



Matthias Schrader
Vorstandsvorsitzender

Matthias Schrader hat Informatik und Geschichte studiert und war studienbegleitend Redakteur verschiedener Fachzeitschriften. 1996 gründete er gemeinsam mit Oliver Sinner die sinner+schrader interactive marketing GbR, die später in die SinnerSchrader Interactive Marketing GmbH eingebracht wurde. 1999 wurde die SinnerSchrader AG gegründet, deren Vorstandsvorsitz Matthias Schrader und Oliver Sinner paritätisch innehatten und die im November 1999 an die Börse ging.

Seit dem 1. September 2002 ist Matthias Schrader alleiniger Vorstandsvorsitzender und verantwortlich für Vertrieb, Marketing und Strategie. Er ist außerdem Geschäftsführer der SinnerSchrader Deutschland GmbH.

Thomas Dyckhoff
Finanzvorstand

Thomas Dyckhoff studierte Informatik in Karlsruhe und machte im Anschluss seinen MBA in Washington D.C., USA. Von 1991 bis 1999 war er bei der Daimler-Benz AG in Stuttgart in den Bereichen Konzern-Treasury, Risikocontrolling und Konzerncontrolling tätig und war zuletzt Leiter Konzernberichterstattung, bevor er zur Debis Systemhaus GmbH als Leiter Beteiligungen wechselte.

Thomas Dyckhoff ist seit Oktober 1999 bei SinnerSchrader als Finanzvorstand u.a. für die Bereiche Finanzen, Controlling, Investor Relations und Personalwesen verantwortlich. Er ist außerdem Geschäftsführer der SinnerSchrader Deutschland GmbH.

Brief an die Aktionäre

Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionäre,

SinnerSchrader hat mit dem Geschäftsjahr 2003/2004 sein fünftes Geschäftsjahr als börsennotiertes Unternehmen abgeschlossen. Nach einem enormen Auf und in den letzten Jahren Ab stehen am Ende dieser fünf Jahre die Signale wieder auf Grün.

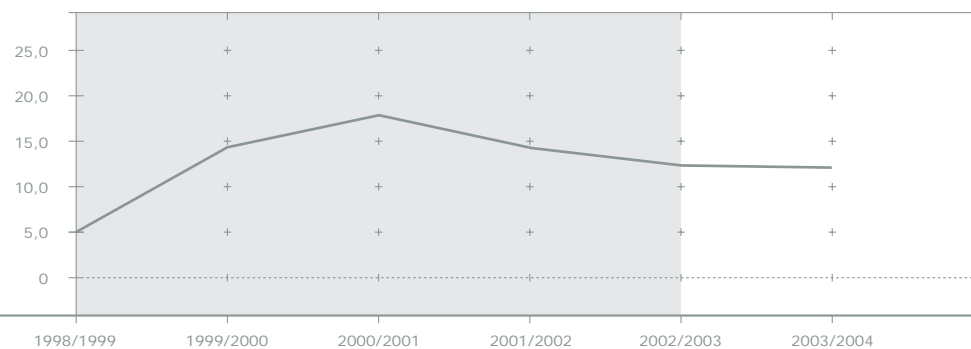
Im Rückspiegel sehen wir im Vergleich zum Geschäftsjahr 1998/1999, dem letzten Geschäftsjahr vor dem Börsengang im November 1999, einen Umsatzzuwachs um 146 %, von 5,0 Mio. € auf 12,3 Mio. € im Geschäftsjahr 2003/2004. Das Ranking der am schnellsten wachsenden Hightechfirmen in Deutschland, ermittelt vom Wirtschaftsprüfer Deloitte, führt SinnerSchrader auf Platz 36. Vor uns findet sich unter den »Fast 50« kein anderer Interactive-Dienstleister. Und das New Media Service Ranking weist auf Basis von Umsatzzahlen für das Jahr 2003 SinnerSchrader als viertgrößten Dienstleister in Deutschland aus.

Wir sehen die Entwicklung zahlreicher Kundenbeziehungen mit namhaften deutschen Unternehmen, deren Erfolg im Internet wir uns verpflichtet fühlen, mit denen wir Anwendungen konzipiert und aufgebaut haben und heute betreiben, die von Millionen Menschen in Deutschland täglich genutzt werden. Deutsche Bank, Tchibo, Hapag-Lloyd Express, comdirect, Deutsche Telekom, Talkline und Europcar bilden die Spitze einer breit gefächerten Kundenbasis, mit der wir teilweise seit vielen Jahren zusammenarbeiten.

Wir sehen aber auch, dass wir uns noch mehr vorgenommen hatten und dass wir im Bestreben, die gesteckten Ziele in der Geschwindigkeit des Internetzeitalters zu erreichen, manchen Aufwand verursacht und manche Investition getätigt haben, die sich in den schwierigen Marktverhältnissen – beginnend schon im Geschäftsjahr 2000/2001 – nicht rentiert haben. Nach einem äußerst profitablen ersten Geschäftsjahr an der Börse 1999/2000 mit einer operativen Marge von 23 % ist SinnerSchrader im Geschäftsjahr 2000/2001 mit der so genannten »Dotcom«-Krise in die Verlustzone gerutscht.

Dank eines insgesamt umsichtigen Umganges mit den uns anvertrauten Mitteln haben die in den letzten Jahren zum Teil krisenhaften Verhältnisse im Markt der Interactive-Dienstleister nicht zu einer finanziellen Krise von SinnerSchrader geführt. So hatten und haben wir den Handlungsspielraum, durch Maßnahmen der Kostensenkung und Reorganisation, aber auch durch gezielte Investments in

Umsatz seit 1998/1999 in Mio. €



Brief an die Aktionäre

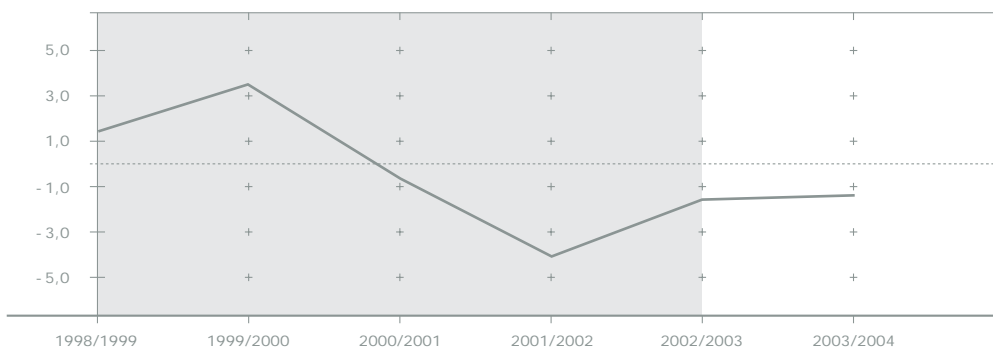
Personal und Kundenbeziehungen nachhaltig zur Profitabilität zurückzukehren und zu einem der wichtigsten unabhängigen Interactive-Dienstleister in Deutschland zu werden. Im Geschäftsjahr 2003/2004 sind wir dabei, davon sind wir überzeugt, ein entscheidendes Stück vorangekommen. Die operativen Geschäftsziele, die wir uns für 2003/2004 gesetzt hatten, haben wir erreicht:

- » Der negative Umsatztrend konnte im zweiten Geschäftshalbjahr gestoppt und auf das Gesamtjahr bezogen das Umsatzniveau des Vorjahres gehalten werden.
- » Durch weitere Kapazitätsreduzierungen und Kostensenkungsmaßnahmen haben wir im vierten Quartal 2003/2004 den Break-even erreicht und ein leicht positives operatives Ergebnis (EBITA) erzielt. Auf das Gesamtjahr bezogen wurde das EBITA gegenüber dem Vorjahr trotz erhöhter Belastungen aus den Kostenmaßnahmen weiter verbessert, was aber noch einen deutlichen Verlust aus.
- » Die operativen Kenngrößen Auslastung und effektiv realisierter Tagessatz haben sich weiter verbessert.
- » Der Cashflow war deutlich positiv und hat die Liquiditätsreserven wieder entsprechend erhöht.

Ebenso wichtig wie das Erreichen dieser Geschäftsziele ist, dass wir SinnerSchrader durch eine Neuaufstellung des operativen Geschäftes fit gemacht haben, in einem veränderten Markt für Interactive-Dienstleistungen einer der dynamischsten Wettbewerber zu sein:

- » Durch Trennung der technologischen von den marketingorientierten Leistungskompetenzen und Serviceangeboten sind diese erkennbarer geworden und haben am Markt ein klareres Profil erhalten. Gleichzeitig wird der Markt für Interactive-Dienstleistungen durch die neu geschaffenen Einheiten auf einer breiteren Front, aber spezialisiert auf die jeweiligen Leistungsangebote bearbeitet.
- » Da die neu geschaffenen Einheiten jeweils ein stärker abgegrenztes Leistungsspektrum abdecken, können sie ihre Prozesse gezielter optimieren und Potenziale zur Effizienz- und Qualitätssteigerung heben.

EBITA seit 1998/1999 in Mio. €



- » Durch Ausgliederung der neuen operativen Einheiten in eigenständige Gesellschaften wird die operative Führungsebene gestärkt und durch die direkte Anbindung der Vergütung der Führungsebene an den Erfolg ihrer Einheiten das Unternehmertum gefördert.
- » Die modulare Struktur des operativen Geschäftes erleichtert die Ansiedlung neuer Geschäftsbereiche unter dem Dach der SinnerSchrader AG und schafft damit die Möglichkeit, weitere Wachstumschancen zu realisieren.

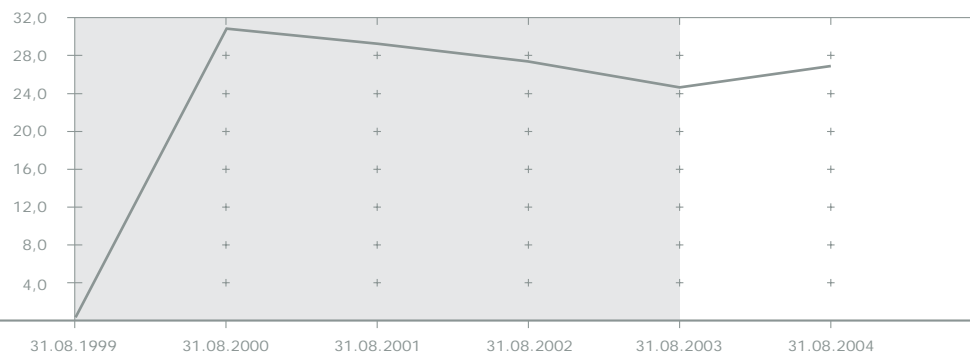
Die Einführung der neuen Struktur des operativen Geschäftes zum 1. April 2004 hat sich bereits in einer deutlichen Belebung des Neukundengeschäftes in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2003/2004 bemerkbar gemacht. Trotz einer erst langsamen Markterholung haben wir in 2003/2004 0,5 Mio. € mehr Neukundengeschäft gewonnen als im Jahr zuvor.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Reorganisation und der Überführung des operativen Geschäftes in die neuen, eigenständigen Einheiten hat Detlef Wichmann, bis dahin Mitglied des Vorstandes der SinnerSchrader AG und Chief Operating Officer (COO), im April 2004 das Unternehmen verlassen. Detlef Wichmann gehörte seit 1997 dem Unternehmen an und war seit 1999 Mitglied des Vorstandes. Der Aufbau der technologischen Kompetenz von SinnerSchrader ist sein Verdienst.

Die neue Struktur steht vor dem Hintergrund einer Wachstumsstrategie, die vor allem auf organisches Wachstum der bestehenden Geschäftsbereiche und deren komplementäre Ergänzung durch neue Geschäftsfelder setzt. Für diese Perspektive benötigt SinnerSchrader nach unserer Auffassung weder liquide Mittel noch Eigenkapital im bisherigen Umfang.

Deshalb haben Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung im Januar 2004 eine Sonderausschüttung an alle Aktionäre vorgeschlagen, die mit großer Mehrheit angenommen wurde. Nach Ablauf der Gläubigerschutzfrist wurden Anfang November 2004 rund 20,8 Mio. € oder 1,82 € je ausstehende Aktie aus der Liquiditätsreserve an die Aktionäre ausgekehrt.

Liquide Mittel und Wertpapiere seit 1998/1999 in Mio. €



Brief an die Aktionäre

Ankündigung und Beschluss der Sonderausschüttung haben sich im zurückliegenden Geschäftsjahr positiv auf den Aktienkurs ausgewirkt und dazu beigetragen, dass SinnerSchrader heute wieder auf ein breiteres Interesse bei den Anlegern stößt. Der Wert unseres operativen Geschäftes ist dadurch am Aktienmarkt wieder sichtbar geworden.

Fünf Jahre nach dem Börsengang sehen wir mit vorsichtigem Optimismus in die Zukunft. Mit dem zuletzt Erreichten sind gute Voraussetzungen für eine Rückkehr auf den Wachstumspfad geschaffen. Für das Geschäftsjahr 2004/2005 planen wir deshalb einen Umsatzzuwachs um 5 bis 10 % gegenüber dem zurückliegenden Jahr und ein auf Jahresbasis ausgeglichenes operatives Ergebnis.

Hamburg, im November 2004

Der Vorstand