

Intershop-Präsentation: „Auf zu neuen Ufern!“ Unter altem Namen erobert der neue leistungsstarke Mittelständler aus Jena mit Software und Consulting den Online-Handel-Markt

Willkommen im Zentrum des E-Commerce: Intershop ist der kompetente Partner für den Internet-Handel. Intershop ist E-Commerce

*Längst begnügt sich der Wachstumsmarkt E-Commerce nicht mehr mit Webseiten über Einkaufsfunktionalität. Das mittelständische Unternehmen Intershop aus Jena hat mit dem einstigen Börsenstar am Neuen Markt nur noch eines gemeinsam: den Namen. Heute steht Intershop für Leistungskraft, Innovation, Kundennähe und Erfolg im Sektor Online-Handel. Der IT-Spezialist bildet in der eroberten Marktnische komplexe Vertriebs- und Beschaffungsprozesse ab. Ob Online-Marketing, Personalisierung, Bezahlverfahren oder Logistik: Intershop hat das Ohr am Kunden und verantwortet als kompetenter Partner bei allen Teilen der E-Commerce-Prozesskette auf Wunsch das komplette Internetgeschäft. Wie kaum eine andere Softwarefirma hat Intershop die Entwicklung im Online-Handel entscheidend mitgeprägt und selbst hautnahe erfahren. **Fazit:** Intershop hat sich vom reinen Technologieanbieter zum Geschäftsprozessanbieter gewandelt – ein zukunftssträchtiges Geschäftsmodell.*

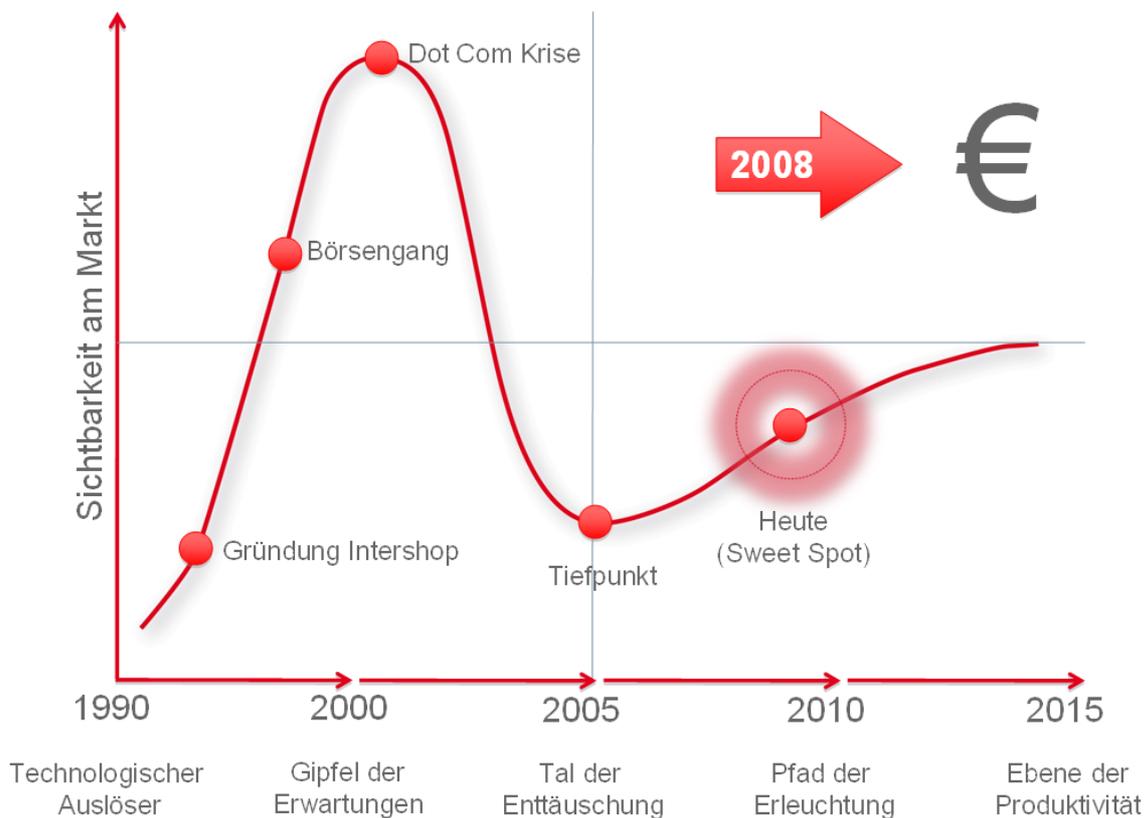
Wie die Intershop Communications AG wurde, was sie heute ist

Die vor 18 Jahren, 1992 im thüringischen Jena gegründete Firma entwickelte schon frühzeitig die weltweit erste verkaufsfähige Standardsoftware für Online-Geschäfte. 1994 erschien das erste voll funktionsfähige Internethandelssystem am Markt. Und dann ging es Schlag auf Schlag weiter voran. Im Jahr 2004 stellte Intershop die „**Enfinity Suite**“ vor. Einkauf, Direktverkauf und Verkauf mit Partner über unterschiedliche internationale Länderseiten hinweg waren fortan auf hohem Niveau möglich. Seit 2006 bietet Intershop ergänzend zur Software und Beratung den Komplettbetrieb, also **Full-Service-E-Commerce**, im Internethandel an. Die Intershop Communications AG orchestriert und dirigiert alle relevanten Teile der E-Commerce-Prozesskette und stellt die Weichen und Signale für ihre Firmenkunden, auf allen Kontinenten Internet- und Vertriebskanäle aufzubauen, weiterzuentwickeln, auf andere Regionen zu übertragen und auszuweiten. Mittlerweile vertrauen einige Hundert Großkonzerne, mittelständische Unternehmen und Organisationen aus den unterschiedlichsten Branchen und Regionen auf die innovativen Lösungswege von Intershop, darunter BMW, Bosch, Deutsche Tele-

kom, HP, Otto und Tchibo. Der Softwarespezialist aus Jena mit seinen 330 Mitarbeitern deckt erfolgreich den wichtigen Zukunftsmarkt E-Commerce ab.

- Heute setzen weltweit mehr als 300 internationale Firmenkunden die Intershop-Software ein. Auf über 900 Websites sorgen die Besucher für 130 Millionen Seitenaufrufe, rund 600.000 Bestellungen und einen Umsatz von 150 Millionen Euro pro Tag. Die E-Commerce-Software von Intershop bildet hochleistungsfähige Vertriebskanäle für den Handel rund um den Globus ab. Intershop zeichnet sich durch eine solide Vermögenslage aus, erzielte im vierten Quartal 2009 und in dem überzeugenden ersten Vierteljahr 2010 die höchsten Quartalsumsätze seit 2020.

Bei Intershop sehen die Zykluswellen folgendermaßen aus:



Ein Blick auf das Zahlenwerk von 2009 im Vergleich zu 2008

Intershop Konzernabschluss und Gesamtergebnisrechnung		
Finanz-Position	Jahr 2009	Jahr 2008
Bruttoumsatzerlöse	35,689 Mio. €	32,611 Mio. €
Nettoumsatzerlöse	31,777 Mio. €	28,118 Mio. €
Bruttoergebnis vom Umsatz	14,911 Mio. €	11,405 Mio. €
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	2,000 Mio. €	1,871 Mio. €
Ergebnis vor Steuern	2,135 Mio. €	1,754 Mio. €
Ergebnis nach Steuern	1,707 Mio. €	1,503 Mio. €
Gesamtergebnis	1,741 Mio. €	1,754 Mio. €
Langfristige Vermögenswerte	10,868 Mio. €	9,160 Mio. €
Kurzfristige Vermögenswerte	17,873 Mio. €	15,709 Mio. €
Eigenkapital	18,396 Mio. €	16,335 Mio. €
Langfristige Schulden	0,786 Mio. €	1,237 Mio. €
Kurzfristige Schulden	9,559 Mio. €	7,297 Mio. €
Bilanzsumme	28,741 Mio. €	24,869 Mio. €

Ein eindrucksvoller, Lesefreude stiftender Geschäftsbericht 2009

So wünsche ich mir jeden Geschäftsbericht: Informativ, anschaulich, im Zweifarbandruck übersichtlich gestaltet, gut gegliedert und bebildert. Besonders lesefreundlich sind die in ordentlicher Schriftgröße erstellten Tabellen, Übersichten und Grafiken über die Finanzkennzahlen.

Ein Auszug aus dem Aktionärsbrief des Vorstands:

„Intershop hat seinen Wachstumskurs trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen im Geschäftsjahr 2009 fortgesetzt. Umsatz und Ergebnis sind deutlich gewachsen – ein Beweis dafür, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

„Die Insolvenz unseres Großkunden QUELLE hat sicherlich viele Ursachen. Eines hat sie aber sehr deutlich gemacht: Das Internet ist für Versandhändler der Vertriebskanal der Zukunft. Und wer zu spät die Weichen auf ‚Online‘ gestellt hat, bleibt in einem hart umkämpften Markt auf der Strecke. Dass wir trotz der Probleme mit QUELLE unsere Umsatzprognose von 7 % bis 11 % Wachstum übertroffen und ein nachhaltig positives Ergebnis erwirtschaftet haben, belegt die Stabilität unseres Geschäftsmodells.“

Unsere Investitionen in Forschung & Entwicklung haben deutlich zugenommen ... Wir blicken zuversichtlich auf das laufende Jahr 2010. Mit unserer starken Marktposition im Rücken wollen wir neue strategische Kunden gewinnen und unsere Profitabilität weiter ausbauen.“

Das 1. Quartal 2010: Erfolgsstory mit mehr Wachstum und Ertrag

Das überzeugende 1. Quartal 2010 gegenüber 2009			
Finanzzahlen	Q1 2010	Q1 2009	Veränderg.
Nettoumsatzerlöse	8,251 Mio. €	6,843 Mio. €	+21 %
Bruttoergebnis Umsatz	3,632 Mio. €	2,906 Mio. €	+25 %
Bruttomarge	44 %	42 %	+2 %
EBITDA	0,652 Mio. €	0,475 Mio. €	+37 %
EBITDA-Marge	8 %	7 %	+1 %
EBIT	0,091 Mio. €	0,098 Mio. €	-7 %
EBIT-Marge	1 %	1 %	0 %
Periodenergebnis	0,077 Mio. €	0,124 Mio. €	
Ergebnis je Aktie	0,01 €	0,01 €	

Dazu ein Kommentar von Vorstand Peter Mark Droste in der Pressemeldung vom 12. Mai 2010 und im dazugehörigen Aktionärsbrief:

„Der kräftige Umsatzanstieg ist vor allem auf die sehr erfreuliche Entwicklung bei unseren großen *Platinum Accounts* zurückzuführen. Das Quartalsergebnis war zum Teil von Sondereffekten geprägt, sodass wir für die Folgequartale mit einer deutlichen Ergebnisverbesserung rechnen. – Dass trotz des beachtlichen Umsatzwachstums von 21 % auf 8,3 Mio. Euro am Ende nur ein Quartalsgewinn von 77.000 Euro übrig bleibt, ist nicht zufriedenstellend, muss aber vor dem Hintergrund der relevanten *Sondereffekte* (erinnert sei an die außerordentliche Hauptversammlung und die damit verbundenen Rechtsanwalts- und Beratungskosten) in den ersten drei Monaten relativiert werden.“

Drei Meilensteine im Frühjahr 2010

Jena, 13. April 2010: Enfinity Suite im Wettbewerb Innovationspreis-IT erfolgreich. Beim Innovationspreis-IT der Initiative Mittelstand hat sich die neueste Version der Enfinity Suite von Intershop unter den besten 20 Produkten platziert. Der Innovationspreis wird seit 2004 verliehen. Dazu meint das Vorstandsmitglied Peter Mark Droste: „Unser Produkt Enfinity wird häufig in Verbindung mit großen

Namen im Online-Handel genannt. Das ist zwar richtig. Aber es freut uns natürlich sehr, zunehmend auch mit unserem Angebot an den Mittelstand wahrgenommen zu werden.“

Jena 16. April 2010: Intershop gewinnt mit GSI Commerce einen starken strategischen Partner in den USA. Das amerikanische Unternehmen zählt zu den weltweit größten Anbietern von Full Service-, E-Commerce- und Multi-Channel-Lösungen. GSI Commerce fungiert als exklusiver Vertriebspartner der Intershop-Software Enfinity auf dem amerikanischen Markt und als nicht-exklusiver Partner in weiteren Auslandsmärkten rund um den Globus. Dazu wieder ein Kurzkomentar von Vorstand Peter Mark Droste: *„Die Vereinbarung markiert einen Meilenstein für Intershop; denn sie ermöglicht uns die Erschließung des wichtigen US-Marktes, die wir allein nicht in dieser Form realisieren könnten.“*

Jena, 28. April 2010: Intershop Communications AG mit hochattraktiver Messelösung:

- **Mehrwert für Messeorganisation, Aussteller und Besucher**
- **Stärke der Enfinity Suite in Internationalisierung und Modularität ausgespielt**
- **Lösung bereits erfolgreich im Einsatz**

Der IT-Spezialist aus Jena hat auf Basis der **Enfinity Suite** eine attraktive Messelösung in sein Angebotsportfolio aufgenommen. Logos, Artikel oder Preislisten können ebenso individuell für jede einzelne Messe angepasst werden wie Aussteller-, Ticket- oder Besucherportale. Alle Anwendungen werden zentral über eine Plattform gesteuert. Die Messelösung aus dem Hause Intershop bewährt sich bereits bei der Messe München.

Zur SALUTARIS-Präsentation

Die abendliche Präsentation bei der Münchener SALUTARIS Capital Management AG hebt sich von anderen Veranstaltungen zum einen dadurch sehr positiv ab, dass sich die gesamte Aufmerksamkeit der Finanzexperten in gemüthlicher Atmosphäre auf ein einziges Unternehmen konzentriert. Zum anderen gibt es keinen Stress durch Zeitdruck, kein Limit, keine verbindlichen Zeitvorgaben für Vortrag und Diskussionsbeiträge. Fragen sind auch zwischendurch willkommen. Gewöhnlich dauert eine solche Konferenz einschließlich Diskussion gut und gern zwei Stunden, gelegentlich auch deutlich darüber als Ausdruck von Interesse, Zufriedenheit und Begeisterung. Weitere persönliche Gespräche finden statt bei leckerem kaltem Büfett mit großer Getränkeauswahl. Die beiden Vorstände von der SALUTARIS Capital Management AG, Frau Dr. Barbara und Herr Michael Kollenda, sorgen stets auf liebevolle und kreative Weise für das leibliche Wohl ihrer

Gäste zu Beginn der Veranstaltung und als Ausklang. Keine Frage, dass diese nun schon zur Tradition gewordenen monatlichen SALUTARIS-Konferenzen an einem Mittwochabend bei den Finanzexperten beliebt und die persönlichen Einladungen dazu begehrt sind.

Beeindruckender Auftritt von Vorstand Peter Mark Droste, unterstützt von IR-Manager Stephan Leschke

Zum Markenzeichen der SALUTARIS-Präsentationen hat sich das offene, vertrauensvolle Klima entwickelt, von dem gleichermaßen die Unternehmensvorstände wie auch die eingeladenen Finanzexperten profitieren. Vorstand Peter Mark Droste referierte auf rhetorisch hohem Niveau und brillierte mit einem Feuerwerk an Innovation, Kompetenz, Engagement und Leidenschaft, gewürzt durch langjährige Erfahrung. Dies bildete den Nährboden für eine spannende Diskussionsrunde, fortgeführt in persönlichen Gesprächen bei Speis' und Trank.

Kennziffern von Intershop, WKN A0E PUH, ISIN DE000 A0E PUH 1, unter Auswertung der Datenkartei BÖRSE ONLINE (18. Mai 2010)

Börsenlisting: Prime Standard der Börse Frankfurt

Branche: Ein international aufgestellter Spezialist für E-Commerce, eine die gesamte Prozesskette abdeckende Software für den Online-Handel

Charttechnik: Ein von hoher Volatilität begleiteter und seit Juli 2009 anhaltender Seitwärtstrend zwischen 1,35 und knapp 2,00 Euro mit Stabilisierungstendenz

Börsenwert: ca. 46 Mio. €

Umsatz: ca. 36 Mio. €

Streubesitz: 76 %

52-Wochen-Hoch/Tief: 1,98 €/1,33 €

Kursentwicklung 2009: +15,5 %

Kursentwicklung 2010: +3,5 %

Aktueller Kurs (18. Mai 2010): 1,75 €

Eigenkapitalquote: 64 %

Ergebnis je Aktie: 2009: 0,08 €, 2010(e): 0,09 €, 2011(e): 0,10 € (angehoben)

KGV 2011 (erwartet): 17,3

Dividende für 2009: 0,00 €

Zulässige Insider-Transaktionen 2010: Am 13. April 2010 verkaufte Vorstand P. M. Droste 100.000 Aktien zu je 1,85 Euro im Zuge der strategischen Partnerschaft mit GSI Commerce.

Der neue Aufsichtsratsvorsitzende Bernhard Wöbker kaufte am 12. Mai 55.000 Aktien zu 1,82 Euro

Analysteneinstufungen: In der ersten Juniwoche 2010 erscheint voraussichtlich eine Initialstudie mit Close Brothers Seydler Research.

Einige Fragen an das Vorstandsmitglied Peter Mark Droste

Beate Sander: *Sie sind seit 18 Jahren am Markt und haben die schwerste Finanz- und Weltwirtschaftskrise seit Bestehen der Bundesrepublik erwartungsgemäß auch nicht völlig unbeschadet überstanden. Was haben Sie daraus gelernt? Was können Sie künftig vielleicht noch besser machen?*

Intershop, Vorstand Peter Mark Droste: „Gerade in Krisenzeiten muss sich jedes Unternehmen auf seine Kernkompetenzen besinnen und darf bei seiner Kommunikation nicht die Kostensenkung, sondern muss seine Produktinnovationen und Kundennähe zum Schwerpunkt machen. Eine intensive Forschung und Entwicklung sowie eine gesunde Finanzstruktur sind die Grundlagen für den Erfolg. Wir nutzen die Chance, die jede Krise ja auch bietet. Für uns ist es von großem Vorteil, auf hervorragende Produkte zurückgreifen zu können. Als innovativer Geschäftsprozessanbieter sorgen wir für zufriedene Kunden, die uns sowohl während der Krise als auch danach die Treue halten.“

Beate Sander: *Mögen Sie noch ein paar Worte zum Wettbewerb sagen? Wer macht Ihnen möglicherweise das Leben schwer? Wo bietet sich vielleicht eine kleine, aber feine Übernahme an?*

Intershop, Vorstand Peter Mark Droste: „Wir bewegen uns in einem Spannungsfeld zwischen IBM und MICROSOFT. Daneben treffen wir in Europa hauptsächlich auf unternehmensinterne Eigenentwicklungen, aber auch auf kleinere Marktbegleiter mit unterschiedlichsten Ansätzen wie z. B. Open Source. In den USA ist das Bild klarer. Dort setzen wir uns verstärkt mit ATG auseinander. Gegenwärtig planen wir weder Übernahmen noch Kooperationen.“

Beate Sander: *Sie haben jetzt 330 Mitarbeiter in Lohn und Brot. Fähige Informatiker sind begehrt. Was bieten Sie an Unternehmenskultur, um Ihre besten Leute nicht an Großkonzerne zu verlieren?*

Intershop, Vorstand Peter Mark Droste: „Wir bieten unseren Mitarbeitern eine herausfordernde Tätigkeit an mit Frei- und Entfaltungsspielraum für eigenständiges, innovatives Arbeiten. Dies gilt insbesondere für den Entwicklungsbereich. Wir verfügen über eine internationale Projektlandschaft mit vielen namhaften Kunden, die nicht nur interessante Betätigungsfelder für unsere Mitarbeiter eröffnet, sondern auch Spaß und Freude am Job garantiert. Zudem bringen wir unseren Mitarbeitern sehr viel Vertrauen und Wertschätzung in einer offenen Unternehmensstruktur entgegen. Den damit verbundenen maximalen Freiheitsgrad

kann ein Großkonzern nicht bieten. Intershop ist eine Gesellschaft mit einer hohen sozialen Kompetenz und einer lebendigen, intakten Unternehmenskultur.“

Beate Sander *KREATIVTEXT*

Börsenbuch- und Wirtschaftsbuchautorin, Finanzjournalistin

Lehrbeauftragte der EBZ Business School, Bochum

☎ 0731-265996, Pommernweg 55, 89075 Ulm

E-Mail-Adresse: Beate.S.Sander@t-online.de

Beate Sander: „Stock Picking mit Nebenwerten“

Börsen Medien Verlag, Kulmbach, Sommer 2007, 312 Seiten, 27,50 Euro

Beate Sander: „BÖRSENERFOLG FAMILIENUNTERNEHMEN – mehr Rendite mit GEX-Werten“

FinanzBuch Verlag, München, 336 S., Juni 2008, aufwändige Ausstattung, 30 Euro

Beate Sander: „NICHT NUR BESTIEN – Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit als Schlüssel zum Unternehmenserfolg“

Volk Verlag, München, 320 S., Zweifarbendruck, aufwändige Ausstattung, 27,00 Euro; Akademie E.ON Konzern, Buch des Monats März 2009, Position 1

Beate Sander: „MANAGED FUTURES – Erfolgreich Geld verdienen in steigenden und fallenden Märkten“

FinanzBuch Verlag, vielbeachtete Neuerscheinung 2008, 272 S., 25 Euro

Beate Sander: „NEUE BÖRSENSTRATEGIEN AB DER KRISE – Richtig handeln in jeder Marktsituation“

FinanzBuch Verlag, komplette Neubearbeitung des klassischen Standard-Bestsellers, ca. 448 S., Erscheinungstermin im Frühjahr 2010, ca. 30 Euro

Beate Sander: „GOLD – SILBER – PLATIN. Mehr Sicherheit für Anleger“

FinanzBuch Verlag, Neuerscheinung, Ende April 2009, 220 S., 25 Euro

Sander/Fath/Leiner: „Nachhaltig investieren in Sonne – Wind – Wasser – Erdwärme und Desertec“

FinanzBuch Verlag, 496 Seiten, reich bebildert, Neuerscheinung von Ende März 2010, mit Gastautorbeiträgen internationaler Kapazitäten; aufgenommen in die Edition von BÖRSE ONLINE, 30 Euro
