    |
| 1. Mietereinbauten                                    | 776                 | 0                  | 0                    | 140     | -582    | 67               | 401                     | 214                 | 0                  | 0                    | 96                                 | -59     | 0                   | 251                | 151                | 563                |
| 2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 4.432               | 503                | 36                   | 5.675   | -960    | 0                | 9.686                   | 2.315               | 158                | 16                   | 2.588                              | -492    | 0                   | 4.585              | 5.101              | 2.117              |
| 3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau          | 140                 | 0                  | 0                    | 682     | 0       | -67              | 755                     | 0                   | 0                  | 0                    | 0                                  | 0       | 0                   | 0                  | 755                | 140                |
|   | 5.348               | 503                | 36                   | 6.496   | -1.542  | 0                | 10.842                  | 2.529               | 158                | 16                   | 2.684                              | -551    | 0                   | 4.836              | 6.007              | 2.819              |
| III. Finanzanlagen                                    |                     |                    |                      |         |         |                  |                         |                     |                    |                      |                                    |         |                     |                    |                    |                    |
| 1. Anteile an assoziierten Unternehmen                | 15                  | 0                  | 2                    | 75      | 0       | 0                | 92                      | 0                   | 0                  | 2                    | 78                                 | 0       | 0                   | 80                 | 12                 | 15                 |
| 2. Beteiligungen                                      | 0                   | 0                  | 0                    | 8       | 0       | 0                | 8                       | 0                   | 0                  | 0                    | 0                                  | 0       | 0                   | 0                  | 8                  | 0                  |
|   | 15                  | 0                  | 2                    | 83      | 0       | 0                | 100                     | 0                   | 0                  | 2                    | 79                                 | 0       | 0                   | 80                 | 20                 | 15                 |
|   | 11.070              | 611                | 41                   | 15.214  | -1.595  | 0                | 25.341                  | 3.818               | 214                | 19                   | 4.595                              | -592    | 0                   | 8.053              | 17.287             | 7.252              |

### 1. Allgemeine Grundlagen

Die Pixelpark AG entstand durch Umwandlung der Pixelpark Multimedia Agentur GmbH durch Beschluss der Gesellschafter am 9. August 1999 und mit Eintragung der Umwandlung in das Handelsregister am 15. September 1999. Seit dem 4. Oktober 1999 ist die Pixelpark AG am Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse notiert.

Die Gesellschaft ist eine große Kapitalgesellschaft im Sinne des § 267 Abs. 3 Handelsgesetzbuch (HGB). Der Konzernabschluss der Pixelpark AG wurde nach den Rechnungslegungsvorschriften gemäß §§ 290 ff. HGB und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Gesamtkostenverfahren angewandt.

### 2. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden nach den Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften der Pixelpark AG einheitlich erstellt.

Soweit nationale Rechnungslegungsvorschriften von den einheitlichen Konzerngrundsätzen abweichen, wird ein Konsolidierungsabschluss (HB II) erstellt. Dabei werden abweichende Bewertungsansätze beibehalten, soweit dies für den Konzernabschluss von untergeordneter Bedeutung ist. Zur Anpassung an das Gliederungsschema des § 266 HGB wurden einzelne Bilanzpositionen der ausländischen Tochtergesellschaften umgliedert.

Bei den assoziierten Unternehmen wird von dem Wahlrecht nach § 312 Abs. 5 HGB Gebrauch gemacht und auf eine Anpassung der Bewertung verzichtet.

Folgende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden auf den Konzernabschluss angewendet:

### Immaterielle Vermögensgegenstände

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen werden Firmenwerte und EDV-Software ausgewiesen. Aktiviert werden gem. § 248 Abs. 2 HGB nur Vermögensgegenstände, die entgeltlich erworben wurden. Firmenwerte werden über eine Nutzungsdauer von 7 Jahren abgeschrieben. Die Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig über einen Zeitraum von 2 bis 4 Jahren nach der Pro-rata-temporis-Regel abgeschrieben.

### Sachanlagen

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig linear abgeschrieben. Soweit Vermögensgegenstände durch das Mittelstandsförderungsprogramm des Landes Berlin bezuschusst wurden, werden Anschaffungskosten bei der Aktivierung direkt um den Zuschuss vermindert. Als betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer für Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung werden 3 bis 5 Jahre zugrunde gelegt. Mietereinbauten werden über die Restlaufzeit des jeweiligen Mietvertrages, maximal über 10 Jahre, abgeschrieben. Geringwertige Anlagegüter (Anschaffungswert < 800 DM) werden im Jahr der Anschaffung voll abgeschrieben und als Abgang gezeigt.

### Finanzanlagen

Die Beteiligung an assoziierten Unternehmen (Venturepark GmbH, Berlin) wird nach der Buchwertmethode gem. § 312 Abs. 1 Nr. 1 HGB zum Zeitpunkt der erstmaligen Einbeziehung des assoziierten Unternehmens in den Konzernabschluss angesetzt. Auf eine anteilige Berücksichtigung des Jahresergebnisses für das Geschäftsjahr 1999/2000 wurde wegen Geringfügigkeit verzichtet.

### Vorräte

Die unfertigen Leistungen werden unter Beachtung des Niederwertprinzips mit den Herstellungskosten (Fertigungseinzelkosten zuzüglich eines Fertigungsgemeinkostenaufschlags) bewertet. Die Fertigungsgemeinkosten enthalten auch Verwaltungsgemeinkosten. Waren werden unter Beachtung des Niederwertprinzips zu Anschaffungskosten angesetzt.

### Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nominalwert abzüglich angemessener Wertberichtigungen aktiviert. Alle erkennbaren Risiken sind durch Einzelwertberichtigungen abgedeckt. Für das in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthaltene latente Kreditrisiko wird eine Pauschalwertberichtigung von 2 Prozent gebildet. Fremdwährungs-

forderungen werden unter Beachtung des Imparitätsprinzips mit den Kursen zum Entstehungszeitpunkt bzw. mit den niedrigeren Stichtagskursen am Bilanzstichtag bewertet.

#### Wertpapiere

Bei den Wertpapieren im Vorjahr handelt es sich im Wesentlichen um Aktien, die mit den Anschaffungskosten bzw. mit dem niedrigeren Börsenkurs am Bilanzstichtag gemäß dem Niederstwertprinzip nach § 253 Abs. 3 HGB bilanziert wurden.

#### Rückstellungen

Alle bis zur Erstellung des Konzernabschlusses erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen werden zurückgestellt. Die Bewertung der sonstigen Rückstellungen erfolgt nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung.

Aufwandsrückstellungen gemäß § 249 Abs. 2 HGB wurden nicht gebildet.

#### Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten werden gem. § 253 Abs. 1 HGB mit dem jeweiligen Rückzahlungsbetrag angesetzt. Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden unter Beachtung des Imparitätsprinzips mit den Kursen zum Entstehungszeitpunkt bzw. zu den höheren Stichtagskursen am Bilanzstichtag bewertet.

### 3. Änderung des Konsolidierungskreises

Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Konsolidierungskreis um folgende Gesellschaften erweitert bzw. verändert:

- Mit Wirkung zum 1. Juli 1999 wurde die Pixelpark UK Ltd. in London gegründet.
- Mit Wirkung zum 1. Juli 1999 wurden 100 Prozent an der Furrer & Partner AG, Zürich, übernommen.
- Mit Wirkung zum 1. Juli 1999 wurden 75 Prozent an der Pixelpark Austria GmbH, vormals Uselt!-multimedia Dokumentationssysteme GmbH, übernommen. Die Beteiligung wurde mit Wirkung zum 1. April 2000 auf 100 Prozent aufgestockt.
- Mit Wirkung zum 1. Oktober 1999 wurden die restlichen 25 Prozent an der Pixelpark MMK AG, Basel, übernommen.
- Zum 1. Oktober 1999 wurde die Furrer & Partner AG auf die Pixelpark MMK AG verschmolzen und die MMK AG in Pixelpark Schweiz AG umbenannt.
- Mit Wirkung zum 1. April 2000 wurden 75 Prozent an der Pixelpark CEE Holding AG, vormals east-europe.com AG, übernommen.
- Mit Wirkung zum 1. April 2000 hat Pixelpark 62,7 Prozent an der Venturepark Incubator AG, vormals GrizzlyFarm AG, übernommen.
- Zum 30. Juni 2000 wurden 100 Prozent an der Pixelpark Latam S.A., Spanien, übernommen.

Hieraus ergibt sich zum 30. Juni 2000 folgende Konzernstruktur:

| (in TEUR)   | Anteil am Kapital | Beteiligungs-<br>ergebnis<br>Eigen-<br>kapital | Geschäftsjahr<br>1999/2000 | Konsolidierungs-<br>methode |
|---|-------------------|--|----------------------------|-----------------------------|
| Pixelpark Inc., Delaware  | 100%              | 536  | -2.702                     | Vollkonsol.                 |
| Pixelpark Schweiz AG, Basel   | 100%              | 4.455  | 2.667                      | Vollkonsol.                 |
| Pixelpark Austria GmbH, Wien  | 100%              | 559  | 192                        | Vollkonsol.                 |
| Pixelpark France S.A.R.L., Paris  | 100%              | 2  | 0                          | Vollkonsol.                 |
| Pixelpark UK Ltd., London   | 100%              | 666  | -758                       | Vollkonsol.                 |
| Pixelpark CEE Holding AG, Wien  | 75%               | 1.714  | -107                       | Vollkonsol.                 |
| Venturepark Incubator AG, Berlin  | 62,7%             | 2.500  | 0                          | Vollkonsol.                 |
| Venturepark GmbH, Berlin  | 47,6%             | 21   | 1                          | at-equity-<br>Konsol.       |
| Scopo Intermediale Gestaltung GmbH, Basel<br>(durch Pixelpark Schweiz AG) | 100%              | 0  | -78                        | at-cost-<br>Konsol.         |
| Pixelpark Latam S.A., Madrid  | 100%              | 60   | -                          | Vollkonsol.                 |

Der Erwerb der Gesellschaften Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH-Gruppe und K2 S.A. ist für beide Unternehmen bis zum 30. Juni 2000 noch nicht erfolgt. Der Erwerb der ZLU steht unter dem Vorbehalt, dass die Hauptversammlung der Nachgründung zustimmt.

Um eine Vergleichbarkeit des diesjährigen Konzernergebnisses mit dem Vorjahr zu erleichtern, wird der Konzernabschluss mit dem vorjährigen

Pro-forma-Abschluss verglichen. Der Pro-forma-Abschluss für das Geschäftsjahr 1998/1999 enthält die Unternehmen Furrer & Partner AG und Pixelpark Köln GmbH (vormals bitlab Köln GmbH) für den Zeitraum vor dem Erwerb. Andere Firmen wurden auf Grund unwesentlicher Auswirkungen auf die Vergleichbarkeit der Konzernergebnisse nicht in die Auswertung einbezogen.

Durch die Änderung des Konsolidierungskreises im abgelaufenen Geschäftsjahr ergaben sich folgende Auswirkungen auf den Vorjahreskonzernabschluss (30. Juni 1999):

| (in TEUR)                                      | Ist-<br>Abschluss<br>30.6.1999 | Pro-forma-<br>Abschluss<br>30.6.1999 | Abweichung |
|--|--------------------------------|--------------------------------------|------------|
| <b>Konzern-Bilanz</b>                          |                                |                                      |            |
| Anlagevermögen                                 | 7.252                          | 10.770                               | 3.518      |
| Umlaufvermögen                                 | 24.202                         | 24.872                               | 670        |
| Rückstellungen                                 | 1.800                          | 1.954                                | 154        |
| Verbindlichkeiten                              | 15.082                         | 20.758                               | 5.676      |
| <b>Konzern-Gewinn- und<br/>Verlustrechnung</b> |                                |                                      |            |
| Umsatzerlöse                                   | 21.666                         | 27.840                               | 6.174      |
| Materialaufwand                                | 6.963                          | 9.183                                | 2.220      |
| Personalaufwand                                | 11.680                         | 14.523                               | 2.843      |
| Abschreibungen                                 | 1.768                          | 2.502                                | 734        |
| Sonstige betriebliche<br>Aufwendungen          | 5.075                          | 6.009                                | 934        |
| Zinsergebnis                                   | -531                           | -682                                 | -151       |



## 4. Konsolidierungsgrundsätze

### Kapitalkonsolidierung

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Buchwertmethode gem. § 301 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 HGB, bei der die Buchwerte der Beteiligung mit dem anteiligen Eigenkapital der Tochtergesellschaft zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung verrechnet werden. Die Erstkonsolidierung erfolgt auf den Zeitpunkt des Erwerbs, d.h. auf den Zeitpunkt der Übertragung von Aktien bzw. auf den Zeitpunkt der Kaufpreiszahlung. Für den Zeitpunkt des Erwerbs wird ein Unterschiedsbetrag zwischen Kaufpreis und anteiligem Eigenkapital ermittelt. Dieser Unterschiedsbetrag (Firmenwert) wird über 7 Jahre linear abgeschrieben.

### Schulden-, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den Konzern-Unternehmen sowie Erträge und Aufwendungen, die aus Leistungsbeziehungen zwischen den Konzern-Unternehmen resultieren, werden konsolidiert. Für das abgelaufene Geschäftsjahr ist eine Zwischenergebniseliminierung nicht erforderlich, da zwischen den Konzern-Unternehmen keine Lieferungs- und Leistungsbeziehungen bestanden, die zu Beständen am Bilanzstichtag führten.

### Währungsumrechnung

Für die Konsolidierung erfolgte die Umrechnung der in der jeweiligen Fremdwährung aufgestellten Bilanz mit dem Kurs am Bilanzstichtag. Die in der jeweiligen Fremdwährung aufgestellten Gewinn- und Verlustrechnungen wurden mit dem Jahresdurchschnittskurs aufgestellt. Die Differenz aus der Umrechnung des Jahresergebnisses zum Stichtagskurs in der Bilanz und zum Jahresdurchschnittskurs in der Gewinn- und Verlustrechnung wird erfolgswirksam in die sonstigen betrieblichen Erträge bzw. Aufwendungen eingestellt.

## 5. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

### 1 Umsatzerlöse

Die Aufteilung der Umsatzerlöse nach Regionen stellt sich wie folgt dar:

|             |       | TEUR   |
|-------------|-------|--------|
| Deutschland | 59 %  | 34.746 |
| Europa      | 40 %  | 23.376 |
| Nordamerika | 1 %   | 588    |
|             | 100 % | 58.710 |

## 2 Bestandsveränderung

Aufgrund des stark gestiegenen Projektvolumens sind auch die Bestände an unfertigen Erzeugnissen signifikant gestiegen. Die Erhöhung belief sich auf 9.014 TEUR im Vergleich zu 733 TEUR im Vorjahr.

## 3 Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge umfassen im Wesentlichen Zuschüsse der EU zu Forschungs- und Entwicklungskosten (1.497 TEUR). Daneben enthält diese Position Erträge aus Zuschüssen des Vermieters der Berliner Geschäftsräume, der Sirius, an die Pixelpark AG sowie Aufwandsweiterberechnungen.

## 4 Sonstige betriebliche Aufwendungen

| (in TEUR)               | 1999/2000 | 1998/1999 |
|-------------------------|-----------|-----------|
| Betriebsaufwendungen    | 4.276     | 630       |
| Verwaltungsaufwendungen | 10.086    | 2.687     |
| Vertriebsaufwendungen   | 7.933     | 1.758     |
|                         | 22.295    | 5.075     |

In den Betriebsaufwendungen sind die durch den Umzug erfolgten Ausbuchungen der Vermögensgegenstände nach dem Umzug der Berliner Geschäftsräume enthalten.

In der Position Verwaltungsaufwendungen sind einmalige Marketing- und PR-Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Börsengang enthalten (2.118 TEUR).

## 5 Abschreibungen

| (in TEUR)  | 1999/2000 | 1998/1999 |
|--|-----------|-----------|
| Abschreibungen auf Sachanlagen   | 2.684     | 953       |
| Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Firmenwert) | 301       | 158       |
| Abschreibungen Firmenwert  | 1.531     | 657       |
| Finanzanlagen  | 79        | 0         |
|  | 4.595     | 1.768     |

## 6 Außerordentliche Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 1999/2000 entstand für die Pixelpark AG durch den Börsengang ein außerordentlicher Aufwand in Höhe von 3.642 TEUR (Vorjahr: 0 TEUR). Hierin enthalten sind die Bankenprovisionen für die Emission sowie Rechts- und Beratungskosten, die direkt im Zusammenhang mit der Kapitalmaßnahme standen.

## 7 Steuern

| (in TEUR)           | 1999/2000 | 1998/1999 |
|---------------------|-----------|-----------|
| Gewerbesteuer       | 1.480     | 290       |
| Auslandertragsteuer | -767      | -402      |
| Latente Steuern     | 0         | -26       |
|                     | 713       | -139      |

Der Ertrag aus der Gewerbesteuer stammt aus einer gewerbesteuerlichen Organschaft der Pixelpark AG mit dem Organträger, der Bertelsmann Multimedia Vertriebs GmbH. Aufgrund der Organschaft erhält Pixelpark eine Gewerbesteuerumlage.

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen mit 167 TEUR das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (Vorjahr: 139 TEUR) und mit 546 TEUR das außerordentliche Ergebnis (Vorjahr: 0 TEUR).

## 6. Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

### 1 Anlagevermögen

Die Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens im Geschäftsjahr 1999/2000 ist dem Anlagespiegel zu entnehmen, der auf den Seiten 86 und 87 positioniert ist. Durch die Ausweitung des Konsolidierungskreises ist vor allem der Firmenwert stark gestiegen.

Zusätzlicher Firmenwert ist entstanden in der Schweiz (25 Prozent MMK AG und 100 Prozent Furrer & Partner AG), durch die restlichen 25 Prozent von jeweils Pixelpark Köln und Pixelpark Austria sowie durch den Erwerb des 75-Prozent-Anteils von Pixelpark CEE Holding AG.

Insgesamt verteilt sich der Firmenwert per 30. Juni 2000 wie folgt:

|                          | TEUR   |
|--------------------------|--------|
| Pixelpark Schweiz AG     | 8.212  |
| Pixelpark Köln GmbH      | 500    |
| Pixelpark Austria GmbH   | 1.448  |
| Pixelpark CEE Holding AG | 334    |
| Gesamt                   | 10.494 |

Wachstumsbedingt sind auch die Sachanlagen stark gestiegen, und zwar von 2.819 TEUR auf 6.007 TEUR. Die hohen Abgänge im Vergleich zum Vorjahr in Höhe von 1.542 TEUR (Vorjahr: 109 TEUR) entstanden vor allem durch den Umzug in die neuen Berliner Geschäftsräume. Im Zuge des Umzugs sind die Mietereinbauten in den vorherigen Geschäftsräumen vernichtet worden. In Höhe des Restbuchwertes erhält Pixelpark vom neuen Vermieter, der Sirius GmbH, einen Mietzuschuss, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen ist.

## 2 Vorräte

| (in TEUR)              | 30.6.2000 | 30.6.1999 |
|------------------------|-----------|-----------|
| Unfertige Leistungen   | 10.683    | 1.465     |
| Waren                  | 591       | 0         |
| Geleistete Anzahlungen | 2.142     | 0         |
|                        | 13.416    | 1.465     |

Bedingt durch die durchschnittlich größeren Projektvolumina und das starke Wachstum stiegen die unfertigen Leistungen im Verhältnis zum Vorjahr von 1.465 TEUR auf 10.683 TEUR. Die Waren betreffen Softwarelizenzen, die an Kunden weiterveräußert werden sollen. Die geleisteten Anzahlungen von Lieferanten beziehen sich auf das normale Projektgeschäft von Pixelpark.

## 3 Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

### a) Forderungen

| (in TEUR)                                  | 30.6.2000 | 30.6.1999 |
|--|-----------|-----------|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 18.054    | 5.435     |
| Forderungen gegen verbundene Unternehmen   | 1.110     | 528       |
|  | 19.164    | 5.964     |

Sämtliche Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

### b) Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten

| (in TEUR)                   | 30.6.2000 | 30.6.1999 |
|-----------------------------|-----------|-----------|
| Steuererstattungsansprüche  | 707       | 97        |
| Übrige Vermögensgegenstände | 2.146     | 115       |
| Rechnungsabgrenzungsposten  | 3.377     | 180       |
|                             | 6.230     | 392       |

In den übrigen Vermögensgegenständen sind Forderungen an den Vermieter der Pixelpark AG in Berlin, an die Sirius, für einen Mietzuschuss in Höhe von 1.160 TEUR enthalten.

Die aktivischen Rechnungsabgrenzungsposten beinhalten vorausgezählte Aufwendungen für Mieten u. Ä. sowie Sign-on-Boni für einige Schlüsselmitarbeiter.

#### 4 Eigenkapital

Das voll eingezahlte gezeichnete Kapital der Pixelpark AG, der Konzernmutter, beläuft sich auf 18.601 TEUR und ist aufgeteilt in 18.601.172 nennwertlose Stückaktien. Die Geschäftsanteile an der Muttergesellschaft wurden zum 30. Juni 2000 wie folgt gehalten:

|                                       | 30.6.2000 | 30.6.1999 |
|---------------------------------------|-----------|-----------|
| Bertelsmann Multimedia Vertriebs GmbH | 57,9%     | 71,2%     |
| Bertelsmann AG                        | 0%        | 3,8%      |
| Paulus Neef                           | 19,3%     | 25%       |
| Rolf Brugger/Michael Bornhäuser       | 1,2%      | 0%        |
| Gustav Furrer                         | 0,4%      | 0%        |
| Weiterer Streubesitz                  | 21,2%     | 0%        |

In der Hauptversammlung im September 1999 wurde beschlossen, genehmigtes Kapital für den geplanten Börsengang zu schaffen. Zum Börsengang wurde das Grundkapital um 3.182.025 Aktien inkl. der Mehrzuteilungsoption erhöht, die Kapitalerhöhung fand unter Ausschluss der Bezugsrechte statt.

In der außerordentlichen Hauptversammlung vom 29. September 1999 wurde das Kapital um weitere 298.547 Aktien für Sachkapitalerhöhungen zum Erwerb der restlichen 25 Prozent der Pixelpark MMK AG und zum Erwerb der Furrer & Partner AG erhöht.

Ebenfalls in der Hauptversammlung im September 1999 ist der Vorstand dazu ermächtigt worden, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital bis zum 15. September 2004 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer Inhaber-Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage um bis zu 1.512.050 EUR unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I). Für den Erwerb der Zentrum für Logistik- und Unternehmensplanung GmbH-Gruppe (ZLU) und für K2 S.A. im Geschäftsjahr 2000/2001 wird von diesem Instrument Gebrauch gemacht; im Geschäftsjahr 1999/2000 wurde dieses Recht nicht genutzt.

Die Kapitalrücklage entwickelte sich wie folgt:

|                      | TEUR   |
|----------------------|--------|
| Vortrag 1. Juli 1999 | 15.891 |
| Zugang               | 34.052 |
| Stand 30. Juni 2000  | 49.943 |

Der Zugang der Kapitalrücklage resultiert mit 29.872 TEUR aus dem Börsengang und mit 4.180 TEUR aus Kapitalerhöhung in Zusammenhang mit Beteiligungserwerben.

## 5 Rückstellungen

| (in TEUR)                      | 30.6.2000 | 30.6.1999 |
|--------------------------------|-----------|-----------|
| Personal                       | 3.902     | 719       |
| Gewährleistungsverpflichtungen | 651       | 160       |
| Prüfungskosten                 | 142       | 104       |
| Ausstehende Rechnungen         | 1.636     | 187       |
| Förderungsbeträge              | 403       | 0         |
| Steuern                        | 1.091     | 353       |
| Übrige                         | 324       | 277       |
|                                | 8.149     | 1.800     |

## 6 Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten haben am Bilanzstichtag folgende Restlaufzeiten:

| (in TEUR)   | Stand<br>30.6.2000 | Davon mit einer Restlaufzeit |           |                 | Stand<br>30.6.1999 |
|---|--------------------|------------------------------|-----------|-----------------|--------------------|
|   |                    | bis zu<br>1 Jahr             | 1-5 Jahre | über<br>5 Jahre |                    |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten        | 1.446              | 1.446                        | 0         | 0               | 300                |
| Erhaltene Anzahlungen                               | 11.022             | 11.022                       | 0         | 0               | 945                |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen    | 4.995              | 4.995                        | 0         | 0               | 1.178              |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 635                | 635                          | 0         | 0               | 10.789             |
| davon gegenüber Gesellschaftern                     | 635                | 635                          | 0         | 0               | 10.072             |
| Sonstige Verbindlichkeiten                          | 3.113              | 3.113                        | 0         | 0               | 1.870              |
|   | 21.212             | 21.212                       | 0         | 0               | 15.082             |

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Pixelpark AG die Gesellschafterdarlehen gegenüber der Bertelsmann AG und Paulus Neef vorzeitig zurückgeführt.

## 7 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum 30. Juni 2000 bestanden folgende zukünftige Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen:

|           | TEUR   |
|-----------|--------|
| 1 Jahr    | 2.979  |
| 2-5 Jahre | 10.189 |
| > 5 Jahre | 11.020 |

Die Pixelpark AG hat im November 1999 mit Nachtrag vom Juli 2000 einen 10-Jahres-Mietvertrag mit der Sirius GmbH, Tochter der Hypovereinsbank, abgeschlossen. Aufgrund der rechtlichen Bestimmungen des § 52 AktG kann der Vertrag erst wirksam werden, wenn die Hauptversammlung der erforderlichen Nachgründung zustimmt und die Eintragung in das Handelsregister erfolgt ist.

Haftungsverpflichtungen gemäß § 251 HGB bestanden zum 30. Juni 2000 nicht.

## 7. Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung

### 1 Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit

Im abgelaufenen Geschäftsjahr verzeichnete der Pixelpark-Konzern einen starken Anstieg der Vorräte, der Forderungen und anderer Aktiva (+29.148 TEUR). Gründe hierfür sind die stark gestiegenen Projektgrößen und -laufzeiten sowie eine sehr hohe Auslastung in den Monaten Mai und Juni. Gleichzeitig sind die Verbindlichkeiten nur um 13.739 TEUR gestiegen. Dieser Anstieg beruht auf der Expansion des Geschäfts. Durch den hohen Anteil von Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen liegt der Anstieg der Verbindlichkeiten deutlich unter dem Anstieg der Forderungen. Ebenfalls gestiegen sind die Rückstellungen (+6.131 TEUR). Hierin reflektiert sich vor allem das Mitarbeiterwachstum, da Rückstellungen im Wesentlichen für Personal und ausstehende Rechnungen gebildet wurden.

### 2 Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit

Trotz der vorstehend genannten Firmenkäufe haben sich die Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen von 4.068 TEUR auf 1.682 TEUR reduziert. Größere Kapitalmaßnahmen wurden entweder gegen Kapitalerhöhung vorgenommen oder beim Erwerb von Beteiligungen wurden Cash-Positionen

miterworben. Stark gestiegen sind die Auszahlungen für Investitionen in das übrige Anlagevermögen. Wachstumsbedingt sind die Investitionen hier von 2.566 TEUR auf 7.203 TEUR gestiegen, vor allem bei der Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Die Investitionen teilen sich folgendermaßen auf:

| (in TEUR)  | 1999/2000 | 1998/1999 |
|--|-----------|-----------|
| Software   | 718       | 238       |
| Mietereinbauten                                      | 140       | 182       |
| Sonstige Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 5.663     | 1.827     |
| Geleistete Anzahlungen                               | 682       | 320       |
|  | 7.203     | 2.566     |

### 3 Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit

Am 4. Oktober 1999 wurde die Pixelpark-Aktie erstmals an der Frankfurter Börse gehandelt. Die Aktie wurde zu einem Preis von 15 Euro emittiert. Dadurch ergab sich eine Einzahlung von 47.730 TEUR. Ein Teil des Emissionserlöses wurde verwendet, um die Börseneinführungskosten in Höhe von 3.642 TEUR zu zahlen, ein anderer Teil, um Darlehen der Altgesellschafter Bertelsmann AG und Paulus Neef in Höhe von insgesamt 10.160 TEUR netto zurückzuführen.

### Erläuterungen zu den Segmenten

Gemäß der internen Berichtsstruktur des Konzerns hat Pixelpark sich für eine Segmentberichterstattung nach Regionen entschieden. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden alle Regionen dargestellt, auch wenn sie nicht die notwendigen Größenmerkmale für ein Segment erfüllen. Die Beträge sind vor Konsolidierungsmaßnahmen dargestellt. Die Kongruenz mit dem Konzernabschluss ist gewährleistet.

Alle Angaben basieren auf den Konzernbilanzierungsregeln nach HGB und sind in TEUR angegeben.

| (in TEUR)                   | Deutschland | Schweiz | Österreich |
|-----------------------------|-------------|---------|------------|
| Umsatzerlöse                | 36.218      | 16.463  | 2.762      |
| Gesamtleistung              | 44.107      | 18.188  | 2.789      |
| davon mit Dritten           | 43.006      | 17.699  | 2.789      |
| davon mit anderen Segmenten | 1.101       | 489     | 0          |
| EBITDA                      | -4.572      | 3.655   | 369        |
| Abschreibungen              | -2.454      | -350    | -117       |
| EBIT                        | -7.026      | 3.305   | 252        |
| Außerordentliches Ergebnis  | -3.642      | 0       | 0          |
| Zinsergebnis                | 954         | 55      | -56        |
| Steuern                     | 1.479       | -753    | -4         |
| Net income                  | -8.235      | 2.607   | 192        |
| Vermögen                    | 68.025      | 14.313  | 2.976      |
| Investitionen               | 22.479      | 639     | 422        |
| Schulden/Verbindlichkeiten  | 14.133      | 5.726   | 1.677      |



| (in TEUR)                   | Frankreich | GB    | USA    |
|-----------------------------|------------|-------|--------|
| Umsatzerlöse                | 1.896      | 2.612 | 1.143  |
| Gesamtleistung              | 1.965      | 3.450 | 1.107  |
| davon mit Dritten           | 1.933      | 3.326 | 588    |
| davon mit anderen Segmenten | 32         | 124   | 519    |
| EBITDA                      | 39         | -654  | -2.308 |
| Abschreibungen              | -22        | -42   | -74    |
| EBIT                        | 17         | -696  | -2.382 |
| Zinsergebnis                | -9         | -68   | -210   |
| Steuern                     | -8         | 0     | 0      |
| Net income                  | 0          | -764  | -2.592 |
| Vermögen                    | 1.247      | 3.509 | 947    |
| Investitionen               | 120        | 296   | 56     |
| Schulden/Verbindlichkeiten  | 1.165      | 2.095 | 106    |

## 9. Sonstige Angaben

### Zahl der Arbeitnehmer

Zum 30. Juni 2000 beschäftigte Pixelpark 726 Mitarbeiter; die durchschnittliche Mitarbeiterzahl im Geschäftsjahr 1999/2000 betrug 501 (Vorjahr: 221).

| Anzahl der Mitarbeiter | 30.6.2000 | 30.6.1999 |
|------------------------|-----------|-----------|
| Deutschland            | 527       | 204       |
| Schweiz                | 93        | 32        |
| Österreich             | 35        | 0         |
| Großbritannien         | 30        | 0         |
| Frankreich             | 31        | 12        |
| USA                    | 8         | 17        |
| Österreich (CEE, Wien) | 2         | 0         |
|                        | 726       | 265       |

### Vorstand und Aufsichtsrat

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstands der Pixelpark AG betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 542 TEUR. Für den Aufsichtsrat wurden keine Bezüge für das abgelaufene Geschäftsjahr vereinbart.

Die Pixelpark AG hatte im Geschäftsjahr 1999/2000 zwei Vorstandsmitglieder:

**Paulus Neef**  
(Vorsitzender),  
Chief Executive Officer, Berlin  
Aufsichtsrat Venturepark Incubator AG  
und Sportgate AG i.Gr.

**Dr. Jan Kantowsky**  
Chief Financial Officer und  
Chief Operations Officer, Berlin  
Aufsichtsrat Venturepark Incubator AG  
und 4Content AG

Als Aufsichtsrat fungieren:

**Dr. Klaus Eierhoff**  
(Vorsitzender),  
Vorstand Bertelsmann AG, Gütersloh

**Prof. Dr. Helmut Thoma**  
(stellv. Vorsitzender),  
Vorstand Sportgate AG i.Gr., Köln  
Aufsichtsrat Mobilcom AG, Etlink AG,  
Femag AG, Taifun AG, Hunzinger AG,  
Europe Online S.A.

**Dr. Peter Zencke**  
Vorstand SAP AG, Walldorf  
Aufsichtsrat iXOS AG

### Konzernabschluss

Die Pixelpark AG erstellt für den Teilkonzern Pixelpark einen Konzernabschluss. Die Gesellschaften, die in diesem Teilkonzern konsolidiert werden, werden im Konzernabschluss der Bertelsmann AG einbezogen, der den größten Konsolidierungskreis darstellt. Die Bertelsmann AG hat ihren Sitz in Gütersloh, und der Konzernabschluss ist dort erhältlich.

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Am 16. August 2000 haben die Gesellschafter der Venturepark Incubator AG, bislang zu 62,7 Prozent von Pixelpark gehalten, eine Kapitalerhöhung beschlossen. Durch die Kapitalerhöhung reduziert sich der Anteil am Gesamtkapital auf circa 40 Prozent, ab dem 1. Juli 2000 wird die Venturepark Incubator AG daher nicht mehr konsolidiert. Ein Finanzmittelbedarf für Pixelpark besteht durch diese Transaktion nicht.

Vor Ende des Kalenderjahres wird eine Betriebsprüfung bei der Pixelpark AG stattfinden, die die Abschlüsse der Jahre 1995 bis 1998 umfasst.

Berlin, den 25. August 2000

Paulus Neef  
Vorstandsvorsitzender, CEO

Dr. Jan Kantowsky  
Mitglied des Vorstands, CFO und COO

## Bestätigungsvermerk

des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Pixelpark AG aufgestellten Konzernabschluss und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften (und den ergänzenden Regelungen in der Satzung/im Gesellschaftsvertrag) liegen in der Verantwortung des Vorstands/der Geschäftsführung der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

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

werden die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Berlin, den 25. August 2000

KPMG Deutsche Treuhandgesellschaft Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Quitmann  
Wirtschaftsprüfer

Metscher  
Wirtschaftsprüfer

## Bericht des Aufsichtsrats

über das am 30. Juni 2000 beendete Geschäftsjahr

Der Aufsichtsrat ist im Geschäftsjahr 1999/2000 vom Vorstand regelmäßig schriftlich und mündlich über den Geschäftsverlauf, die Lage des Unternehmens und die wesentlichen Investitionsvorhaben unterrichtet worden. Der Aufsichtsrat hat wichtige Geschäftsvorfälle mit dem Vorstand besprochen und die Geschäftsführung überwacht. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat intensiv mit dem Vorstand kommuniziert, sich über geplante Vorhaben der Gesellschaft verständigt bzw. Beschlüsse auch im Umlaufverfahren gefällt. Im Berichtsjahr hat der Aufsichtsrat drei Sitzungen abgehalten.

Der Jahresabschluss der Pixelpark AG und der Konzernabschluss zum 30. Juni 2000 sind von der KPMG Deutsche Treuhandgesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Die Jahresabschlüsse, der Lagebericht und die Prüfungsberichte sind dem Aufsichtsrat vorgelegt und erläutert worden. Er hat von dem Prüfungsbericht für die Pixelpark AG zustimmend Kenntnis genommen. Der Aufsichtsrat billigt den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss, der damit festgestellt ist.

Neben dem Börsengang der Pixelpark AG stand das vergangene Geschäftsjahr im Zeichen weiter steigender Wachstumsraten und einer zügigen inter-

nationalen Expansion. Pixelpark konnte sich im harten Wettbewerb um hoch qualifizierte Mitarbeiter auch wegen seiner offenen Unternehmenskultur als attraktiver Arbeitgeber erfolgreich positionieren.

Aufbauend auf den erfolgreichen Aktivitäten in Deutschland und der Schweiz hat Pixelpark im Geschäftsjahr 1999/2000 seine europäische Präsenz durch den Markteintritt in Österreich, England und Frankreich deutlich erweitert. Darüber hinaus hat sich Pixelpark durch die Verbindung mit namhaften Partnern eine gute Ausgangsposition in den Zukunftsmärkten Osteuropa, Spanien und Lateinamerika geschaffen.

Durch den Aufbau von Venturepark ist es Pixelpark gelungen, ein weiteres, sehr attraktives Geschäftsfeld für sich zu erschließen. Weiterhin wird das originäre Kompetenzspektrum, vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung, durch die Akquisition des Logistik- und Supply-Chain-Management-Beraters ZLU erheblich erweitert werden. Pixelpark hat sich hierdurch eine exzellente Position im europäischen Wettbewerb gesichert.

Der Aufsichtsrat dankt zum Abschluss des Geschäftsjahres dem Vorstand und allen Mitarbeitern für ihre hervorragende Leistung und ihr hohes Engagement.

Berlin, den 11. September 2000

Dr. Klaus Eierhoff (Vorsitzender)



## Pixelpark weltweit

### Deutschland/Berlin (Hauptsitz)

Pixelpark AG  
Rotherstraße 8  
10245 Berlin  
Telefon: + 49.30.5058-0  
Fax: + 49.30.50581-400  
E-Mail: berlin@pixelpark.com

### Deutschland/Dortmund

Zweigstelle Dortmund der Pixelpark AG  
Ruhrallee 9  
44139 Dortmund  
Telefon: + 49.231.552-1450  
Fax: + 49.231.552-1490  
E-Mail: dortmund@pixelpark.com

### Deutschland/Frankfurt a.M.

Zweigstelle Frankfurt/M. der Pixelpark AG  
Mainzer Landstraße 27-31  
60329 Frankfurt a. M.  
Telefon: + 49.69.274015-0  
Fax: + 49.69.274015-11  
E-Mail: frankfurt@pixelpark.com

### Deutschland/Hamburg

Zweigstelle Hamburg der Pixelpark AG  
Schulterblatt 58  
20357 Hamburg  
Telefon: + 49.40.43203-0  
Fax: + 49.40.43203-20  
E-Mail: hamburg@pixelpark.com

### Deutschland/Köln

Zweigstelle Köln der Pixelpark AG  
Friesenplatz 25  
50672 Köln  
Telefon: + 49.221.951515-0  
Fax: + 49.221.951515-66  
E-Mail: koeln@pixelpark.com

### Deutschland/München

Zweigstelle München der Pixelpark AG  
Neumarkter Straße 28  
81673 München  
Telefon: + 49.89.4136-810  
Fax: + 49.89.4136-8599  
E-Mail: muenchen@pixelpark.com

### Deutschland/Stuttgart

Zweigstelle Stuttgart der Pixelpark AG  
Rosensteinstraße 24  
70191 Stuttgart  
Telefon: + 49.711.259446-62  
Fax: + 49.711.259446-55  
E-Mail: stuttgart@pixelpark.com