



Zwischenbericht über die ersten sechs Monate 2014

1. Januar bis 30. Juni 2014

Inhalt

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE.....	3
KONZERNKENNZAHLEN.....	4
KONZERNLAGEBERICHT.....	5
Gesamtwirtschaft und Branche.....	5
Umsatzentwicklung.....	5
Ergebnisentwicklung.....	7
Finanz- und Vermögenslage.....	7
Forschung und Entwicklung.....	8
Personal.....	8
Konzernrisiken.....	8
Ereignisse nach dem Zwischenbilanzstichtag.....	9
Ausblick.....	9
KONZERNBILANZ.....	10
KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG.....	11
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG.....	12
KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG.....	13
KONZERNANHANG ZUM 30. JUNI 2014.....	14
Allgemeine Angaben.....	14
Rechnungslegungsgrundsätze (Compliance statement).....	14
Konsolidierungskreis.....	14
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden.....	14
Eigenkapital.....	14
Ergebnis je Aktie.....	15
Segmentberichterstattung.....	16
Rechtsstreitigkeiten.....	18
Angabe zu nahe stehenden Personen.....	18
Versicherung der gesetzlichen Vertreter.....	18
Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte.....	18
INTERSHOP-AKTIE.....	19
KONTAKT.....	20

Brief an die Aktionäre



Jochen Moll



Ludwig Lutter



Dr. Jochen Wiechen

Sehr geehrte Aktionäre und Geschäftsfreunde,

das erste Halbjahr war wesentlich von der angekündigten Transformation vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen gekennzeichnet. Dazu gehört eine klare Positionierung unseres Produkts im Markt gepaart mit einem neuen Corporate Design und einem neuem Webauftritt. Wir entwickeln Lösungen für nahtlosen Omni-Channel Commerce, bei denen der Kunde mit seinem Einkaufserlebnis im Mittelpunkt steht. Das sind unser Versprechen und unser Antrieb. Damit realisieren wir die Wachstumspläne einer steigenden Zahl an Kunden, darunter zunehmend auch Unternehmen mit noch geringen Onlineumsätzen von < 10 Mio. Euro, die mit uns in den > 100 Mio. Euro Bereich wachsen können, ohne ihre Shop-Plattform austauschen zu müssen. Im ersten Halbjahr sind eine Reihe sehr interessanter Neukunden wie Ekosport, der französische Marktführer für Ski- und Outdoorausrüstung, Trony, ein führender HiFi Elektronik-Fachhändler in Italien oder die Tengelmann-Baumarkttochter GartenXXL hinzugekommen. Aber der Wettbewerb um neue Lizenzkunden ist intensiv und die Entwicklung im zweiten Quartal hat unsere Erwartungen trotz des ordentlichen Anstiegs noch nicht erfüllt. Insbesondere in den USA hatten wir deutlich mehr Neugeschäft erwartet. Hier werden wir die Strukturen optimieren. Insgesamt bleibt 2014 ein Investitionsjahr, in dem wir unsere neue Positionierung auf breiter Front in den Markt tragen und mit unseren Partnern offensiv auf Kundenfang gehen. Das bedeutet temporär höhere Kosten und ein negatives Jahresergebnis. Diese Schritte vergrößern jedoch unsere Kundenbasis und damit unsere mittelfristige Wachstumsperspektive.

Auf der Hauptversammlung im Juni haben wir unsere Pläne für die strategische Weiterentwicklung von Intershop vorgestellt und erhielten großen Zuspruch für den eingeschlagenen Weg. Dafür möchten wir uns bei Ihnen bedanken. Wir arbeiten intensiv daran, dass Ihr Kapital mittelfristig auch an der Börse eine attraktive Rendite generiert.

Mit besten Grüßen

Handwritten signature of Jochen Moll in blue ink.

Jochen Moll

Handwritten signature of Ludwig Lutter in blue ink.

Ludwig Lutter

Handwritten signature of Dr. Jochen Wiechen in blue ink.

Dr. Jochen Wiechen

Konzernkennzahlen

in TEUR	6-Monate 2014	6-Monate 2013	Veränderung
Umsatz			
Nettoumsatz	23.777	25.376	-6 %
Lizenzen	2.363	1.782	33 %
Serviceleistungen, Wartung und Sonstige	21.414	23.594	-9 %
Umsatz Europa	15.023	16.066	-6 %
Umsatz USA	6.037	7.170	-16 %
Umsatz Asien/Pazifik	2.717	2.140	27 %
Ergebnis			
Herstellungskosten	16.155	18.033	-10 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	7.622	7.343	4 %
Bruttomarge	32 %	29 %	
Betriebliche Aufwendungen und Erträge	11.912	10.214	17 %
Forschung und Entwicklung	2.656	1.942	37 %
Vertrieb und Marketing	6.391	5.746	11 %
Allgemeine Verwaltungskosten	3.034	2.705	12 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-169	-179	-6 %
EBIT	-4.290	-2.871	-49 %
EBIT-Marge	-18 %	-11 %	
EBITDA	-2.241	-1.056	112 %
EBITDA-Marge	-9 %	-4 %	
Periodenergebnis	-4.376	-2.895	-51 %
Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,14	-0,10	-40 %
Vermögenslage			
Eigenkapital	19.856	24.635	-19 %
Eigenkapitalquote	65 %	69 %	
Bilanzsumme	30.359	35.788	-15 %
Langfristige Vermögenswerte	12.529	13.889	-10 %
Kurzfristige Vermögenswerte	17.830	21.899	-19 %
Langfristige Schulden	454	891	-49 %
Kurzfristige Schulden	10.049	10.262	-2 %
Finanzlage			
Liquide Mittel	6.370	10.802	-41 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	492	-1.656	130 %
Abschreibungen	2.049	1.815	13 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.530	-1.797	15 %
Mitarbeiter	529	540	-2 %

Konzernlagebericht

Gesamtwirtschaft und Branche

Laut der jüngsten Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF) von Ende Juli wird die globale Wirtschaft im laufenden Jahr um 3,4 % wachsen und damit um 0,2 Prozentpunkte weniger als noch zu Beginn des Jahres vorhergesagt. Für die Eurozone ermittelten die IWF-Experten unverändert ein Plus von 1,1 % im Jahr 2014, für Deutschland hoben die Volkswirter die Prognose für das laufende Jahr um 0,2 Prozentpunkte auf 1,9 % Wachstum des Bruttoinlandsproduktes an.

Im weltweiten E-Commerce-Markt stehen die Zeichen ebenfalls weiterhin auf Wachstum. Gemäß Prognose des US-Marktforschungsinstituts eMarketer steigen die weltweiten B2C-E-Commerce-Umsätze im laufenden Jahr um über 20 % auf ein Gesamtvolumen von rund 1,47 Billionen US-Dollar. Die mit Abstand größten Märkte liegen in Asien/Pazifik, Nordamerika und Westeuropa, den Zielregionen von Intershop. Auch in Deutschland ist die Branche der Online- und Versandhändler für das laufende Jahr optimistisch. Laut einer Umfrage des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (BEVH) und der Creditreform-Tochter Boniversum verzeichnete das Geschäftsklima des interaktiven Handels im Frühjahr 2014 ein Rekordhoch und lag deutlich über dem Niveau der Gesamtwirtschaft. Neben steigenden Basisindikatoren wie Auftragseingang, Umsatz und Ertrag lag auch die Investitionsbereitschaft der befragten Branchenunternehmen klar über dem Vorjahresniveau. Insgesamt wird der deutsche Online-Handel laut BEVH im laufenden Jahr mit rund 24,8 % weiter überdurchschnittlich stark auf ein Volumen von 48,8 Mrd. Euro wachsen. Der globale Softwaremarkt ist derzeit ebenfalls im Wachstumsmodus. Das European Information Technology Observatory (EITO) prognostiziert für 2014 insgesamt einen Umsatzzuwachs um 6,1 % auf ein Volumen von 313 Mrd. Euro. Der für Intershop relevante Markt für E-Commerce-Software als Teil des Marktsegments Customer-Relationship-Management wird laut Analysen der Schweizer Investmentbank UBS im vergangenen Jahr auf rund 3,5 Mrd. US-Dollar beziffert und soll nach Angaben mehrerer Studien im laufenden Jahr auf rund 4 Mrd. US-Dollar wachsen.

Umsatzentwicklung

Intershop hat im ersten Halbjahr 2014 einen Nettoumsatz von 23,8 Mio. Euro Erlöst und damit 6 % weniger als ein Jahr zuvor. Ursache für den Rückgang ist der anhaltende Umbau des Unternehmens, der eine Fokussierung auf die zukunftssträchtigen Lizenzerlöse vorsieht. Dieser Umbau bedarf angesichts des wettbewerbsintensiven Umfelds in diesem Bereich einer Verstärkung der Ressourcen im Vertrieb und Marketing, deren Umsatzeffekt nachgelagert zum Tragen kommt. Demgegenüber sank der Umsatz mit Serviceleistungen, Wartung und Sonstiges, da wegfallende Ressourcen bei Großkunden nur teilweise durch Neugeschäft in diesem Segment kompensiert wurden.

Der Bereich Lizenzen folgt weiterhin einem positiven Trend und legte im ersten Halbjahr um 33 % auf 2,4 Mio. Euro zu. Nach 1,1 Mio. Euro im ersten Quartal des Jahres verbuchte Intershop im zweiten Quartal rund 1,3 Mio. Euro mit neuen Lizenzkunden, was einem Plus von 14 % gegenüber dem Vorjahresquartal entspricht.

Die Beratungs- und Schulungserlöse hingegen verringerten sich um 10 % auf 11,8 Mio. Euro in den ersten sechs Monaten des Jahres 2014 aufgrund von geringeren Umsätzen mit zwei Großkunden. Dennoch bleibt das Beratungsgeschäft mit rund 50 % der bei weitem wichtigste Umsatzträger von Intershop. Das Wartungsgeschäft reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 12 % aufgrund des Umsatzrückgangs mit einem Kunden, und trug mit 3,7 Mio. Euro rund 16 % zu den Nettoerlösen bei. Im Bereich Sonstige Erlöse fiel der Umsatz von 4,1 Mio. Euro im Vorjahr auf 3,6 Mio. Euro. Hier konnten wachsende Erlöse bei neuen Full-Service-Kunden die Umsatzeinbußen durch auslaufende Verträge nur teilweise kompensieren. Die Online-Marketing Erlöse erhöhten sich erneut (+5 %) und kamen auf 2,2 Mio. Euro, was die gute Marktstellung der Online Marketing Tochter SoQuero untermauert. Besonders in dem an Bedeutung stark wachsenden Bereich Suchmaschinen-

Marketing (SEA und SEO), aber auch bei klassischen Online-Kampagnen, nimmt SoQuero inzwischen eine wichtige Rolle unter den Online Marketing Agenturen in Deutschland ein.

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Nettoumsatzerlöse nach Bereichen (in TEUR):

1. Januar bis 30. Juni	2014	2013	Veränderung
Lizenzen	2.363	1.782	33 %
Serviceleistungen, Wartung und Sonstige	21.414	23.594	-9 %
Beratung/Schulung	11.849	13.153	-10 %
Wartung	3.718	4.209	-12 %
Online Marketing	2.199	2.097	5 %
Sonstige Erlöse	3.648	4.135	-12 %
Gesamtnettoumsatz	23.777	25.376	-6 %

Transformation vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen

Intershop hat im ersten Halbjahr seine strategische Refokussierung vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen fortgesetzt. Mittelfristiges Ziel ist es, das Verhältnis von Produktumsätzen (Lizenzen und Wartung) und Serviceumsätzen von derzeit 40:60 auf 60:40 umzudrehen. Die Entscheidung ist Teil einer umfangreichen Neuausrichtung, um Intershop den Wachstumskurs für die Zukunft zu ebnet. Zur Gewinnung neuer Lizenzkunden hat das Unternehmen im Frühjahr eine breit angelegte Marketingoffensive gestartet, deren Startschuss die Präsentation des neuen Markenauftritts inklusive neuer Vertriebsmaterialien und einem Relaunch der Website markierte. Zudem hat Intershop eine Initiative für Innovationen unter dem Namen „Seed – Growing Ideas“ gestartet. Ein Höhepunkt der Vermarktungsaktivitäten war der erstmalig ausgerichtete „Intershop Summit“, der Anfang April 2014 in Berlin stattfand. Unter dem neuen Motto „Commerce as a Lifestyle“ gaben Vertreter von Intershop und führender E-Commerce-Unternehmen auf einem exklusiven Event Einblicke in die sich rasch wandelnde Welt des Omni-Channel-Commerce. Ausgewählte Kunden, Partner und Pressevertreter konnten sich zudem ein Bild vom neuen Intershop-Markenauftritt sowie der neuen Intershop-Initiative machen. Insgesamt wurde das konzernweite Vertriebs- und Marketing-Team im Vergleich zum Vorjahr um 13 Mitarbeiter auf nun 79 Mitarbeiter aufgestockt, um so die weltweite Marktpräsenz weiter zu erhöhen.

Zahlreiche Kundengewinne im neuen Zielsegment

Mit dem Umbau des Vertriebs geht auch die Erweiterung des Zielmarktes einher. So gewann Intershop im ersten Halbjahr zahlreiche Neukunden im kleineren und mittleren Umsatzsegment, den das Unternehmen bislang zugunsten von Großkunden weniger stark fokussierte. Eine der wesentlichen Stärken der Intershop 7 Plattform gegenüber den Lösungen der Wettbewerber ist die Eignung der Plattform sowohl für kleinere Kunden mit Online-Umsätzen von 1 bis 10 Mio. Euro (SaaS/Cloud-Lösung) als auch für große Internet-Retailer mit Erlösen von mehr als 1 Mrd. Euro.

Zu den neuen Kunden zählen unter anderen Frankreichs Marktführer für Ski- und Outdoorausrüstung Ekosport, Trony, ein führender HiFi Elektronik-Fachhändler in Italien sowie die Tengemann-Tochter GartenXXL und der mittelständische Büroausrüster Papier Liebl. Auch der Bestandskunde Music Store, fünftgrößter Versandhändler für Musikinstrumente weltweit, wechselte im Zuge des anhaltenden Unternehmenswachstums auf die neue flexible Intershop 7 Plattform. Jüngster namhafter Neuzugang im Kundenportfolio ist Videocon, indischer Multikonzern, der im Bereich Verbraucherelektronik einen neuen Online- und TV-Shoppingkanal auf Basis von Intershop 7 startet.

Ebenfalls wichtiger Bestandteil der Neuausrichtung ist die Ergänzung der eigenen Entwicklungs- und Vertriebskapazitäten um kompetente Partner in den jeweiligen Zielmärkten. Dazu wurden in den ersten sechs Monaten 2014 zahlreiche neue Geschäfts- und

Implementierungspartner gewonnen, allen voran das US-Softwareunternehmen Adobe Systems, dessen Content-Management-System „Adobe Experience Manager“ zukünftig in die Commerce-Plattform Intershop 7 integriert wird. Adobe und Intershop werden die Lösung gemeinsam überwiegend in Nordamerika, Großbritannien und Deutschland vermarkten und vertreiben. Zuletzt stellte Intershop die neue Integrationslösung auf dem wichtigen Adobe Summit EMEA 2014 am 14. und 15. Mai in London vor. Neben der Kooperation mit dem US-Konzern Adobe gab Intershop eine strategische Partnerschaft mit Siteworx, einer führenden US-amerikanischen Digitalagentur, bekannt.

Zudem wurde die Partnerschaft mit Carrenza, Spezialist für cloudbasierte Technologien, intensiviert. In Zukunft stellt Carrenza Intershops bisherige Client/Server-Anwendung in einem Software-as-a-Service-Modell bereit und ermöglicht damit ein nutzungsbasiertes Angebot mit flexiblen Preisoptionen. Weitere neue strategische Partner sind Payone, Querplex und Tricode. Payone ist einer der führenden bankenunabhängigen Payment Service Provider in Europa. Die Partnerschaft mit Querplex hebt die seit Jahren bestehende Kooperation auf eine neue Ebene. Künftig wird Intershop mit der erfahrenen Marketingagentur bereits in der Akquisitionsphase intensiver zusammenarbeiten. Mit Tricode gewinnt Intershop einen weiteren Partner für den wichtigen niederländischen Markt.

Intershop hat in den ersten sechs Monaten seinen Nettoumsatz insbesondere in der Region Asien-Pazifik ausgebaut. Hier verzeichnete der Konzern eine Umsatzsteigerung um 27 % auf rund 2,7 Mio. Euro. Auf dem europäischen Markt verringerten sich die Nettoerlöse um rund 6 % auf 15,0 Mio. Euro. In den USA verzeichnete Intershop einen Umsatzrückgang von rund 16 % auf 6,0 Mio. Euro. Dies ist im Wesentlichen auf zurückgehende Erlöse bei zwei Großkunden zurückzuführen. Insgesamt betrug der Anteil Europas am gesamten Nettoumsatz 63 %, der US-Markt kam auf 25 % und die asiatisch-pazifische Region auf 12 %.

Ergebnisentwicklung

Im ersten Halbjahr 2014 steigerte Intershop das Bruttoergebnis vom Umsatz um 4 % auf 7,6 Mio. Euro. Damit verbesserte sich die Bruttomarge von 29 % im Vorjahreszeitraum auf 32 % im ersten Halbjahr 2014. Unter dem Strich verblieb dagegen ein negatives operatives Ergebnis (EBIT) in Höhe von 4,3 Mio. Euro, was auf den Umsatzrückgang sowie die für den strategischen Umbau notwendigen Investitionen zurückzuführen ist. Vor Abschreibungen (EBITDA) lag das Ergebnis bei -2,2 Mio. Euro. Wesentlicher Aufwandsposten war Vertrieb und Marketing, der um 11 % auf 6,4 Mio. Euro zulegte. Die Kosten für Forschung und Entwicklung stiegen ebenfalls um 37 % auf 2,7 Mio. Euro, was primär auf der im Vorjahresvergleich geringeren Aktivierung von Softwareentwicklungskosten und weniger Produktentwicklungsleistungen beruht. Die Verwaltungskosten erhöhten sich um 12 %. Insgesamt belief sich die Betriebskostenquote auf 50 % nach 40 % im Vorjahreszeitraum. Im zweiten Halbjahr wird eine deutliche Reduzierung der Quote angestrebt.

Das Periodenergebnis vor Steuern kam auf -4,3 Mio. Euro, nach Steuern verblieb ein Halbjahresverlust von 4,4 Mio. Euro (Vorjahr: -2,9 Mio. Euro). Das Ergebnis je Aktie lag mit -0,14 Euro um 4 Cent unter dem Vorjahreswert von -0,10 Euro.

Finanz- und Vermögenslage

Im Berichtszeitraum erwirtschaftete Intershop mit 0,5 Mio. Euro einen positiven operativen Cashflow. Trotz des negativen Periodenergebnisses sorgten unter anderen höhere Zuflüsse aus Forderungen in Höhe von 2,4 Mio. Euro für diese positive Entwicklung. Der Cash-Bestand betrug zum Stichtag Ende Juni 6,4 Mio. Euro im Vergleich zu 7,4 Mio. Euro per Ende Dezember 2013.

Die Eigenkapitalquote des Intershop-Konzerns liegt mit 65 % weiterhin auf sehr hohem Niveau. Die Eigenkapitalposition sank aufgrund des Periodenverlusts gegenüber dem Jahresresulto 2013 um 18 % auf 19,9 Mio. Euro.

Der Intershop-Konzern ist nach wie vor frei von Bankverbindlichkeiten und anderen Finanzschulden. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen um 11 % auf 10,0 Mio. Euro (31.12.2013: 9,0 Mio. Euro). Insgesamt sank die Bilanzsumme von 33,7 Mio. Euro zum Jahresende 2013 auf 30,4 Mio. Euro zum Zwischenbilanzstichtag.

Forschung und Entwicklung

Intershop hat auch im Produktbereich eine Reorganisation vollzogen, die auf die Verschlankung der Prozesse zur Weiterentwicklung der Intershop 7 Plattform abzielt. Künftig ist der F&E-Bereich in die Segmente Agile Development, Solution Management sowie Innovation Management unterteilt. Ziel des zuständigen Konzernvorstands Dr. Jochen Wiechen ist es, die eignen Ressourcen effektiver einzusetzen und weltweite Partnerressourcen schnell und reibungslos dort einzubinden, wo sie gebraucht werden. Kern des Innovation Managements ist die in diesem Frühjahr gestartete Initiative „Seed – Growing Ideas“. Über ein neugegründetes, in Berlin beheimatetes, „Innovation Lab“ sollen neue Trends und Innovationen identifiziert werden und über Partnerschaften in das Intershop-Angebot integriert werden. Die entsprechenden Start-ups profitieren durch die Partnerschaft vom direkten Zugang zu Kunden, Know-how und den Softwaretools von Intershop und können so ihr wirtschaftliches Potenzial besser entfalten. Intershop wird durch das Innovation Lab die schnelle und effektive Einbindung von innovativen Tools rund um das Thema Omni-Commerce ermöglicht. Die ersten beiden Kooperationspartner sind das auf Bilderkennung spezialisierte Unternehmen Picalike sowie die Online-Werbeagentur Jung von Matt/Next.

Personal

Intershop zählt zu den beliebtesten Arbeitgebern der deutschen IT-Branche. Das ergab eine Untersuchung des Nachrichtenmagazins Focus in Zusammenarbeit mit dem Business-Netzwerk Xing, dem Datenverwerter statista sowie kununu, dem größten deutschsprachigen Arbeitgeberbewertungsportal. Im Branchenvergleich „Telekommunikation und IT“ erreichte Intershop den sechsten Platz, in der reinen Betrachtung der IT-Industrie einen vierten Platz und ließ namhafte Wettbewerber hinter sich. Gegenstand der Erhebung waren unter anderem die Zufriedenheit mit dem Führungsverhalten der Vorgesetzten, den beruflichen Perspektiven, dem Gehalt sowie dem Image des Arbeitgebers.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt ist die Belegschaft von Intershop um 11 auf 529 Vollzeitkräfte gesunken. Während im F&E-Bereich die hohen Personalkapazitäten, die für die Entwicklung von Intershop 7 notwendig gewesen waren, zurückgefahren wurden, erweiterte Intershop die Belegschaft im Bereich Vertrieb und Marketing, um die Marketing- und Vertriebsoffensive des Unternehmens erfolgreich zu gestalten. Hier wurden seit dem 30. Juni des Vorjahres 13 neue Stellen geschaffen.

Die folgende Übersicht zeigt die Aufteilung der Vollzeitkräfte nach Unternehmensbereichen.

Mitarbeiter nach Bereichen (Vollzeitkräfte)	30.06.2014	31.12.2013	30.06.2013
Technische Abteilungen (Servicebereiche und F&E-Bereiche)	391	404	420
Vertrieb und Marketing	79	73	66
Allgemeine Verwaltung	59	58	54
Gesamt	529	535	540

Konzernrisiken

In Bezug auf die Risiken wird auf die ausführliche Darstellung im Geschäftsbericht 2013 verwiesen.

Ereignisse nach dem Zwischenbilanzstichtag

Im Juli 2014 wurde der Gesellschaft eine Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage der Aktionärin GSI Commerce Solutions, Inc. zugestellt, welche dieser gegen den auf der ordentlichen Hauptversammlung vom 12. Juni 2014 zu TOP 6 (Sonderprüfung) gefassten Beschluss erhoben hat. Die Klage ist vor dem Landgericht Gera anhängig und wird derzeit geprüft.

Intershop hat am 1. August 2014 seine Jahresprognose 2014 revidiert und die Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2014 angepasst.

Ausblick

Der E-Commerce-Sektor bleibt weiterhin auf Wachstumskurs. Die Marktforscher von eMarketer erwarten nach jüngsten Schätzungen bis 2018 ein jährliches Wachstum von rund 10 %. Das stärkste Wachstum wird der Region Asien/Pazifik beigemessen, die im Jahr 2015 Nordamerika als größten B2C-E-Commerce-Markt ablösen wird. Bis 2018 liegt ihr Anteil an den weltweiten B2C-Onlineumsätzen bei 37,4 % vor den USA mit 30,6 % und Westeuropa mit einem Anteil von 22,7 %. Auch für die weltweite Softwarebranche werden weitere Zuwächse prognostiziert. Das Marktforschungsunternehmen IDC prognostiziert ein durchschnittliches jährliches Wachstum der Branche von knapp 6 % bis 2017.

Wie der Branchenausblick zeigt, entwickeln sich die für Intershop relevanten Marktsegmente sehr dynamisch. Dennoch ist der Markt um neue Lizenzkunden stark umkämpft und regional zersplittert. Intershop setzt derzeit auf Maßnahmen zur Erhöhung der Sichtbarkeit im Markt und zur Gewinnung weiterer Marktanteile. Darüber hinaus wird konsequent am Ausbau des weltweiten Partnernetzwerks gearbeitet. Mittelfristiges Kernziel ist der deutliche Zuwachs im Produktgeschäft durch Generierung neuer Lizenz- und Wartungsumsätze. 2014 bleibt ein Investitionsjahr, um die Basis für langfristig steigende Umsätze und nachhaltige Profitabilität zu legen.

Auf Basis der aktuellen Planungen hat der Vorstand Anfang August die Jahresprognose angepasst und erwartet nun im Geschäftsjahr 2014 einen rückläufigen Umsatz im einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich sowie ein negatives operatives Ergebnis (EBIT) im mittleren einstelligen Millionen Euro-Bereich. Vor dem Hintergrund der schwächer als erwarteten Umsatzentwicklung, hat das Management kurzfristig Maßnahmen zur Optimierung der Kostenstruktur ergriffen.

Konzernbilanz

in TEUR	30. Juni 2014	31. Dezember 2013
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	10.677	11.104
Sachanlagen	937	1.026
Sonstige langfristige Vermögenswerte	20	20
Latente Steuern	895	895
	12.529	13.045
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.206	12.555
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	1.254	716
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6.370	7.389
	17.830	20.660
Summe AKTIVA	30.359	33.705
PASSIVA		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	30.183	30.183
Kapitalrücklagen	7.751	7.751
Andere Rücklagen	-18.078	-13.752
	19.856	24.182
Langfristige Schulden		
Sonstige langfristige Rückstellungen	29	58
Umsatzabgrenzungsposten	425	421
	454	479
Kurzfristige Schulden		
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	296	347
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.988	3.057
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	106	72
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	3.578	2.940
Umsatzabgrenzungsposten	3.081	2.628
	10.049	9.044
Summe PASSIVA	30.359	33.705

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in TEUR	1. April bis 30. Juni		1. Januar bis 30. Juni	
	2014	2013	2014	2013
Bruttoumsatzerlöse				
Lizenzen	1.252	1.103	2.363	1.782
Serviceleistungen, Wartung und sonstige	11.483	12.978	23.427	25.435
	12.735	14.081	25.790	27.217
Mediakosten	-973	-904	-2.013	-1.841
Nettoumsatzerlöse				
Lizenzen	1.252	1.103	2.363	1.782
Serviceleistungen, Wartung und sonstige	10.510	12.074	21.414	23.594
	11.762	13.177	23.777	25.376
Herstellungskosten				
Lizenzen	-833	-676	-1.652	-1.362
Serviceleistungen, Wartung und sonstige	-7.180	-8.602	-14.503	-16.671
	-8.013	-9.278	-16.155	-18.033
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.749	3.899	7.622	7.343
Betriebliche Aufwendungen und Erträge				
Forschung und Entwicklung	-1.431	-846	-2.656	-1.942
Vertrieb und Marketing	-3.326	-2.987	-6.391	-5.746
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.558	-1.300	-3.034	-2.705
Sonstige betriebliche Erträge	53	135	261	273
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-34	-43	-92	-94
	-6.296	-5.041	-11.912	-10.214
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-2.547	-1.142	-4.290	-2.871
Zinserträge	10	7	16	13
Zinsaufwendungen	0	0	0	-1
Finanzergebnis	10	7	16	12
Ergebnis vor Steuern	-2.537	-1.135	-4.274	-2.859
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-46	-34	-102	-36
Ergebnis nach Steuern	-2.583	-1.169	-4.376	-2.895
Sonstiges Ergebnis				
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:				
aus Währungsumrechnung	30	-101	50	-82
Gesamtergebnis	-2.553	-1.270	-4.326	-2.977
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert)	-0,09	-0,04	-0,14	-0,10
Ergebnis je Aktie in EUR (verwässert)	-0,09	-0,04	-0,14	-0,10
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183

Konzern-Kapitalflussrechnung

	1. Januar bis 30. Juni	
in TEUR	2014	2013
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Ergebnis vor Steuern	-4.274	-2.859
<i>Anpassungen zur Überleitung Periodenergebnis</i>		
Finanzergebnis	-16	-12
Abschreibungen	2.049	1.815
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	33	-50
<i>Veränderung der operativen Vermögenswerte und Schulden</i>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.409	-496
Sonstige Vermögenswerte	-537	-237
Verbindlichkeiten und Rückstellungen	460	-1.476
Umsatzabgrenzungsposten	425	1.994
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern und Zinsen	549	-1.321
Erhaltene Zinsen	16	12
Gezahlte Zinsen	0	-1
Erhaltene Ertragsteuern	0	21
Gezahlte Ertragsteuern	-73	-367
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	492	-1.656
Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-1.312	-1.566
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	1	7
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-219	-238
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.530	-1.797
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Wechselkursbedingte Änderungen	19	-59
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	-1.019	-3.512
Liquide Mittel zu Beginn des Berichtszeitraumes	7.389	14.314
Liquide Mittel am Ende des Berichtszeitraumes	6.370	10.802

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in TEUR				Andere Rücklage			Summe Eigenkapital
	Stammaktien (Anzahl Aktien)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Umstellungs- rücklage	Kumulierte Gewinne/ Verluste	Kumulierte Währungsdifferenzen	
Stand 01.01.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-15.796	2.137	24.182
Gesamtergebnis					-4.376	50	-4.326
Stand 30.06.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-20.172	2.187	19.856
Stand 01.01.2013	30.183.484	30.183	7.751	-93	-12.469	2.240	27.612
Gesamtergebnis					-2.895	-82	-2.977
Stand 30.06.2013	30.183.484	30.183	7.751	-93	-15.364	2.158	24.635

Konzernanhang zum 30. Juni 2014

Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der INTERSHOP Communications AG zum 31. Dezember 2013 wurde in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsstandards des International Accounting Standards Board (IASB) – den International Financial Reporting Standards (IFRS) – sowie den nach § 315a Abs. 1 Handelsgesetzbuch (HGB) anzuwendenden Vorschriften aufgestellt. Dementsprechend wurde auch der Konzernzwischenbericht zum 30. Juni 2014 in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ erstellt.

Dieser Konzernzwischenbericht zum 30. Juni 2014 ist ungeprüft und ist im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss und dem dazugehörigen Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2013 zu lesen. Der Konzernabschluss und der Konzernanhang sind im Geschäftsbericht des Unternehmens für das Geschäftsjahr 2013 enthalten. Der Geschäftsbericht 2013 ist auf der Internetseite des Unternehmens unter <http://www.intershop.de/investoren-finanzberichte> verfügbar.

Rechnungslegungsgrundsätze (Compliance statement)

Der Konzernzwischenabschluss der INTERSHOP Communications AG wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und den Auslegungen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) erstellt, wie sie in der Europäischen Union verpflichtend anzuwenden sind.

Der Konzernzwischenabschluss wurde in Euro aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, werden alle Beträge in tausend Euro (TEUR) angegeben. Es wird kaufmännisch gerundet. Hierdurch kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen der INTERSHOP Communications AG umfasste zum 30. Juni 2014 neben der Muttergesellschaft die Tochterunternehmen Intershop Communications, Inc., SoQuero GmbH, The Bakery GmbH, Intershop Communications Australia Pty Ltd, Intershop Communications Nordics AB, Intershop Communications Ventures GmbH, Intershop Communications Asia Limited sowie Intershop Communications SARL. Die Intershop Communications SARL mit Sitz in Paris wurde in 2014 neu gegründet. In den Konzernzwischenabschluss sind die konsolidierten Ergebnisse der Gesellschaft und aller in- und ausländischen Tochterunternehmen einbezogen, bei denen die Intershop Communications AG direkt oder indirekt die Möglichkeit zur Beherrschung der Finanz- und Geschäftspolitik dieser Gesellschaften hat.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Bei der Aufstellung des Konzernzwischenberichts wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie beim Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013 verwendet. Die angewandten Methoden sind im Geschäftsbericht 2013 auf den Seiten 48 bis 54 detailliert beschrieben.

Eigenkapital

Die Entwicklung des Eigenkapitals der INTERSHOP Communications AG ist in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

Das gezeichnete Kapital beträgt unverändert 30.183.484 Euro zum 30. Juni 2014 und ist eingeteilt in 30.183.484 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien. Zum 30. Juni 2014 verfügte die Gesellschaft unverändert über Genehmigte Kapitalia von 7.500.000 Euro (Genehmigtes Kapital I).

Ergebnis je Aktie

Die Berechnung des unverwässerten und verwässerten Ergebnisses je Aktie basiert auf folgenden Daten (in TEUR):

	Quartal zum		6-Monatszeitraum zum	
	30.06.2014	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2013
Basis für das unverwässerte Ergebnis je Aktie (Ergebnis nach Steuern für die Aktionäre der Intershop)	-2.583	-1.169	-4.376	-2.895
Basis für das verwässerte Ergebnis	-2.583	-1.169	-4.376	-2.895

Die Anzahl der Aktien berechnet sich wie folgt:

	Quartal zum		6-Monatszeitraum zum	
	30.06.2014	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2013
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das unverwässerte Ergebnis je Aktie	30.183	30.183	30.183	30.183
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das verwässerte Ergebnis je Aktie	30.183	30.183	30.183	30.183

Die Ermittlung des Ergebnisses je Aktie wird im Folgenden dargestellt:

	Quartal zum		6-Monatszeitraum zum	
	30.06.2014	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2013
Ermittlung Ergebnis je Aktie (unverwässert)				
Basis für das unverwässerte Ergebnis (in TEUR)	-2.583	-1.169	-4.376	-2.895
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (unverwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183
Ergebnis je Aktie (unverwässert) (in EUR)	-0,09	-0,04	-0,14	-0,10
Ermittlung Ergebnis je Aktie (verwässert)				
Basis für das verwässerte Ergebnis (in TEUR)	-2.583	-1.169	-4.376	-2.895
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (verwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183
Ergebnis je Aktie (verwässert) (in EUR)	-0,09	-0,04	-0,14	-0,10
Anpassung des Ergebnisses je Aktie (verwässert) (in EUR)	-0,09	-0,04	-0,14	-0,10

Die ausgegebenen Aktienoptionen werden gemäß IAS 33.47 nur in die Berechnung des verwässerten Ergebnisses einbezogen, wenn der durchschnittliche Börsenkurs der Intershop-Stammaktien während des Quartals den Ausübungspreis der Aktienoptionen übersteigt. Wenn das verwässerte Ergebnis den Verlust je Aktie reduziert bzw. das Ergebnis je Aktie erhöht, erfolgt eine Anpassung auf den Betrag des unverwässerten Ergebnisses pro Aktie (Verwässerungsschutz) gemäß IAS 33.43.

Segmentberichterstattung

Segmentbericht Quartal zum 30. Juni 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Nettoumsatz mit externen Kunden					
Lizenzen	1.163	65	24	0	1.252
Beratung und Schulung	2.221	2.571	984	0	5.776
Wartung	1.522	220	130	0	1.872
Online Marketing	1.042	0	0	0	1.042
Andere	1.384	210	226	0	1.820
Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden	7.332	3.066	1.364	0	11.762
Zwischen-Segment-Umsatz	181	30	79	-290	0
Gesamtnettoumsatz	7.513	3.096	1.443	-290	11.762
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-1.601	-665	-281	0	-2.547
Finanzergebnis					10
Ergebnis vor Steuern					-2.537
Steuern					-46
Ergebnis nach Steuern					-2.583

Segmentbericht Quartal zum 30. Juni 2013

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Nettoumsatz mit externen Kunden					
Lizenzen	904	151	48	0	1.103
Beratung und Schulung	2.430	3.212	682	0	6.324
Wartung	1.563	236	364	0	2.163
Online Marketing	1.067	0	0	0	1.067
Andere	2.315	193	12	0	2.520
Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden	8.279	3.792	1.106	0	13.177
Zwischen-Segment-Umsatz	45	239	8	-292	0
Gesamtnettoumsatz	8.324	4.031	1.114	-292	13.177
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-715	-344	-83	0	-1.142
Finanzergebnis					7
Ergebnis vor Steuern					-1.135
Steuern					-34
Ergebnis nach Steuern					-1.169

Segmentbericht 6-Monatszeitraum zum 30. Juni 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Nettoumsatz mit externen Kunden					
Lizenzen	2.229	65	69	0	2.363
Beratung und Schulung	4.838	5.077	1.934	0	11.849
Wartung	3.008	455	255	0	3.718
Online Marketing	2.199	0	0	0	2.199
Andere	2.749	440	459	0	3.648
Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden	15.023	6.037	2.717	0	23.777
Zwischen-Segment-Umsatz	415	58	79	-552	0
Gesamtnettoumsatz	15.438	6.095	2.796	-552	23.777
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-2.715	-1.092	-483	0	-4.290
Finanzergebnis					16
Ergebnis vor Steuern					-4.274
Steuern					-102
Ergebnis nach Steuern					-4.376

Segmentbericht 6-Monatszeitraum zum 30. Juni 2013

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Nettoumsatz mit externen Kunden					
Lizenzen	1.516	189	77	0	1.782
Beratung und Schulung	5.693	6.133	1.327	0	13.153
Wartung	3.020	465	724	0	4.209
Online Marketing	2.097	0	0	0	2.097
Andere	3.740	383	12	0	4.135
Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden	16.066	7.170	2.140	0	25.376
Zwischen-Segment-Umsatz	83	420	8	-511	0
Gesamtnettoumsatz	16.149	7.590	2.148	-511	25.376
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-1.814	-824	-233	0	-2.871
Finanzergebnis					12
Ergebnis vor Steuern					-2.859
Steuern					-36
Ergebnis nach Steuern					-2.895

Rechtsstreitigkeiten

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2014 haben sich zu den im Geschäftsbericht 2013 auf Seite 69 aufgeführten Rechtsstreitigkeiten die folgenden Änderungen ergeben:

In dem Verfahren, in welchem die Gesellschaft Zahlungsansprüche aus einer vertraglichen Vereinbarung geltend macht, hat der Vertragspartner der Gesellschaft nunmehr Widerklage erhoben und verfolgt die Rückabwicklung der Leistungen. Darüber hinaus hat der Vertragspartner angekündigt, weitere Schadensersatzansprüche zu prüfen. Die Gesellschaft verteidigt sich hiergegen und geht derzeit davon aus, dass die vom Vertragspartner geltend gemachten Ansprüche schon dem Grunde nach nicht bestehen und im Übrigen auch der Höhe nach nicht gerechtfertigt sind. Der Termin zur Güteverhandlung bzw. Haupttermin wurde auf Mitte Dezember 2014 bestimmt.

Angabe zu nahe stehenden Personen

Intershop unterhielt neben den Geschäftsbeziehungen zu den konsolidierten Tochterunternehmen Beziehungen zu einem Unternehmen, welches an Intershop beteiligt ist. Die GSI Commerce Solutions Inc. besaß zum Zwischenbilanzstichtag 26,14 % der Anteile der Gesellschaft. Die mit dem Unternehmen erzielten Umsätze beliefen sich auf 992 TEUR in den ersten sechs Monaten 2014 (Vorjahreszeitraum: 1.708 TEUR). Der offene Saldo an Forderungen betrug 170 TEUR zum 30. Juni 2014 (Vorjahresstichtag: 719 TEUR). Die Forderungen umfassen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Intershop hat keine Lieferungen und Leistungen von GSI bezogen und es bestanden keine Verbindlichkeiten zum 30. Juni 2014.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte

Per 30. Juni 2014 hielten die folgenden Organmitglieder der Gesellschaft Intershop-Inhaberstammaktien:

Name	Funktion	Aktien
Dr. Herbert May	Aufsichtsratsvorsitzender	18.000
Jochen Moll	Sprecher des Vorstands	42.500
Ludwig Lutter	Mitglied des Vorstands	10.874
Dr. Jochen Wiechen	Mitglied des Vorstands	30.000

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2014 wurden folgende Käufe von Intershop-Inhaberstammaktien durch Organmitglieder der Gesellschaft getätigt:

Name	Datum	Geschäftsart	Stück	Gesamtwert (EUR)
Jochen Moll	25.02.2014	Kauf	10.000	19.000
Dr. Jochen Wiechen	31.01.2014	Kauf	20.000	35.770

Intershop-Aktie

Börsendaten zur Intershop-Aktie	
ISIN	DE000A0EPUH1
WKN	A0EPUH
Börsenkürzel	ISH2
Zulassungssegment	Prime Standard/Geregelter Markt
Branche	Software
Zugehörigkeit zu Börsen-Indizes	CDAX, Prime All Share, Technology All Share

Kennzahlen zur Intershop-Aktie		6M 2014	2013	6M 2013
Stichtagsschlusskurs ¹	in EUR	1,64	1,48	1,53
Anzahl der ausgegebenen Aktien (per Stichtag)	in Mio. Stück	30,18	30,18	30,18
Marktkapitalisierung	in Mio. EUR	49,50	44,67	46,18
Ergebnis je Aktie	in EUR	-0,14	-0,11	-0,10
Cashflow pro Aktie	in EUR	0,02	-0,14	-0,05
Buchwert je Aktie	in EUR	0,66	0,80	0,82
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag ²	in Stück	35.803	59.015	34.004
Streubesitz	in %	69	69	67

¹ Basis: Xetra

² Basis: Alle Börsenplätze

Kontakt



Investor Relations Kontakt

Intershop Communications AG

Intershop Tower

D-07740 Jena

Tel. +49 3641 50 1000

Fax +49 3641 50 1309

E-Mail ir@intershop.de

www.intershop.de

Dieser Zwischenbericht enthält Aussagen über zukünftige Ereignisse bzw. die zukünftige finanzielle und operative Entwicklung von Intershop. Die tatsächlichen Ereignisse und Ergebnisse können von den in diesen zukunftsbezogenen Aussagen dargestellten bzw. von den nach diesen Aussagen zu erwartenden Ergebnissen signifikant abweichen. Risiken und Unsicherheiten, die zu diesen Abweichungen führen können, umfassen unter anderem die begrenzte Dauer der bisherigen Geschäftstätigkeit von Intershop, die geringe Vorhersehbarkeit von Umsätzen und Kosten sowie die möglichen Schwankungen von Umsätzen und Betriebsergebnissen, die erhebliche Abhängigkeit von einzelnen großen Kundenaufträgen, Kundentrends, den Grad des Wettbewerbs, saisonale Schwankungen, Risiken aus elektronischer Sicherheit, mögliche staatliche Regulierung und die allgemeine Wirtschaftslage.