

 ***Ecommerce Alliance***

Halbjahresbericht 2011



»Die Zukunft lautet E-Commerce.

Individuelle Einkaufszeiten. Individuelle Produkte.
Individueller Lifestyle. Ecommerce Alliance lässt
aus Visionen Realität werden.«



brands

01

Überblick

- 05 Firmenporträt
- 07 Brief an die Aktionäre
- 10 Ecommerce Alliance-Aktie

02

Konzernzwischenlagebericht

- 14 Rahmenbedingungen**
 - 14 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
 - 15 Branchensituation
- 15 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage**
- 15 Risiko- und Chancenbericht**
- 15 Nachtragsbericht**
 - 15 Wachstumsfinanzierung „pauldirekt“
 - 16 Pearlfection GmbH erhält frisches Kapital
 - 16 Hauptversammlung
- 16 Prognosebericht**
 - 16 Konjunkturelle Aussichten
 - 17 Künftige Branchensituation
 - 17 Ausblick

03

Konzernhalbjahresabschluss und -anhang

- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 23 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Konzern-Eigenkapitalentwicklung

- 26 Konzernanhang**
 - 26 I. Grundlagen der Bilanzierung
 - 26 II. Wesentliche Sachverhalte des Geschäftsjahres 2011
 - 27 III. Erläuterungen zur Konzern-Bilanz
 - 28 IV. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
 - 30 V. Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung
 - 30 VI. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
 - 30 VII. Sonstige Angaben

01

Überblick

05 Firmenporträt

07 Brief an die Aktionäre

10 Ecommerce Alliance-Aktie

media

Firmenporträt

Die Ecommerce Alliance AG ist eine Holdinggesellschaft, deren Aktien im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notieren (WKN: A1C9YW). Sie bündelt eine Unternehmensgruppe, die mit unterschiedlichen E-Commerce-Geschäftsmodellen im deutschen und europäischen Markt aktiv ist. Die Gruppe baut eine über die gesamte Online-Wertschöpfungskette ausgelegte starke Allianz auf. Der Fokus der Ecommerce Alliance liegt dabei auf den Geschäftsfeldern Ecommerce Brands, Ecommerce Services und Ecommerce Media.

Die **Ecommerce Brands** der Ecommerce Alliance umfassen die Handelsunternehmen der Gruppe. Hierzu zählen sowohl die Online-Shopping-Clubs pauldirekt und 52weine.de als auch die Mass Customization Sites shirtinator und pearlfection sowie das Gutscheinportal spassbaron. Der Shopping-Club pauldirekt konzentriert sich auf Unterhaltungselektronik und Lifestyle und gehört mit 1,3 Millionen registrierten Nutzern zu den größten Online-Shopping-Clubs in Deutschland. 52weine.de ist der Shopping-Club für Weinliebhaber und -entdecker, der seinen Mitgliedern wöchentlich eine erlesene Auswahl an ausgewählten Tropfen bietet. Der Fokus von shirtinator und pearlfection liegt auf kundenindividuell gefertigten Produkten. Konfigurationstools ermöglichen es den Kunden, ihr Wunschprodukt im Internet selbst zusammenzustellen. Shirtinator konzentriert sich auf den Textilbereich und bietet eine Vielzahl von individuell bedruckbaren Textilien und Motiven und pearlfection ermöglicht die Individualisierung im Bereich Schmuck. Der Eventgutscheine-Shop spassbaron bietet unvergessliche Erlebnisse aus den unterschiedlichsten Themenrubriken für Geschenkanlässe jeglicher Art.

Das Geschäftsfeld **Ecommerce Services** dient der Verlängerung der Wertschöpfungskette und ermöglicht den Ecommerce Brands ein kosteneffizientes und professionelles Marketing und Fulfilment. Das aktuelle Portfolio umfasst die Unternehmen getperformance und getlogics. Die getperformance ist eine integrierte Internet- und TV-Marketingagentur, deren starke Internet und TV Expertise es ermöglicht, hohe Bestellvolumina günstig zu erzeugen. Daraus resultiert eine kostenattraktive Kampagnenumsetzung in den Bereichen Internet, TV und Print. Die getlogics gewährleistet als Logistik- und Fulfilment-Unternehmen die schnelle und zuverlässige Logistik und das kompetente Fulfilment. Eine funktionierende Logistik und ein gutes Fulfillment sind für die Zufriedenheit der Online-Kunden von großer Bedeutung und entscheidend für das nachhaltige und erfolgreiche Wirtschaften der Online-Shops. Die Ecommerce Brands der Gruppe profitieren von dieser exzellenten Expertise der getlogics, die vom Low-Cost-Standort Trier aus operiert.

Das Geschäftsfeld **Ecommerce Media** umfasst die unterschiedlichsten Informations- und Medienportale und dient dem gesicherten und raschen Marktzugang der Unternehmen der Ecommerce Alliance AG. Die Werbeflächen der Portale ermöglichen es den Unternehmen, kostengünstig eine hohe Anzahl von potenziellen Kunden aus den unterschiedlichsten Rubriken zu generieren. Die Bereiche sind vielseitig und umfassen Informationsportale wie beispielsweise mybestbrands für Markenartikel, netmoms für Mütter und Eltern, weinkenner für Weinliebhaber und 321kochen.tv für Kochinteressierte.

Die Ecommerce Alliance AG verbindet Unternehmen und schafft Synergien. Die einzelnen Unternehmen der Gruppe partizipieren vom Zusammenspiel, können die Vorzüge der Gruppenstruktur nutzen und somit schneller und effizienter wachsen.

Die Ecommerce Alliance AG ist eine Aktiengesellschaft, deren Aktien im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notieren. Erfolgreiche E-Commerce-Unternehmen in Deutschland sind oft ein Teil einer privaten Gesellschaft oder Mediengruppe und für den freien Handel nicht zugänglich. Es gibt für interessierte Anleger nur wenige Möglichkeiten, an den Chancen dieses dynamisch wachsenden „E-Commerce“-Marktes zu partizipieren.



Sven Rittau und Daniel Wild

Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

im ersten Halbjahr 2011 konnte die Ecommerce Alliance ihr strategisches Ziel, Wachstum zu generieren, konsequent weiterverfolgen. Die im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notierte Ecommerce Alliance AG (WKN: A1C9YW) erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Umsatz von 12,7 Millionen Euro. Sie erzielte somit ein Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr in Höhe von 64 Prozent. Das Erreichen der Gewinnzone ist aufgrund geplanter Investitionen in weiteres Wachstum für 2012 anvisiert.

Die Ecommerce Alliance verfolgt ein klares strategisches Ziel: Wir wollen ein Schwergewicht im deutschen E-Commerce Markt werden. Im E-Commerce-Sektor liegt ein enormes Wachstumspotenzial. Deutschland verzeichnet ein jährliches Wachstum im Ecommerce-Markt von 15 Prozent. Das europäische Ausland liegt bei rund 18 Prozent Wachstum. Einer der Schwerpunkte im Berichtszeitraum lag in der Suche nach Käufern oder Finanziers für unsere Tochtergesellschaft, die paldirekt GmbH. Sie erhielt einen mittleren siebenstelligen Eurobetrag als Wachstumskapital von Vorwerk Direct Selling Ventures und Corporate Finance Partners (CFP). Wir haben damit finanzstarke Beteiligungspartner gewonnen, die es uns erlauben, unseren Wachstumskurs konsequent fortzusetzen. Mit insgesamt 71 Prozent bleiben wir weiterhin Mehrheitseigentümer der paldirekt GmbH.

Wir haben uns bewusst gegen einen Verkauf entschieden, denn wir befinden uns mit paldirekt als einem der führenden Shopping-Clubs in Deutschland auf einem starken Wachstumspfad. Die nun zur Verfügung stehende Liquidität wird es der paldirekt GmbH ermöglichen, die Mitgliederzahl des Online-Shopping-Clubs deutlich zu erhöhen und somit das Absatz- und Umsatzpotenzial spürbar zu steigern. Vorwerk Ventures verfügt über einen direkten Vertriebsweg zum Kunden und CFP über ein einzigartiges Netzwerk im E-Commerce-Bereich. Wachstum kostet Geld. Gemeinsam mit unseren Beteiligungspartnern können wir nun das Potenzial von paldirekt optimal ausschöpfen und eine nachhaltige Wertsteigerung der Beteiligung sicherstellen.

Doch nicht nur von erfolgreichen Transaktionen ist an dieser Stelle zu berichten. Auch personell hat sich Erfreuliches getan. Nach zwölf Jahren Vorstandstätigkeit wechselte Tim Schwenke im Januar in den Aufsichtsrat der Ecommerce Alliance. Wir sind sehr froh darüber, seinen großen Erfahrungsschatz, den er beim Aufbau so vieler erfolgreicher Gesellschaften erworben hat, auch in Zukunft für unsere Geschäfte nutzen zu können. Mit dem Wechsel von Tim Schwenke in den Aufsichtsrat wurde Sven Rittau als neues Vorstandsmitglied aufgenommen. Sven Rittau gehört zu den Pionieren und erfahrenen Unternehmern der E-Commerce-Branche in Deutschland. Seine Kompetenz stellt er seit 2007 als CEO unserer Mehrheitsbeteiligung Shirtinator unter Beweis. In seiner Funktion als Vorstand der Ecommerce Alliance AG kümmert sich Sven Rittau vor allem um die strategische Steuerung und die Vernetzung der Ecommerce Brands.

So soll die Shirtinator AG, die sich auf die Bedruckung qualitativ hochwertiger Textilien und Accessoires, insbesondere T-Shirts, spezialisiert hat, unsere Positionierung im wachstumsträchtigen Mass Customization-Markt weiter stärken. Auch hier befinden wir uns auf Expansionskurs. Im Berichtszeitraum konnten

mit den Markteintritten in Frankreich und Polen zwei weitere wichtige Bausteine bei der Internationalisierung hinzugefügt werden. Daneben operiert die Shirtinator AG in deutschsprachigen Märkten der DACH-Region sowie in Großbritannien, Tschechien und der Slowakei.

Das Geschäftsfeld Ecommerce Services mit unseren profitablen Tochterunternehmen getlogics und getperformances verlängert die Wertschöpfungskette der Ecommerce Alliance AG und trägt nachhaltig zu einem kosteneffizienten Marketing und Fulfillment bei.

Wie Sie sehen, stehen alle Zeichen auf Wachstum. Die Ecommerce Alliance sieht sich gut aufgestellt für die zukünftigen Herausforderungen. Unsere Ausrichtung ist unverkennbar der Wachstumsmarkt E-Commerce. Wir wollen wachsen, wir werden wachsen und wir tun es mit Bedacht und klugem Kalkül. Wir nutzen Synergien, bedienen die gesamte Online-Wertschöpfungskette und suchen weiterhin nach vielversprechenden E-Commerce-Geschäftsmodellen.

Wir danken unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, Kunden und Partner der Ecommerce Alliance-Gruppe, dass Sie uns auf diesem Weg begleiten und unterstützen.

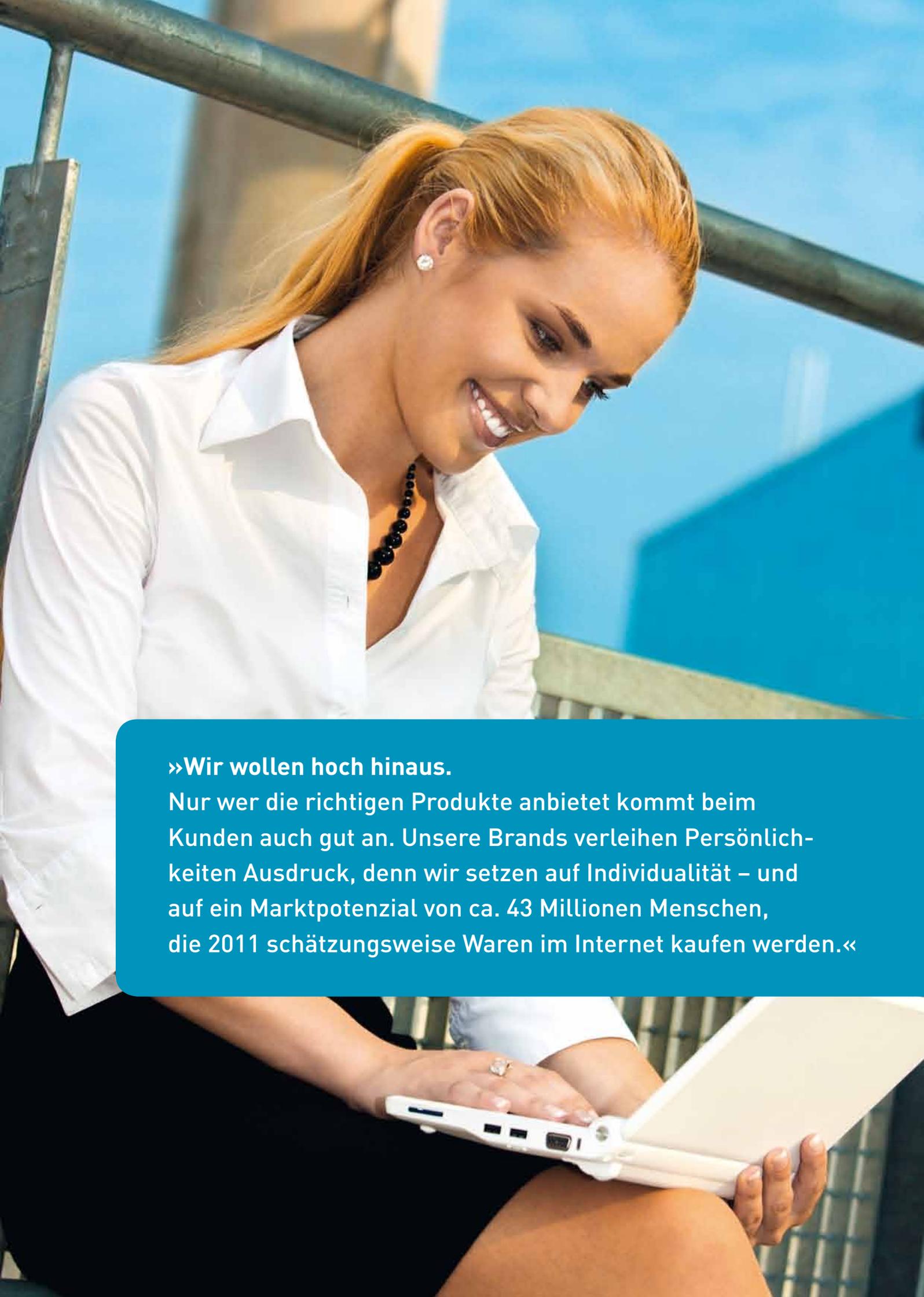


Daniel Wild, CEO
Ecommerce Alliance AG



Sven Rittau, COO
Ecommerce Alliance AG

München, September 2011



»Wir wollen hoch hinaus.

Nur wer die richtigen Produkte anbietet kommt beim Kunden auch gut an. Unsere Brands verleihen Persönlichkeiten Ausdruck, denn wir setzen auf Individualität – und auf ein Marktpotenzial von ca. 43 Millionen Menschen, die 2011 schätzungsweise Waren im Internet kaufen werden.«

Ecommerce Alliance-Aktie

Die Folgen des Reaktorunglücks in Japan, die anhaltende Staatsschuldenkrise in Europa und Zweifel an der erstklassigen Kreditwürdigkeit der Vereinigten Staaten führten im zweiten Quartal des Jahres zu volatilen Aktienmärkten. Vor dem Hintergrund guter Unternehmenszahlen der Großkonzerne konnten sich die deutschen Aktien im ersten Halbjahr 2011 jedoch gut behaupten. Der Deutsche Aktienindex DAX beendete das Börsenjahr 2010 bei 6.914 Punkten und ging am 30. Juni 2011 mit 7.376 Punkten aus dem Handel. Damit verbuchte er ein Halbjahresplus von 6,7 Prozent.

Der Entry Standard Index, in dem auch die Papiere der Ecommerce Alliance notiert sind, verzeichnete im ersten Halbjahr ein Minus von 8,2 Prozent. Die Aktien der Ecommerce Alliance AG entwickelten sich deutlich besser als der vergleichbare Index. Das Papier eröffnete das Börsenjahr 2011 mit einem Kurs von 10,56 Euro im Xetra-Handel der Frankfurter Wertpapierbörse. Am 14. Februar 2011 notierte die Ecommerce-Aktie mit 12,98 Euro auf dem Höchststand im Berichtszeitraum. Die Anteilscheine verbuchten einen Schlusskurs von 12,95 Euro zum 30. Juni 2011. Das entspricht einem Plus von 22,9 Prozent.

In den ersten sechs Monaten wurden insgesamt 352.807 Aktien (Xetra) gehandelt (1. Halbjahr 2010: 370.502 Aktien). Die Marktkapitalisierung der Ecommerce Alliance AG zum 30. Juni 2011 betrug auf der Basis von 1.558.242 im Umlauf befindlichen Aktien rund 20,2 Millionen Euro.

Im Berichtszeitraum informierte der Vorstand institutionelle Investoren und Finanzanalysten auf der Entry Standard Konferenz in Frankfurt sowie auf Roadshows in London und Paris über die aktuelle Geschäftsentwicklung. Mit unserer Kursentwicklung sind wir trotz allem nicht zufrieden und werden auch im zweiten Halbjahr 2011 die Kommunikation mit den Teilnehmern des Kapitalmarkts verstärken.

Im ersten Halbjahr 2011 bewertete das Analystenhaus Close Brothers Seydler Research die Ecommerce-Aktie erneut mit der Empfehlung „Kaufen“. Das Kursziel der Ecommerce-Aktie liegt unverändert bei 20,00 Euro je Aktie.

Auch Warburg Research stufte die Ecommerce-Aktie mit „Kaufen“ ein bei einem Kursziel von 16,60 Euro je Aktie.

Die gesamten Research-Studien der Close Brother Seydler Research AG sowie der Warburg Research GmbH finden Sie auf der Homepage der Ecommerce Alliance AG.

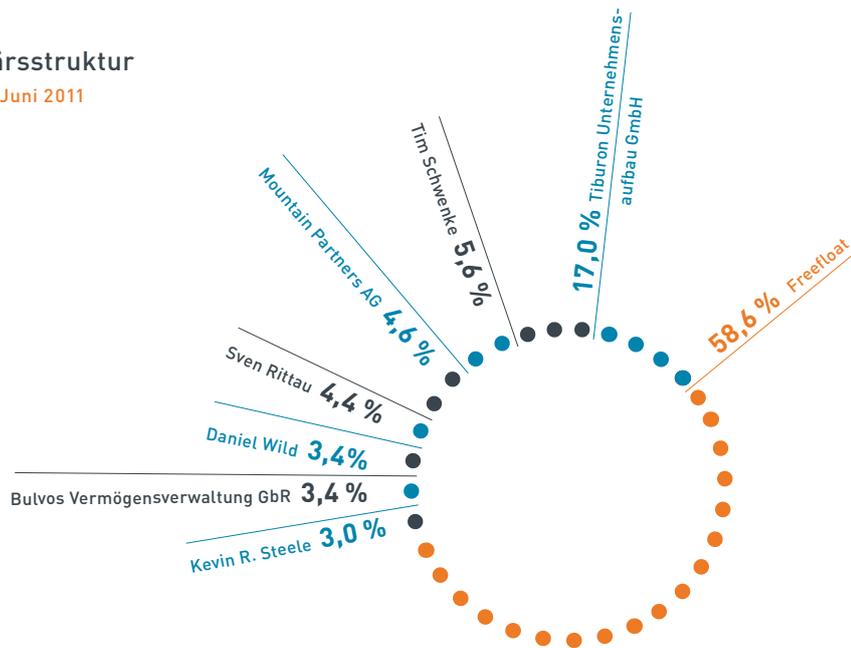
Kursverlauf

1. Januar 2010 bis 30. Juni 2011



Aktionärsstruktur

Stand 30. Juni 2011



02

Konzernzwischenlagebericht

14 Rahmenbedingungen

- 14 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 15 Branchensituation

15 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

15 Risiko- und Chancenbericht

15 Nachtragsbericht

- 15 Wachstumsfinanzierung „pauldirekt“
- 16 Pearlfection GmbH erhält frisches Kapital
- 16 Hauptversammlung

16 Prognosebericht

- 16 Konjunkturelle Aussichten
- 17 Künftige Branchensituation
- 17 Ausblick

Konzernzwischenlagebericht zum 30. Juni 2011

Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die weltweite Konjunktur war auch im ersten Halbjahr 2011 von einer hohen wirtschaftlichen Dynamik geprägt. Die stärksten Impulse kommen nach wie vor aus den Schwellenländern. Die Konjunktur in der Eurozone verlor allerdings im ersten Halbjahr 2011 an Dynamik. Das Euroland steckt in einer Schuldenkrise. Die wirtschaftliche Entwicklung der einzelnen Staaten in der Eurozone verlief unterschiedlich. Während die Wirtschaft in Deutschland boomt, stagniert sie in Spanien und schrumpft in Griechenland und Irland. Deutschland befindet sich im ersten Halbjahr 2011 in einem kräftigen Aufschwung. Laut dem Statistischen Bundesamt verzeichnete das deutsche BIP im zweiten Quartal 2011 nach vorläufigen Berechnungen einen Zuwachs von 0,1 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2011. Die Verbraucherpreise stiegen laut dem Statistischen Bundesamt Deutschland im ersten Halbjahr 2011 um 2,2 Prozent.



Branchensituation

Der Online-Handel hat als zentraler Absatzmarkt der Ecommerce Alliance den positiven Trend des ersten Quartals erfolgreich fortgesetzt und die Erwartungen für das zweite Quartal übertroffen. Im Zeitraum von April bis Juni 2011 erzielten die Online- und Versandhändler einen Umsatz von 8,0 Milliarden Euro. Der Bereich E-Commerce hat mit 5,2 Milliarden Euro einen Umsatzanteil von 65,2 Prozent. Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (vvhb) bekräftigt seine Einschätzung, dass der Online-Handel mit Waren ungebremst leistungsfähig ist.

Der entscheidende Wachstums- und Umsatztreiber ist wie im ersten Quartal 2011 die Warengruppe Bekleidung, Textilien und Schuhe mit einem Plus von 20 Prozent im Vergleich zum vorangegangenen Quartal. Möbel und Dekorationsartikel unterstützen die Umsatzsteigerungen des interaktiven Handels mit zusätzlichen 18 Prozent, gefolgt von Drogerieartikeln, Kosmetik und Parfum mit 14 Prozent und Medikamenten mit 13 Prozent.

Laut dem Bundesverband des Deutschen Versandhandels (vvhb) wurden im zweiten Quartal 2011 mit Bekleidung, Textilien und Schuhen 3,7 Milliarden Euro umgesetzt, gefolgt von Medien, Bild- und Tonträgern mit 720 Millionen Euro. Mit Unterhaltungselektronik und Elektroartikeln wurden 720 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet, mit Computern und Computerzubehör 430 Millionen Euro sowie 380 Millionen Euro mit Hobby-, Sammel- und Freizeitartikeln.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage verweisen wir auf die Angaben im Konzernanhang.

Risiko- und Chancenbericht

Als international agierendes Unternehmen unterliegt die Ecommerce Alliance AG einer Vielzahl von Chancen und Risiken. Diese Chancen und Risiken werden laufend beurteilt und sind umfassend im Konzernlagebericht der Ecommerce Alliance AG für das Geschäftsjahr 2010 dargestellt. Gegenüber dem Geschäftsbericht 2010 ergaben sich keine wesentlichen Änderungen. Es liegen keine bestandsgefährdenden Risiken vor. Die Gesamtrisikosituation bleibt damit weiterhin überschaubar.

Nachtragsbericht

Wachstumsfinanzierung „pauldirekt“

Zum 4. August 2011 beteiligten sich Vorwerk Direct Selling Ventures als Lead Investor und CFP (Corporate Finance Partners) als Co-Investor an dem Online-Shopping-Club pauldirekt. Die Ecommerce Alliance AG behält die Mehrheitsbeteiligung in Höhe von 71 Prozent an pauldirekt und schafft somit die Grundlage für weiteres Wachstum. Das Unternehmen erhielt

mit dieser Transaktion einen mittleren siebenstelligen Eurobetrag für den weiteren Ausbau der stark wachsenden Online-Plattform pauldirekt. Die neuen Beteiligungspartner sollen den konsequenten Wachstumskurs der Ecommerce Alliance-Unternehmensgruppe beschleunigen.

Pearlfection GmbH erhält frisches Kapital

Am 17. August 2011 beteiligte sich die MOUNTAIN SUPER ANGEL AG als Lead-Investor im Rahmen einer Barkapitalerhöhung an der Pearlfection GmbH. Als Co-Investoren beteiligten sich das Management der Pearlfection GmbH sowie die übrigen Altgesellschafter einschließlich der Ecommerce Alliance AG an der Online-Kreativplattform für individuell gefertigten Schmuck. Die Ecommerce Alliance AG bleibt mit 30 Prozent weiterhin der größte Anteilseigentümer der Pearlfection GmbH. Die im Rahmen der Kapitalerhöhung zur Verfügung gestellte zusätzliche Liquidität, in Höhe von einem mittleren sechsstelligen Betrag, soll den Wachstumskurs der Pearlfection GmbH im attraktiven Schmuckmarkt weiter beschleunigen, sowie die Positionierung der Ecommerce Alliance in diesem Segment deutlich ausbauen.

Hauptversammlung

Am 24. August 2011 informierte der Vorstand die Aktionäre in der Hauptversammlung über den Geschäftsverlauf des Jahres 2010 und stellte sich deren Fragen. Auf der Aktionärsversammlung waren rund 43 Prozent des Grundkapitals der Ecommerce Alliance AG vertreten. Die Anteilseigner entlasteten Vorstand und Aufsichtsrat und zeigten sich mit der Arbeit der Organe zufrieden. Die Abstimmungsergebnisse können auf www.ecommerce-alliance.de eingesehen werden.

Darüber hinaus sind nach dem 30. Juni 2011 keine Ereignisse eingetreten, die für die Ecommerce Alliance AG von wesentlicher Bedeutung sind und zu einer veränderten Beurteilung des Unternehmens führen könnten.

Prognosebericht

Konjunkturelle Aussichten

Die Aussichten für das Wachstum der Weltwirtschaft sind weiterhin robust, wenn auch der konjunkturelle Aufschwung im zweiten Halbjahr an Dynamik verlieren wird. Laut Aussagen des IWF (Internationaler Währungsfond) wird die Weltwirtschaft im Jahr 2011 um 4 Prozent wachsen. Auch in Europa haben sich die Frühindikatoren abgeschwächt, womit der konjunkturelle Aufschwung in den Ländern der Europäischen Union in der zweiten Jahreshälfte geringer ausfallen wird. Deutschland bleibt auch in der zweiten Jahreshälfte auf Wachstumskurs. Der IWF rechnet mit einem Wachstum des deutschen Bruttoinlandsprodukts von rund 2,2 Prozent. Die größten Risiken für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung liegen nach wie vor in einer möglichen Eskalation der US-amerikanischen und europäischen Schuldenkrise, den politischen Umbrüchen in Nordafrika sowie im Nahen Osten und einer Überhitzung der Konjunktur in China.

Künftige Branchensituation

Die Trendbarometer bilden auch für das Jahr 2011 anhaltend einen Anstieg im interaktiven Handel ab. Nach Erreichen der 30-Milliarden-Euro-Umsatzmarke im Jahr 2010 ist ein repräsentabler Erfolg für 2011 zu erwarten. Auf Basis der Verbraucherstudie „Distanzhandel in Deutschland 2011“ (TNS Infratest) rechnet der Bundesverband des Deutschen Versandhandels für das laufende Jahr mit einem Gesamtbranchenumsatz für Online- und Versandhandel in Höhe von 32,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von rund 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Im Jahr 2011 soll der Online-Handel mit Waren um 17 Prozent auf 21,5 Milliarden Euro steigen. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz im Online-Handel 18,3 Milliarden Euro. Damit wird der E-Commerce-Bereich laut den aktuellen Prognosen auch erstmals das 20-Milliarden-Euro Umsatzziel übertreffen. Der Anteil am gesamten Versandhandel liegt dann bei rund 66 Prozent und steigt damit um sechs Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr.

Die Prognosen von TNS Infratest demonstrieren anschaulich die ausgezeichneten Entwicklungen in den einzelnen Märkten des Versandhandels. Der Bereich E-Commerce kann durch die Umsatzsteigerungen im laufenden Geschäftsjahr die Entwicklungsfähigkeit von Internet und Online-Geschäft unter Beweis stellen.

Mobile Commerce und Social Media sind die Entwicklungs- und Wachstumstreiber des E-Commerce-Bereichs durch den Erfolg von Smartphones und Tablet-PCs sowie der Verfügbarkeit von kosteneffektiven Datentarifen.

Ausblick

Chancen für weiteres Wachstum sehen wir insbesondere im Ausbau unseres Geschäftsfelds Ecommerce Brands mit seinen Shopping-Clubs und Mass Customization Sites. Dabei unterstützt uns die auf E-Commerce spezialisierte Vertriebskompetenz unserer getperformance GmbH. Hier sind langjährige Erfahrungen im Online-Vertrieb gebündelt. getperformance bringt Kunden sowie Wachstum und dient als Motor zum Ausbau unseres eigenen Geschäfts.

Die jüngste Beteiligung von Vorwerk Ventures und CFP an unserer Tochtergesellschaft pauldirekt ermöglicht es uns, mit zusätzlichem Kapital sowie dem fundierten Know-how und Netzwerk unserer Beteiligungspartner das enorme Potenzial, das pauldirekt mit mehr als 1,3 Millionen Mitgliedern als einer der führenden Online-Shopping-Clubs in Deutschland bietet, weiter auszuschöpfen.

Für das laufende Jahr richtet sich der Fokus der Ecommerce Alliance auf das organische Wachstum der Gruppenfirmen. Dieses wird schwerpunktmäßig durch verstärkte Internationalisierung vorangetrieben.

Der Vorstand der Ecommerce Alliance AG ist zuversichtlich, im laufenden Geschäftsjahr ein deutlich zweistelliges Umsatzwachstum zu erwirtschaften. Das Erreichen der Gewinnzone ist aufgrund der geplanten Investitionen in weiteres Wachstum für 2012 anvisiert.

03

Konzernhalbjahresabschluss und -anhang

20	Konzern-Bilanz
22	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
23	Konzern-Kapitalflussrechnung
24	Konzern-Eigenkapitalentwicklung
26	Konzernanhang
26	I. Grundlagen der Bilanzierung
26	II. Wesentliche Sachverhalte des Geschäftsjahres 2011
27	III. Erläuterungen zur Konzern-Bilanz
28	IV. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
30	V. Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung
30	VI. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
30	VII. Sonstige Angaben

Konzern-Bilanz zum 30. Juni 2011 nach IFRS

A. Aktiva	30.06.2011	30.06.2010	31.12.2010
I. Kurzfristige Vermögenswerte			
1. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3.059	7.126	6.054
2. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögensgegenstände	2.145	3.170	2.051
3. Finanzielle Vermögenswerte	767	0	662
4. Ertragsteuerforderungen	594	0	215
5. Vorräte	518	170	470
6. Übrige Vermögenswerte	111	0	74
Kurzfristiges Vermögen gesamt	7.194	10.466	9.526
II. Langfristige Vermögenswerte			
1. Immaterielle Vermögenswerte	11.995	79	12.101
2. Sachanlagen	2.271	1.693	1.939
3. Beteiligungen an at-Equity-bilanzierten Unternehmen	1.677	1.545	1.654
4. Unternehmensbeteiligungen	780	262	770
Langfristiges Vermögen gesamt	16.723	3.579	16.464
Bilanzsumme Aktiva	23.917	14.045	25.990

Alle Angaben in T€

B. Passiva	30.06.2011	30.06.2010	31.12.2010
I. Kurzfristige Schulden			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	2.537	4.849	3.293
2. Finanzielle Verbindlichkeiten	54	0	30
3. Ertragsteuerverbindlichkeiten	0	215	0
4. Rückstellungen	2.325	0	2.498
Kurzfristige Schulden gesamt	4.916	5.064	5.821
II. Langfristige Schulden			
1. Finanzielle Verbindlichkeiten	1.462	1.342	1.340
2. Passive latente Steuern	367	0	405
Langfristige Schulden gesamt	1.829	1.342	1.745
Schulden gesamt	6.745	6.406	7.566
III. Eigenkapital			
1. Gezeichnetes Kapital	1.558	1.364	1.558
2. Kapitalrücklage	9.504	189	9.504
3. Gewinnvortrag	5.104	7.428	7.423
4. Konzernjahresfehlbetrag	-1.178	-1.427	-2.320
Anteile der Eigentümer des Mutterunternehmens	14.988	7.554	16.166
5. Anteile anderer Gesellschafter	2.183	85	2.259
Eigenkapital gesamt	17.171	7.639	18.425
Bilanzsumme Passiva	23.917	14.045	25.990

Alle Angaben in T€

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2011 nach IFRS

	01.01.2011 –30.06.2011	01.01.2010 –30.06.2010	01.01.2010 –31.12.2010
1. Umsatzerlöse	12.742	7.793	19.430
2. Sonstige betriebliche Erträge	184	0	644
3. Gesamtleistung	12.926	7.793	20.074
4. Materialaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	-8.971	-6.555	-14.651
5. Rohertrag	3.955	1.238	5.422
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4.578	-2.523	-7.366
a) Umstrukturierungskosten	0	0	-797
b) Sonstiger administrativer Aufwand	-4.578	-2.523	-6.568
7. Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)	-623	-1.285	-1.943
8. Abschreibungen	-269	-142	-235
9. Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-892	-1.427	-2.178
10. Finanzergebnis	-273	78	-18
a) Zinsergebnis	-30	11	-40
b) Beteiligungsergebnis	-243	67	23
11. Ergebnis vor Steuern (EBT)	-1.165	-1.349	-2.196
12. Steuern	-94	-69	-237
13. Jahresfehlbetrag	-1.259	-1.418	-2.433
Anteile der Eigentümer des Mutterunternehmens	-1.178	-1.427	-2.320
Anteile anderer Gesellschafter	-81	9	-113
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert)	-0,81	-1,51	-1,49
Ergebnis je Aktie in EUR (verwässert)	-0,81	-1,51	-1,49

Alle Angaben in T€

Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2011

	01.01.2011 -30.06.2011	01.01.2010 -30.06.2010	01.01.2010 -31.12.2010
1. (=) Ergebnis vor Zinsen und Steuern (nach Beteiligungsergebnis)	-1.135	-1.359	-2.156
(+/-) Abschreibung/Zuschreibung auf das Anlagevermögen	512	142	887
(+/-) Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	-288	0	-1.074
(+/-) Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	1	0	-718
(+/-) Verlust/Gewinn aus dem Abgang von Anlagevermögen	2	0	303
(+/-) Abnahme/Zunahme der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-179	-224	1.074
(+/-) Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-756	-629	-392
(+/-) Ein- und Auszahlungen Zinsergebnis	-30	12	-40
(+/-) Ein- und Auszahlungen Ertragsteuern	-396	303	-182
(+/-) Ein- und Auszahlungen aus außerordentlichen Positionen	0	-65	0
2. (=) Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (operative cash flow)	-2.268	-1.820	-2.298
(+) Einzahlungen aus Abgängen des Sachanlagevermögens	6	0	0
(-) Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-462	-105	-270
(-) Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-42	0	-46
(-) Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-267	-763	-1.891
(+) Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	0	23	0
(-) Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	0	0	-250
3. (=) Cashflow aus der Investitionstätigkeit (investive cash flow)	-765	-845	-2.457
(+) Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	5	0	62
(+) Einzahlungen aus der Tilgung ausgereicherter Darlehen und der Aufnahme von Kreditverbindlichkeiten	350	0	29
(-) Auszahlungen aus der Ausreichung von Darlehen und der Tilgung von Kreditverbindlichkeiten	-317	0	-366
4. (=) Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (finance cash flow)	38	0	-275
5. (=) Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 2., 3. und 4.)	-2.995	-2.665	-5.030
(+) Wechselkurs-, konsolidierungskreis- und bewertungsbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	0	0	1.293
(+) Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	6.054	9.791	9.791
6. (=) Finanzmittelfonds am Ende der Periode	3.059	7.126	6.054

Alle Angaben in T€

Konzern-Eigenkapitalentwicklung nach IFRS

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Laufendes Ergebnis	Kumulierte Ergebnisse/ Gewinn- o. Verlustvortrag	Anteil der Aktionäre der ECA AG am Eigenkapital	Anteile Minderheitsgesellschafter	Summe Eigenkapital
Stand 30.06.2010	1.364	191	-1.427	7.426	7.553	85	7.638
Einstellung Minderheiten						21	21
Korrektur Ausweis Minderheiten		-2		-3	-5	3	-2
Periodenergebnis			-893		-893	-105	-997
Kapitalerhöhung Anteilstausch Tiburon AG	662	8.097			8.759		8.759
Kapitalerhöhung Anteilstausch Shirtinator AG	57	693			750	2.256	3.006
Zuführung in die Kapitalrücklage aus Verschmelzung	-524	524					
Stand 31.12.2010	1.558	9.504	-2.320	7.423	16.166	2.259	18.425
Ergebnisverwendung 2010			2.320	-2.320			
Einstellung Minderheiten aus Einzahlung Einlage Experience Media GmbH						5	5
Periodenergebnis			-1.178		-1.178	-81	-1.259
Stand 30.06.2011	1.558	9.504	-1.178	5.104	14.988	2.183	17.171

Alle Angaben in T€



Konzernanhang

I. Grundlagen der Bilanzierung

Im Konzernhalbjahresbericht zum 30. Juni 2011 wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr angewendet. Der Konzernhalbjahresbericht umfasst neben den Zahlenangaben des Abschlusses weitere Inhalte wie den Konzernzwischenlagebericht sowie Anhangserläuterungen zu wesentlichen Abschlusspositionen.

Konsolidierungskreis zum 30. Juni 2011

Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital in %
Ecommerce Alliance AG	München	-
Ecommerce Alliance Services AG	München	100
getperformance GmbH	München	100
getlogics GmbH	Trier	64
pauldirekt GmbH	München	90
Shirtinator AG	München	55
Tiburon Partners AG	München	100
Experience Media GmbH	Berlin	84

II. Wesentliche Sachverhalte des Geschäftsjahres 2011

Wichtige Investitionen im ersten Halbjahr 2011

Im Februar 2011 investierte die ECA-Gruppe im Rahmen einer Kapitalerhöhung einen Betrag von T€ 50 in das assoziierte Unternehmen Weinkenner GmbH.

Im Mai 2011 investierte die ECA-Gruppe im Rahmen einer Kapitalerhöhung einen Betrag von T€ 52 in das assoziierte Unternehmen Große Kochschule GmbH.

Wichtige Investitionen nach Ablauf des ersten Halbjahres 2011

Im August 2011 investierte die Gesellschaft im Rahmen einer Kapitalerhöhung einen Betrag von T€ 54 in das assoziierte Unternehmen Pearlfection GmbH.

Im August 2011 beschloss die ECA-Gruppe im Rahmen einer Kapitalerhöhung eine Investition in das verbundene Unternehmen pauldirekt GmbH in Höhe von T€ 1.400. Die Kapitalerhöhung von T€ 1.400 erfolgte vollständig durch Umwandlung bestehender Darlehen.

III. Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

Wesentliche Sachverhalte für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

zu A.I.1. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zeigen den Kassenbestand und Bankbestand der Gesellschaften von T€ 3.059 (31.12.2010: T€ 6.054). Die Veränderung der Zahlungsmittel resultiert aus den in der Konzern-Kapitalflussrechnung dargestellten Sachverhalten. Es wurden keine Wertpapiere des Umlaufvermögens gehalten.

zu A.I.4. Ertragsteuerforderungen

Die Forderungen aus Ertragsteuern von T€ 594 (31.12.2010: T€ 215) bestehen im Wesentlichen aus anrechenbaren Kapitalertragsteuerforderungen der ECA AG in Höhe von T€ 528.

zu A.II.1.-4. Anlagevermögen

Die immateriellen Vermögensgegenstände veränderten sich im ersten Halbjahr durch die planmäßigen Abschreibungen auf T€ 11.995 (31.12.2010: T€ 12.101). In den Sachanlagen sind Zugänge aus Investitionen auf T€ 2.271 (31.12.2010: T€ 1.939) erfolgt. Die at Equity Beteiligungen sowie die Unternehmensbeteiligungen haben ebenfalls moderate Zugänge auf T€ 1.677 (31.12.2010: T€ 1.654) bzw. T€ 780 (31.12.2010: T€ 770) zu verzeichnen.

zu B.I.1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 1.825 (31.12.2010: T€ 2.404) beinhalten im Wesentlichen die Verpflichtungen für ausstehende Rechnungen.

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus sonstigen Personalverpflichtungen, Steuern und sozialer Sicherheit sowie erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen in Höhe von T€ 712 (31.12.2010: T€ 889) enthalten.

Sämtliche Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.

zu B.III.4 Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird als Quotient aus dem den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnenden Periodenergebnis und dem gewichteten

Durchschnitt der während der Berichtsperiode sich im Umlauf befindlichen Stammaktien ermittelt. Dies ergibt ein rechnerisches Ergebnis von EUR -0,81 pro Aktie (Vorjahr: -1,51 EUR).

Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Periodenergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während der Berichtsperiode sich im Umlauf befindlichen Stammaktien zuzüglich der zu einer Verwässerung führenden Aktienäquivalente geteilt wird. Dies ergibt ein rechnerisches Ergebnis von EUR -0,81 pro Aktie (Vorjahr: -1,51 EUR).

IV. Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

zu 1. Umsatzerlöse

Die Ertragsrealisierung erfolgt unter Anwendung der IAS 11 und 18. Umsätze werden abzüglich Umsatzsteuer, Erlösschmälerungen sowie Gutschriften ausgewiesen. Umsätze für Produktverkäufe werden mit dem Eigentums- und Gefahrenübergang an den Kunden realisiert, wenn das Entgelt vertraglich festgesetzt oder bestimmbar ist und die Erfüllung der damit verbundenen Forderungen wahrscheinlich ist. Umsätze für Dienstleistungen werden realisiert, wenn die Leistung erbracht worden ist.

Die Umsatzerlöse des Konzerns bestehen im Wesentlichen aus Dienstleistungen im Bereich des E-Commerce sowie Erlösen aus dem Verkauf von Produkten, die auf Internet-Plattformen angeboten werden. Des Weiteren werden Umsätze aus Beratungs- und Marketingleistungen sowie aus Logistikleistungen erzielt.

Für das erste Halbjahr 2011 konnte eine Steigerung des Umsatzes im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 64 Prozent erzielt werden. Die Umsatzerlöse beliefen sich auf T€ 12.742 (Vorjahr: T€ 7.793), die sonstigen betrieblichen Erträge auf T€ 184 (Vorjahr: T€ 0). Neben dem starken Umsatzwachstum der Töchter pauldirekt GmbH, getperformance GmbH sowie der getlogics GmbH wurde der Umsatz auch durch die Erweiterung des Konsolidierungskreises um die Shirtinator AG beeinflusst.

Des Weiteren wird auf nachfolgende Segmentberichterstattung verwiesen:

Ecommerce Alliance AG, München Segmentberichterstattung	Ecommerce Brands		Ecommerce Services		Eliminierung		Konsolidiert	
	30.06.11 T€	30.06.10 T€	30.06.11 T€	30.06.10 T€	30.06.11 T€	30.06.10 T€	30.06.11 T€	30.06.10 T€
1. Umsatzerlöse	9.777	4.440	3.780	3.727	-815	-374	12.742	7.793
a) Externe Kunden	9.776	4.428	2.966	3.365			12.742	7.793
b) Verbundene Unternehmen	1	12	814	362	-815	-374		
2. Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern	-525	-1.580	-97	350		-55	-623	-1.285
3. Abschreibungen	-62		-91		-116		-269	-142
4. Finanzergebnis	-3		-35		-235		-273	78
5. Steuern	-68		-64		38		-94	-69
6. Jahresfehlbetrag	-659		-287		-313		-1.259	-1.418
7. Anteiliges Periodenergebnis der at Equity bilanzierten Unternehmen	-235						-235	67

Die Segmente wurden auf Basis der organisatorischen Ausrichtung des Konzerns gebildet und umfassen im Bereich Ecommerce Brands die Konzernunternehmen, die Waren und Dienstleistungen am E-Commerce-Markt anbieten. Das Segment der Ecommerce Services (Servicegesellschaften) umfasst die Dienstleistungs- und Verwaltungsgesellschaften, die Ihre Dienstleistungen an Konzernunternehmen sowie auch an externe Kunden erbringen. Alle Umsätze wurden in der Bundesrepublik Deutschland erzielt. Zum 30.06.2010 wurde auf eine Segmentierung der Abschreibungen, des Finanzergebnisses, der Steuern, des Jahresfehlbetrages und des anteiligen Periodenergebnisses der At-Equity-bilanzierten Unternehmen verzichtet.

zu 4. Materialaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen

Der Materialaufwand und die Aufwendungen für bezogene Leistungen von T€ 8.971 (Vorjahr: T€ 6.555) setzen sich zusammen aus dem Materialaufwand von T€ 5.847, bezogenen Leistungen von T€ 2.694 und Transaktionskosten von T€ 430 zusammen und sind durch die Erweiterung des Konsolidierungskreises beeinflusst.

zu 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen im Berichtszeitraum auf T€ 4.578 (Vorjahr: T€ 2.523). Der Anstieg ist wesentlich durch die Erweiterung des Konsolidierungskreises beeinflusst. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich im Wesentlichen aus Personal-, Raum-, IT-, Werbe- und Beratungskosten zusammen.

zu 10. Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzt sich zusammen aus dem Saldo der Zinserträge und Zinsaufwendungen von T€ -30 (Vorjahr: T€ 11) und dem Beteiligungsergebnis der at Equity bilanzierten Unternehmensbeteiligungen von T€ -243 (Vorjahr: T€ 67).

zu 13. Periodenergebnis

Das Periodenergebnis konnte im Vergleich zum Vorjahr um T€ 159 (11 Prozent) verbessert werden. Der Jahresfehlbetrag beläuft sich auf T€ 1.259 (Vorjahr.: T€ 1.418) und ist im Wesentlichen durch die Wachstumsfinanzierung der pauldirekt GmbH beeinflusst.

V. Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich die Zahlungsmittel des Konzerns im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben. Es wird zwischen Zahlungsströmen aus operativer, Investitions- und Finanzierungstätigkeit unterschieden. Es wird die indirekte Methode für den operativen Cashflow und die direkte Methode für den Cashflow aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit angewandt. Die in der Finanzierungsrechnung ausgewiesene Liquidität umfasst Kassenbestände sowie Guthaben bei Kreditinstituten.

In der Kapitalflussrechnung ist es üblich, den Erwerb von Wertpapieren als Cashflow aus Investitionstätigkeit zu zeigen.

VI. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

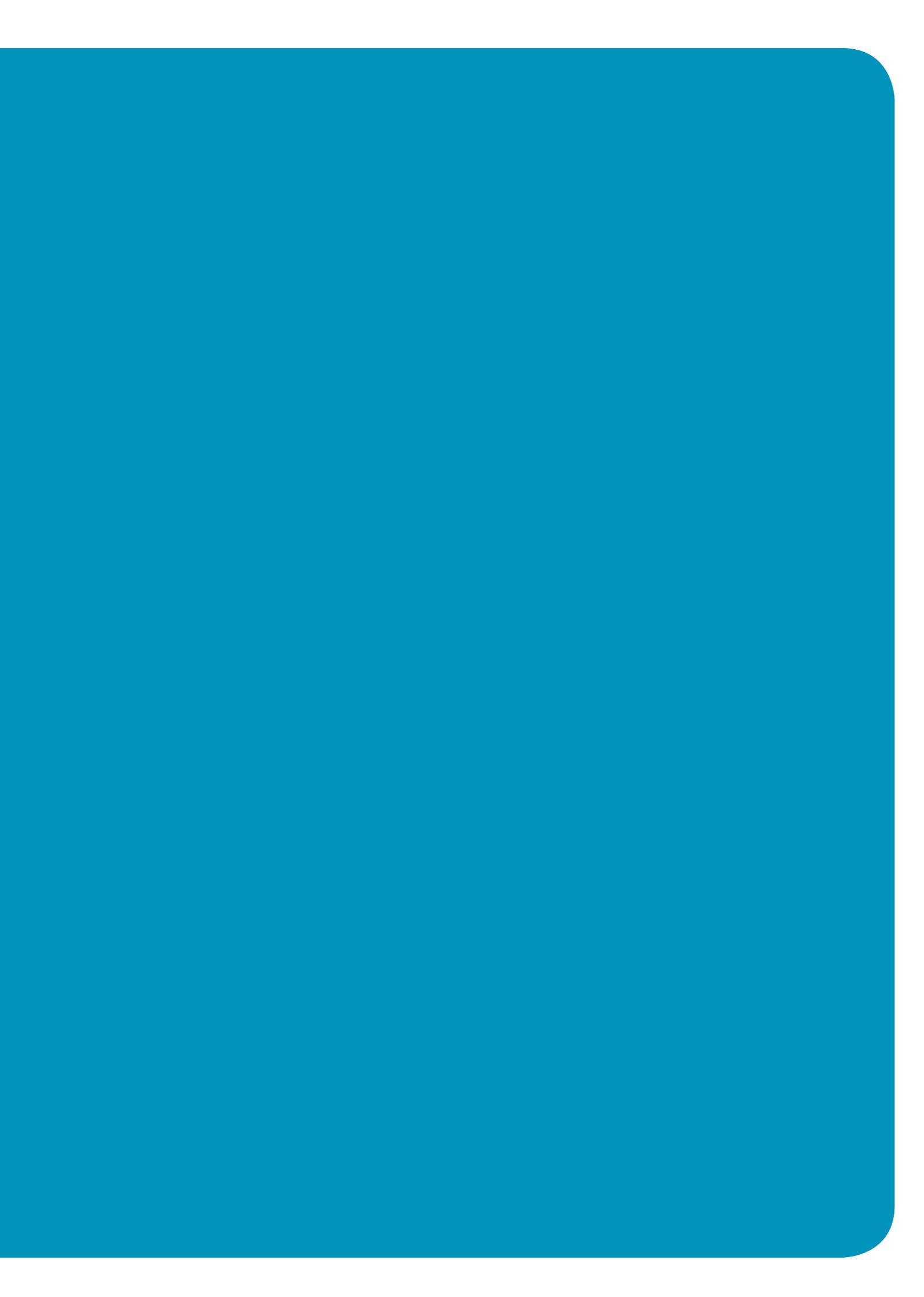
Die Geschäftsführung hat keine Kenntnis von Ereignissen nach dem Bilanzstichtag, die sich wesentlich auf die Lage des Konzerns auswirken.

VII. Sonstige Angaben

Der vorliegende Konzernhalbjahresbericht wurde, wie alle regulären Zwischenberichte der Gesellschaft, keiner prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen.

München, den 23. September 2011

ECA AG
Der Vorstand



Impressum

Ecommerce Alliance AG

Nymphenburger Straße 29
D-80335 München
Tel.: +49 89 2000 464 - 0
Fax: +49 89 2000 464 - 49
www.ecommerce-alliance.de

Ansprechpartner

Justine Mross
Finance Officer
Tel.: +49 89 2000 464 - 0
Fax: +49 89 2000 464 - 49
E-Mail: ir@ecommerce-alliance.de



Redaktion, Layout und Satz:

CROSSALLIANCE communication GmbH

Fotos: ClipDealer, www.clipdealer.com (eine Beteiligung der ECA AG)

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Halbjahresbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Halbjahresberichts. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse werden erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen können. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der Ecommerce Alliance AG unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können.

Dazu zählen unter anderem zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Die Ecommerce Alliance AG sieht sich auch nicht dazu verpflichtet, Berichtigungen dieser zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Materialien eingetreten sind.

Abweichungen aus technischen Gründen

Aus technischen Gründen (z.B. Umwandlung von elektronischen Formaten) sowie technisch bedingten Rundungsdifferenzen kann es zu rechnerischen Abweichungen kommen.

