



Zwischenbericht über die ersten neun Monate 2015

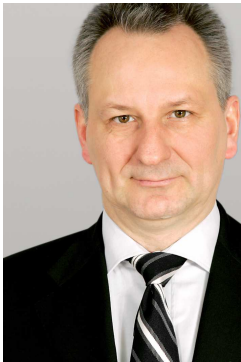
1. Januar bis 30. September 2015



Inhalt

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE	3
KONZERNKENNZAHLEN	4
KONZERNLAGEBERICHT	5
Gesamtwirtschaft und Branche.....	5
Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2015	5
Umsatzentwicklung.....	7
Ergebnisentwicklung	8
Finanz- und Vermögenslage	8
Forschung und Entwicklung	9
Vorstand und Aufsichtsrat	9
Personal	10
Konzernrisiken.....	10
Nachtragsbericht.....	10
Ausblick.....	10
KONZERNBILANZ	12
KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	13
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG.....	14
KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	15
KONZERNANHANG ZUM 30. SEPTEMBER 2015	16
Allgemeine Angaben	16
Rechnungslegungsgrundsätze (Compliance statement).....	16
Konsolidierungskreis.....	16
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden.....	16
Eigenkapital.....	17
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	17
Ergebnis je Aktie	17
Segmentberichterstattung	18
Rechtsstreitigkeiten.....	20
Angabe zu nahe stehenden Personen	20
Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte	20
INTERSHOP-AKTIE.....	21
KONTAKT.....	22

Brief an die Aktionäre



Dr. Jochen Wiechen



Axel Köhler

Sehr geehrte Aktionäre und Geschäftsfreunde,

die positiven Tendenzen der Geschäftsentwicklung des ersten Halbjahres haben sich im dritten Quartal 2015 bestätigt. Getragen von einem starken Lizenzerlös hat Intershop nach einer Reihe von negativen Quartalen erstmals wieder ein positives operatives Quartalsergebnis von 0,6 Mio. Euro erzielt. Das Resultat macht Mut und zeigt, dass die eingeschlagene Strategie vom Serviceunternehmen zum Omni-Channel-Commerce Anbieter zu greifen beginnt. Unsere Produktumsätze liegen um 40 % über dem Vorjahr und ihr Anteil am Gesamtumsatz hat sich in den letzten zwölf Monaten um 13 Prozentpunkte auf 40 % erhöht. Auch auf der Kostenseite und bei der Liquiditätssteuerung haben wir unsere Hausaufgaben im laufenden Jahr gemacht. Unsere operativen Aufwendungen haben wir neu justiert und dabei rund 13 % gegenüber dem Vorjahr eingespart. Unsere Bruttomarge haben wir deutlich verbessert und mit einer EBITDA-Marge von 8 % weisen wir in die richtige Richtung. Mit einem Liquiditätspolster von gut 15 Mio. Euro per Ende September haben wir die finanziellen Spielräume für gezielte Wachstumsinvestitionen geschaffen. Dazu trugen auch die Kapitalerhöhung und das im Juni abgeschlossene Darlehen ihren Teil bei. Zudem erwarten wir in den nächsten Wochen mit dem Closing des Verkaufs von eBay Enterprise an ein Private Equity Konsortium mehr Klarheit über die Absichten des neuen Großaktionärs. Hier werden wir so schnell wie möglich das Gespräch suchen, um eine strategisch passende Lösung zu finden.

Insgesamt blicken wir vorsichtig optimistisch auf die kommenden Monate. Unsere neueste Befragung von 400 E-Commerce-Entscheidern zum digitalen Wandel im B2B-Geschäft belegt das Potential in einem Segment, für das wir mit unserer Technologieplattform hervorragend aufgestellt sind. Darüber hinaus konzentrieren wir uns auf den Ausbau unserer SaaS-Lösungen, die zunehmend von wachstumsstarken Mittelständlern nachgefragt werden.

Der Wechsel im Vorstand per Ende August verlief absolut reibungslos. Die Aufgaben, die vor uns liegen, bleiben herausfordernd, doch wir fühlen uns gut gerüstet für die Zukunft.

Mit besten Grüßen

A handwritten signature in blue ink that reads "Jochen Wiechen".

Dr. Jochen Wiechen

A handwritten signature in blue ink that reads "Axel Köhler".

Axel Köhler

Konzernkennzahlen

in TEUR	9-Monate 2015	9-Monate 2014	Veränderung
Umsatz			
Umsatzerlöse	32.700	34.857	-6 %
Produktumsätze	12.986	9.298	40 %
Serviceumsätze	19.714	25.559	-23 %
Umsatz Europa	20.939	22.357	-6 %
Umsatz USA	7.400	8.335	-11 %
Umsatz Asien/Pazifik	4.361	4.165	5 %
Ergebnis			
Umsatzkosten	18.394	23.154	-21 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	14.306	11.703	22 %
Bruttomarge	44 %	34 %	
Betriebliche Aufwendungen und Erträge	14.260	16.476	-13 %
Forschung und Entwicklung	4.294	3.894	10 %
Vertrieb und Marketing	6.416	9.425	-32 %
Allgemeine Verwaltungskosten	3.781	4.490	-16 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-231	-1.333	-83 %
EBIT	46	-4.773	101 %
EBIT-Marge	0 %	-14 %	
EBITDA	2.694	-1.748	254 %
EBITDA-Marge	8 %	-5 %	
Periodenergebnis	-136	-5.075	97 %
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,00	-0,17	100 %
Vermögenslage			
Eigenkapital	18.830	19.090	-1 %
Eigenkapitalquote	57 %	69 %	
Bilanzsumme	33.114	27.494	20 %
Langfristige Vermögenswerte	11.367	11.562	-2 %
Kurzfristige Vermögenswerte	21.747	15.932	36 %
Langfristige Schulden	5.356	472	1.035 %
Kurzfristige Schulden	8.928	7.932	13 %
Finanzlage			
Liquide Mittel	14.995	5.631	166 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	4.168	-918	554 %
Abschreibungen	2.648	3.025	-12 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.740	-823	-111 %
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	6.363	0	
Mitarbeiter	383	463	-17 %

Konzernlagebericht

Gesamtwirtschaft und Branche

Die Weltwirtschaft hat in den vergangenen Monaten nach aktuellen Prognosen des Internationalen Währungsfonds (IWF) weiterhin an Dynamik verloren. Gegenüber der bereits im Juli revidierten Prognose für das Gesamtjahr senkten die IWF-Experten im Oktober ihre Einschätzung für das Jahr 2015 erneut um 0,2 Prozentpunkte auf eine globale Wachstumsrate von nun 3,1 %. Für die erneute Korrektur zeichnet sich vor allem die Sorge um die Konjunktur der Schwellenländer verantwortlich. In den Industriestaaten, darunter wichtige Zielmärkte von Intershop, wird das zusammengefasste Bruttoinlandsprodukt (BIP) in 2015 voraussichtlich um 2,0 % steigen. Für die US-Wirtschaft wird mit 2,6 % ein überdurchschnittlich starker Zuwachs veranschlagt. Auch in den Ländern der Eurogruppe wird sich die Wirtschaft positiv entwickeln und um 1,5 % zulegen. Für Deutschland wird ein Zuwachs von 1,5 %, für Frankreich von 1,2 % und für Großbritannien von 2,5 % 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 25 % auf ein weltweites Marktvolumen von rund 1,67 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. Der deutsche Online-Einzelhandel wird nach Schätzungen des Handelsverbands Deutschland (HDE) 2015 um 12 % auf ein Volumen von rund 44 Mrd. Euro zulegen.

Für die Entwicklung der globalen IT-Märkte hat der US-Marktforscher Gartner seine Investitionsprognose für das Jahr 2015 im Juni erneut leicht revidiert und geht nun im laufenden Jahr von einer währungsbereinigten Erhöhung der Investitionen um 2,5 % aus. Das European IT Observatory (EITO) prognostiziert einen Anstieg der globalen IT-Umsätze von 2,8 %. Deutschlands IT-Branche wird sich nach Schätzungen des Branchenverbands BITKOM mit einem Wachstum von 3,2 % besonders gut entwickeln. Am stärksten steigen demnach die Umsätze mit Software (+ 5,7 %). Das Geschäft mit IT-Dienstleistungen wird laut BITKOM um 3 % zulegen.

Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2015

Intershop hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 seine Geschäftsentwicklung gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich verbessert. Sowohl Umsatz als auch Ergebnisse entwickelten sich insbesondere im dritten Quartal positiv und bestätigten den positiven Ausblick der Geschäftsleitung für das Gesamtjahr 2015. Ausschlaggebend für diese erfreuliche Geschäftsentwicklung waren im Wesentlichen der Erfolg der strategischen Neuausrichtung sowie insgesamt die hohe Wettbewerbsfähigkeit der Intershop-Lösungen sowohl im B2C- als auch im B2B-Omni-Commerce, der immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Kundenorientiertes Lösungsportfolio mit hoher Attraktivität für Partner: Intershop Commerce Suite und Intershop Commerce Services

Intershop hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 seinen Umbau vom Serviceunternehmen zu einem ganzheitlichen Omni-Commerce-Lösungsanbieter mit Fokus auf Produktangebote fortgesetzt. Ein wichtiger Baustein war dabei die Überarbeitung des Software-Produkt-Angebots, das im Februar 2015 in der Vorstellung eines neuen Lösungsportfolios mündete. Das neue Portfolio erleichtert Anwendern den Überblick zu Komponenten und Betriebsmodellen im Intershop Leistungsportfolio und bringt zudem die Stärken der Intershop Lösungen und Services stärker zum Vorschein. Alle technischen

Lösungsangebote von Intershop sind nun unter dem Dach Intershop Commerce Suite gebündelt und werden entsprechend vermarktet. Unter dem Bereich Commerce Services subsumieren nun alle angebotenen Serviceleistungen von der ersten Ideenentwicklung über fundierte Consulting-Leistungen bis zur Inbetriebnahme, Wartung und Weiterentwicklung einer Handelsplattform.

Zur Vermarktung der neuen Lösungsangebote präsentierte Intershop sich im Berichtszeitraum auf zahlreiche Messen und Veranstaltungen, darunter die Internet World in München sowie die deutsche Leitmesse für Energie und Wasserwirtschaft E-World in Essen oder der Gartner Customer Strategies & Technologies Summit in London. Im Herbst 2015 fanden in mehreren deutschen Großstädten Kundenveranstaltungen unter dem Titel Intershop Commerce Circle statt. Dort berichteten Intershop-Kunden über Erfahrungen und Erfolgsfaktoren im B2C-Commerce und gaben Praxistipps zum Thema Shopumstellung und Anbieterwechsel. Intershop präsentierte seinerseits anhand von Produktdemos die Vorteile der Commerce Suite für Einzelhändler.

Auf Seiten der Partner erhöhte die Neuausrichtung des Lösungsportfolios und die stärkere Fokussierung auf das Produktgeschäft mit Softwarelizenzen und Wartungserlösen in den ersten drei Quartalen die Attraktivität von Intershop spürbar. Im Ergebnis war es Intershop zum einen möglich, die Zusammenarbeit mit einigen langjährigen Partnern zu vertiefen und das bereits umfangreiche Partnernetzwerk um neue Dienstleister auszubauen. Zum anderen konnte der gemeinsam mit Partnern erzielte Umsatz deutlich gesteigert und eine Vielzahl von Neuaufträgen über das Netzwerk akquiriert werden.

Zu den Neukunden im Berichtszeitraum gehörten vor allem mittelständische Unternehmen. Gleichzeitig erhielt Intershop auch einen umfangreichen Lizenzvertrag von einem langjährigen strategischen Großkunden.

Neben Partnernetzwerk und zielführenden eigenen Vertriebs- und Marketingaktivitäten sind erfolgreiche Kundenprojekte der Haupttreiber für die Generierung von Neugeschäft. Hier spielen auch Preise und Auszeichnungen eine wichtige Rolle. Der Online-Optiker Mister Spex konnte im Berichtszeitraum in Großbritannien gleich zwei Preise für den Relaunch seines britischen Online-Shops auf Basis der Intershop Suite entgegennehmen. Der renommierte ECMOD Direct Commerce Award würdigt herausragende Leistungen in den Bereichen Direktvertrieb und Multichannel-Geschäft. Der eCommerce Award for Excellence belohnt bahnbrechende Innovationen ebenso wie innovatives Marketing, erstklassigen Kundenservice und erzieltes Umsatzwachstum. In Deutschland wurde Mitte September 2015 die 4care GmbH mit ihrem Shop Lensbest.de mit dem Shop Usability Award ausgezeichnet. Lensbest.de überzeugte insbesondere in den sechs Bewertungskriterien Look & Feel, vertrauensschaffende Elemente, Kundeninformationen zum Shop, Navigation und Produktauffindbarkeit, Informationsgehalt auf den Produktdetailseiten sowie Bestellprozess und Bezahlung.

Intershop als führender Anbieter von B2B und B2C-Lösungen im Omni-Channel-Commerce

Intershop wurde im Berichtszeitraum erneut als einer der weltweit führenden Anbieter von Omni-Channel-Commerce-Lösungen durch zwei Studien des US-Marktforschungsinstituts Forrester Research ausgezeichnet. Im Januar 2015 platzierte sich Intershop in der „Forrester Wave“-Studie im B2C-Sektor als „Strong Performer“ unter den Top 5-Anbietern weltweit. In der im Juni 2015 veröffentlichten Forrester-Studie zu B2B-Lösungen wurde die Intershop-Lösung sogar als „Leader“ und damit als stärkste Alternative zu den Produkten der drei großen globalen Softwarehäuser IBM, Oracle und SAP deklariert. Das wiederholt gute Abschneiden unterstreicht, dass Intershop mit seinen Produktinnovationen und der frühzeitigen Fokussierung des B2B-Bereichs eine international führende Lösung offeriert und sich gleichzeitig im hart umkämpften B2C-Bereich als global konkurrenzfähiger Anbieter etabliert hat.

Um die Top-Marktpositionierung weiter auszubauen und weitere Erkenntnisse über das noch junge Marktsegment für B2B-Omni-Commerce zu gewinnen, führte das unabhängige Marktforschungsinstitut Vanson Bourne im Juni 2015 im Auftrag von Intershop eine Umfrage unter 400 im Bereich E-Commerce tätigen B2B-Entscheidern in Großbritannien, den USA,

Frankreich, Deutschland, Skandinavien und den Benelux-Ländern durch. Die Studie hat deutlich gezeigt, dass die B2B E-Commerce-Landschaft sich derzeit rasant weiterentwickelt und sich die Marktmacht zum Kunden verschiebt. Daher wächst die Erkenntnis bei den Entscheidern, dass Unternehmen im B2B-Onlinehandel stärker auf Kundenorientierung setzen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Zudem sollten Unternehmen zeitnah agieren, bevor wertvolle Marktanteile an Konkurrenten oder neue Akteure verlorengehen. Aus Sicht von Intershop bestätigt die Studie: aus den Herausforderungen für B2B-Händler ergeben sich vielfältige Chancen zur Neukundengewinnung.

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 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.

Positiver Umsatztrend bei den Produktumsätzen fortgesetzt

Der Intershop-Konzern erzielte im dritten Quartal 2015 einen Umsatz von 11,7 Mio. Euro (Q3 2014: 11,1 Mio. Euro) und damit ein Plus von 6 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. In den ersten neun Monaten 2015 wurde ein Umsatz von 32,7 Mio. Euro erwirtschaftet, was einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6 % bedeutet. Bereinigt um die Umsätze der zum 30. September 2014 verkauften Online-Marketing-Tochter SoQuero erzielte Intershop im Berichtszeitraum ein leichtes Umsatzwachstum von 3 %. Der auf den Soquero-Verkauf sowie auf ausgelaufene Projekte mit Großkunden zurückzuführende Umsatzrückgang der vergangenen Quartale wurde damit weiter eingedämmt und bereits zu großen Teilen durch Neugeschäft kompensiert. Ein großer Teil des Neugeschäfts basiert dabei auf Produktumsätzen mit Neukunden, vielfach aus dem mittelständischen Bereich. Gleichzeitig lieferte ein großer Lizenzauftrag eines langjährigen strategischen Kunden, der im August abgeschlossen und sofort verbucht wurde, einen deutlichen Beitrag zu der positiven Umsatzentwicklung.

In der Folge setzte sich der positive Trend bei den Produktumsätzen weiter fort. Insgesamt stieg dieser Posten in den ersten neun Monaten 2015 um 40 % auf rund 13,0 Mio. Euro. Vor allem die Lizenzerlöse erhöhten sich deutlich um 88 % auf 7,0 Mio. Euro. Den größten Beitrag lieferte dabei der erwähnte Großauftrag. Die Wartungsumsätzen erhöhten sich ebenfalls. Hier war ein Anstieg um 7 % auf rund 6,0 Mio. Euro zu verzeichnen.

Dagegen verringerten sich die Serviceumsätze in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 um 23 % auf 19,7 Mio. Euro. Hier ist weiterhin ein geringerer Umsatz mit zwei Großkunden hauptsächlich. Daher sanken die Beratungs- und Schulungsumsätze um 13 % auf 15,1 Mio. Euro. Die Erlöse im Bereich Full Service erhöhten sich im Berichtszeitraum um 5 % auf rund 4,6 Mio. Euro. Insgesamt bleiben die Serviceumsätze mit einem Anteil von 60 % der wichtigste Umsatzträger im Intershop Konzern. Mit 40 % hat sich der Anteil der Produktumsätze allerdings innerhalb eines Jahres um 13 Prozentpunkte erhöht. Dies unterstreicht den nachhaltigen Wandel zu einem ganzheitlichen Omni-Commerce-Lösungsanbieter, den das Unternehmen derzeit vollzieht. Die veränderte Umsatzverteilung trägt maßgeblich zu einer Erhöhung der Bruttomarge bei und ist die Grundlage für die Rückkehr auf den Wachstumskurs.

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

1. Januar bis 30. September	2015	2014	Veränderung
Produktumsätze	12.986	9.298	40 %
Lizenzen	7.001	3.724	88 %
Wartung	5.985	5.574	7 %
Serviceumsätze	19.714	25.559	-23 %
Beratung/Schulung	15.103	17.280	-13 %
Full Service	4.611	4.383	5 %
Sonstige Erlöse	0	3.896	-100 %
Gesamtumsatzerlöse	32.700	34.857	-6 %

In der regionalen Umsatzverteilung dominiert weiterhin der europäische Markt. In dieser Region sank der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entsprechend dem Gesamtumsatz um 6 % auf rund 21,0 Mio. Euro, der Anteil europäischer Kunden am Gesamtumsatz beträgt weiterhin 64 %. Die Region Asien-Pazifik etabliert sich immer mehr zu einem wichtigen Zielmarkt für Intershop. Hier stieg der Umsatz im Berichtszeitraum um 5 % auf rund 4,4 Mio. Euro, was einem Anteil von 13 % an den gesamten Intershop-Erlösen entspricht. Die im US-Markt erzielten Erlöse verringerten sich aufgrund der rückläufigen Serviceumsätze mit Großkunden um 11 % auf 7,4 Mio. Euro respektive 23 % vom Gesamtumsatz.

Ergebnisentwicklung

Intershop hat in den ersten neun Monaten eine positive Ergebnisentwicklung vollzogen. Die Basis dafür bilden der höhere Anteil margenstarker Produktumsätze sowie eine insgesamt verbesserte Kostenstruktur. Dadurch steigerte Intershop sein Bruttoergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 22 % auf 14,3 Mio. Euro. Die Bruttomarge stieg deutlich von 34 % auf 44 %. Die betrieblichen Aufwendungen sanken um 13 % auf 14,3 Mio. Euro. Vor allem die Kosten für Vertrieb und Marketing wurden deutlich reduziert und lagen mit 6,4 Mio. Euro um 32 % unter dem Vorjahreswert. Die Verwaltungskosten sanken gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 16 % auf 3,8 Mio. Euro. Die Kosten für Forschung und Entwicklung stiegen um 10 % auf 4,3 Mio. Euro, da mit größerem Aufwand eigene Entwicklungsprojekte vorangetrieben wurden.

In Summe reduzierten sich die Gesamtkosten (Umsatzkosten und betriebliche Aufwendungen) um 18 % auf 32,7 Mio. Euro. Dadurch verbesserte sich das operative Ergebnis vor Abzug der Abschreibungen (EBITDA) deutlich von -1,7 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 2,7 Mio. Euro im Berichtszeitraum. Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) war ebenfalls leicht positiv und betrug nach -4,7 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum nun 0,05 Mio. Euro. Das dritte Quartal 2015 war mit einem EBIT von 0,6 Mio. Euro und einem Periodenergebnis von 0,5 Mio. Euro durchgängig positiv. Auf Neun-Monats-Basis wurde ebenfalls ein nahezu ausgeglichenes Periodenergebnis von -0,1 Mio. Euro erzielt. Das Ergebnis je Aktie betrug 0,00 Euro nach -0,17 Euro im Vorjahr.

Finanz- und Vermögenslage

Wesentlichen Einfluss auf die Finanz- und Vermögenslage des Intershop Konzerns hatte die Finanzierungstätigkeit des Unternehmens im abgelaufenen dritten Quartal. Zum einen wurde im Juli 2015 das zuvor vereinbarte Darlehen mit der Sparkasse Jena-Saale-Holzland über ein Kreditvolumen von 6 Mio. Euro, das mit einer Bürgschaft des Landes Thüringen abgesichert ist, ausgereicht. Das Darlehen dient in erster Linie dem Ausgleich saisonaler Schwankungen im laufenden Geschäft und der Vorfinanzierung von Projekten sowie Marketing- und Vertriebszwecken. Zum anderen führte Intershop im September im Rahmen

einer Privatplatzierung eine Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital um knapp 5 % des bestehenden Grundkapitals durch. Dadurch stieg das Grundkapital der Gesellschaft um 1.500.000 auf 31.683.484 Euro. Der Platzierungspreis für die neuen Aktien betrug 1,10 Euro je Aktie. Damit beläuft sich der Bruttoemissionserlös aus der Kapitalerhöhung auf 1,65 Mio. Euro. Die Mittel aus der Kapitalerhöhung wird Intershop für zusätzliche Investitionen in strategische Wachstumsfelder, wie den Ausbau des SaaS-Angebots und der B2B-Lösung, verwenden.

In Folge der Finanzierungstätigkeit stieg die Bilanzsumme des Intershop Konzerns zum Zwischenbilanztag um 31 % auf 33,1 Mio. Euro. Auf der Aktivseite erhöhten sich durch die Kapitalmaßnahmen die kurzfristigen Vermögenswerte mit rund 53 % deutlich auf 21,7 Mio. Euro. Auf der Passivseite stieg das Eigenkapital gegenüber Jahresende 2014 um 7 % auf 18,8 Mio. Euro. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich um rund 16 % auf 8,9 Mio. Euro. Hinzukommen durch das Darlehen erstmals auch langfristige Verbindlichkeiten in Höhe von 5,0 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote des Intershop-Konzerns sank dementsprechend von 70 % auf 57 %.

Der operative Cashflow verbesserte sich im Berichtszeitraum deutlich von -0,9 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 4,2 Mio. Euro im Berichtszeitraum 2015. Die Erhöhung ist hauptsächlich auf das verbesserte Ergebnis zurückzuführen. Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit stieg von 0,8 Mio. Euro auf 1,7 Mio. Euro. Durch die Finanzierungstätigkeit des Unternehmens in den ersten neun Monaten 2015 und dem damit verbundenen Mittelzufluss von 6,4 Mio. Euro betrug der gesamte Cash-Zufluss 8,6 Mio. Euro. Die liquiden Mittel erhöhten sich dadurch deutlich von 6,4 Mio. Euro zum Jahresende 2014 auf knapp 15,0 Mio. Euro zum 30. September 2015.

Forschung und Entwicklung

Im Mittelpunkt der Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E) steht die stetige Weiterentwicklung der Omni-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, das noch in diesem Jahr auf den Markt kommen soll. In Vorbereitung des Updates fand Mitte Oktober in Jena die Intershop Partner Developer Conference statt. Die Teilnehmer erhielten in Präsentationen, Live-Demos und Workshops eine exklusive Vorschau auf die neuen Funktionalitäten des bevorstehenden Updates und hatten die Möglichkeit zum direkten Dialog mit dem Entwicklerteam von Intershop zu treten.

Neben den regelmäßigen Updates gehört es zu den Standardaufgaben im Bereich Forschung und Entwicklung, kontinuierlich 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 von kurzen Innovationszyklen geprägten E-Commerce-Sektor beständig ein wettbewerbsfähiges, zuverlässiges Lösungsangebot bereitgestellt werden.

Vorstand und Aufsichtsrat

Im Berichtszeitraum gab es bei der Intershop Communications AG drei Organänderungen.

Zum einen legte Finanzvorstand Ludwig Lutter sein Amt zum 30. Juni 2015 nieder und schied Ende Juli aus der Gesellschaft aus. Zum anderen gab Vorstandssprecher Jochen Moll mit Wirkung zum 31. August 2015 sein Amt als Vorstand ab und schied Ende September 2015 aus dem Unternehmen aus. Im Zuge der Neubesetzung wurde der Vorstand auf zwei Mitglieder verkleinert und Dr. Jochen Wiechen, bisher Chief Technical Officer (CTO) mit Wirkung zum 1. September 2015 zum Vorstandsvorsitzenden (CEO) ernannt. Dr. Jochen Wiechen verantwortet seitdem zusätzlich zu den technischen Abteilungen die Verwaltung des Unternehmens, inklusive des Finanzbereiches. Zudem rückte Axel Köhler, bisher Senior Vice President Sales & Marketing bei Intershop, zum 1. September 2015 in den Vorstand auf. Seine Aufgaben umfassen die Bereiche Vertrieb, Marketing und Kommunikation sowie Professional Services.

Im Aufsichtsrat der Intershop Communications AG gab es ebenfalls eine Neubesetzung. Nachdem das bisherige Aufsichtsratsmitglied Prof. Dr. Nikolaus Mohr sein Amt zum 30. April 2015 aus beruflichen Gründen niedergelegt hatte, wurde Dr. Harald Schrimpf, Vorstandsvorsitzender der PSI AG, durch das Amtsgericht Jena zum 1. Mai 2015 als Aufsichtsrat bestellt und dann auf der Hauptversammlung am 26. August 2015 als Aufsichtsratsmitglied bestätigt.

Personal

Intershop beschäftigte per Ende September 2015 weltweit 383 Vollzeitkräfte. Gegenüber dem Vorjahreszeitpunkt bedeutet dies einen Rückgang um 80 Mitarbeiter. Gegenüber Jahresende 2014 sank die Zahl um 32 Mitarbeiter.

Die folgende Übersicht zeigt die Aufteilung der Vollzeitkräfte nach Unternehmensbereichen.

Mitarbeiter nach Bereichen (Vollzeitkräfte)	30.09.2015	31.12.2014	30.09.2014
Technische Abteilungen (Servicebereiche und F&E-Bereiche)	293	322	364
Vertrieb und Marketing	46	47	55
Allgemeine Verwaltung	44	46	44
Gesamt	383	415	463

In den europäischen Niederlassungen waren zum Zwischenbilanzstichtag mit 335 Mitarbeitern 87 % der Belegschaft beschäftigt (Vorjahr: 88 %). Der Anteil der in der Region Asien-Pazifik und in den USA beschäftigten Mitarbeiter betrug jeweils 6 % an der Gesamtbelegschaft (jeweils 24 Mitarbeiter) und lag damit und damit auf Vorjahresniveau.

Konzernrisiken

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

Nachtragsbericht

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. Das US-amerikanische Marktforschungsunternehmen eMarketer Inc. hob zuletzt seine mittelfristige Prognose für den globalen Onlinehandel deutlich an, und geht mittlerweile von einer Verdoppelung der weltweiten E-Commerce-Umsätze bis 2019 auf rund 3,5 Billionen US-Dollar aus. 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 zulegen, was einer jährlichen Wachstumsrate von ca. 10 % entspräche. Für die globalen IT-Märkte rechnet das Marktforschungsunternehmen IDC in diesem Jahr mit einem Wachstum von 5,5 % und im nächsten Jahr von 3,6 %. Dabei soll das Geschäft mit Software mit 6,7 % im laufenden und mit 6,8 % im kommenden Jahr besonders stark wachsen. Das Geschäft mit IT-Services wird um 3,0 % respektive 3,5 % 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.

Ein wichtiger Schritt für Intershop, um global wettbewerbsfähig zu bleiben, war die Refokussierung auf das Produktgeschäft. Der Erfolg dieses Strategiewechsels zeigt sich an dessen mittlerweile maßgeblichen Umsatzanteil, der in 2015 nach neun Monaten bei 40 % lag (Vorjahr: 27 %). Die Gesellschaft rechnet auch auf Jahresbasis mit deutlich gestiegenen Lizenz- und Wartungserlösen. Die Serviceerlöse werden 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.

Aufgrund der Gewinnung eines großen Lizenzauftrags hatte Intershop im August sowohl seine Umsatz- als auch seine Ergebnisprognose für das Gesamtjahr angehoben. Ursprünglich war der Vorstand von einem Rückgang der bereinigten Umsatzerlöse im niedrigen zweistelligen Prozentbereich und einem annähernd ausgeglichenen operativen Ergebnis für das Gesamtjahr ausgegangen. Nunmehr erwartet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2015 Umsatzerlöse auf Vorjahresniveau, bereinigt um den Verkauf der Online-Marketing-Aktivitäten, sowie ein leicht positives operatives Ergebnis (EBIT).

Intershop sieht sich durch den Strategiewechsel und die angepasste Kostenstruktur in einem sehr dynamischen Wettbewerbsumfeld gut positioniert. Die Maßnahmen zur Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung und der deutlich verbesserte operative Cashflow schaffen zusätzlichen Spielraum für Produktinnovationen, insbesondere im B2B-Segment und im Bereich SaaS-Lösungen und erhöhen die mittelfristige Planungssicherheit in der Unternehmensfinanzierung.

Konzernbilanz

in TEUR	30. September 2015	31. Dezember 2014
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	8.742	9.451
Sachanlagen	431	631
Sonstige langfristige Vermögenswerte	49	45
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	1.200	0
Latente Steuern	945	950
	11.367	11.077
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.911	6.737
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	466	733
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	375	375
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	14.995	6.358
	21.747	14.203
Summe AKTIVA	33.114	25.280
PASSIVA		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	31.683	30.183
Kapitalrücklagen	7.814	7.751
Andere Rücklagen	-20.667	-20.357
	18.830	17.577
Langfristige Schulden		
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten	5.000	0
Umsatzabgrenzungsposten	356	0
	5.356	0
Kurzfristige Schulden		
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	286	344
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten	1.000	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.224	1.670
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	32	150
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.535	2.867
Umsatzabgrenzungsposten	2.851	2.672
	8.928	7.703
Summe PASSIVA	33.114	25.280

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in TEUR	1. Juli bis 30. September		1. Januar bis 30. September	
	2015	2014	2015	2014
Umsatzerlöse				
Produktumsätze	5.642	3.217	12.986	9.298
Serviceumsätze	6.071	7.863	19.714	25.559
	11.713	11.080	32.700	34.857
Umsatzkosten				
Produktumsatzkosten	-1.679	-1.252	-4.280	-3.800
Serviceumsatzkosten	-4.545	-5.747	-14.114	-19.354
	-6.224	-6.999	-18.394	-23.154
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.489	4.081	14.306	11.703
Betriebliche Aufwendungen und Erträge				
Forschung und Entwicklung	-1.363	-1.238	-4.294	-3.894
Vertrieb und Marketing	-2.139	-3.034	-6.416	-9.425
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.245	-1.456	-3.781	-4.490
Sonstige betriebliche Erträge	59	1.199	530	1.460
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-220	-35	-299	-127
	-4.908	-4.564	-14.260	-16.476
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	581	-483	46	-4.773
Zinserträge	12	9	18	25
Zinsaufwendungen	-58	0	-65	0
Finanzergebnis	-46	9	-47	25
Ergebnis vor Steuern	535	-474	-1	-4.748
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-52	-225	-135	-327
Ergebnis nach Steuern	483	-699	-136	-5.075
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:				
Veränderung aus der Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaft	-124	-67	-174	-17
Sonstiges Ergebnis aus Währungsumrechnung	-124	-67	-174	-17
Gesamtergebnis	359	-766	-310	-5.092
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert, verwässert)	0,02	-0,02	0,00	-0,17
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert, verwässert)	30.283	30.283	30.208	30.208

Konzern-Kapitalflussrechnung

in TEUR	1. Januar bis 30. September	
	2015	2014
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Ergebnis vor Steuern	-1	-4.748
<i>Anpassungen zur Überleitung Periodenergebnis</i>		
Finanzergebnis	47	-25
Abschreibungen	2.648	3.025
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	0	-995
<i>Veränderung der operativen Vermögenswerte und Schulden</i>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	909	2.612
Sonstige Vermögenswerte	264	-521
Verbindlichkeiten und Rückstellungen	95	157
Umsatzabgrenzungsposten	471	-258
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern und Zinsen	4.433	-753
Erhaltene Zinsen	18	25
Gezahlte Zinsen	-59	0
Erhaltene Ertragsteuern	5	0
Gezahlte Ertragsteuern	-229	-190
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	4.168	-918
Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Liquide Mittel mit Verfügungsbeschränkung	0	-375
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-1.637	-2.157
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	4	0
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-107	-243
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen	0	1.952
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.740	-823
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	6.000	0
Liquide Mittel mit Verfügungsbeschränkung	-1.200	0
Einzahlungen aus der Ausgabe von Stammaktien	1.650	0
Kosten aus der Ausgabe von Stammaktien	-87	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	6.363	0
Wechselkursbedingte Änderungen	-154	-17
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	8.637	-1.758
Liquide Mittel zu Beginn des Berichtszeitraumes	6.358	7.389
Liquide Mittel am Ende des Berichtszeitraumes	14.995	5.631

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					-136	-174	-310
Ausgabe neuer Aktien	1.500.000	1.500	63				1.563
Stand 30.09.2015	31.683.484	31.683	7.814	-93	-22.574	2.000	18.830
Stand 01.01.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-15.796	2.137	24.182
Gesamtergebnis					-5.075	-17	-5.092
Stand 30.09.2014	30.183.484	30.183	7.751	-93	-20.871	2.120	19.090

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

Dieser Konzernzwischenbericht zum 30. September 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. September 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 erhöhte sich zum 30. September 2015 um 1.500.000 Euro auf 31.683.484 Euro und ist eingeteilt in 31.683.484 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien. Die Veränderung ist auf eine Kapitalerhöhung aus Genehmigten Kapital I zurückzuführen.

Zum 30. September 2015 verringerte sich das Genehmigte Kapital I um 1.500.000 Euro auf 6.000.000 Euro. Im September 2015 wurde eine Barkapitalerhöhung unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre durch die Ausgabe von 1.500.000 neuer auf den Inhaber lautenden Stückaktien durchgeführt. Diese wurde am 24. September 2015 mit der Eintragung ins Handelsregister rechtlich wirksam.

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Intershop hat im Juli 2015 einen Darlehensvertrag in Höhe von 6 Mio. Euro mit der Sparkasse Jena-Saale-Holzland abgeschlossen, der mit einer Bürgschaft des Landes Thüringen abgesichert ist. Die 6 Mio. Euro wurden Mitte Juli ausgereicht, davon sind 1,2 Mio. Euro verpfändet. Die Verpfändung verringert sich anteilig mit der Rückzahlung des Darlehens. Die Laufzeit des Darlehens beträgt 6 Jahre. Es wurde ein jährliches Sondertilgungsrecht ohne Vorfälligkeitsentschädigung vereinbart.

Ergebnis je Aktie

Die Berechnung des unverwässerten und verwässerten Ergebnisses je Aktie basiert auf folgenden Daten:

In TEUR	Quartal zum		9-Monatszeitraum zum	
	30.09.2015	30.09.2014	30.09.2015	30.09.2014
Basis für das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie (Ergebnis nach Steuern)	483	-699	-136	-5.075
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl von Stammaktien für das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie	30.283	30.283	30.208	30.208
Ermittlung Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert)				
Basis für das unverwässerte/verwässerte Ergebnis (in TEUR)	483	-699	-136	-5.075
Gewichteter Durchschnitt der Anzahl der Aktien (unverwässert/verwässert)	30.283	30.283	30.208	30.208
Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert) (in EUR)	0,02	-0,02	0,00	-0,17

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. Gemäß IAS 33.64 wurde die Ermittlung der Aktienanzahl rückwirkend für den Vorjahreswert angepasst.

Segmentberichterstattung

Segmentbericht Quartal zum 30. September 2015

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Produktumsätze	2.699	2.751	192	0	5.642
Lizenzen	1.135	2.467	27	0	3.629
Wartung	1.564	284	165	0	2.013
Serviceumsätze	4.134	1.014	923	0	6.071
Beratung und Schulung	3.082	905	662	0	4.649
Full Service	1.052	109	261	0	1.422
Gesamtumsätze mit externen Kunden	6.833	3.765	1.115	0	11.713
Zwischensegmentumsätze	664	36	11	-711	0
Gesamtumsätze	7.497	3.801	1.126	-711	11.713
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	388	98	95	0	581
Finanzergebnis					-46
Ergebnis vor Steuern					535
Steuern					-52
Ergebnis nach Steuern					483

Segmentbericht Quartal zum 30. September 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	2.631	258	328	0	3.217
Lizenzen	1.138	29	194	0	1.361
Wartung	1.493	229	134	0	1.856
Serviceumsätze	4.703	2.040	1.120	0	7.863
Beratung und Schulung	2.737	1.819	875	0	5.431
Full Service	675	221	245	0	1.141
Sonstige Erlöse	1.291	0	0	0	1.291
Gesamtumsätze mit externen Kunden	7.334	2.298	1.448	0	11.080
Zwischensegmentumsätze	176	1	2	-179	0
Gesamtumsätze	7.510	2.299	1.450	-179	11.080
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-320	-96	-67	0	-483
Finanzergebnis					9
Ergebnis vor Steuern					-474
Steuern					-225
Ergebnis nach Steuern					-699

Segmentbericht 9-Monatszeitraum zum 30. September 2015

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	8.356	3.803	827	0	12.986
Lizenzen	3.717	2.915	369	0	7.001
Wartung	4.639	888	458	0	5.985
Serviceumsätze	12.583	3.597	3.534	0	19.714
Beratung und Schulung	9.190	3.195	2.718	0	15.103
Full Service	3.393	402	816	0	4.611
Gesamtumsätze mit externen Kunden	20.939	7.400	4.361	0	32.700
Zwischensegmentumsätze	938	72	198	-1.208	0
Gesamtumsätze	21.877	7.472	4.559	-1.208	32.700
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	31	10	5	0	46
Finanzergebnis					-47
Ergebnis vor Steuern					-1
Steuern					-135
Ergebnis nach Steuern					-136

Segmentbericht 9-Monatszeitraum zum 30. September 2014

in TEUR	Europa	USA	Asien/ Pazifik	Konsolidierung	Konzern
Umsätze mit externen Kunden					
Produktumsätze	7.868	778	652	0	9.298
Lizenzen	3.367	94	263	0	3.724
Wartung	4.501	684	389	0	5.574
Serviceumsätze	14.489	7.557	3.513	0	25.559
Beratung und Schulung	7.575	6.896	2.809	0	17.280
Full Service	3.018	661	704	0	4.383
Sonstige Erlöse	3.896	0	0	0	3.896
Gesamtumsätze mit externen Kunden	22.357	8.335	4.165	0	34.857
Zwischensegmentumsätze	591	59	81	-731	0
Gesamtumsätze	22.948	8.394	4.246	-731	34.857
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	-3.035	-1.188	-550	0	-4.773
Finanzergebnis					25
Ergebnis vor Steuern					-4.748
Steuern					-327
Ergebnis nach Steuern					-5.075

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

Rechtsstreitigkeiten

In den ersten neun 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 eBay Inc. besaß zum Zwischenbilanzstichtag 24,90 % der Anteile der Gesellschaft. Die erzielten Umsätze mit dem von der eBay Inc. kontrollierten Unternehmen GSI Commerce Solutions Inc. beliefen sich auf 311 TEUR in den ersten neun Monaten 2015 (Vorjahreszeitraum: 1.435 TEUR). Die Forderungen umfassen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Intershop hat keine Lieferungen und Leistungen von GSI bezogen und es bestanden keine Forderungen (Vorjahresstichtag: 153 TEUR) und Verbindlichkeiten zum 30. September 2015.

Meldepflichtige Wertpapierbestände und Wertpapiergeschäfte

Per 30. September 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
Dr. Jochen Wiechen	Vorstandsvorsitzender	30.000

In den ersten neun 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		9M 2015	2014	9M 2014
Stichtagsschlusskurs ¹	in EUR	1,23	1,07	1,19
Anzahl der ausgegebenen Aktien (per Stichtag)	in Mio. Stück	31,68	30,18	30,18
Marktkapitalisierung	in Mio. EUR	38,97	32,30	35,92
Ergebnis je Aktie	in EUR	0,00	-0,22	-0,17
Cashflow pro Aktie	in EUR	0,13	0,01	-0,03
Buchwert je Aktie	in EUR	0,59	0,58	0,63
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag ²	in Stück	28.961	31.039	33.016
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.