



# Zwischenbericht über die ersten neun Monate 2014

1. Januar bis 30. September 2014



## Inhalt

---

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE.....	3
KONZERNKENNZAHLEN .....	4
KONZERNLAGEBERICHT .....	5
Gesamtwirtschaft und Branche .....	5
Umsatzentwicklung .....	5
Ergebnisentwicklung.....	7
Finanz- und Vermögenslage.....	8
Forschung und Entwicklung.....	8
Personal .....	8
Konzernrisiken.....	9
Ausblick.....	9
KONZERNBILANZ.....	10
KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG.....	11
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG .....	12
KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG .....	13
KONZERNANHANG ZUM 30. SEPTEMBER 2014.....	14
Allgemeine Angaben.....	14
Rechnungslegungsgrundsätze (Compliance statement).....	14
Konsolidierungskreis .....	14
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden.....	14
Eigenkapital.....	15
Sonstige betriebliche Erträge.....	15
Ergebnis je Aktie .....	15
Segmentberichterstattung.....	16
Rechtsstreitigkeiten .....	18
Angabe zu nahe stehenden Personen.....	18
Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte.....	19
INTERSHOP-AKTIE .....	20
KONTAKT .....	21

## Brief an die Aktionäre

---



Jochen Moll



Ludwig Lutter



Dr. Jochen Wiechen

Sehr geehrte Aktionäre und Geschäftsfreunde,

unsere Transformation vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen haben wir im dritten Quartal weiter vorangetrieben. Die Lizenzumsätze lagen im Quartalsvergleich um 61 %, in den ersten neun Monaten um 42 % über dem Vorjahreszeitraum. Doch der Umbau dauert länger als wir erwartet haben, so dass die Umsatzeinbußen im Servicebereich bei einigen Großkunden durch die gestiegenen Lizenzumsätze noch nicht kompensiert werden konnten.

Ein weiteres positives Signal, dass die Refokussierung auf das Produktgeschäft Früchte trägt, ist die wachsende Bruttomarge, die mit 34 % deutlich über den Vorquartalen lag. Auch die erfolgreiche Veräußerung der Online-Marketing-Tochter SoQuero stärkt unseren Kurs und macht Ressourcen für das Produktgeschäft frei. Zudem stellen wir fest, dass mit der strategischen Neuausrichtung wie geplant eine Verbreiterung unserer Kundenbasis einhergeht und wir vermehrt kleinere und mittlere Kunden für Intershop 7 gewinnen können. Maßgeblichen Anteil daran hat die hohe Skalierbarkeit unserer Plattform-Technologie, die Neukunden ermöglicht, mit einer günstigen Lösung zu starten, bei Bedarf die Technologie steigenden Umsätzen anzupassen und so langfristig gemeinsam mit Intershop zu wachsen. Ebenfalls als richtig hat sich erwiesen, mit der Refokussierung eine neue Partnerstrategie zu beschreiten. Unser Partnerprogramm ist eines der attraktivsten am Markt und unser Netzwerk ist stark gewachsen. Schritt für Schritt gewinnen wir gemeinsam mit unseren Partnern neue Kunden und generieren stabile Produktumsätze mit hoher Rentabilität.

Der Umbau bei Intershop wird jedoch dadurch erschwert, dass wir bei einigen Großkunden in den letzten Quartalen deutliche Umsatzeinbußen hinnehmen mussten, was ein wesentlicher Grund für die schwache Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten ist. Im dritten Quartal wurde der negative Ergebnistrend zwar gebremst, was unter anderem auf Kosteneinsparungen zurückzuführen ist. Doch die Rückkehr auf den Wachstumskurs lässt sich nicht durch Sparmaßnahmen, sondern nur mit ausreichendem finanziellen Spielraum realisieren.

Weitere Investitionen in Marketing und Vertrieb sind angesichts eines hart umkämpften E-Commerce-Marktes unabdingbar, um den strategischen Umbau der Gesellschaft in der Geschwindigkeit wie bisher voranzutreiben. Deshalb prüft der Vorstand derzeit alle strategischen Optionen, um im Interesse unserer Aktionäre die mittelfristige Finanzierung unserer Wachstumsziele sicherzustellen.

Mit besten Grüßen

A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'Jochen Moll'.

Jochen Moll

A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'Ludwig Lutter'.

Ludwig Lutter

A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'Jochen Wiechen'.

Dr. Jochen Wiechen

## Konzernkennzahlen

in TEUR	9-Monate 2014	9-Monate 2013	Veränderung
<b>Umsatz</b>			
Nettoumsatz	34.857	38.543	-10 %
Lizenzen	3.724	2.626	42 %
Serviceleistungen, Wartung und Sonstige	31.133	35.917	-13 %
Umsatz Europa	22.357	24.059	-7 %
Umsatz USA	8.335	11.219	-26 %
Umsatz Asien/Pazifik	4.165	3.265	28 %
<b>Ergebnis</b>			
Herstellungskosten	23.154	26.666	-13 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	11.703	11.877	-1 %
Bruttomarge	34 %	31 %	
Betriebliche Aufwendungen und Erträge	16.476	15.134	9 %
Forschung und Entwicklung	3.894	2.634	48 %
Vertrieb und Marketing	9.425	8.540	10 %
Allgemeine Verwaltungskosten	4.490	4.174	8 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-1.333	-214	523 %
EBIT	-4.773	-3.257	-47 %
EBIT-Marge	-14 %	-8 %	
EBITDA	-1.748	-489	-257 %
EBITDA-Marge	-5 %	-1 %	
Periodenergebnis	-5.075	-3.297	-54 %
Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,17	-0,11	-55 %
<b>Vermögenslage</b>			
Eigenkapital	19.090	24.236	-21 %
Eigenkapitalquote	69 %	71 %	
Bilanzsumme	27.494	34.272	-20 %
Langfristige Vermögenswerte	11.562	13.395	-14 %
Kurzfristige Vermögenswerte	15.932	20.877	-24 %
Langfristige Schulden	472	858	-45 %
Kurzfristige Schulden	7.932	9.178	-14 %
<b>Finanzlage</b>			
Liquide Mittel	5.631	9.382	-40 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-918	-2.585	64 %
Abschreibungen	3.025	2.768	9 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-823	-2.257	64 %
<b>Mitarbeiter</b>	463	532	-13 %

## Konzernlagebericht

---

### Gesamtwirtschaft und Branche

Die globale Wirtschaft ist in den ersten neun Monaten 2014 langsamer als ursprünglich erwartet gewachsen. In seiner jüngsten Prognose von Oktober stellt der Internationale Währungsfond (IWF) ein weltweites Wirtschaftswachstum von 3,3 % für das Gesamtjahr 2014 in Aussicht. Die aktuelle Prognose liegt damit um 0,4 Prozentpunkten unter der ursprünglichen Annahme von vergangendem Oktober. Die Wachstumsaussichten für die Eurozone wurden alleine seit der letzten IWF-Prognose von Juli 2014 von 1,1 % auf jetzt 0,8 % nach unten korrigiert. Für Deutschland wird nach veranschlagten 1,9 % im Juli derzeit nur noch von einem Zuwachs von 1,4 % ausgegangen. Hauptursache für die geringere globale Wachstumsdynamik sind nach Ansicht des IWF gestiegene geopolitische Risiken sowie eine zunehmende Volatilität an den weltweiten Finanzmärkten.

Auf den globalen E-Commerce-Märkten ist hingegen weiterhin ein ungebremsstes Wachstum zu verzeichnen. Gemäß der Prognose des US-Marktforschungsinstituts eMarketer werden die weltweiten B2C-E-Commerce-Umsätze im laufenden Jahr um fast 20 % auf ein Gesamtvolumen von rund 1,47 Billionen US-Dollar steigen. Die mit Abstand größten Märkte liegen in Asien/Pazifik, Nordamerika und Westeuropa, den Zielregionen von Intershop.

Auch die jüngst bestätigte Jahresprognose des Handelsverband Deutschland (HDE) für den deutschen Onlinehandel gestaltet sich mit einem geschätzten Umsatzzuwachs von 17 % in 2014 auf ein Gesamtvolumen rund 39 Mrd. Euro positiv. Wie groß das noch unerschlossene Marktpotenzial allein in Deutschland ist, wird daran deutlich, dass laut aktueller HDE-Konjunkturumfrage 70 % der befragten stationären Händler das Internet noch nicht aktiv als Vertriebskanal nutzen.

Der globale Softwaremarkt ist derzeit ebenfalls im Wachstumsmodus. Das European Information Technology Observatory (EITO) prognostiziert für 2014 insgesamt einen Umsatzzuwachs um rund 6 % auf ein Volumen von 313 Mrd. Euro. Die Umsätze mit Software für Customer-Relationship-Management, dazu gehören auch E-Commerce-Plattform-Lösungen, werden nach Angaben des US-Marktforschungsunternehmens Gartner in diesem Jahr um rund 15 % auf ein Gesamtvolumen von 23,9 Mrd. US-Dollar anwachsen. Dabei werden laut Gartner bereits 49 % der Umsätze auf SaaS-Lösungen entfallen.

### Umsatzentwicklung

Intershop erlöste in den ersten neun Monaten 2014 einen Nettoumsatz von 34,9 Mio. Euro. Dies entspricht einem Umsatzrückgang von rund 10 %. Wesentliche Ursache dafür war ein Rückgang der Umsätze mit Serviceleistungen, Wartung und Sonstiges um 13 % aufgrund geringerer Umsätze mit einigen Großkunden. Kurzfristig konnte dieser Umsatzrückgang nur teilweise durch Neugeschäft kompensiert werden. Dass viele neugewonnene Kunden kleine und mittelgroße Kunden sind, wird jedoch mittelfristig zur Stabilisierung des Geschäfts und der Rückkehr in die Gewinnzone beitragen, da es zu einer Verbreiterung der Kundenbasis und der Ausweitung des Produktgeschäfts mit margenstarken Lizenzumsätzen führt.

Der positive Trend im Produktgeschäft wird insbesondere an den steigenden Lizenzumsätzen deutlich. So lagen die Lizenzumsätze in den ersten neun Monaten 2014 mit 3,7 Mio. Euro um insgesamt 42 % über dem Vorjahreszeitraum. Gegenüber dem Vorjahresquartal bedeutet dies sogar eine Steigerung der Lizenzumsätze um 61 %.

Die Beratungs- und Schulungserlöse verringerten sich hingegen in den ersten neun Monaten des Jahres 2014 um 12 % auf 17,3 Mio. Euro insbesondere aufgrund von geringeren Umsätzen mit zwei Großkunden. Dennoch bleibt das Beratungsgeschäft mit knapp 50 % der wichtigste Umsatzträger von Intershop. Das Wartungsgeschäft reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14 % und trug mit 5,6 Mio. Euro rund 16 % zu den Nettoerlösen bei.

Im Bereich Sonstige Erlöse fiel der Umsatz auf 5,0 Mio. Euro, was einem Rückgang von 24 % entspricht. Die wachsenden Erlöse bei neuen Full-Service-Kunden konnten die Umsatzeinbußen durch auslaufende Verträge nur teilweise kompensieren. Die Online-Marketing Erlöse lagen auf Vorjahresniveau und betrugen 3,2 Mio. Euro.

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

1. Januar bis 30. September	2014	2013	Veränderung
<b>Lizenzen</b>	<b>3.724</b>	<b>2.626</b>	<b>42 %</b>
<b>Serviceleistungen, Wartung und Sonstige</b>	<b>31.133</b>	<b>35.917</b>	<b>-13 %</b>
Beratung/Schulung	17.280	19.612	-12 %
Wartung	5.574	6.460	-14 %
Online Marketing	3.232	3.218	0 %
Sonstige Erlöse	5.047	6.627	-24 %
<b>Gesamtnettoumsatz</b>	<b>34.857</b>	<b>38.543</b>	<b>-10 %</b>

Weiterhin erfolgreich gestaltet sich der Ausbau der Geschäftstätigkeit in der Region Asien-Pazifik. Hier verzeichnete der Intershop-Konzern im Berichtszeitraum eine Umsatzsteigerung um 28 % auf rund 4,2 Mio. Euro. Auf dem europäischen Markt gingen die Nettoerlöse um rund 7 % auf 22,4 Mio. Euro zurück. In den USA verzeichnete Intershop einen Umsatzrückgang von rund 26 % auf 8,3 Mio. Euro. Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen die zurückgegangenen Erlöse bei zwei Großkunden. Insgesamt betrug der Anteil Europas am gesamten Nettoumsatz 64 %, der US-Markt kam auf 24 % und die asiatisch-pazifische Region auf 12 %.

### **Transformation vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen**

Intershop hat in den ersten neun Monaten seine strategische Refokussierung vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen fortgesetzt. Mittelfristiges Ziel ist es, das Verhältnis von Produktumsätzen (Lizenzen und Wartung) und Serviceumsätzen von bislang 40:60 auf 60:40 umzudrehen, ohne das Servicegeschäft signifikant zu schmälern. Die Entscheidung ist Teil einer umfangreichen Neuausrichtung, um Intershop den Wachstumskurs für die Zukunft zu ebnet.

Zur Gewinnung neuer Lizenzkunden und Partner 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. Die neue Strategie wurde im Laufe des Jahres sowohl auf operativer als auch auf strategischer Ebene fortgeführt. Der Verkauf der Online-Marketing-Tochter SoQuero GmbH mit Wirkung zum 30. September 2014 war ein weiterer logischer Schritt auf dem Weg zur Refokussierung des Geschäftsmodells. Der Verkauf ermöglicht Intershop, sich auf seine Kernkompetenzen, die Bereitstellung innovativer Softwareprodukte im Omni-Channel Commerce, zu konzentrieren.

### **Skalierbarkeit für kleine und große Kunden sowie B2B-Funktionalität neue Schwerpunkte in Vertrieb und Marketing**

Mit der Anpassung des Vertriebsfokus geht auch die Erweiterung des Zielmarktes einher. So gewann Intershop in den ersten neun Monaten vor allem im kleineren und mittleren Umsatzsegment zahlreiche Neukunden. Hier zeigt sich eine der wesentlichen Stärken der Intershop 7 Plattform gegenüber den Lösungen der Wettbewerber – 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. So können Neukunden mit einer günstigen Lösung starten, ihre E-Commerce-Plattform dank der skalierbaren

Software dann steigenden Umsätzen und veränderten Gegebenheiten im Markt anpassen und so langfristig gemeinsam mit Intershop wachsen.

Im Berichtszeitraum gewann Intershop unter anderen Frankreichs Marktführer für Ski- und Outdoorausrüstung Ekosport, Italiens führenden HiFi Elektronik-Fachhändler Trony sowie die Tengelmann-Tochter GartenXXL für eine Zusammenarbeit. Auch der Bestandskunde Music Store, fünftgrößter Versandhändler für Musikinstrumente weltweit, wechselte im Zuge des anhaltenden Unternehmenswachstums auf die neue flexible Intershop 7 Plattform. Ebenfalls neu im Kundenportfolio ist Videocon, ein indischer Multikonzern, der im Bereich Verbraucherelektronik einen neuen Online- und TV-Shoppingkanal auf Basis von Intershop 7 startet.

Wichtiger Bestandteil der Neukundenstrategie von Intershop ist die Gewinnung von B2B-Kunden. Gerade der B2B-E-Commerce-Markt bietet in den kommenden Jahren ein enormes Potenzial. Dies zeigt auch eine im Oktober von Intershop vorgestellte Studie zu den Kundenanforderungen im B2B-Handel, die von Forrester Consulting durchgeführt wurde. Demnach müssen Händler in Zukunft stärker auf das Endnutzerverhalten von Einkäufern im B2B-Handel eingehen. Dass Intershop für diese Kundengruppe eine hervorragende Plattform-Lösung anbietet, zeigt die Gewinnung des US-Neukunden GutterSupply.com, des größten amerikanischen Herstellers und Online-Anbieters von Dachentwässerungssystemen, Werkzeugausrüstung und Wohnaccessoires. Da GutterSupply mit seinem hybriden Produktangebot sowohl B2B- als auch B2C-Kunden anspricht, kann das Unternehmen mit der skalierbaren und vielfältigen Intershop-Plattform nun perfekt die Besonderheiten beider Marktsegmente bedienen. In Deutschland konnte aufgrund der ausgezeichneten Business-to-Business-Funktionalität von Intershop 7 beispielsweise der mittelständische Büroausrüster Papier Liebl als Neukunde gewonnen werden.

Ebenfalls wichtiger Bestandteil der Neuausrichtung von Intershop ist die Ergänzung der eigenen Entwicklungs- und Vertriebskapazitäten um kompetente Partner in den jeweiligen Zielmärkten. Dazu wurden in den ersten neun 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. Neben der Kooperation mit dem US-Konzern Adobe gab Intershop im Frühjahr eine strategische Partnerschaft mit Siteworx, einer führenden US-amerikanischen Digitalagentur, bekannt. Zudem wurde die Partnerschaft mit Carrenza, Spezialist für cloudbasierte Technologien, intensiviert. Weitere neue strategische Partner im Berichtszeitraum sind der Payment-Anbieter Payone, der Multi-Channel-Spezialist Querplex sowie der IT-Dienstleister Tricode.

Beleg für die Attraktivität sowie die positive Entwicklung des Partnerprogramms war die hohe Beteiligung am Intershop European Partner Day, der Mitte Oktober in Berlin stattfand. Dazu fanden sich Vertreter von Partnerunternehmen für zwei Tage in Berlin ein, um unter anderem in Gastvorträgen von Adobe, der Javelin Group und Mister Spex Einblicke in die Kunden- und Partnerpraxis, die Entwicklung gemeinsamer Geschäftsaktivitäten sowie technologische Trends zu erhalten. Zudem präsentierte das Intershop Management-Team auf der exklusiven Veranstaltung seinen Geschäftspartnern die Strategie und bisherige Meilensteine der Transformation zum Produktunternehmen sowie deren Einfluss auf den Ausbau gemeinsamer Geschäftsaktivitäten.

## Ergebnisentwicklung

Intershop verbesserte in den ersten neun Monaten 2014 seine Bruttomarge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10 % auf 34 %. Die negative Umsatzentwicklung konnte dadurch jedoch nur zum Teil aufgefangen werden. In der Folge sank das Bruttoergebnis vom Umsatz leicht um 1 % auf 11,7 Mio. Euro. So wurde nach neun Monaten vor Abschreibungen ein negatives operatives Ergebnis (EBITDA) in Höhe von 1,7 Mio. Euro verbucht. Das EBIT lag im Berichtszeitraum bei -4,8 Mio. Euro. Im Vergleich zu den Vorquartalen wurde die Ergebnisentwicklung im 3. Quartal jedoch verbessert, insbesondere durch die Erhöhung der Bruttomarge, Kosteneinsparungen wie die Kürzung von Fremdleistungen, die Verminderung der Personalkosten sowie einen sonstigen betrieblichen Ertrag aus der Veräußerung der Tochtergesellschaft SoQuero. Unter dem Strich verblieb im dritten Quartal 2014 ein

Periodenergebnis nach Steuern von -0,7 Mio. Euro (Vorjahr: -0,4 Mio. Euro). Das Periodenergebnis im gesamten Berichtszeitraum betrug aufgrund des in den beiden Vorquartalen aufgelaufenen Verlustes insgesamt -5,1 Mio. Euro (Vorjahr: -3,3 Mio. Euro). Das Ergebnis je Aktie lag bei -0,17 Euro, im Vorjahr stand ein Wert von -0,11 Euro zu Buche.

Der größte Aufwandsposten waren die Ausgaben in Vertrieb und Marketing, die um 10 % auf 9,4 Mio. Euro stiegen. Angesichts des wettbewerbsintensiven Umfelds in diesem Bereich bedarf die Refokussierung dieser hohen Aufwendungen, deren positiver Umsatzeffekt allerdings erst nachgelagert zum Tragen kommen wird. Die Kosten für Forschung und Entwicklung stiegen um 48 % auf 3,9 Mio. Euro, was primär auf einer im Vorjahresvergleich geringeren von Kunden bezahlten Produktentwicklungsleistung beruht. Die Verwaltungskosten stiegen um 8 % auf 4,5 Mio. Euro. Insgesamt belief sich die Betriebskostenquote auf 47 % nach 39 % im Vorjahr. Geplant ist, diese Quote bis Ende des Jahres wieder zu senken.

## Finanz- und Vermögenslage

Im Berichtszeitraum erwirtschaftete Intershop einen negativen operativen Cashflow in Höhe von 0,9 Mio. Euro. Im Vorjahreszeitraum betrug der operative Mittelabfluss 2,6 Mio. Euro. Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit belief sich auf 0,8 Mio. Euro im Vergleich zu 2,3 Mio. Euro im Vorjahr. Insgesamt betrug der Cash-Bestand zum Stichtag Ende September 5,6 Mio. Euro.

Die Eigenkapitalquote des Intershop-Konzerns liegt mit 69 % weiterhin auf sehr hohem Niveau, was vor allem darin begründet ist, dass Intershop keine Bankverbindlichkeiten oder anderen Finanzschulden besitzt. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sanken in den ersten neun Monaten um rund 2 % und lagen bei 7,9 Mio. Euro. Insgesamt sank die Bilanzsumme von 33,7 Mio. Euro zum Jahresende 2013 auf 27,5 Mio. Euro zum Zwischenbilanzstichtag. Die Eigenkapitalposition sank aufgrund des Periodenverlusts gegenüber dem Jahresultimo 2013 um 21 % auf 19,1 Mio. Euro.

Um die begonnene Refokussierung auf das Produktgeschäft konsequent fortsetzen, prüft der Vorstand derzeit alle strategischen Optionen, um eine nachhaltige mittelfristige Finanzplanung zur Erreichung der Wachstumsziele zu realisieren.

## Forschung und Entwicklung

Im Mittelpunkt der Forschungs- und Entwicklungsarbeit steht die stetige Weiterentwicklung der Omni-Commerce-Plattform Intershop 7. So wurde im September ein weiteres Versionsupdate veröffentlicht. Die neue Intershop Suite 7.5 wartet mit diversen Erweiterungen und Verbesserungen auf. Dazu gehört eine noch intuitivere Benutzerführung, angepasste Arbeitsabläufe, ein schneller Zugriff auf alle wichtigen Unternehmenskennzahlen und eine effizientere Kontrolle der Handelsprozesse. Zudem bestehen nun noch mehr Möglichkeiten zur kontinuierlichen Integration und Anpassung von angrenzenden Systemlandschaften. Intershop 7.5 unterstreicht die Rolle Intershops als führender Anbieter von Omni-Channel-Commerce-Lösungen.

Zudem hat Intershop im F&E-Bereich eine Reorganisation vollzogen, die auf die Verschlankeung 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 eigenen Ressourcen effektiver einzusetzen und weltweite Partnerressourcen schnell und reibungslos dort einzubinden, wo sie gebraucht werden.

## Personal

Die Belegschaft von Intershop ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 72 auf 463 Vollzeitkräfte gesunken. Der Großteil des Rückgangs entfällt auf die mit dem Verkauf der Online-Marketing Tochter SoQuero ausgeschiedenen Mitarbeiter (39 Mitarbeiter). Darüber

hinaus wurde in einigen Bereichen die Mitarbeiterzahl aufgrund der schwächeren Geschäftsentwicklung leicht reduziert. Im F&E-Bereich wurde im September vorübergehend Kurzarbeit eingeführt.

Die folgende Übersicht zeigt die Aufteilung der Vollzeitkräfte nach Unternehmensbereichen.

Mitarbeiter nach Bereichen (Vollzeitkräfte)	30.09.2014*	31.12.2013	30.09.2013
Technische Abteilungen (Servicebereiche und F&E-Bereiche)	364	404	403
Vertrieb und Marketing	55	73	72
Allgemeine Verwaltung	44	58	57
<b>Gesamt</b>	<b>463</b>	<b>535</b>	<b>532</b>

\*ohne SoQuero

## Konzernrisiken

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

## 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 wird der asiatisch-pazifische Anteil an den weltweiten B2C-Onlineumsätzen auf rund 37 % wachsen. Der US-amerikanische E-Commerce-Markt wird 2018 einen Anteil von 31 % erreichen, Westeuropa rund 23 %. Auch für die weltweite Softwarebranche werden weitere Zuwächse prognostiziert. Das Marktforschungsunternehmen IDC stellt ein durchschnittliches jährliches Wachstum der Branche von knapp 6 % bis 2017 in Aussicht.

Wie der Branchenausblick zeigt, entwickeln sich die für Intershop relevanten Marktsegmente sehr dynamisch. Mit der steigenden Nachfrage nach E-Commerce-Lösungen wächst allerdings gleichzeitig auch die Zahl der Anbieter und damit die Wettbewerbsintensität. So bleibt der Wettbewerb 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.

Um die begonnene Refokussierung auf das Produktgeschäft in 2015 konsequent fortzusetzen, prüft der Vorstand derzeit alle strategischen Optionen, um eine mittelfristige Planung zur Finanzierung der Wachstumsziele zu ermöglichen. Die deutliche Steigerung der Lizenzerlöse zeigt erste Erfolge der eingeschlagenen Strategie. Allerdings sind weitere Investitionen notwendig, um den strategischen Umbau der Gesellschaft in der Geschwindigkeit wie bisher voranzutreiben und um im hart umkämpften E-Commerce-Markt zusätzliche Marktanteile generieren zu können. Gleichzeitig werden partielle Maßnahmen zur Optimierung der Kostenstruktur nicht ausgeschlossen. Allerdings sollen diese nur ergänzend zur Refokussierungsstrategie eingesetzt werden, um das Unternehmen in seiner Schlagkraft nicht zu beschneiden.

Für das laufende Jahr hält der Vorstand an der im August korrigierten Prognose fest und geht für das Geschäftsjahr 2014 von einem rückläufigen Umsatz im einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich sowie einem negativen operativen Ergebnis (EBIT) im mittleren einstelligen Millionen Euro-Bereich aus.

## Konzernbilanz

in TEUR	30. September 2014	31. Dezember 2013
<b>AKTIVA</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	9.905	11.104
Sachanlagen	754	1.026
Sonstige langfristige Vermögenswerte	8	20
Latente Steuern	895	895
	<b>11.562</b>	<b>13.045</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.692	12.555
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	1.234	716
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	375	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.631	7.389
	<b>15.932</b>	<b>20.660</b>
<b>Summe AKTIVA</b>	<b>27.494</b>	<b>33.705</b>
<b>PASSIVA</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	30.183	30.183
Kapitalrücklagen	7.751	7.751
Andere Rücklagen	-18.844	-13.752
	<b>19.090</b>	<b>24.182</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Sonstige langfristige Rückstellungen	15	58
Umsatzabgrenzungsposten	457	421
	<b>472</b>	<b>479</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	302	347
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.076	3.057
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	110	72
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	3.052	2.940
Umsatzabgrenzungsposten	2.392	2.628
	<b>7.932</b>	<b>9.044</b>
<b>Summe PASSIVA</b>	<b>27.494</b>	<b>33.705</b>

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in TEUR	1. Juli bis 30. September		1. Januar bis 30. September	
	2014	2013	2014	2013
<b>Bruttoumsatzerlöse</b>				
Lizenzen	1.361	844	3.724	2.626
Serviceleistungen, Wartung und sonstige	10.984	13.269	34.411	38.704
	<b>12.345</b>	<b>14.113</b>	<b>38.135</b>	<b>41.330</b>
<b>Mediakosten</b>	<b>-1.265</b>	<b>-946</b>	<b>-3.278</b>	<b>-2.787</b>
<b>Nettoumsatzerlöse</b>				
Lizenzen	1.361	844	3.724	2.626
Serviceleistungen, Wartung und sonstige	9.719	12.323	31.133	35.917
	<b>11.080</b>	<b>13.167</b>	<b>34.857</b>	<b>38.543</b>
<b>Herstellungskosten</b>				
Lizenzen	-821	-690	-2.473	-2.052
Serviceleistungen, Wartung und sonstige	-6.178	-7.943	-20.681	-24.614
	<b>-6.999</b>	<b>-8.633</b>	<b>-23.154</b>	<b>-26.666</b>
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>4.081</b>	<b>4.534</b>	<b>11.703</b>	<b>11.877</b>
<b>Betriebliche Aufwendungen und Erträge</b>				
Forschung und Entwicklung	-1.238	-692	-3.894	-2.634
Vertrieb und Marketing	-3.034	-2.794	-9.425	-8.540
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.456	-1.469	-4.490	-4.174
Sonstige betriebliche Erträge	1.199	133	1.460	406
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-35	-98	-127	-192
	<b>-4.564</b>	<b>-4.920</b>	<b>-16.476</b>	<b>-15.134</b>
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>-483</b>	<b>-386</b>	<b>-4.773</b>	<b>-3.257</b>
Zinserträge	9	3	25	16
Zinsaufwendungen	0	-1	0	-2
<b>Finanzergebnis</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>14</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-474</b>	<b>-384</b>	<b>-4.748</b>	<b>-3.243</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	<b>-225</b>	<b>-18</b>	<b>-327</b>	<b>-54</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-699</b>	<b>-402</b>	<b>-5.075</b>	<b>-3.297</b>
Sonstiges Ergebnis				
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:				
aus Währungsumrechnung	-67	1	-17	-79
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-766</b>	<b>-401</b>	<b>-5.092</b>	<b>-3.376</b>
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert)	-0,02	-0,01	-0,17	-0,11
Ergebnis je Aktie in EUR (verwässert)	-0,02	-0,01	-0,17	-0,11
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

in TEUR	1. Januar bis 30. September	
	2014	2013
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Ergebnis vor Steuern	-4.748	-3.243
<i>Anpassungen zur Überleitung Periodenergebnis</i>		
Finanzergebnis	-25	-14
Abschreibungen	3.025	2.768
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-995	-70
<i>Veränderung der operativen Vermögenswerte und Schulden</i>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.612	-1.026
Sonstige Vermögenswerte	-521	-111
Verbindlichkeiten und Rückstellungen	157	-1.866
Umsatzabgrenzungsposten	-258	1.366
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern und Zinsen</b>	<b>-753</b>	<b>-2.196</b>
Erhaltene Zinsen	25	15
Gezahlte Zinsen	0	-1
Erhaltene Ertragsteuern	0	40
Gezahlte Ertragsteuern	-190	-443
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-918</b>	<b>-2.585</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>		
Liquide Mittel mit Verfügungsbeschränkung	-375	0
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-2.157	-1.973
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	0	8
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-243	-292
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen	1.952	0
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-823</b>	<b>-2.257</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>		
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Wechselkursbedingte Änderungen	-17	-90
<b>Netto-Veränderung der liquiden Mittel</b>	<b>-1.758</b>	<b>-4.932</b>
Liquide Mittel zu Beginn des Berichtszeitraumes	7.389	14.314
<b>Liquide Mittel am Ende des Berichtszeitraumes</b>	<b>5.631</b>	<b>9.382</b>

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in TEUR				Andere Rücklage			Summe Eigenkapital
	Stammaktien (Anzahl Aktien)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Umstellungs- rücklage	Kumulierte Gewinne/ Verluste	Kumulierte Währungsdifferenzen	
<b>Stand 01.01.2014</b>	<b>30.183.484</b>	<b>30.183</b>	<b>7.751</b>	<b>-93</b>	<b>-15.796</b>	<b>2.137</b>	<b>24.182</b>
Gesamtergebnis					-5.075	-17	-5.092
Stand 30.09.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-20.871	2.120	19.090
<b>Stand 01.01.2013</b>	<b>30.183.484</b>	<b>30.183</b>	<b>7.751</b>	<b>-93</b>	<b>-12.469</b>	<b>2.240</b>	<b>27.612</b>
Gesamtergebnis					-3.297	-79	-3.376
Stand 30.09.2013	30.183.484	30.183	7.751	-93	-15.766	2.161	24.236

## Konzernanhang zum 30. September 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. September 2014 in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ erstellt.

Dieser Konzernzwischenbericht zum 30. September 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. September 2014 neben der Muttergesellschaft die Tochterunternehmen Intershop Communications, Inc., The Bakery GmbH, Intershop Communications Australia Pty Ltd, Intershop Communications Nordics AB, Intershop Communications Ventures GmbH, Intershop Communications Asia Limited, Intershop Communications SARL sowie die Intershop Communications LTD. Die Intershop Communications SARL sowie die Intershop Communications LTD wurden in 2014 neu gegründet. Die Tochtergesellschaft SoQuero GmbH wurde mit Wirkung zum 30. September 2014 veräußert und ist somit aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden. Aus der Endkonsolidierung ergab sich im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2014 ein positiver Ergebniseffekt in Höhe von 1.018 TEUR. Dieser wurde unter sonstige betriebliche Erträge erfasst.

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

### Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Zuwendungen der öffentlichen Hand in Höhe von 11 TEUR (Vorjahr: 212 TEUR), welche in den ersten neun Monaten 2014 ausbezahlt wurden. Diese Zuwendungen betreffen Forschungs- und Entwicklungsprojekte, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert werden.

### Ergebnis je Aktie

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

	Quartal zum		9-Monatszeitraum zum	
	30.09.2014	30.09.2013	30.09.2014	30.09.2013
<b>Basis für das unverwässerte Ergebnis je Aktie (Ergebnis nach Steuern für die Aktionäre der Intershop)</b>	<b>-699</b>	<b>-402</b>	<b>-5.075</b>	<b>-3.297</b>
<b>Basis für das verwässerte Ergebnis</b>	<b>-699</b>	<b>-402</b>	<b>-5.075</b>	<b>-3.297</b>

Die Anzahl der Aktien berechnet sich wie folgt:

	Quartal zum		9-Monatszeitraum zum	
	30.09.2014	30.09.2013	30.09.2014	30.09.2013
<b>Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das unverwässerte Ergebnis je Aktie</b>	<b>30.183</b>	<b>30.183</b>	<b>30.183</b>	<b>30.183</b>
<b>Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das verwässerte Ergebnis je Aktie</b>	<b>30.183</b>	<b>30.183</b>	<b>30.183</b>	<b>30.183</b>

Die Ermittlung des Ergebnisses je Aktie wird im Folgenden dargestellt:

	Quartal zum		9-Monatszeitraum zum	
	30.09.2014	30.09.2013	30.09.2014	30.09.2013
<b>Ermittlung Ergebnis je Aktie (unverwässert)</b>				
Basis für das unverwässerte Ergebnis (in TEUR)	-699	-402	-5.075	-3.297
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (unverwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183
<b>Ergebnis je Aktie (unverwässert) (in EUR)</b>	<b>-0,02</b>	<b>-0,01</b>	<b>-0,17</b>	<b>-0,11</b>
<b>Ermittlung Ergebnis je Aktie (verwässert)</b>				
Basis für das verwässerte Ergebnis (in TEUR)	-699	-402	-5.075	-3.297
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (verwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183
<b>Ergebnis je Aktie (verwässert) (in EUR)</b>	<b>-0,02</b>	<b>-0,01</b>	<b>-0,17</b>	<b>-0,11</b>
<b>Anpassung des Ergebnisses je Aktie (verwässert) (in EUR)</b>	<b>-0,02</b>	<b>-0,01</b>	<b>-0,17</b>	<b>-0,11</b>

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. September 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
<b>Nettoumsatz mit externen Kunden</b>					
Lizenzen	1.138	29	194	0	<b>1.361</b>
Beratung und Schulung	2.737	1.819	875	0	<b>5.431</b>
Wartung	1.493	229	134	0	<b>1.856</b>
Online Marketing	1.033	0	0	0	<b>1.033</b>
Andere	933	221	245	0	<b>1.399</b>
<b>Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden</b>	<b>7.334</b>	<b>2.298</b>	<b>1.448</b>	<b>0</b>	<b>11.080</b>
Zwischen-Segment-Umsatz	176	1	2	-179	<b>0</b>
<b>Gesamtnettoumsatz</b>	<b>7.510</b>	<b>2.299</b>	<b>1.450</b>	<b>-179</b>	<b>11.080</b>
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>-320</b>	<b>-96</b>	<b>-67</b>	<b>0</b>	<b>-483</b>
<b>Finanzergebnis</b>					<b>9</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>-474</b>
<b>Steuern</b>					<b>-225</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>					<b>-699</b>

## Segmentbericht Quartal zum 30. September 2013

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
<b>Nettoumsatz mit externen Kunden</b>					
Lizenzen	594	250	0	0	<b>844</b>
Beratung und Schulung	2.451	3.346	662	0	<b>6.459</b>
Wartung	1.670	235	346	0	<b>2.251</b>
Online Marketing	1.121	0	0	0	<b>1.121</b>
Andere	2.157	218	117	0	<b>2.492</b>
<b>Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden</b>	<b>7.993</b>	<b>4.049</b>	<b>1.125</b>	<b>0</b>	<b>13.167</b>
Zwischen-Segment-Umsatz	199	80	0	-279	<b>0</b>
<b>Gesamtnettoumsatz</b>	<b>8.192</b>	<b>4.129</b>	<b>1.125</b>	<b>-279</b>	<b>13.167</b>
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>-210</b>	<b>-121</b>	<b>-55</b>	<b>0</b>	<b>-386</b>
<b>Finanzergebnis</b>					<b>2</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>-384</b>
<b>Steuern</b>					<b>-18</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>					<b>-402</b>

## Segmentbericht 9-Monatszeitraum zum 30. September 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
<b>Nettoumsatz mit externen Kunden</b>					
Lizenzen	3.367	94	263	0	<b>3.724</b>
Beratung und Schulung	7.575	6.896	2.809	0	<b>17.280</b>
Wartung	4.501	684	389	0	<b>5.574</b>
Online Marketing	3.232	0	0	0	<b>3.232</b>
Andere	3.682	661	704	0	<b>5.047</b>
<b>Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden</b>	<b>22.357</b>	<b>8.335</b>	<b>4.165</b>	<b>0</b>	<b>34.857</b>
Zwischen-Segment-Umsatz	591	59	81	-731	<b>0</b>
<b>Gesamtnettoumsatz</b>	<b>22.948</b>	<b>8.394</b>	<b>4.246</b>	<b>-731</b>	<b>34.857</b>
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>-3.035</b>	<b>-1.188</b>	<b>-550</b>	<b>0</b>	<b>-4.773</b>
<b>Finanzergebnis</b>					<b>25</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>-4.748</b>
<b>Steuern</b>					<b>-327</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>					<b>-5.075</b>

## Segmentbericht 9-Monatszeitraum zum 30. September 2013

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
<b>Nettoumsatz mit externen Kunden</b>					
Lizenzen	2.110	439	77	0	<b>2.626</b>
Beratung und Schulung	8.144	9.479	1.989	0	<b>19.612</b>
Wartung	4.690	700	1.070	0	<b>6.460</b>
Online Marketing	3.218	0	0	0	<b>3.218</b>
Andere	5.897	601	129	0	<b>6.627</b>
<b>Gesamtnettoumsatz mit externen Kunden</b>	<b>24.059</b>	<b>11.219</b>	<b>3.265</b>	<b>0</b>	<b>38.543</b>
Zwischen-Segment-Umsatz	282	500	8	-790	<b>0</b>
<b>Gesamtnettoumsatz</b>	<b>24.341</b>	<b>11.719</b>	<b>3.273</b>	<b>-790</b>	<b>38.543</b>
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>-2.024</b>	<b>-945</b>	<b>-288</b>	<b>0</b>	<b>-3.257</b>
<b>Finanzergebnis</b>					<b>14</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>-3.243</b>
<b>Steuern</b>					<b>-54</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>					<b>-3.297</b>

**Rechtsstreitigkeiten**

In den ersten neun 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.

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. Das Verfahren wurde nunmehr per gerichtlichen Beschluss an den Güterichter des Landgerichts Gera verwiesen. Eine Terminierung in der Sache steht noch aus.

**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 1.435 TEUR in den ersten neun Monaten 2014 (Vorjahreszeitraum: 2.412 TEUR). Der offene Saldo an Forderungen betrug 153 TEUR zum 30. September 2014 (Vorjahresstichtag: 243 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. September 2014.

**Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte**

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

Name	Funktion	Aktien
Dr. Herbert May	Aufsichtsratsvorsitzender	18.000
Prof. Dr. Nikolaus Mohr	Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender	15.000
Dr. Kai Hudetz	Mitglied des Aufsichtsrats	4.000
Jochen Moll	Sprecher des Vorstands	50.000
Ludwig Lutter	Mitglied des Vorstands	10.874
Dr. Jochen Wiechen	Mitglied des Vorstands	30.000

In den ersten neun 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
Jochen Moll	25.08.2014	Kauf	7.500	9.938
Dr. Jochen Wiechen	31.01.2014	Kauf	20.000	35.770
Prof. Dr. Nikolaus Mohr	19.08.2014	Kauf	15.000	17.920
Dr. Kai Hudetz	29.08.2014	Kauf	4.000	5.280

## 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		9M 2014	2013	9M 2013
Stichtagsschlusskurs <sup>1</sup>	in EUR	1,19	1,48	1,54
Anzahl der ausgegebenen Aktien (per Stichtag)	in Mio. Stück	30,18	30,18	30,18
Marktkapitalisierung	in Mio. EUR	35,92	44,67	46,48
Ergebnis je Aktie	in EUR	-0,17	-0,11	-0,11
Cashflow pro Aktie	in EUR	-0,03	-0,14	-0,09
Buchwert je Aktie	in EUR	0,63	0,80	0,80
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag <sup>2</sup>	in Stück	33.016	59.015	63.975
Streubesitz	in %	69	69	70

---

<sup>1</sup> Basis: Xetra

<sup>2</sup> 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](mailto:ir@intershop.de)

[www.intershop.de](http://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.