

Intershop veröffentlicht Zahlen zum ersten Halbjahr 2014

- ▲ **Lizenerlöse steigen um 33 %**
- ▲ **Nettoumsatz leicht rückläufig, Bruttomarge verbessert**
- ▲ **Positiver operativer Cashflow**
- ▲ **Operatives Ergebnis (EBIT) von -4,3 Mio. Euro**

Jena, 6. August 2014 – Die Intershop Communications AG (ISIN: DE000A0EPUH1), führender unabhängiger Anbieter innovativer Lösungen für den Omni-Channel-Commerce, hat im ersten Halbjahr 2014 einen Nettoumsatz von 23,8 Mio. Euro erzielt, was einem Rückgang von 6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Lizenerlöse stiegen um 33 % auf 2,4 Mio. Euro. Die Erlöse aus Serviceleistungen, Wartung und Sonstige blieben lediglich aufgrund von geringeren Umsätzen mit zwei Großkunden mit insgesamt 21,4 Mio. Euro um 9 % unter dem Vorjahresniveau.

Ludwig Lutter, Finanzvorstand der Intershop Communications AG: „Wir treiben derzeit den Umbau vom Servicedienstleister zum Produktunternehmen konsequent voran. Zwar sind die Lizenzumsätze im ersten Halbjahr signifikant gestiegen, blieben aber dennoch hinter unseren Erwartungen zurück. Im zweiten Halbjahr wollen wir das Wachstumstempo bei den Lizenerlösen wieder beschleunigen.“

Das Bruttoergebnis vom Umsatz verbesserte sich um 4 % auf 7,6 Mio. Euro, das operative Ergebnis (EBIT) war mit -4,3 Mio. Euro erwartungsgemäß negativ. Dies resultiert unter anderem aus den anhaltend hohen Investitionen in Vertrieb und Marketing (+ 11 % auf 6,4 Mio. Euro) und den noch nicht vollständig realisierten positiven Umsatzeffekten im Lizenzgeschäft. Vor Berücksichtigung von Abschreibungen (EBITDA) kam Intershop auf ein Ergebnis von -2,2 Mio. Euro (Vorjahr: -1,1 Mio. Euro). Insgesamt stiegen die betrieblichen Aufwendungen um rund 17 % auf 11,9 Mio. Euro. Im zweiten Halbjahr wird mit einer Senkung der Kostenquote gerechnet. Das Ergebnis je Aktie betrug zum Halbjahr -0,14 Euro (Vorjahr: -0,10 Euro).

Die Vermögens- und Finanzlage von Intershop bleibt weiterhin stabil. Die Eigenkapitalquote liegt bei hohen 65 %. Die liquiden Mittel beliefen sich zum Zwischenbilanzstichtag auf 6,4 Mio. Euro. Zudem erwirtschaftete Intershop einen positiven operativen Cashflow von 0,5 Mio. Euro.

Im ersten Halbjahr gewann Intershop zahlreiche neue Kunden vor allem in den neuen Zielsegmenten der wachstumsstarken kleineren und mittleren Online-Kunden. Dazu zählen unter anderen Frankreichs Marktführer für Ski- und Outdoorausrüstung Ekosport, Trony, ein führender HiFi Elektronik-Fachhändler in Italien sowie die Tengelmann-Tochter GartenXXL und der mittelständische Büroausrüster Papier Liebl. Auch der Bestandskunde Music Store, fünftgrößter Versandhändler für Musikinstrumente weltweit, wechselte im Zuge des anhaltenden Unternehmenswachstums auf die neue flexible Intershop 7 Plattform.

Darüber hinaus gewann Intershop in den ersten sechs Monaten 2014 zahlreiche neue Geschäfts- und Implementierungspartner, allen voran das US-Softwareunternehmen Adobe Systems, dessen Content-Management-System „Adobe Experience Manager“ zukünftig in die Commerce-Plattform Intershop 7 integriert wird.

„Wir sind von dem eingeschlagenen Kurs bei Intershop überzeugt und werden mittelfristig die Lizenzerlöse kräftig steigern, auch wenn insbesondere im wichtigen US-Markt größere Akquisitionserfolge noch auf sich warten lassen. In den europäischen Kernmärkten sehen wir im Bereich der neuen Zielsegmente bereits ordentliche Fortschritte und bauen unsere Vertriebspipeline sukzessive aus“, so Jochen Moll, Sprecher des Vorstands der Intershop Communications AG.

Für das laufende Jahr hatte das Unternehmen kürzlich seine Prognose revidiert. Der Vorstand geht für das Geschäftsjahr 2014 von einem rückläufigen Umsatz im einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich sowie einem negativen operativen Ergebnis (EBIT) im mittleren einstelligen Millionen Euro-Bereich aus.

Der Zwischenbericht über die ersten sechs Monate 2014 steht zum Download unter <http://www.intershop.de/investoren-finanzberichte> bereit.

Kontakt:

Investor Relations

Heide Rausch

T: +49-3641-50-1000

F: +49-3641-50-1001

ir@intershop.de

Über Intershop:

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist der führende unabhängige Anbieter innovativer und umfassender Lösungen für den Omni-Channel-Commerce. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen, inklusive des Online-Marketings. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa, Australien und China. 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/newsroom