

Intershop bleibt im ersten Quartal auf Wachstumskurs

- **Erfolgreicher Launch der neuen Intershop 7 Plattform**
- **Nettoerlöse steigen um 17 % auf 13,3 Mio. Euro**
- **Positiver operativer Cashflow von 2,3 Mio. Euro**

Jena, 9. Mai 2012 – Die Intershop Communications AG (ISIN: DE000A0EPUH1), Anbieter integrierter E-Commerce-Lösungen, hat im ersten Quartal 2012 einen Nettoumsatz von 13,3 Mio. Euro erzielt, was einer Steigerung von 17 % gegenüber der Vorjahresperiode entspricht. Damit hat die Gesellschaft im traditionell schwächsten ersten Quartal ihren Wachstumskurs klar bestätigt. Ursache für die Erlössteigerung ist die positive Entwicklung im Geschäft mit großen strategischen Kunden (Platinum Accounts) sowie das solide Neugeschäft.

Ludwig Lutter, Finanzvorstand von Intershop: „Das erste Quartal stand klar im Zeichen der Präsentation unserer neuen Software Intershop 7 und der damit verbundenen höheren Marketingaufwendungen. Was die operative Performance angeht, liegen wir weiterhin voll im Plan. Besonders erfreulich ist, dass wir im traditionell schwächsten ersten Quartal auf demselben hohen Umsatzniveau des vorangegangenen vierten Quartals ins neue Jahr starten konnten, zumal das EBIT trotz einiger Einmaleffekte besser ausgefallen ist als erwartet.“

Zum Umsatzwachstum in den ersten drei Monaten trugen sowohl die Lizenzerlöse als auch die Serviceleistungen rund um das E-Commerce-Geschäft bei. Umsatzstärkstes Segment blieb das Beratungsgeschäft, das mit einem Nettoumsatz von 7,8 Mio. Euro rund 59 % der Nettoerlöse ausmachte. Der Bereich erzielte im ersten Quartal eine Steigerung von 21 % gegenüber dem Vorjahr. Das Lizenzgeschäft verbesserte sich um 10 % auf 1,1 Mio. Euro. Kräftige Zuwächse verzeichnete auch das Segment Sonstige (+126 % auf 1,2 Mio. Euro), bestehend aus dem Full Service- und TheBakery-Geschäft, und der Online Marketing Bereich (+17 % auf 950 TEUR).

Das Bruttoergebnis wuchs um 10 % auf 4,7 Mio. Euro, die Bruttomarge lag mit 35 % leicht unter dem Vorjahresniveau. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag wie erwartet mit -160 TEUR unter dem Vorjahreswert von 319 TEUR. Der Periodenfehlbetrag belief sich auf 150 TEUR gegenüber einem Gewinn von 322 TEUR im Vorjahr. Das leicht negative Quartalsergebnis war prognostiziert worden, da in den ersten drei Monaten deutlich höhere

Marketingaufwendungen für den Start der neuen Intershop-Software anfielen. Darüber hinaus schlugen Einmalaufwendungen zu Buche. Dennoch lag die Betriebskostenquote mit 38 % nur leicht über dem Vorjahresniveau von 36 %.

Die Bilanz zum Zwischenbilanzstichtag 31. März 2012 zeigt eine außerordentlich solide Vermögenslage. Die Eigenkapitalquote liegt mit 66 % auf sehr hohem Niveau. Das Unternehmen ist weiterhin frei von Finanzschulden. Die frei verfügbaren, liquiden Mittel stiegen um 6 % auf 17,9 Mio. Euro. Intershop erwirtschaftete im ersten Quartal einen operativen Cashflow von 2,3 Mio. Euro.

Die Verlängerung des Rahmenvertrages mit dem australischen Telekommunikationskonzern Telstra im Gesamtwert von 11 Mio. Euro, sowie zahlreiche weitere neue Projekte stimmen zuversichtlich für die kommenden Monate.

Jochen Moll, neuer Sprecher des Intershop-Vorstands, ergänzt: „Wir bleiben optimistisch für 2012. Das operative Geschäft mit den Bestandskunden wird weiter ausgebaut und die Resonanz auf unsere im März vorgestellte neue E-Commerce-Software war sehr positiv. Vor diesem Hintergrund bekräftigen wir unsere bisherige Jahresprognose mit einer Umsatz- und Ergebnissteigerung von 10 % bis 20 % gegenüber dem Vorjahr und wollen durch einen Ausbau des internationalen Neukundengeschäfts weitere Marktanteile hinzugewinnen.“

Der Zwischenbericht über die ersten drei Monate 2012 steht zum Download unter <http://www.intershop.de/investoren-finanzberichte.html> bereit.

Über Intershop:

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an. Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management.

Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Australien. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

Diese Mitteilung 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, die allgemeine Wirtschaftslage und die Unsicherheit bezüglich der Freistellung gegenwärtig verfügbungsbeschränkter liquider Mittel.

Intershop Pressekontakt:

Heide Rausch

Tel: +49.3641.50-1000, pr@intershop.de, www.intershop.de/news