

## **Intershop erhöht Nettoumsatz 2012 um 5 % auf 51,8 Mio. Euro**

- **Erstmals seit 2001 wieder mehr als 50 Mio. Euro Umsatz**
- **EBIT von -0,6 Mio. Euro aufgrund von Einmalkosten**
- **Operativer Cashflow mit 2 Mio. Euro erneut positiv**

**Jena, 20. Februar 2013** – Die Intershop Communications AG (ISIN: DE000A0EPUH1), Anbieter integrierter E-Commerce-Lösungen, hat im Geschäftsjahr 2012 auf Basis vorläufiger Zahlen einen Nettoumsatz von 51,8 Mio. Euro (Vorjahr: 49,2 Mio. Euro) erzielt. Das entspricht - wie erwartet - einer Steigerung von 5 % gegenüber dem Vorjahr. Im vierten Quartal 2012 setzte die Gesellschaft netto rund 13,1 Mio. Euro (Vorjahr: 13,6 Mio. Euro) um. Der Umsatzanstieg im Gesamtjahr resultiert aus der positiven Entwicklung im Geschäft mit großen strategischen Kunden sowie aus der Gewinnung neuer Kunden und Projekte im E-Commerce- und Online-Marketing-Bereich. Beim Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) kam die Gesellschaft auf -0,6 Mio. Euro. Darin enthalten sind Einmalaufwendungen, insbesondere für die Neuausrichtung im Vertrieb, in Höhe von 1,4 Mio. Euro. Bereinigt um diese einmaligen Sondereffekte lag das EBIT bei 0,8 Mio. Euro.

Finanzvorstand Ludwig Lutter kommentiert: „Intershop hat im Jahr 2012 seine Wachstumsambitionen bestätigt, wenngleich die erreichten Wachstumsraten nur am unteren Ende unserer Erwartungen von vor einem halben Jahr liegen. Um in einem verschärften Wettbewerb den Kurs halten zu können, nehmen wir eine grundlegende Neuausrichtung des Vertriebs vor. Diese Faktoren haben in 2012 unser Wachstum verlangsamt und belasten zudem temporär unser Ergebnis. Wir sind zuversichtlich, dass diese Maßnahmen sich aber mittelfristig durch beschleunigtes Wachstum und verbesserte Margen auszahlen werden.“

Wichtigster Umsatzträger im Geschäftsjahr 2012 blieb das Beratungsgeschäft, das mit einem Nettoumsatz von 28,3 Mio. Euro rund 55 % der Nettoerlöse ausmachte. Damit erzielte der Bereich eine Steigerung von 5 % gegenüber dem Vorjahr. Das Lizenzgeschäft kam auf 5,3 Mio. Euro (Vorjahr: 5,5 Mio. Euro). Hier soll im nun laufenden Jahr das erweiterte Partnernetzwerk für Impulse sorgen. Zusehends wichtiger wird das Full-Service-Geschäft, das unter den Sonstigen Erlösen subsumiert. Das Segment legte um 47 % auf 5,1 Mio. Euro

zu. Ebenfalls erfreulich entwickelte sich das Online-Marketing-Geschäft, das um 24 % auf 4,3 Mio. Euro wuchs. Durch veränderte Rahmenbedingungen mit zwei Großkunden sanken die Wartungserlöse auf 8,8 Mio. Euro nach 9,9 Mio. Euro im Vorjahr. Dagegen entwickelte sich das übrige Wartungsgeschäft positiv und verzeichnete einen Erlösanstieg von 8%.

Das Bruttoergebnis im Jahr 2012 betrug 17,4 Mio. Euro und damit 13 % weniger als 2011. Ursachen sind die geringeren Lizenzerlöse, höhere Abschreibungen sowie margenschwächere Beratungserlöse. Das Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA) reduzierte sich von 4,5 Mio. Euro auf 1,8 Mio. Euro, was einer Marge von 3 % entspricht. Das EBIT lag ebenso wie das Nettoergebnis bei -0,6 Mio. Euro (Vorjahr: EBIT von 2,6 Mio. Euro, Nettogewinn von 3,0 Mio. Euro). Das Ergebnis je Aktie verringerte sich von 0,10 Euro auf -0,02 Euro (verwässert und unverwässert).

Der Ergebnisrückgang ist neben der geringeren Bruttomarge auf Einmalaufwendungen, unter anderem für die Neuausrichtung im Vertrieb in Höhe von 1,4 Mio. Euro zurückzuführen. Bei den betrieblichen Kosten kompensierten die gesunkenen Forschungs- und Entwicklungskosten einen Großteil der höheren Aufwendungen für Verwaltung, Marketing und Vertrieb.

Der operative Cashflow war mit 2,0 Mio. Euro im Berichtszeitraum erneut positiv. Die Anzahl der Mitarbeiter erhöhte sich im Geschäftsjahr um 60 auf 530 Beschäftigte.

Die vorläufige Konzernbilanz von Intershop zum 31. Dezember 2012 zeigt eine solide Vermögenslage. Die Eigenkapitalquote stieg von 69 % auf 71 % und liegt damit weit über dem Durchschnitt deutscher Mittelständler. Das Unternehmen ist weiterhin frei von Finanzschulden. Die frei verfügbaren, liquiden Mittel verringerten sich um 15 % auf 14,3 Mio. Euro per Ende 2012.

### **Ausbau des internationalen Partnernetzwerks**

Neben bestehenden Kooperationen hat Intershop im Geschäftsjahr 2012 weitere namhafte Partner hinzugewonnen. Dazu gehören Javelin Group, Chapter Media, Mirabeau und Sigma. Der Ausbau des internationalen Partnernetzwerks ist wesentlicher Bestandteil der künftigen Vertriebsstrategie von Intershop.

Intershop-Vorstand Jochen Moll: „Starke Partnerschaften bilden einen deutlichen Wettbewerbsvorteil im Markt für E-Commerce-Lösungen, der von immer kürzeren Entwicklungszyklen gekennzeichnet ist. Die Bündelung von Know-how und Vertriebskraft sehen wir als entscheidenden Schritt, um unsere Technologieplattform vor allem außerhalb Europas schneller auf den Markt zu bringen und Produktinnovationen noch kurzfristiger umzusetzen.“

Der vollständige Konzernabschluss wird Ende März 2013 veröffentlicht. Alle in dieser Meldung genannten Geschäftszahlen sind vorläufig und stehen unter dem Vorbehalt der Abschlussprüfung.

#### **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, Australien und China. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter [www.intershop.de](http://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](mailto:pr@intershop.de), [www.intershop.de/news](http://www.intershop.de/news)