



Zwischenbericht über die ersten sechs Monate 2015

1. Januar bis 30. Juni 2015

Inhalt

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE	3
KONZERNKENNZAHLEN	4
KONZERNLAGEBERICHT	5
Gesamtwirtschaft und Branche.....	5
Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2015	5
Umsatzentwicklung.....	7
Ergebnisentwicklung	8
Finanz- und Vermögenslage	8
Forschung und Entwicklung	9
Vorstand und Aufsichtsrat	9
Personal	9
Konzernrisiken.....	10
Nachtragsbericht.....	10
Ausblick.....	10
KONZERNBILANZ	11
KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	12
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG.....	13
KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	14
KONZERNANHANG ZUM 30. JUNI 2015.....	15
Allgemeine Angaben	15
Rechnungslegungsgrundsätze (Compliance statement).....	15
Konsolidierungskreis.....	15
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden.....	15
Eigenkapital.....	16
Ergebnis je Aktie	16
Segmentberichterstattung	17
Rechtsstreitigkeiten.....	19
Angabe zu nahe stehenden Personen	19
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	19
Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte	19
INTERSHOP-AKTIE.....	20
KONTAKT.....	21

Brief an die Aktionäre



Jochen Moll



Dr. Jochen Wiechen

Sehr geehrte Aktionäre und Geschäftsfreunde,

die operative Entwicklung von Intershop im zweiten Quartal 2015 hat den positiven Trend der ersten drei Monate des Jahres bestätigt. Wir haben durch eine deutliche Verbesserung der Bruttomarge ein nahezu ausgeglichenes operatives Ergebnis erzielt und unsere Umsätze, bereinigt um Verkäufe, leicht gesteigert. Auch strategisch wurden wichtige Fortschritte beim Umbau der Gesellschaft zu einem ganzheitlichen Lösungsanbieter für Omni-Channel-Commerce gemacht. Vereinfacht ausgedrückt: Die Richtung und das Momentum stimmen, der Trend wird weiter fortgesetzt, aber wir wissen, das Ziel ist noch nicht erreicht.

Zuversichtlich macht uns vor allem die Entwicklung im Produktgeschäft, wo wir einige vielversprechende Erfolge bei der Neukundenakquisition verzeichnet haben. Insgesamt wuchs der Produktumsatz mit 21 % deutlich, getragen von höheren Lizenzeinnahmen (+43 %) und einem verbesserten Wartungsgeschäft (+7 %). Bei den Serviceumsätzen wirken sich noch die auslaufenden Projekte mit zwei Großkunden aus; bereinigt um diese legten die Erlöse auch hier auf breiter Front zu. Die erfolgreiche Verbreiterung der Kundenbasis durch den Lizenzverkauf zieht sukzessive mehr Serviceerlöse nach sich, so dass wir hier in 2016 ebenfalls auf den Wachstumspfad zurückkehren sollten.

Die höhere Marktpräsenz und das verbreiterte, neu strukturierte Lösungsangebot haben im ersten Halbjahr zu einer Vielzahl neuer Kunden geführt. Dabei spüren wir vor allem die gestiegene Attraktivität von Intershop für internationale Partnerunternehmen, zu der auch die erneute Einstufung unserer B2B-Lösung in die Kategorie „Leader“ in der jüngsten Forrester Wave-Studie des US-Marktforschers Forrester Research beiträgt. Auch auf der Finanzierungsseite sind wir vorangekommen und haben mit dem im Juli ausgereichten Darlehen über 6 Mio. Euro zusätzliche Stabilität gewonnen.

Wir blicken dank einer guten Geschäftslage und der verbesserten Finanzsituation optimistisch in die zweite Jahreshälfte. Unserem Kollegen Ludwig Lutter, der zum 31. Juli 2015 im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat aus dem Unternehmen ausgeschieden ist, danken wir für sein tatkräftiges Engagement für die Gesellschaft und wünschen ihm alles Gute. Die Aufgaben von Ludwig Lutter werden von Jochen Moll übernommen.

Mit besten Grüßen


Jochen Moll


Dr. Jochen Wiechen

Konzernkennzahlen

in TEUR	6-Monate 2015	6-Monate 2014	Veränderung
Umsatz			
Umsatzerlöse	20.987	23.777	-12 %
Produktumsätze	7.344	6.081	21 %
Serviceumsätze	13.643	17.696	-23 %
Umsatz Europa	14.106	15.023	-6 %
Umsatz USA	3.635	6.037	-40 %
Umsatz Asien/Pazifik	3.246	2.717	19 %
Ergebnis			
Umsatzkosten	12.170	16.155	-25 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	8.817	7.622	16 %
Bruttomarge	42 %	32 %	
Betriebliche Aufwendungen und Erträge	9.352	11.912	-21 %
Forschung und Entwicklung	2.931	2.656	10 %
Vertrieb und Marketing	4.277	6.391	-33 %
Allgemeine Verwaltungskosten	2.536	3.034	-16 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-392	-169	132 %
EBIT	-535	-4.290	88 %
EBIT-Marge	-3 %	-18 %	
EBITDA	1.366	-2.241	161 %
EBITDA-Marge	7 %	-9 %	
Periodenergebnis	-619	-4.376	86 %
Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,02	-0,14	86 %
Vermögenslage			
Eigenkapital	16.906	19.856	-15 %
Eigenkapitalquote	65 %	65 %	
Bilanzsumme	26.009	30.359	-14 %
Langfristige Vermögenswerte	10.260	12.529	-18 %
Kurzfristige Vermögenswerte	15.749	17.830	-12 %
Langfristige Schulden	0	454	-100 %
Kurzfristige Schulden	9.103	10.049	-9 %
Finanzlage			
Liquide Mittel	7.708	6.370	21 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	2.496	492	407 %
Abschreibungen	1.901	2.049	-7 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.073	-1.530	30 %
Mitarbeiter	385	529	-27 %

Konzernlagebericht

Gesamtwirtschaft und Branche

Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet weiterhin mit einem moderaten Wachstum für die Weltwirtschaft. Gegenüber der Prognose von April senkten die IWF-Experten ihre Einschätzung für das Jahr 2015 im Juli um 0,2 Prozentpunkte auf eine globale Wachstumsrate von 3,3 %. Dies entspricht dem Niveau des vergangenen Jahres. Grund für die geringfügige Korrektur sind primär Schwächen der US-Konjunktur, deren Wachstumserwartung von 3,1 % auf 2,5 % korrigiert wurde. Insgesamt geht der IWF von einem Anstieg des zusammengefassten Bruttoinlandsprodukts (BIP) der Industriestaaten von 2,1 % aus. Ebenfalls positiv wird sich die Wirtschaft in den Ländern der Eurogruppe entwickeln, für die ein Wachstum von 1,5 % erwartet wird. Für Deutschland rechnen die Experten mit einem Anstieg von 1,6 %, für Frankreich von 1,2 % und für Großbritannien von 2,4 %.

Der E-Commerce-Markt gilt als einer der Wachstumsmotoren der Weltwirtschaft. Der Trend zur Digitalisierung hat inzwischen nahezu sämtliche Branchen erreicht und ist im Handel einer der bestimmenden Faktoren für die zukünftige Entwicklung. Für das Jahr 2015 prognostiziert das US-Marktforschungsunternehmen eMarketer ein Wachstum des B2C-E-Commerce-Handels von rund 21 %. Dies entspricht einem weltweiten Marktvolumen von rund 1,6 Billionen US-Dollar. Die wichtigen Zielregionen der Intershop-Geschäftstätigkeit können 2015 mit einem zweistelligen Wachstum des Marktes für B2C-E-Commerce rechnen. 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 rund 44 Mrd. Euro rechnet.

Für die globalen IT-Märkte hat der US-Marktforscher Gartner seine Investitionsprognose leicht revidiert und geht nun im laufenden Jahr von einer währungsbereinigten Erhöhung der Ausgaben um 2,5 % (zuvor: 3,1 %) aus. Der deutsche IT-Markt kann ebenfalls positive Impulse verzeichnen und wird im Jahr 2015 nach Angaben des Branchenverbands BITKOM mit einem Wachstum von 3,2 % überdurchschnittlich wachsen. Am stärksten steigen laut der Erhebung die Umsätze mit Software (+5,7 %). Das Geschäft mit IT-Dienstleistungen soll um 3 % zulegen.

Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2015

Intershop zeigt im ersten Halbjahr 2015 eine deutlich verbesserte Entwicklung gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dies gilt sowohl für die wirtschaftliche Performance als auch für den Ausbau der Marktpräsenz, die Auslastung der Kapazitäten und die Entwicklung der Projektpipeline.

Kundenorientierter Marktauftritt: Intershop Commerce Suite und Commerce Services

Intershop hat in den ersten Monaten des Jahres 2015 seinen Umbau vom Serviceunternehmen zu einem ganzheitlichen Omni-Commerce-Lösungsanbieter mit Fokus auf Produktangebote fortgesetzt. Im Zuge der im vergangenen Jahr erfolgten Einführung eines neuen Marktauftritts 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 alle technischen Lösungsangebote von Intershop unter dem Dach Intershop Commerce Suite gebündelt und entsprechend vermarktet. Der konsequent kundenorientierte Marktauftritt erleichtert Anwendern den Überblick zu Komponenten und Betriebsmodellen im Intershop Leistungsportfolio. 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.

Intershop hat im ersten Halbjahr zahlreiche Messeauftritte und Kundenveranstaltungen genutzt, um die neuen Lösungsangebote zu präsentieren, darunter die Internet World in München sowie die deutsche Leitmesse für Energie und Wasserwirtschaft E-World in Essen. Auf letzterer präsentierte Intershop wie in den Jahren zuvor seine schlüsselfertige Onlinehandels-Lösung für Energieversorger, die unter anderen bereits für Konzerne wie Vattenfall implementiert wurde.

„Leader“ in der jüngsten B2B Forrester Wave, starke Neukundenentwicklung

Die Intershop Commerce Suite ist erneut von internationalen Branchenanalysten als führende Produktlösung ausgezeichnet worden. In der im Juni 2015 veröffentlichten „Forrester Wave“-Studie des US-Marktforschungsinstituts Forrester Research wurde Intershop mit seiner B2B-Lösung als „Leader“ und damit als stärkste Alternative zu den Produkten der drei großen globalen Softwarehäuser IBM, Oracle und SAP deklariert. Besonders gut schnitt Intershop bei den Kriterien „Digitale Touchpoints für Endnutzer“ sowie „Lösungsarchitektur“ und „Implementierungszeitraum“ ab. Hervorgehoben wurde speziell die Eignung der Intershop-Lösung für komplexe standort- und verkaufskanalübergreifende B2B-Projekte. Die Auszeichnung unterstreicht, dass Intershop mit seinen Produktinnovationen und der frühzeitigen Fokussierung des B2B-Bereichs eine international führende Lösung offeriert. Erst im Januar 2015 konnte sich Intershop auch in der „Forrester Wave“-Studie für den B2C-Sektor als "Strong Performer" unter den Top 5-Anbietern weltweit platzieren.

Die positive Bewertung durch die unabhängigen Marktforscher ist ein Indiz dafür, dass Intershop im Geschäftsjahr 2014 die richtigen Weichenstellungen vorgenommen hat, was zu einer höheren Marktpräsenz insbesondere im Mittelstand geführt und wodurch das Unternehmen an Attraktivität bei internationalen Partnerunternehmen gewonnen hat.

Im ersten Halbjahr 2015 vertiefte Intershop die Zusammenarbeit mit einigen langjährigen Partnern und ergänzte das bereits umfangreiche Partnernetzwerk um neue Dienstleister. 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. Im Frühjahr erfolgte 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. Hinzu kamen weitere Neukundenakquisitionen im ersten Halbjahr auf Basis der Intershop Cloud-Lösung. Dies ist ein Beleg dafür, dass Intershop sich als Anbieter einer attraktiven SaaS-Lösung etabliert hat.

Insgesamt stieß die Intershop Suite mit allen Bereitstellungsmodellen (Cloud, Managed, Enterprise) auf hohe Nachfrage im ersten Halbjahr. Zu den zahlreichen Neukunden vor allem im mittelständischen Segment 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 Ländern zunehmender Beliebtheit erfreut. Mit dem Partner ModusLink implementierte Intershop in nur vier Monaten die europäischen Ländershops der Marke Tassimo, die mit ihren Heißgetränkessystemen (Kapselmaschinen) auch in Deutschland eine hohe Bekanntheit genießt. Im April ging der neue Online-Shop des indischen Ablegers des weltweit renommierten Anbieters von Büroartikeln, Staples, an den Start. Die B2B-Lösung des US-Konzerns für den indischen Markt zielt vor allem auf die Nachfrage nach Bürobedarfsartikeln durch die steigende Zahl von Unternehmen in den Großstädten des zweitbevölkerungsreichsten Landes der Welt.

Zu den weiteren wichtigen „Go Lives“ des ersten Halbjahres gehörte der Launch des österreichischen Shops des bestehenden Intershop-Kunden Garten XXL. In Großbritannien erhielt der Online-Optiker Mister Spex für seinen Relaunch auf Basis der Intershop Suite den renommierten ECMOD Direct Commerce Award 2015 – ein weiterer Beleg für die erfolgreiche internationale Expansion des Onlinegeschäfts eines Wachstumsunternehmens mit der Omnichannel-Lösung von Intershop.

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.

Bereinigt um „Sondereffekte“ Umsatzplus von 12 % im ersten Halbjahr 2015

Intershop erwirtschaftete im zweiten Quartal 2015 einen Umsatz von rund 11 Mio. Euro (Q2 2014: 11,8 Mio. Euro). Bereinigt um die Umsätze der verkauften Online-Marketing-Tochter SoQuero zum 30. September 2014, erzielte Intershop ein leichtes Umsatzwachstum von 3 %, was den positiven Trend des ersten Quartals fortsetzt.

Im Berichtszeitraum der ersten sechs Monate 2015 beliefen sich die Umsatzerlöse auf 21 Mio. Euro (Vorjahrszeitraum: 23,8 Mio. Euro). Dies entspricht einem Rückgang um 12 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum, der auf den Verkauf des Online Marketing-Geschäfts (SoQuero) und auslaufende Projekte mit zwei Großkunden zurückzuführen ist. Bereinigt um den SoQuero-Verkauf ergibt sich ein Umsatzrückgang von lediglich 3 %. Bereinigt um die beiden genannten „Sondereffekte“ steigerte Intershop seine Umsätze im ersten Halbjahr 2015 auf breiter Front und kam auf ein Plus von 12 %. Diese Umsatzsteigerung resultiert sowohl aus Umsatzzuwachsen bei bestehenden Kunden als auch aus dem Neukundengeschäft.

Die Produktumsätze stiegen im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 21 % auf 7,3 Mio. Euro. Dabei legten die Lizenzumsätze überdurchschnittlich stark um 43 % auf einen Halbjahresumsatz von 3,4 Mio. Euro zu. Die Wartungsumsätze erhöhten sich um 7 % auf rund 4,0 Mio. Euro.

Die Serviceumsätze gingen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2015 um 23 % auf 13,6 Mio. Euro zurück. Hier machte sich der bereits erwähnte, geringere Umsatz mit zwei Großkunden bemerkbar, der zu einem Rückgang der Beratungserlöse von 12 % führte. Bereinigt um diesen Posten stieg der Beratungsumsatz um 15 %, was deutlich macht, dass Intershop im Beratungsbereich den Turnaround beim Umsatz geschafft hat. Insgesamt bleibt der Bereich Beratung und Schulung mit knapp 50 % der wichtigste Umsatzträger von Intershop. Die Erlöse im Bereich Full Service lagen mit rund 3,2 Mio. Euro knapp auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

Eine hohe Zahl neuer Kunden und der deutliche Anstieg der Umsatzerlöse im Produktbereich, insbesondere mit Lizenzen (+43 %), machen deutlich, dass die eingeschlagene Strategie der Refokussierung auf das Produktgeschäft sukzessive greift. Das zieht auch weitere Serviceumsätze nach sich, wie der Wachstumstrend bei den bereinigten Serviceumsätzen im ersten Halbjahr zeigt, so dass mittelfristig wieder stabile Umsätze und positive Ergebnisse in allen Geschäftssegmenten zu erwarten sind.

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

1. Januar bis 30. Juni	2015	2014	Veränderung
Produktumsätze	7.344	6.081	21 %
Lizenzen	3.372	2.363	43 %
Wartung	3.972	3.718	7 %
Serviceumsätze	13.643	17.696	-23 %
Beratung/Schulung	10.454	11.849	-12 %
Full Service	3.189	3.242	-2 %
Sonstige Erlöse	0	2.605	-100 %
Gesamtumsatzerlöse	20.987	23.777	-12 %

Bei der regionalen Umsatzverteilung gab es im ersten Halbjahr eine Verschiebung zugunsten der Region Asien-Pazifik. Hier verzeichnete der Intershop-Konzern im Berichtszeitraum eine Umsatzsteigerung um 19 % auf rund 3,2 Mio. Euro, was einem Anteil am Gesamtumsatz von 15 % entspricht. Demgegenüber reduzierten sich die im US-Markt erzielten Erlöse aufgrund der rückläufigen Großkundenumsätze um 40 % auf 3,6 Mio. Euro respektive 17 % vom Gesamtumsatz. Auf dem europäischen Markt gingen die Umsätze um 6 % auf 14,1 Mio. Euro zurück. Bereinigt um den SoQuero-Verkauf ergab sich ein Plus von 10 %. Der Umsatzanteil des Heimatkontinents lag bei 67 %.

Ergebnisentwicklung

Höhere margenstarke Umsätze sowie eine insgesamt verbesserte Kostenstruktur haben Intershop im ersten Halbjahr 2015 mit 8,8 Mio. Euro ein deutlich gestiegenes Bruttoergebnis beschert. Die Bruttomarge erhöhte sich von 32 % im Vorjahreszeitraum auf nunmehr 42 %. Die Umsatzkosten reduzierten sich überproportional zum Erlösrückgang um 25 % auf 12,2 Mio. Euro.

Die betrieblichen Aufwendungen sanken um 21 % auf 9,4 Mio. Euro. Dieser Rückgang resultiert aus den Maßnahmen zur Verbesserung der Kostenstruktur, die sich unter anderen in den um 33 % gesunkenen Vertriebs- und Marketingkosten widerspiegelt. Die Ausgaben lagen im Berichtszeitraum bei 4,3 Mio. Euro, nach 6,4 Mio. Euro im Vorjahr. Die Verwaltungskosten verringerten sich ebenfalls gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 16 % auf 2,5 Mio. Euro. Die Kosten für Forschung und Entwicklung stiegen um 10 % auf 2,9 Mio. Euro, da mit größerem Aufwand eigene Entwicklungsprojekte vorangetrieben wurden.

In Summe reduzierten sich die Gesamtkosten (Umsatzkosten und betriebliche Aufwendungen) um 23 % auf 21,5 Mio. Euro. Dadurch verbesserte sich das operative Ergebnis vor Abzug der Abschreibungen (EBITDA) von -2,2 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 1,4 Mio. Euro im Berichtszeitraum. Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) verbesserte sich ebenfalls deutlich von -4,3 Mio. Euro auf -0,5 Mio. Euro. Bezogen auf das zweite Quartal erreichte Intershop mit einem EBIT von -0,1 Mio. Euro nahezu den Break-Even, was die verbesserte Margen- und Kostenstruktur reflektiert.

Insgesamt erzielte der Intershop-Konzern im ersten Halbjahr ein Periodenergebnis nach Steuern von -0,6 Mio. Euro (Vorjahr: -4,4 Mio. Euro). Das Ergebnis je Aktie lag bei -0,02 Euro, im Vorjahr stand ein Wert von -0,14 Euro zu Buche.

Finanz- und Vermögenslage

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen in den ersten sechs Monaten gegenüber dem Jahresende 2014 um knapp 11 % auf 15,7 Mio. Euro. Wesentlicher Grund dafür waren die liquiden Mittel, die sich gegenüber dem Jahresende 2014 um 21 % auf 7,7 Mio. Euro erhöhten. Auf der Passivseite verringerte sich die Eigenkapitalposition um 0,7 Mio. Euro auf 16,9 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote des Intershop-Konzerns lag mit 65 % auf einem

komfortablen Niveau. Die Verbindlichkeiten, darunter keine zinstragenden Finanzverbindlichkeiten, lagen mit 9,1 Mio. Euro über dem Jahresendniveau 2014. Die Bilanzsumme erhöhte sich leicht um 3 % auf 26,0 Mio. Euro zum Zwischenbilanzstichtag.

Im Berichtszeitraum verbesserte Intershop den operativen Cashflow kräftig von 0,5 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2014 auf 2,5 Mio. Euro im Berichtszeitraum 2015. Die Erhöhung ist hauptsächlich auf das deutlich verbesserte Ergebnis zurückzuführen. Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit sank von 1,5 Mio. Euro auf 1,1 Mio. Euro. Insgesamt betrug der Cashzufluss im ersten Halbjahr 1,35 Mio. Euro. Die liquiden Mittel erhöhten sich dadurch von 6,4 Mio. Euro auf 7,7 Mio. Euro.

Forschung und Entwicklung

Im Mittelpunkt der Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E) steht die stetige Weiterentwicklung der Omni-Commerce-Plattform Intershop 7, die im Juni 2015 erneut vom renommierten Analysehaus Forrester Research in einer B2B-Marktstudie als führende Lösung beurteilt wurde. Aktuell gehört zu den wesentlichen Aufgaben im F&E-Bereich die Vorbereitung des nächsten Plattform-Updates auf die Version 7.6. Dabei stehen die Themen B2B und Order Management sowie die Weiterentwicklung der Cloud-Version der Software besonders im Fokus. 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.

Vorstand und Aufsichtsrat

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.

Das langjährige Vorstandsmitglied Ludwig Lutter hat im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat sein Amt zum 30. Juni 2015 niedergelegt und schied zum 31. Juli 2015 aus der Gesellschaft aus. Die Ressorts von Herrn Lutter werden von dem Vorstandssprecher Jochen Moll übernommen.

Personal

Intershop beschäftigte per Ende Juni 2015 weltweit 385 Vollzeitkräfte. Gegenüber dem Vorjahreszeitpunkt bedeutet dies einen Rückgang um 144 Mitarbeiter. Dabei entfällt rund die Hälfte des Rückgangs (68 Mitarbeiter) auf die Tochtergesellschaften SoQuero GmbH und The Bakery GmbH.

Die folgende Übersicht zeigt die Aufteilung der Vollzeitkräfte nach Unternehmensbereichen.

Mitarbeiter nach Bereichen (Vollzeitkräfte)	30.06.2015	31.12.2014	30.06.2014
Technische Abteilungen (Servicebereiche und F&E-Bereiche)	291	322	391
Vertrieb und Marketing	50	47	79
Allgemeine Verwaltung	44	46	59
Gesamt	385	415	529*

*461 Mitarbeiter ohne Tochtergesellschaften SoQuero GmbH und The Bakery GmbH

Dabei waren zum Zwischenbilanzstichtag mit 335 Mitarbeitern 87 % der Belegschaft in europäischen Niederlassungen beschäftigt (Vorjahr: 88 %). Der Anteil der 26 Mitarbeiter in der Region Asien-Pazifik stieg von 5 % auf 7 %. Mit 24 Mitarbeitern lag der Anteil der US-amerikanischen Belegschaft mit 6 % knapp unter Vorjahresniveau.

Konzernrisiken

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

Nachtragsbericht

Im Juli 2015 wurde das Darlehen mit der Sparkasse Jena-Saale-Holzland über ein Kreditvolumen von 6 Mio. Euro ausgereicht, das mit einer Bürgschaft des Landes Thüringen abgesichert ist.

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 auf 2,5 Billionen US-Dollar zulegen wird, im nächsten Jahr veranschlagen die Analysten ein Wachstum von 18,6 % auf 1,9 Billionen US-Dollar. 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 ca. 10 % 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 liegt nach einem guten Auftaktquartal auch auf Halbjahressicht voll im Rahmen der Planungen. Die erfolgreiche Refokussierung auf das Produktgeschäft zeigt sich deutlich an dessen steigenden Umsatzanteil, der sich, verglichen mit dem Vorjahreszeitraum, von 26 % auf 35 % erhöht hat. Dazu trugen sowohl das Lizenz- als auch das Wartungsgeschäft bei. Die Serviceerlöse werden auch im laufenden Geschäftsjahr aufgrund auslaufender Projekte bei Großkunden wie angekündigt zurückgehen. Im Full-Service-Bereich bleibt die Gesellschaft bei ihrer Erwartung eines stabilen Umsatzniveaus im Vergleich zum Vorjahr, was durch die Halbjahreszahlen bestätigt wird.

Intershop sieht sich durch den Strategiewechsel und die angepasste Kostenstruktur in einem weiterhin sehr dynamischen Wettbewerbsumfeld gut positioniert. Dazu trägt auch das Finanzierungspaket mit einem Kreditvolumen von 6 Mio. Euro bei, das zusätzlichen Spielraum für Produktinnovationen, insbesondere im B2B-Segment und im Bereich SaaS-Lösungen ermöglicht und mittelfristige Planungssicherheit in der Unternehmensfinanzierung schafft. 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 Umsatzerlöse 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	30. Juni 2015	31. Dezember 2014
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	8.774	9.451
Sachanlagen	485	631
Sonstige langfristige Vermögenswerte	49	45
Latente Steuern	952	950
	10.260	11.077
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.042	6.737
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	624	733
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	375	375
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.708	6.358
	15.749	14.203
Summe AKTIVA	26.009	25.280
PASSIVA		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	30.183	30.183
Kapitalrücklagen	7.751	7.751
Andere Rücklagen	-21.028	-20.357
	16.906	17.577
Langfristige Schulden	0	0
Kurzfristige Schulden		
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	341	344
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.881	1.670
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	74	150
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	3.273	2.867
Umsatzabgrenzungsposten	3.534	2.672
	9.103	7.703
Summe PASSIVA	26.009	25.280

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in TEUR	1. April bis 30. Juni		1. Januar bis 30. Juni	
	2015	2014	2015	2014
Umsatzerlöse				
Produktumsätze	4.065	3.124	7.344	6.081
Serviceumsätze	6.969	8.638	13.643	17.696
	11.034	11.762	20.987	23.777
Umsatzkosten				
Produktumsatzkosten	-1.121	-1.308	-2.601	-2.548
Serviceumsatzkosten	-4.963	-6.705	-9.569	-13.607
	-6.084	-8.013	-12.170	-16.155
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.950	3.749	8.817	7.622
Betriebliche Aufwendungen und Erträge				
Forschung und Entwicklung	-1.532	-1.431	-2.931	-2.656
Vertrieb und Marketing	-2.446	-3.326	-4.277	-6.391
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.231	-1.558	-2.536	-3.034
Sonstige betriebliche Erträge	189	53	471	261
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-41	-34	-79	-92
	-5.061	-6.296	-9.352	-11.912
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-111	-2.547	-535	-4.290
Zinserträge	4	10	6	16
Zinsaufwendungen	-7	0	-7	0
Finanzergebnis	-3	10	-1	16
Ergebnis vor Steuern	-114	-2.537	-536	-4.274
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-31	-46	-83	-102
Ergebnis nach Steuern	-145	-2.583	-619	-4.376
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:				
Veränderung aus der Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaft	-51	30	-52	50
Sonstiges Ergebnis aus Währungsumrechnung	-51	30	-52	50
Gesamtergebnis	-196	-2.553	-671	-4.326
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert, verwässert)	0,00	-0,09	-0,02	-0,14
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert, verwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183

Konzern-Kapitalflussrechnung

in TEUR	1. Januar bis 30. Juni	
	2015	2014
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Ergebnis vor Steuern	-536	-4.274
<i>Anpassungen zur Überleitung Periodenergebnis</i>		
Finanzergebnis	1	-16
Abschreibungen	1.901	2.049
<i>Veränderung der operativen Vermögenswerte und Schulden</i>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-122	2.409
Sonstige Vermögenswerte	116	-537
Verbindlichkeiten und Rückstellungen	515	460
Umsatzabgrenzungsposten	773	425
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern und Zinsen	2.648	549
Erhaltene Zinsen	6	16
Gezahlte Zinsen	-1	0
Erhaltene Ertragsteuern	5	0
Gezahlte Ertragsteuern	-162	-73
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	2.496	492
Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-1.005	-1.312
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	4	1
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-72	-219
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.073	-1.530
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Wechselkursbedingte Änderungen	-73	19
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	1.350	-1.019
Liquide Mittel zu Beginn des Berichtszeitraumes	6.358	7.389
Liquide Mittel am Ende des Berichtszeitraumes	7.708	6.370

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					-619	-52	-671
Stand 30.06.2015	30.183.484	30.183	7.751	-93	-23.057	2.122	16.906
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

Konzernanhang zum 30. Juni 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 30. Juni 2015 in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ erstellt.

Dieser Konzernzwischenbericht zum 30. Juni 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 30. Juni 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 30. Juni 2015 und ist eingeteilt in 30.183.484 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien. Zum 30. Juni 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		6-Monatszeitraum zum	
	30.06.2015	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2014
Basis für das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie (Ergebnis nach Steuern)	-145	-2.583	-619	-4.376
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie	30.183	30.183	30.183	30.183
Ermittlung Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert)				
Basis für das unverwässerte/verwässerte Ergebnis (in TEUR)	-145	-2.583	-619	-4.376
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (unverwässert/verwässert)	30.183	30.183	30.183	30.183
Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert) (in EUR)	0,00	-0,09	-0,02	-0,14

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 30. Juni 2015

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	3.227	453	385	0	4.065
Lizenzen	1.692	140	224	0	2.056
Wartung	1.535	313	161	0	2.009
Serviceumsätze	4.342	1.291	1.336	0	6.969
Beratung und Schulung	3.112	1.173	1.057	0	5.342
Full Service	1.230	118	279	0	1.627
Gesamtumsätze mit externen Kunden	7.569	1.744	1.721	0	11.034
Zwischensegmentumsätze	94	33	187	-314	0
Gesamtumsätze	7.663	1.777	1.908	-314	11.034
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-76	-8	-27	0	-111
Finanzergebnis					-3
Ergebnis vor Steuern					-114
Steuern					-31
Ergebnis nach Steuern					-145

Segmentbericht Quartal zum 30. Juni 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	2.685	285	154	0	3124
Lizenzen	1.163	65	24	0	1.252
Wartung	1.522	220	130	0	1.872
Serviceumsätze	4.647	2.781	1.210	0	8.638
Beratung und Schulung	2.221	2.571	984	0	5.776
Full Service	1.177	210	226	0	1.613
Sonstige Erlöse	1.249	0	0	0	1.249
Gesamtumsätze mit externen Kunden	7.332	3.066	1.364	0	11.762
Zwischensegmentumsätze	181	30	79	-290	0
Gesamtumsätze	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 6-Monatszeitraum zum 30. Juni 2015

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	5.657	1.052	635	0	7.344
Lizenzen	2.582	448	342	0	3.372
Wartung	3.075	604	293	0	3.972
Serviceumsätze	8.449	2.583	2.611	0	13.643
Beratung und Schulung	6.108	2.290	2.056	0	10.454
Full Service	2.341	293	555	0	3.189
Gesamtumsätze mit externen Kunden	14.106	3.635	3.246	0	20.987
Zwischensegmentumsätze	274	36	187	-497	0
Gesamtumsätze	14.380	3.671	3.433	-497	20.987
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-357	-88	-90	0	-535
Finanzergebnis					-1
Ergebnis vor Steuern					-536
Steuern					-83
Ergebnis nach Steuern					-619

Segmentbericht 6-Monatszeitraum zum 30. Juni 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	5.237	520	324	0	6.081
Lizenzen	2.229	65	69	0	2.363
Wartung	3.008	455	255	0	3.718
Serviceumsätze	9.786	5.517	2.393	0	17.696
Beratung und Schulung	4.838	5.077	1.934	0	11.849
Full Service	2.343	440	459	0	3.242
Sonstige Erlöse	2.605	0	0	0	2.605
Gesamtumsätze mit externen Kunden	15.023	6.037	2.717	0	23.777
Zwischensegmentumsätze	415	58	79	-552	0
Gesamtumsätze	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

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

Rechtsstreitigkeiten

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

Das Verfahren der Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage der Aktionärin GSI Commerce Solutions, Inc. wurde vor dem Landgericht Gera durch einen gerichtlichen Vergleich im güterichterlichen Verfahren gemäß § 278 Abs. 6 ZPO am 13. Juli 2015 beendet.

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 271 TEUR im ersten Halbjahr 2015 (Vorjahreszeitraum: 992 TEUR). Der offene Saldo an Forderungen betrug 142 TEUR zum 30. Juni 2015 (Vorjahresstichtag: 170 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 2015.

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 2015 hielten die folgenden Organmitglieder der Gesellschaft Intershop-Inhaberstammaktien:

Name	Funktion	Aktien
Dr. Herbert May	Aufsichtsratsvorsitzender	18.000
Dr. Kai Hudetz	Mitglied des Aufsichtsrats	4.000
Jochen Moll	Sprecher des Vorstands	50.000
Dr. Jochen Wiechen	Mitglied des Vorstands	30.000

In den ersten sechs 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		6M 2015	2014	6M 2014
Stichtagsschlusskurs ¹	in EUR	1,13	1,07	1,64
Anzahl der ausgegebenen Aktien (per Stichtag)	in Mio. Stück	30,18	30,18	30,18
Marktkapitalisierung	in Mio. EUR	34,11	32,30	49,50
Ergebnis je Aktie	in EUR	-0,02	-0,22	-0,14
Cashflow pro Aktie	in EUR	0,08	0,01	0,02
Buchwert je Aktie	in EUR	0,56	0,58	0,66
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag ²	in Stück	31.882	31.039	35.803
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.