



Zwischenbericht über die ersten drei Monate 2015

1. Januar bis 31. März 2015

Inhalt

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE	3
KONZERNKENNZAHLEN	4
KONZERNLAGEBERICHT	5
Gesamtwirtschaft und Branche.....	5
Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2015	5
Umsatzentwicklung.....	7
Ergebnisentwicklung	8
Finanz- und Vermögenslage	8
Forschung und Entwicklung	8
Personal	9
Konzernrisiken.....	9
Nachtragsbericht.....	9
Ausblick.....	10
KONZERNBILANZ	11
KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	12
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG.....	13
KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	14
KONZERNANHANG ZUM 31. MÄRZ 2015.....	15
Allgemeine Angaben	15
Rechnungslegungsgrundsätze (Compliance statement).....	15
Konsolidierungskreis.....	15
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden.....	15
Eigenkapital.....	16
Ergebnis je Aktie	16
Segmentberichterstattung	17
Rechtsstreitigkeiten.....	18
Angabe zu nahe stehenden Personen	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,

Intershop hat im vergangenen Geschäftsjahr 2014 entscheidende Weichenstellungen vorgenommen, deren positive Auswirkungen im ersten Quartal 2015 deutlich sichtbar wurden.

Die weiter steigenden Produktumsätze zeigen, dass der Umbau vom Serviceunternehmen zu einem ganzheitlichen Omni-Channel-Commerce-Lösungsanbieter Früchte trägt. Die höhere Marktpräsenz, die zu einer Vielzahl neuer Kunden in diesem Segment geführt hat, belegt den Erfolg der mit der Refokussierung verbundenen Erweiterung des Zielmarktes. Die gestiegene Attraktivität von Intershop für internationale Partnerunternehmen ist ebenfalls eine unmittelbare Folge der angepassten Strategie. Zudem haben die zur Verbesserung der Kostenstruktur durchgeführten Maßnahmen im ersten Quartal zu einer Senkung der betrieblichen Aufwendungen um rund ein Viertel geführt.

Der Verkauf der Online-Marketing-Tochter SoQuero sowie die Umsatzrückgänge mit zwei Großkunden sorgten zwar im ersten Quartal 2015 wie erwartet für weiter sinkende Umsatzerlöse. Dennoch lässt die Umsatzentwicklung ebenfalls einen deutlich positiven Trend erkennen. Denn bereinigt um die beiden genannten Effekte stiegen die Umsatzerlöse im üblicherweise schwächeren ersten Quartal um 6%. Dafür verantwortlich waren sowohl der deutliche Anstieg der Produktumsätze als auch der Anstieg der bereinigten Serviceumsätze.

Gleichzeitig konnten wir dank der optimierten Kostenstruktur im ersten Quartal 2015 unsere Rohertragsmarge und unsere Ergebniskennzahlen sichtbar verbessern. Vor Abschreibungen erzielte der Konzern im Berichtszeitraum bereits ein positives Ergebnis von 0,7 Mio. Euro (EBITDA). Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) verbesserte sich deutlich von -1,7 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf -0,4 Mio. Euro im ersten Quartal 2015.

Neben der bestehenden guten Auslastung verzeichnen wir derzeit eine vielversprechende Neukundenpipeline, die insbesondere im mittelständischen Segment über unseren Planungen liegt. Die gute Geschäftslage wird mittelfristig auch wieder zu einer positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung in allen Geschäftssegmenten führen. Dazu beitragen wird auch die Ende April 2015 erfolgte Bürgschaftszusage, die weitere Planungssicherheit in der Unternehmensfinanzierung schafft und zusätzliche Produktinnovationen ermöglicht.

Mit besten Grüßen

Handwritten signature of Jochen Moll in cursive script.

Jochen Moll

Handwritten signature of Ludwig Lutter in cursive script.

Ludwig Lutter

Handwritten signature of Dr. Jochen Wiechen in cursive script.

Dr. Jochen Wiechen

Konzernkennzahlen

in TEUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung
Umsatz			
Umsatzerlöse	9.953	12.015	-17 %
Produktumsätze	3.279	2.957	11 %
Serviceumsätze	6.674	9.058	-26 %
Umsatz Europa	6.537	7.691	-15 %
Umsatz USA	1.891	2.971	-36 %
Umsatz Asien/Pazifik	1.525	1.353	13 %
Ergebnis			
Umsatzkosten	6.086	8.142	-25 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.867	3.873	0 %
Bruttomarge	39 %	32 %	
Betriebliche Aufwendungen und Erträge	4.291	5.616	-24 %
Forschung und Entwicklung	1.399	1.225	14 %
Vertrieb und Marketing	1.831	3.065	-40 %
Allgemeine Verwaltungskosten	1.305	1.476	-12 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-244	-150	63 %
EBIT	-424	-1.743	76 %
EBIT-Marge	-4 %	-15 %	
EBITDA	709	-691	203 %
EBITDA-Marge	7 %	-6 %	
Periodenergebnis	-474	-1.793	74 %
Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,02	-0,06	67 %
Vermögenslage			
Eigenkapital	17.104	22.409	-24 %
Eigenkapitalquote	68 %	69 %	
Bilanzsumme	25.045	32.432	-23 %
Langfristige Vermögenswerte	10.491	12.742	-18 %
Kurzfristige Vermögenswerte	14.554	19.690	-26 %
Langfristige Schulden	0	465	-100 %
Kurzfristige Schulden	7.941	9.558	-17 %
Finanzlage			
Liquide Mittel	7.269	7.311	-1 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.475	655	125 %
Abschreibungen	1.133	1.052	8 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-532	-747	29 %
Mitarbeiter			
	389	530	-27 %

Konzernlagebericht

Gesamtwirtschaft und Branche

Die Weltwirtschaft entwickelt sich nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) weiterhin auf moderatem Niveau und wird im Jahr 2015 insgesamt um 3,5 % wachsen. In den Industriestaaten, darunter wichtige Zielmärkte von Intershop, wird das zusammengefasste Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 2,4 % steigen. Neben regional- und länderspezifischen Aspekten wirkt sich insbesondere der niedrige Ölpreis konjunkturstimulierend auf die Industriestaaten aus. So wird für die US-Wirtschaft mit 3,1 % ein überdurchschnittlich starker Zuwachs veranschlagt. Ebenfalls positiv wird sich die Wirtschaft in den Ländern der Eurogruppe entwickeln, die um 1,5 % zulegen werden. Für Deutschland wird ein Zuwachs von 1,6 %, für Frankreich von 1,2 % und für Großbritannien von 2,7 % prognostiziert.

Die globalen E-Commerce-Märkte sind von einer kontinuierlich hohen Dynamik gekennzeichnet. Für das Jahr 2015 prognostiziert das US-Marktforschungsunternehmen eMarketer ein Wachstum des B2C-E-Commerce-Handels von rund 21 % auf ein weltweites Marktvolumen von rund 1,6 Billionen US-Dollar. Auch in wichtigen Zielregionen der Intershop-Geschäftstätigkeit fällt das Wachstum des B2C-E-Commerce in 2015 zweistellig aus. So wird in den USA ein Zuwachs von 14,2 %, in Großbritannien von 14,5 % und in Frankreich von 11,1 % prognostiziert. In Deutschland soll das Wachstum laut eMarketer mit 15,9 % besonders stark ausfallen. Etwas konservativer ist die Schätzung des Handelsverbands Deutschland (HDE), der in 2015 mit einem deutschlandweiten Plus von 12 % auf ein Volumen von rund 44 Mrd. Euro rechnet.

Für die Entwicklung der globalen IT-Märkte veranschlagt der US-Marktforscher Gartner im laufenden Jahr eine währungsbereinigte Erhöhung der Investitionen um 3,1 %. Der deutsche IT-Markt entwickelt sich ebenfalls weiterhin positiv und wird in 2015 nach Angaben des Branchenverbands BITKOM mit einem Wachstum von 3,2 % ein Marktvolumen von 80,3 Mrd. Euro erreichen. Am stärksten steigen demnach die Umsätze mit Software (+ 5,7 %). Das Geschäft mit IT-Dienstleistungen wird laut BITKOM um 3 % zulegen.

Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2015

Überarbeitetes Produkt- und Dienstleistungsangebot in Vertrieb- und Marketing: Intershop Commerce Suite und Commerce Services

Intershop hat in den ersten drei Monaten seinen Umbau vom Serviceunternehmen zu einem ganzheitlichen Omni-Channel-Commerce-Lösungsanbieter mit Fokus auf Produktangebote fortgesetzt. Im Zuge der im vergangenen Jahr erfolgten Einführung eines neuen Markenauftritts und der Reorganisation von Marketing und Vertrieb hat Intershop sein Software-Produkt-Angebot überarbeitet und im Februar 2015 ein neues Lösungsportfolio offiziell vorgestellt. So werden in Zukunft alle technischen Lösungsangebote von Intershop unter dem Dach „Intershop Commerce Suite“ gebündelt und entsprechend vermarktet. Denn die gestiegenen Anforderungen an den digitalen Handel sind nicht zuletzt in einer gewachsenen Fülle technischer Lösungen abzulesen. Der neue Marktauftritt erleichtert Anwendern den Überblick zu Komponenten und Betriebsmodellen, die in der Intershop Commerce Suite organisiert wurden. Jedes Element der Intershop Commerce Suite beinhaltet spezifische Produktangebote, die das Unternehmen auf Basis von drei Bereitstellungsmodellen anbietet: Cloud, Managed und Enterprise. Hat sich ein Händler für eine Commerce-Lösung entschieden, bietet Intershop im Bereich Commerce Services entsprechende Dienstleistungen von der ersten Ideenentwicklung über fundierte Consulting-Leistungen bis zur Inbetriebnahme, Wartung und Weiterentwicklung einer Handelsplattform an.

Eine Möglichkeit, die neuen Lösungsangebote Kunden zu präsentieren, bot der Messeauftritt auf der Internet World in München Ende März 2015. Dort war Intershop gemeinsam mit den Partnerunternehmen Ageto und Sevenval mit einem Stand präsent. Ebenfalls fester Bestandteil des Intershop Messekalenders ist der Auftritt auf der deutschen Leitmesse für Energie und Wasserwirtschaft E-World, die im Februar in Essen stattfand. Dort präsentierte Intershop wie in den letzten Jahren seine schlüsselfertige Onlinehandels-Lösung für Energieversorger. Ein weiterer Höhepunkt der Vermarktungsaktivitäten im ersten Quartal war die Vorstellung eines neuen Cloud-Angebots, das über den Partner 4FriendsOnly.com (4FO) vermarktet wird. Unter dem Markennamen ShopInSphere bietet 4FO ab sofort kleinen und mittelständischen Unternehmen die Entwicklung von Onlineshops auf Basis der Enterprise-E-Commerce-Software Intershop 7 als Platform-as-a-Service (PaaS) Lösung an.

Starke Partner, hohe Neukundenzahl und gute Projektpipeline

Intershop hat im Geschäftsjahr 2014 entscheidende Weichenstellungen vorgenommen, was in den letzten Monaten zu einer höheren Marktpräsenz insbesondere im Mittelstand geführt hat und wodurch das Unternehmen an Attraktivität bei internationalen Partnerunternehmen gewonnen hat.

Auch im ersten Quartal 2015 konnte Intershop sein Partnernetzwerk weiter verstärken. So wurde die seit 2001 bestehende, erfolgreiche Partnerschaft mit dem skandinavischen IT-Dienstleister Brightstep intensiviert und das Unternehmen als Platin Partner in den Kreis der besten Partnerunternehmen aufgenommen. Die Partnerschaft mit ModusLink, einem weltweit führenden Omnichannel-Technologie- und Fulfillmentanbieter, wurde ebenfalls ausgebaut. Zudem konnte zusammen mit ModusLink ein neuer Full-Service-Kunde aus dem Konsumgütersektor akquiriert werden. Hier wird in den nächsten Monaten eine Vielzahl von Markenshops des Kunden auf SaaS-Basis online gehen. Hinzu kommen weitere Neukundenakquisitionen im ersten Quartal auf Basis der Intershop Cloud-Lösung. Dies ist ein Beleg dafür, dass Intershop sich als Anbieter einer attraktiven SaaS-Lösung etabliert hat, die sich insbesondere durch die Vielzahl an individuellen Modulen und ihre Skalierbarkeit auszeichnet.

Auch im B2B-Geschäft verzeichnete Intershop im ersten Quartal eine hohe Zahl von Neuabschlüssen, insbesondere im mittelständischen Segment. Dazu gehören Unternehmen wie Cenpac, Aventics und Weyland. Mit dem schwedischen Unternehmen Martin & Servera und der niederländischen Daily Fresh Food konnten zwei Unternehmen gewonnen werden, die Lebensmittel über das Internet an Geschäftskunden vertreiben und damit einen Zukunftsmarkt besetzen, der sich in diesen beiden Ländern zunehmender Beliebtheit erfreut.

Zu den wichtigsten „Go Lives“ des ersten Quartals gehörte der Launch des österreichischen Shops des bestehenden Intershop-Kunden Garten XXL. Das Konzept von GartenXXL.at ist dabei unmittelbar an die deutsche Plattform angelehnt, um durch das Multishop-System von Intershop die Synergien eines gemeinsamen Sortiments und Shop-Aufbaus optimal zu nutzen.

Neben der bestehenden guten Auslastung des Projektgeschäfts konnte Intershop zum Ende des ersten Quartals eine vielversprechende Neukundenpipeline verzeichnen, die insbesondere im Mittelstand über den Erwartungen des Managements liegt.

Zusätzlichen Auftrieb vor allem auf internationaler Ebene erhält Intershop durch die regelmäßig guten Bewertungen für die Intershop-Commerce-Suite. In der im Januar 2015 veröffentlichten „Forrester Wave“-Studie des US-Marktforschungsinstituts Forrester Research, die die B2C-Tauglichkeit von Commerce-Plattformen analysierte, konnte Intershop sich als "Strong Performer" unter den Top 5-Anbietern weltweit platzieren. Dass Intershop mit seiner Commerce-Plattform auch im B2B-Sektor nachweislich eine bestens geeignete Lösung anbietet, hatte bereits die 2013 veröffentlichte Vorgänger-Studie belegt.

Umsatzentwicklung

Neugliederung der Umsatzerlöse in Produkt- und Serviceumsätze

Intershop hat mit dem Beginn des Geschäftsjahres 2015 die Umsatzerlöse in die Hauptgruppen Produktumsätze und Serviceumsätze neu untergliedert. Zu den Produktumsätzen gehören nun sowohl Lizenzumsätze und als auch die Umsatzerlöse aus dem Bereich Wartung. Die Serviceumsätze beinhalten die Umsätze aus Beratung und Schulung, Full-Service-Erlöse sowie sonstige Erlöse. In den sonstigen Erlösen sind die im Vorjahr erzielten Online-Marketing-Umsätze der inzwischen verkauften Tochtergesellschaft SoQuero GmbH und die Umsätze aus dem ausgelagerten operativen Geschäft der Tochtergesellschaft The Bakery GmbH aufgeführt. Die Änderung basiert auf der in 2014 erfolgten Refokussierung auf das Produktgeschäft. Da der Verkauf von Lizenzen üblicherweise auch Wartungskosten nach sich zieht, bildet die Neugliederung die tatsächliche Geschäftstätigkeit und die erfolgte Überarbeitung des Produktangebots besser ab. Die angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden bleiben von dieser Änderung vollständig unberührt.

Die Umsatzentwicklung im ersten Quartal 2015

Intershop erzielte in den ersten drei Monaten 2015 Umsatzerlöse in Höhe von 10,0 Mio. Euro (Vorjahrszeitraum: 12,0 Mio. Euro). Dies entspricht einem Rückgang um 17 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Ursächlich für die sinkenden Erlöse sind zum einen der Verkauf der Online-Marketing-Tochter SoQuero im Jahr 2014 sowie zum anderen die Umsatzrückgänge mit zwei langjährigen Großkunden. Der um den Verkauf der Online-Marketing-Tochter SoQuero bereinigte Umsatzrückgang beträgt lediglich 8 %. Bereinigt um beide Effekte ergab sich ein Anstieg der Erlöse um 6 %. Dabei war diese Umsatzsteigerung sowohl auf Umsatzzuwächse bei bestehenden Kunden als auch auf Neukundengeschäft zurückzuführen.

Die Produktumsätze stiegen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 11 % auf 3,3 Mio. Euro. Dabei legten die Lizenzumsätze um 18 % auf einen Quartalsumsatz von 1,3 Mio. Euro zu. Die Wartungsumsätze erhöhten sich um 6 % auf 2,0 Mio. Euro. Die Serviceumsätze sanken in den ersten drei Monaten 2015 um 26 % auf 6,7 Mio. Euro. Dabei reduzierten sich die Erlöse im Bereich Beratung und Schulung um 16 % auf rund 5,1 Mio. Euro. Hier machte sich der bereits erwähnte geringere Umsatz mit zwei Großkunden bemerkbar. Bereinigt um diese Erlöse stieg der Beratungsumsatz um 12 %, was deutlich macht, dass Intershop auf Basis des refokussierten Geschäftsmodells auch im Beratungsbereich dynamisch wachsen kann. Insgesamt bleibt der Bereich Beratung und Schulung mit knapp 50 % der wichtigste Umsatzträger von Intershop. Die Erlöse im Bereich Full Service sanken im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4 % auf 1,6 Mio. Euro. Gegenüber dem vierten Quartal 2014 stand jedoch ein Plus von 25 % zu Buche.

Eine hohe Zahl neuer Kunden und der deutliche Anstieg der Umsatzerlöse im Produktbereich sowie der bereinigten Serviceumsätze im üblicherweise schwächeren ersten Quartal zeigen, dass Intershop im vergangenen Jahr die Weichen richtig gestellt hat, um mittelfristig wieder stabile Umsätze und positive Ergebnisse in allen Geschäftssegmenten zu erzielen.

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

1. Januar bis 31. März	2015	2014	Veränderung
Produktumsätze	3.279	2.957	11 %
Lizenzen	1.316	1.111	18 %
Wartung	1.963	1.846	6 %
Serviceumsätze	6.674	9.058	-26 %
Beratung/Schulung	5.112	6.073	-16 %
Full Service	1.562	1.629	-4 %
Sonstige Erlöse	0	1.356	-100 %
Gesamtumsatzerlöse	9.953	12.015	-17 %

Besonders erfolgreich verlief die Geschäftstätigkeit in der Region Asien-Pazifik. Hier verzeichnete der Intershop-Konzern im Berichtszeitraum eine Umsatzsteigerung um 13 % auf rund 1,5 Mio. Euro. Auf dem europäischen Markt gingen die Erlöse um rund 15 % auf 6,5 Mio. Euro zurück. Bereinigt um den SoQuero-Verkauf lagen die Umsätze allerdings auf Vorjahresniveau. In den USA verzeichnete Intershop einen deutlichen Umsatzrückgang von rund 36 % auf 1,9 Mio. Euro. Folglich sank der Anteil des US-Markts am Gesamterlös von 25 % im Vorjahreszeitraum auf 19 % im ersten Quartal 2015. Der Umsatzanteil der europäischen Märkte stieg von 64 % auf 66 %. Der Anteil der Region Asien-Pazifik stieg von 11 % auf 15 %.

Ergebnisentwicklung

Intershop erzielte im ersten Quartal 2015 mit 3,9 Mio. Euro ein Bruttoergebnis auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums, jedoch verbesserte sich die Bruttomarge deutlich von 32 % auf 39 %. Eine wesentliche Ursache war die verbesserte Kostenstruktur. So reduzierten sich die Umsatzkosten überproportional zum Erlösrückgang um 25 % auf 6,1 Mio. Euro.

Die betrieblichen Aufwendungen sanken um 24 % auf 4,3 Mio. Euro. Dieser Rückgang beruht auf den im Geschäftsjahr 2014 gezielt durchgeführten Maßnahmen zur Verbesserung der Kostenstruktur, im Wesentlichen auf der Senkung von Vertriebs- und Marketingkosten und Umstrukturierungen in nicht rentablen Vertriebseinheiten. In der Folge sanken die Ausgaben in Vertrieb und Marketing im Berichtszeitraum um 40 % auf 1,8 Mio. Euro. Die Verwaltungskosten sanken gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12 % auf 1,3 Mio. Euro. Die Kosten für Forschung und Entwicklung stiegen um 14 % auf 1,4 Mio. Euro, da mit größerem Aufwand eigene Entwicklungsprojekte vorangetrieben wurden.

Die Gesamtkosten reduzierten sich insgesamt um 25 % auf 10,4 Mio. Euro. Dadurch verbesserte sich das operative Ergebnis vor Abzug der Abschreibungen (EBITDA) von -0,7 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 0,7 Mio. Euro im Berichtszeitraum. Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) verbesserte sich ebenfalls deutlich von -1,7 Mio. Euro auf -0,4 Mio. Euro. Insgesamt erzielte Intershop im ersten Quartal ein Periodenergebnis nach Steuern von -0,5 Mio. Euro (Vorjahr: -1,8 Mio. Euro). Das Ergebnis je Aktie lag bei -0,02 Euro, im Vorjahr stand ein Wert von -0,06 Euro zu Buche.

Finanz- und Vermögenslage

Die Eigenkapitalquote des Intershop-Konzerns lag mit 68 % weiterhin auf sehr hohem Niveau. Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen in den ersten drei Monaten gegenüber dem Jahresende 2014 um knapp 3 % auf 14,6 Mio. Euro. So sanken die darin enthaltenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 11 % auf 6,0 Mio. Euro, die liquiden Mittel erhöhten sich gleichzeitig um 14 % auf 7,3 Mio. Euro. Auf der Passivseite verringerte sich die Eigenkapitalposition entsprechend des Periodenverlusts um 0,5 Mio. Euro auf 17,1 Mio. Euro. Die Bilanzsumme sank leicht um 1 % auf 25,0 Mio. Euro zum Zwischenbilanzstichtag.

Im Berichtszeitraum verbesserte Intershop den operativen Cashflow von 0,7 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 1,5 Mio. Euro im ersten Quartal 2015. Die Erhöhung ist hauptsächlich auf das deutlich verbesserte Ergebnis zurückzuführen. Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit sank leicht von 0,7 Mio. Euro auf 0,5 Mio. Euro. Insgesamt betrug der Cashzufluss im ersten Quartal 0,9 Mio. Euro. Die liquiden Mittel erhöhten sich dadurch von 6,4 Mio. Euro auf 7,3 Mio. Euro.

Forschung und Entwicklung

Im Mittelpunkt der Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E) steht die stetige Weiterentwicklung der Omni-Channel-Commerce-Plattform Intershop 7. Aktuell gehört zu den wesentlichen Aufgaben im F&E-Bereich die Vorbereitung des nächsten Plattform-Updates auf die Version 7.6. Daneben gilt es, beständig den reibungslosen Betrieb der

unterschiedlichen, auf Basis von Intershop 7.5 bereitgestellten Commerce-Suite-Komponenten und der unterschiedlichen Betriebsmodelle Cloud, Managed und Enterprise zu gewährleisten und Funktionen gegebenenfalls zu optimieren. Dies geschieht beispielsweise durch Minor-Updates oder Wartungsarbeiten. Nur so kann im weiterhin sehr dynamischen und von kurzen Innovationszyklen geprägten E-Commerce-Sektor beständig ein wettbewerbsfähiges, zuverlässiges Lösungsangebot bereitgestellt werden.

Personal

Intershop beschäftigte per Ende März 2015 weltweit 389 Vollzeitkräfte. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum bedeutet dies einen Rückgang um 141 Mitarbeiter. Dabei entfällt rund die Hälfte des Rückgangs (70 Mitarbeiter) auf die Tochtergesellschaften SoQuero GmbH und The Bakery GmbH.

Die folgende Übersicht zeigt die Aufteilung der Vollzeitkräfte nach Unternehmensbereichen.

Mitarbeiter nach Bereichen (Vollzeitkräfte)	31.03.2015	31.12.2014	31.03.2014
Technische Abteilungen (Servicebereiche und F&E-Bereiche)	296	322	396
Vertrieb und Marketing	49	47	75
Allgemeine Verwaltung	44	46	59
Gesamt	389	415	530*

*460 Mitarbeiter ohne Tochtergesellschaften SoQuero GmbH und The Bakery GmbH

Dabei waren zum Zwischenbilanzstichtag mit 339 Mitarbeitern 87 % der Belegschaft in europäischen Niederlassungen beschäftigt (Vorjahr: 89 %). Der Anteil der Mitarbeiter in der Region Asien-Pazifik stieg mit 26 Mitarbeitern von 5 % auf 7 %. Mit 24 Mitarbeitern lag der Anteil der US-amerikanischen Belegschaft wie im Vorjahreszeitraum bei 6 %.

Konzernrisiken

In Bezug auf die Risiken wird auf die ausführliche Darstellung im Geschäftsbericht 2014 verwiesen.

Nachtragsbericht

Am 29. April 2015 hat Intershop bekannt gegeben, dass ihr das Land Thüringen als wesentliche Besicherung für einen noch abzuschließenden Kredit in Höhe von insgesamt 6 Millionen Euro eine Bürgschaft zugesagt hat.

Das Amtsgericht Jena hat mit Beschluss vom 30. April 2015 Dr. Harald Schrimpf, Vorstandsvorsitzender der PSI AG, zum Aufsichtsratsmitglied der INTERSHOP Communications AG mit Wirkung zum 1. Mai 2015 bis zum Ablauf der nächsten ordentlichen Hauptversammlung bestellt. Das bisherige Aufsichtsratsmitglied Prof. Dr. Nikolaus Mohr hat sein Amt zum 30. April 2015 aus beruflichen Gründen niedergelegt.

Weitere wesentliche berichtspflichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag sind nicht eingetreten.

Ausblick

Der globale E-Commerce-Markt wird in diesem und den kommenden Jahren weiter deutlich wachsen. Die Marktforscher von eMarketer erwarten, dass der B2C-Onlinehandel bis 2018 jährlich um durchschnittlich 17 % zulegen wird. Auch der B2B-Onlinehandel wird in den kommenden Jahren sein Potenzial stärker entfalten. Nach Angaben des US-Unternehmens Frost & Sullivan werden die weltweiten B2B-E-Commerce-Umsätze bis 2020 auf 12 Billionen US-Dollar anwachsen, was einer jährlichen Wachstumsrate von 8,1 % entspräche. Für die globalen IT-Märkte prognostiziert das Marktforschungsunternehmen IDC sowohl für 2015 als auch 2016 ein Wachstum von 3,4 %. Dabei soll das Geschäft mit Software mit 6,3 % im laufenden und mit 6,6 % im kommenden Jahr besonders stark wachsen. Das Geschäft mit IT-Services wird um 3,0 % respektive 3,3 % wachsen. Das hohe Wachstum im E-Commerce-Markt verspricht weiterhin großes Potenzial, neue Kunden aus den Bereichen B2C- und B2B-Handel gewinnen zu können. Gleichzeitig sind die globalen IT-Märkte und hier insbesondere der Markt für E-Commerce-Software von hochdynamischen Technologiezyklen und einem harten Wettbewerb gekennzeichnet. Die Gewinnung von Neukunden erfordert somit von Commerce-Plattform-Anbietern eine hohe Marktpräsenz, die Bereitstellung eines wettbewerbsfähigen Angebots sowie eine stabile Unternehmensentwicklung.

Intershop hat insbesondere im vergangenen Geschäftsjahr die Weichen gestellt, um sich im globalen Wettbewerb entscheidend zu positionieren. Dafür wurde zum einen die Geschäftstätigkeit refokussiert, was bereits in Form von steigenden Produktumsätzen Früchte trägt. Zudem wurde die Kostenstruktur angepasst, um die Profitabilität des Unternehmens zu steigern und den in der strategischen Übergangsphase anfallenden Umsatzrückgängen sowie erst nachgelagert eintretenden Umsatzzuwächsen Rechnung zu tragen.

Mit der Ende April 2015 erfolgten Zusage für ein Finanzierungspaket in Höhe von 6 Mio. Euro wurde ein weiterer wesentlicher Baustein geschaffen, um zusätzlichen Spielraum für Produktinnovationen, insbesondere im B2B-Segment und im Bereich SaaS-Lösungen, zu ermöglichen und mittelfristige Planungssicherheit in der Unternehmensfinanzierung zu schaffen. Das Finanzierungspaket umfasst einen geplanten Kredit mit der Sparkasse Jena-Saale-Holzland, der durch eine Bürgschaft des Landes Thüringen wesentlich besichert wird. Der Vorstand hält sich zudem weitere Optionen der Unternehmensfinanzierung wie die Nutzung des genehmigten Kapitals offen.

Für das laufende Geschäftsjahr hält der Vorstand an der im Geschäftsbericht 2014 aufgestellten Prognose für das Gesamtjahr fest. Demnach wird in 2015 ein Rückgang der um den Verkauf der Online-Marketing-Tochtergesellschaft bereinigten Gesamtumsatzerlöse im niedrigen zweistelligen Prozentbereich erwartet. Auf Basis einer leicht steigenden Bruttomarge und der optimierten Kostenstrukturen erwartet der Vorstand zudem ein annähernd ausgeglichenes operatives Ergebnis (EBIT).

Konzernbilanz

in TEUR	31. März 2015	31. Dezember 2014
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	8.922	9.451
Sachanlagen	565	631
Sonstige langfristige Vermögenswerte	51	45
Latente Steuern	953	950
	10.491	11.077
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.995	6.737
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	915	733
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	375	375
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.269	6.358
	14.554	14.203
Summe AKTIVA	25.045	25.280
PASSIVA		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	30.183	30.183
Kapitalrücklagen	7.751	7.751
Andere Rücklagen	-20.830	-20.357
	17.104	17.577
Langfristige Schulden	0	0
Kurzfristige Schulden		
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	341	344
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.215	1.670
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	146	150
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.752	2.867
Umsatzabgrenzungsposten	3.487	2.672
	7.941	7.703
Summe PASSIVA	25.045	25.280

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in TEUR	01. Januar bis 31. März	
	2015	2014
Umsatzerlöse		
Produktumsätze	3.279	2.957
Serviceumsätze	6.674	9.058
	9.953	12.015
Umsatzkosten		
Produktumsatzkosten	-1.480	-1.240
Serviceumsatzkosten	-4.606	-6.902
	-6.086	-8.142
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.867	3.873
Betriebliche Aufwendungen und Erträge		
Forschung und Entwicklung	-1.399	-1.225
Vertrieb und Marketing	-1.831	-3.065
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.305	-1.476
Sonstige betriebliche Erträge	282	208
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-38	-58
	-4.291	-5.616
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-424	-1.743
Zinserträge	2	6
Zinsaufwendungen	0	0
Finanzergebnis	2	6
Ergebnis vor Steuern	-422	-1.737
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-52	-56
Ergebnis nach Steuern	-474	-1.793
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:		
Veränderung aus der Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaft	1	20
Sonstiges Ergebnis aus Währungsumrechnung	1	20
Gesamtergebnis	-473	-1.773
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert, verwässert)	-0,02	-0,06
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert, verwässert)	30.183	30.183

Konzern-Kapitalflussrechnung

in TEUR	1. Januar bis 31. März	
	2015	2014
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Ergebnis vor Steuern	-422	-1.737
<i>Anpassungen zur Überleitung Periodenergebnis</i>		
Finanzergebnis	-2	-6
Abschreibungen	1.133	1.052
<i>Veränderung der operativen Vermögenswerte und Schulden</i>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	977	1.744
Sonstige Vermögenswerte	-174	-812
Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-685	220
Umsatzabgrenzungsposten	700	238
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern und Zinsen	1.527	699
Erhaltene Zinsen	3	6
Erhaltene Ertragsteuern	5	0
Gezahlte Ertragsteuern	-60	-50
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.475	655
Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-493	-614
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	2	0
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-41	-133
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-532	-747
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Wechselkursbedingte Änderungen	-32	14
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	911	-78
Liquide Mittel zu Beginn des Berichtszeitraumes	6.358	7.389
Liquide Mittel am Ende des Berichtszeitraumes	7.269	7.311

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in TEUR				Andere Rücklage			Summe Eigenkapital
	Stammaktien (Anzahl Aktien)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Umstellungs- rücklage	Kumulierte Gewinne/ Verluste	Kumulierte Währungsdifferenzen	
Stand 01.01.2015	30.183.484	30.183	7.751	-93	-22.438	2.174	17.577
Gesamtergebnis					-474	1	-473
Stand 31.03.2015	30.183.484	30.183	7.751	-93	-22.912	2.175	17.104
Stand 01.01.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-15.796	2.137	24.182
Gesamtergebnis					-1.793	20	-1.773
Stand 31.03.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-17.589	2.157	22.409

Konzernanhang zum 31. März 2015

Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der INTERSHOP Communications AG zum 31. Dezember 2014 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 31. März 2015 in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ erstellt.

Dieser Konzernzwischenbericht zum 31. März 2015 ist ungeprüft und ist im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss und dem dazugehörigen Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2014 zu lesen. Der Konzernabschluss und der Konzernanhang sind im Geschäftsbericht des Unternehmens für das Geschäftsjahr 2014 enthalten. Der Geschäftsbericht 2014 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), die die vom IASB verabschiedeten Standards (IFRS, IAS) und die Interpretationen (IFRIC, SIC) des International Financial Reporting Standard Interpretations Committee (IFRS IC) umfassen, 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 31. März 2015 unverändert neben der Muttergesellschaft die Tochterunternehmen Intershop Communications, Inc., Intershop Communications Australia Pty Ltd, Intershop Communications Asia Limited, Intershop Communications Nordics AB, The Bakery GmbH, Intershop Communications Ventures GmbH, Intershop Communications SARL sowie die Intershop Communications LTD.

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 2014 verwendet. Die angewandten Methoden sind im Geschäftsbericht 2014 auf den Seiten 48 bis 54 detailliert beschrieben.

Ab dem Geschäftsjahr 2015 werden die Umsatzerlöse in die Hauptgruppen Produktumsätze und Serviceumsätze untergliedert. Zu den Produktumsätzen gehören die Lizenzumsätze und die Umsatzerlöse aus Wartung. Die Serviceumsätze beinhalten die Umsätze aus Beratung und Schulung, die Full-Service-Erlöse sowie sonstige Erlöse. Zu den sonstigen Erlösen sind die nur in den Vorjahren entstandenen Online-Marketing-Umsätze sowie die Umsätze aus dem

TheBakery-Geschäft zugeordnet. Die Herstellungskosten werden in Umsatzkosten umbenannt.

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 31. März 2015 und ist eingeteilt in 30.183.484 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien. Zum 31. März 2015 verfügte die Gesellschaft unverändert über Genehmigtes Kapital 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	
	31.03.2015	31.03.2014
Basis für das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie (Ergebnis nach Steuern)	-474	-1.793
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie	30.183	30.183
Ermittlung Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert)		
Basis für das unverwässerte/verwässerte Ergebnis (in TEUR)	-474	-1.793
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (unverwässert/verwässert)	30.183	30.183
Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert) (in EUR)	-0,02	-0,06

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. Stimmen unverwässertes und verwässertes Ergebnis überein, kann der Ausweis gemäß IAS 33.67 in einer Zeile erfolgen.

Segmentberichterstattung

Segmentbericht Quartal zum 31. März 2015

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	2.430	599	250	0	3.279
Lizenzen	890	308	118	0	1.316
Wartung	1.540	291	132	0	1.963
Serviceumsätze	4.107	1.292	1.275	0	6.674
Beratung und Schulung	2.996	1.117	999	0	5.112
Full Service	1.111	175	276	0	1.562
Gesamtumsätze mit externen Kunden	6.537	1.891	1.525	0	9.953
Zwischensegmentumsätze	180	3	0	-183	0
Gesamtumsätze	6.717	1.894	1.525	-183	9.953
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-281	-80	-63	0	-424
Finanzergebnis					2
Ergebnis vor Steuern					-422
Steuern					-52
Ergebnis nach Steuern					-474

Segmentbericht Quartal zum 31. März 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	2.552	235	170	0	2.957
Lizenzen	1.066	0	45	0	1.111
Wartung	1.486	235	125	0	1.846
Serviceumsätze	5.139	2.736	1.183	0	9.058
Beratung und Schulung	2.617	2.506	950	0	6.073
Full Service	1.166	230	233	0	1.629
Sonstige Erlöse	1.356	0	0	0	1.356
Gesamtumsätze mit externen Kunden	7.691	2.971	1.353	0	12.015
Zwischensegmentumsätze	234	28	0	-262	0
Gesamtumsätze	7.925	2.999	1.353	-262	12.015
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-1.114	-427	-202	0	-1.743
Finanzergebnis					6
Ergebnis vor Steuern					-1.737
Steuern					-56
Ergebnis nach Steuern					-1.793

Die Umsatzgliederung der berichtspflichtigen Geschäftssegmente wurde entsprechend der Umsatzdarstellung des Konzerns angepasst. Wir verweisen auf den Abschnitt „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“.

Rechtsstreitigkeiten

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 hat sich zu den im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 69 aufgeführten Rechtsstreitigkeiten die folgende Änderung ergeben:

Im Fall der Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage der Aktionärin GSI Commerce Solutions, Inc. hat das Landgericht Gera für den 14. Juli 2015 einen Güterichtertermin 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 171 TEUR im ersten Quartal 2015 (Vorjahreszeitraum: 505 TEUR). Der offene Saldo an Forderungen betrug 41 TEUR zum 31. März 2015 (Vorjahresstichtag: 316 TEUR). Die Forderungen umfassen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Intershop hat keine Lieferungen und Leistungen von GSI bezogen und es bestanden keine Verbindlichkeiten zum 31. März 2015.

Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte

Per 31. März 2015 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 drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 wurden keine Wertpapiergeschäfte von Intershop-Inhaberstammaktien durch Organmitglieder der Gesellschaft getätigt.

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		Q1 2015	2014	Q1 2014
Stichtagsschlusskurs ¹	in EUR	0,98	1,07	1,81
Anzahl der ausgegebenen Aktien (per Stichtag)	in Mio. Stück	30,18	30,18	30,18
Marktkapitalisierung	in Mio. EUR	29,58	32,30	54,63
Ergebnis je Aktie	in EUR	-0,02	-0,22	-0,06
Cashflow pro Aktie	in EUR	0,05	0,01	0,02
Buchwert je Aktie	in EUR	0,57	0,58	0,74
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag ²	in Stück	34.593	31.039	54.966
Streubesitz	in %	69	69	69

¹ Basis: Xetra

² Basis: Xetra/Frankfurt

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.