

**UNGEPRÜFTER VERKÜRZTER
KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS**

ZUM 31. MÄRZ 2015

AUSGEWÄHLTE KONZERN-KENNZAHLEN

	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Konzern-Umsatzerlöse	11.599	11.579	0,2
Bruttomarge	3.759	4.137	-9,1
EBIT	-358	-991	-63,9
Periodenergebnis	-308	-690	-55,4
Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)	-0,02	-0,03	-33,3

	31.03.2015	31.03.2014	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*	17.171	20.045	-14,3
Eigenkapital	16.023	23.966	-33,1
Bilanzsumme	27.232	34.107	-20,2
Anzahl der Mitarbeiter	210	236	-11,0

* einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert und Termineinlagen

INHALTSVERZEICHNIS

Die ad pepper media Aktie	6
Konzern-Zwischenlagebericht	8
Struktur der ad pepper media group	8
Allgemeine Informationen zum Lagebericht	10
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	11
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	14
Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten	16
Mitarbeiter	16
Risiko- und Chancenbericht	17
Prognosebericht	17
Konzern-Zwischenabschluss	18
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	18
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	20
Konzern-Bilanz	24
Konzern-Kapitalflussrechnung	28
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	32
Ausgewählte, erläuternde Anhangsangaben	36
Weitere Informationen	48
Finanzkalender	48
Investorenkontakt	48
Impressum	49

DIE AD PEPPER MEDIA AKTIE

Stammdaten der ad pepper media Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Aktienart	Inhaber-Stammaktien
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Börsengang	09.10.2000
Designated Sponsor	Equinet
Grundkapital in EUR	1.150.000
Anzahl Aktien	23.000.000
Sektor	Werbung

Kennzahlen der ad pepper media Aktie

	Q1 2015	Q1 2014
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	0,76	1,19
Höchstkurs in EUR	0,91	1,42
Tiefstkurs in EUR	0,74	1,13
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	17,5 Mio.	27,4 Mio.
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag in Stück	13.754	33.029
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,02	-0,03
Net cash per share* in EUR	0,75	0,87

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur per 31.03.2015

	Aktien	Anteil am Grundkapital
	Stück	Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Dieter Koppitz	699.338	3,04
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
Zwischensumme	13.545.496	58,90
Freefloat	9.454.504	41,10
Summe	23.000.000	100,00

* (liquide Mittel – langfristige Verbindlichkeiten) / Anzahl ausgegebener Aktien

STRUKTUR DER AD PEPPER MEDIA GROUP

Die ad pepper media International N.V. ist die Holdinggesellschaft einer der führenden internationalen Online-Marketing-Gruppen. Sie wurde 1999 gegründet und ist seit dem Börsengang im Jahre 2000 im Prime Standard der Frankfurter Börse gelistet (WKN: 940 883). Mit acht Büros in zehn europäischen Ländern und den USA entwickelt die ad pepper media Gruppe digitale Lösungen in mehr als 50 Ländern weltweit. Zur Gruppe gehören die drei Segmente **ad pepper media** (Leadgenerierung und semantisches Targeting), **ad agents** (Suchmaschinenmarketing) und **Webgains** (Affiliate-Marketing).

Die Segmente der ad pepper media group

ad pepper media

Der Geschäftsbereich ad pepper media wurde 1999 gegründet. Die Gesellschaften in diesem Segment sind in ihren Ländern spezialisiert auf Leadgenerierung (Interessentengewinnung) und semantisches Targeting. ad pepper media ist in den Ländern Deutschland, Großbritannien und Spanien präsent.

Die Produkte des Geschäftsbereichs ad pepper media im Einzelnen:

iLead (Leadgenerierung) – ist die ideale Lösung für Werbungtreibende, die ihre Kundendatenbank erweitern und aufbauen wollen, indem potenzielle Neukunden, die bereits Interesse für die vom Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen gezeigt und einer Ansprache zugestimmt haben, über Telefon, E-Mail oder per Post kontaktiert zu werden.

iSense (Semantisches Targeting) – gibt Werbungtreibenden und Publishern eine revolutionäre semantische Targeting-Technologie an die Hand, mit der Werbung zielgerichtet für jede Website im relevanten Themenumfeld platziert werden kann. Die Technologie bietet Werbekunden höchste Sicherheit für ihre Marke, da die Werbeauslieferung in schädlichen Themenumfeldern blockiert werden kann.

mailpepper (E-Mail-Marketing) – bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv breite oder auch sehr spezielle Zielgruppen direkt anzusprechen, die einer Kontaktaufnahme durch ad pepper media oder den Werbungtreibenden explizit zugestimmt haben.

Webgains

Webgains ist eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke und bietet effiziente Lösungen in allen Bereichen des Affiliate-Managements. Dabei setzt das Netzwerk auf modernste Technologie und einen erstklassigen Support für Merchants & Affiliates. Webgains verfügt über lokale Experten in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien sowie den USA und setzt für eine Vielzahl seiner Kunden internationale und regionale Affiliate-Programme erfolgreich um. Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Publisher/Affiliates) Internettraffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Händler/Merchants) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten.

ad agents

Die ad agents zählen zu den erfolgreichsten Performance-Agenturen in Deutschland. Sie konzipieren, steuern und optimieren erfolgsorientierte Marketing- und Vertriebslösungen in allen digitalen Kanälen, auf allen Screens und Devices. Die Schwerpunkte der ad agents sind: Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), Affiliate-Management, Social Media Advertising, Performance Display und Produktdaten-Management. Dabei beraten sie namhafte, auch internationale Unternehmen aus allen Branchen (u.a. Finanzen, Handel, Mode, Pharma, Technologie).

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM LAGEBERICHT

Begriffsdefinition

Sofern in diesem Lagebericht von „ad pepper media International N.V.“, „ad pepper media“, „ad pepper media Gruppe“ oder die „Gruppe“ die Rede ist, ist stets der ad pepper media Konzern gemeint.

Vorausschauende Aussagen

Dieser Lagebericht enthält vorausschauende Aussagen und Informationen, die auf den Ansichten und Annahmen der Geschäftsleitung beruhen. Diese stützen sich ihrerseits auf die Informationen, die der Geschäftsleitung gegenwärtig zur Verfügung stehen. Solche zukunftsbezogenen Aussagen resultieren aus unseren aktuellen Erwartungen, Annahmen und Prognosen im Hinblick auf zukünftige Umstände und Ereignisse. Folglich unterliegen diese vorausschauenden Aussagen und Informationen verschiedenen Risiken und Unsicherheiten, von denen viele außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Sollten eines oder mehrere dieser Risiken und Unsicherheiten eintreten oder sollten sich die Annahmen der Geschäftsleitung als unrichtig erweisen, könnten unsere tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den Erwartungen abweichen, die in den vorausschauenden Aussagen und Informationen beschrieben sind oder die sich daraus ableiten lassen. Die betreffenden Risiken und Unsicherheiten sind im Risikobericht des Geschäftsberichtes 2014 beschrieben.

Wörter wie „erwarten“, „glauben“, „rechnen mit“, „fortführen“, „schätzen“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „zuversichtlich sein“, „davon ausgehen“, „planen“, „vorhersagen“, „sollen“, „sollten“, „können“, „könnten“, „werden“, „Ausblick“, „voraussichtliche Entwicklung“ und „Ziele“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf ad pepper media sollen solche vorausschauenden Aussagen anzeigen. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken. Abgesehen von rechtlichen Veröffentlichungspflichten übernehmen wir keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen aufgrund neuer Informationen oder Umstände, die sich nach dem Datum der Veröffentlichung ergeben, aufgrund künftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren oder zu korrigieren.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Zur Steuerung und Überwachung der Entwicklung der einzelnen Tochtergesellschaften analysiert ad pepper media unter anderem monatlich deren Umsatz und Ergebnisse (EBIT, EBITDA, Bruttomarge) und vergleicht diese Kennzahlen mit der ursprünglichen Planung. Zusätzlich werden weitere Key Performance Indicators erhoben und innerhalb aller operativen Gesellschaften der ad pepper media Gruppe zur Steuerung eingesetzt. Auch werden zur Unternehmenssteuerung regelmäßig externe Indikatoren herangezogen. Zudem finden wöchentliche Jour fixes sowie regelmäßig Gesellschafterversammlungen mit den einzelnen Tochtergesellschaften statt.

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Deutschland/Europa/Welt

Das Institut für Weltwirtschaft (IfW) erwartet in seinem jüngsten Ausblick eine positive konjunkturelle Entwicklung für Deutschland. Deutschland stehe demnach am Beginn einer ausgeprägten Expansionsphase. Die Konjunktur in Deutschland habe wieder Tritt gefasst. Nachdem das Bruttoinlandsprodukt bereits im Jahr 2014 mit 1,6 Prozent rascher als das Potenzial expandierte, dürfte sich der Produktionsanstieg im laufenden Jahr auf eine Rate von 1,8 Prozent beschleunigen. Maßgeblich sei, dass die monetären Rahmenbedingungen voraussichtlich noch auf Jahre hinaus anregend auf die Konjunktur wirken werden. Hinzu kommt, dass die anhaltend günstige Entwicklung am Arbeitsmarkt die Konsum- und Investitionsneigung der privaten Haushalte weiter stimulieren dürfte.

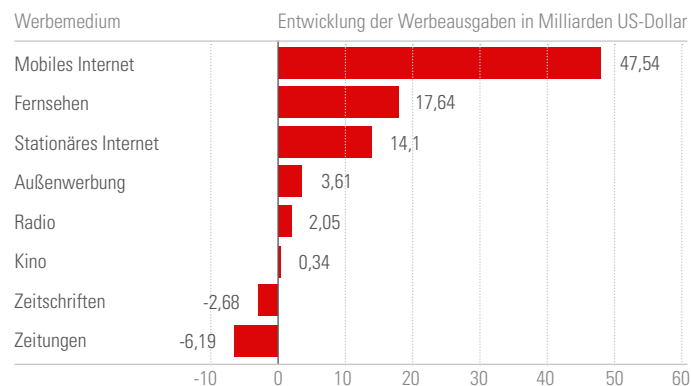
Auch für den Euroraum ist das IfW optimistisch. Die Konjunktur habe sich im Euroraum weiter gefestigt. Die Stimmungsindikatoren deuten darauf hin, dass sich die Erholung in den kommenden Monaten fortsetzen wird. Das Tempo des Aufschwungs wird allerdings laut IfW moderat bleiben. Im Jahr 2015 dürfte der Anstieg des Bruttoinlandsprodukts 1,3 Prozent betragen. Im Jahr 2016 werde die gesamtwirtschaftliche Produktion voraussichtlich um 1,7 Prozent zulegen.

Auch hinsichtlich der Weltkonjunktur ist das IfW zuversichtlich. Die weltwirtschaftliche Dynamik wird sich demnach in diesem und im nächsten Jahr verstärken. Die Zunahme der Weltproduktion wird sich von 3,5 Prozent im vergangenen Jahr auf 3,7 Prozent bzw. 4,0 Prozent in den Jahren 2015 und 2016 verstärken. Höhere Zuwachsraten sind vor allem für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften zu erwarten. Die Geldpolitik ist weiter sehr expansiv und der gesunkene Ölpreis wirkt anregend, wenngleich für die Weltwirtschaft insgesamt nur moderat. Hinzu kommt, dass die Entschuldungsprozesse im privaten Sektor inzwischen in wichtigen Ländern weit fortgeschritten sind. Die Schwellenländer werden zwar von der stärkeren Nachfrage in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften profitieren. In China verlangsamt sich das Expansionstempo allerdings in der Tendenz weiter, in Lateinamerika und insbesondere Russland belasten strukturelle Probleme sowie die stark gesunkenen Rohstoffpreise die Entwicklung erheblich.

Werbemarkt

Laut dem aktuellen Report des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.) vom 16. März 2015 ist das Internet auch weiterhin das am stärksten wachsende Werbemedium. Digitale Display-Werbung (Online und Mobile) ist im vergangenen Jahr um 6,6 Prozent auf insgesamt 1,581 Milliarden Euro netto gewachsen. Mobile Display-Werbung konnte ein Umsatzwachstum von 52 Prozent im Jahresvergleich verzeichnen und erzielte ein Umsatzvolumen von 134 Millionen Euro netto. Für 2015 gehen die Experten von einem stabilen Wachstum in vergleichbarer Größenordnung aus.

Prognose der Entwicklung der Werbeausgaben in den einzelnen Werbemedien weltweit im Zeitraum von 2014 bis 2017



Diese Statistik zeigt eine Prognose zur Entwicklung der Werbeausgaben weltweit in den einzelnen Werbemedien. Laut Prognose werden die Werbeausgaben im Bereich des Mobiles Internets im Zeitraum von 2014 bis 2017 um mehr als 47,5 Milliarden US-Dollar und im Stationären Internet um mehr als 14,1 Milliarden US-Dollar steigen.

ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Ertragslage

Die ad pepper media Gruppe konnte in den ersten 3 Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Umsatz in Höhe von TEUR 11.599 erzielen und liegt damit in etwa auf Vorjahresniveau (Q1 2014: TEUR 11.579). Während die Segmente Webgains und ad agents eine Umsatzsteigerung von TEUR 588 bzw. 8,0 Prozent und TEUR 114 bzw. 6,3 Prozent erreichten, lagen die Umsätze des ad pepper media Segments um TEUR 682 bzw. -28,2 Prozent erneut unter dem Vorjahresniveau (Q1 2014: TEUR 2.421). Verantwortlich für den signifikanten Umsatzrückgang des ad pepper media Segments war insbesondere die rückläufige Entwicklung in Großbritannien, die trotz zweistelliger Umsatzsteigerungen in Deutschland und stabiler Entwicklung in Spanien nicht kompensiert werden konnte.

Das Bruttoergebnis, unsere eigentliche Kenn- und Steuerungsgröße, verzeichnete durch die oben beschriebene Umsatzentwicklung ebenfalls einen Rückgang um TEUR 378 bzw. 9,1 Prozent auf TEUR 3.759. Die Bruttomarge ausgedrückt in Relation zum Umsatz sank von 35,7 Prozent auf 32,4 Prozent.

Das gegen Ende des dritten Quartals 2014 verabschiedete Maßnahmenpaket zur Kostenreduktion zeigte im ersten Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres erste positive Effekte. Die operativen Kosten reduzierten sich deutlich um 19,7 Prozent auf TEUR 4.117 (Q1 2014: TEUR 5.128), wodurch trotz der einstellig rückläufigen Bruttomarge sämtliche Profitabilitätskennziffern deutlich über dem entsprechenden Vorjahresniveau liegen.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für die ersten drei Monate 2015 TEUR -292 (Q1 2014: TEUR -936). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -358 nach TEUR -991 im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres TEUR -307 (Q1 2014: TEUR -687).

Das erste Quartal schloss die Gruppe mit einem Periodenergebnis von TEUR -308 ab, was deutlich über dem Periodenergebnis der entsprechenden Vorjahresperiode liegt (Q1 2014: TEUR -690).

Finanzlage

Der Brutto-Cashflow betrug TEUR -325 (Q1 2014: TEUR -1.041), während für den operativen Cashflow ein Wert von TEUR -2.461 nach TEUR -1.959 in den ersten drei Monaten des Jahres 2015 verzeichnet wurde. Wesentlicher Faktor für den gestiegenen Mittelabfluss im operativen Bereich war der Rückgang von abgegrenzten Schulden für Affiliate-Guthaben im Webgains-Segment und sonstigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Der Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im Dreimonatszeitraum 2015 TEUR 983 (Q1 2014: TEUR 3.927). Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug im ersten Quartal 2015 wie im entsprechenden Vorjahreszeitraum TEUR 0.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2014 um TEUR 3.058 auf TEUR 27.232 reduziert. Während die langfristigen Vermögenswerte zum Abschluss des ersten Quartals 2015 mit TEUR 6.874 nahezu unverändert zum 31. Dezember 2014 (TEUR 6.916) blieben, sanken die kurzfristigen Vermögenswerte in den ersten drei Monaten 2015 um TEUR 3.016 auf TEUR 20.358 (31. Dezember 2014: TEUR 23.374). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verringerten sich zum Ende des ersten Quartals um TEUR 712 auf TEUR 7.027. Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert und Termineinlagen) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2014 (TEUR 19.639) um TEUR 2.468 auf TEUR 17.171. Verantwortlich für den erhöhten Mittelabfluss war im Wesentlichen ein Rückgang von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 1.854 auf TEUR 8.011 (31. Dezember 2014: TEUR 9.865). Dabei sind insbesondere abgegrenzte Schulden für Affiliate-Guthaben im Webgains-Segment sowie für ausstehende Rechnungen gesunken. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 58,8 Prozent (31. Dezember 2014: 53,8 Prozent).

FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN

Schwerpunkt der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten liegt in der ad pepper media International N.V. selbst. Hier wird ein bedeutender Teil der Entwicklungen für das Admin- und das ad pepper media Segment entweder selbst erstellt oder begleitend beauftragt. Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd statt.

MITARBEITER

Per 31. März 2015 beschäftigte die ad pepper media Gruppe 210 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 236 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	31. März 2015	31. März 2014
	Anzahl	Anzahl
ad pepper media	46	69
Webgains	90	90
ad agents	55	56
Administration	19	21

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 hat sich keine wesentliche Veränderung der Chancen- und Risikosituation von ad pepper media International N.V. ergeben. Wir verweisen insoweit auf die Darstellung im Lagebericht für das Geschäftsjahr 2014.

PROGNOSEBERICHT

Hinsichtlich der erreichten Profitabilitätskennziffern verlief das erste Quartal 2015 bereits deutlich besser als der entsprechende Zeitraum des Vorjahres. Für den vor uns liegenden Neunmonatszeitraum gehen wir von einem weiterhin positiven Trend aus. Wir erwarten allerdings auch in den vor uns liegenden Quartalen eine im Vorjahresvergleich nur moderat verbesserte Umsatz- und Bruttomargenentwicklung. Wesentliche Impulse einer erwarteten Verbesserung der Profitabilitätskennziffern dürften daher, wie sich bereits im ersten Dreimonatszeitraum des laufenden Geschäftsjahres abzeichnete, von der im vierten Quartal 2014 angestoßenen und im abgelaufenen Quartal voll wirksam gewordenen Reduzierung der Kostenbasis der ad pepper media Gruppe resultieren.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (IFRS)

	Q1 2015	Q1 2014
	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	11.599	11.579
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-7.840	-7.442
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.759	4.137
Vertriebskosten	-2.861	-3.291
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.347	-1.897
Sonstige betriebliche Erträge	360	265
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-269	-205
Operatives Ergebnis	-358	-991
Finanzerträge	60	326
Finanzaufwendungen	-9	-22
Ergebnis vor Steuern	-307	-687
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1	-3
Periodenergebnis	-308	-690
Davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-326	-693
Davon entfallen auf nicht-beherrschende Anteile	18	3
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	-0,02	-0,03
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	-0,02	-0,03
	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.240.708	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.240.775	21.641.708

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG (IFRS)

	Q1 2015	Q1 2014
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-308	-690
Sonstiges Ergebnis		
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden:		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	1	6
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	17	242
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	-198
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumenten	0	8
Im sonstigen Ergebnis verrechnete Ertragsteuern	0	0
Sonstiges Ergebnis, nach Steuern	18	58
Gesamtergebnis	-290	-632
Davon auf nicht-beherrschende Anteile entfallend	18	3
Davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-308	-635

Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamtergebnisrechnung

Im Folgenden sind die Aufwendungen und Erträge sowie die darauf entfallende Steuerbelastung der im Eigenkapital direkt erfassten Wertänderungen dargestellt:

	Q1 2015			Q1 2014		
	TEUR			TEUR		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	1	0	1	6	0	6
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	17	0	17	242	0	242
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	0	0	-198	0	-198
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumenten	0	0	0	8	0	8
Sonstiges Ergebnis, gesamt	18	0	18	58	0	58

KONZERN-BILANZ (IFRS)

AKTIVA

	31. März 2015	31. Dezember 2014
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	373	398
Sachanlagen	197	204
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	3.320	3.324
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	2.402	2.386
Andere finanzielle Vermögenswerte	558	580
Summe langfristige Vermögenswerte	6.874	6.916
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere	0	2.003
Termineinlagen	1.000	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.027	7.739
Sonstige Forderungen	563	400
Forderungen aus Ertragsteuern	319	314
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.000	992
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.449	11.926
Summe kurzfristige Vermögenswerte	20.358	23.374
Aktiva, gesamt	27.232	30.290

KONZERN-BILANZ (IFRS)

PASSIVA

	31. März 2015	31. Dezember 2014
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.370	66.353
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-46.544	-46.218
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-2.025	-2.043
Summe	15.670	15.961
Nicht-beherrschende Anteile	353	335
Summe Eigenkapital	16.023	16.296
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8.011	9.865
Sonstige Verbindlichkeiten	1.030	1.474
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.138	2.625
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	30	30
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	11.209	13.994
Summe Verbindlichkeiten	11.209	13.994
Passiva, gesamt	27.232	30.290

* Das gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05. Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 23.000.000 Aktien (31. Dezember 2014: 23.000.000) begeben sind und 21.240.708 Aktien (31. Dezember 2014: 21.240.708) sich am 31. März 2015 im Umlauf befanden.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS)

1/2

	01.01.2015 - 31.03.2015	01.01.2014 - 31.03.2014
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-308	-690
Anpassungen für:		
Abschreibungen	65	56
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	0	-3
Aktienbasierte Vergütung	17	23
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	3	-387
Andere Finanzerträge und Finanzaufwendungen	-54	83
Steuerergebnis	1	3
Sonstige nicht-zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-49	-126
Brutto-Cashflow	-325	-1.041
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	611	657
Veränderung anderer Aktiva	-105	-138
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.728	-943
Veränderung anderer Passiva	-922	-574
Gezahlte Ertragsteuer	0	-49
Vereinnahmte Zinsen	8	188
Gezahlte Zinsen	0	-59
Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-2.461	-1.959
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-17	-70
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	0	18
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	0	14
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	2.000	6.955
Erwerb von Wertpapieren/Anlage in Termingelder	-1.000	-2.990
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit	983	3.927



KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS)

2/2

	01.01.2015 - 31.03.2015	01.01.2014 - 31.03.2014
	TEUR	TEUR
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.478	1.968
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	11.926	12.886
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1	6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	10.449	14.860

**KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
(IFRS)**

	Stand 1. Januar 2015	Gesamt- ergebnis	Aktienbasierte Vergütung	Dividenden	Transaktionen mit nicht- beherrschenden Anteilen	Stand 31. März 2015
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	23.000.000					23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150					1.150
Kapitalrücklage						
Für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.571		17			2.588
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782					63.782
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	1.759.292					1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281					-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-46.218	-326				-46.544
Kumuliertes sonstiges Ergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-888	1				-887
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.155	17				-1.138
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung ver- fügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumenten (TEUR)	0	0				0
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	15.961	-308	17	0	0	15.670
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR)	335	18				353
Eigenkapital (TEUR)	16.296	-290	17	0	0	16.023

**KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
(IFRS)**

	Stand 1. Januar 2014	Gesamt- ergebnis	Aktienbasierte Vergütung	Dividenden	Transaktionen mit nicht- beherrschenden Anteilen	Stand 31. März 2014
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	23.000.000					23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150					1.150
Kapitalrücklage						
Für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.472		23			2.495
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782					63.782
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	1.759.292					1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281					-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-40.786	-693				-41.479
Kumuliertes sonstiges Ergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-909	6				-903
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.168	44				-1.124
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung ver- fügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumenten (TEUR)	3.079	8				3.087
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	24.339	-635	23	0	0	23.727
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR)	236	3	0	0	0	239
Eigenkapital (TEUR)	24.575	-632	23	0	0	23.966

AUSGEWÄHLTE, ERLÄUTERENDE ANHANGSANGABEN

Konzern-Segmentbericht (IFRS)

Q1 2015	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Konsoli- dierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	1.740	7.941	1.919	55	-56	11.599
Davon Umsatz mit Drittkunden	1.739	7.941	1.919	0	0	11.599
Davon Intersegmentumsätze	1	0	0	55	-56	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-1.584	-8.004	-1.943	-481	55	-11.957
Davon Abschreibungen	-3	-19	-13	-31	0	-65
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	135	43	0	0	0	178
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	-18	-152	-1	-19	0	-190
EBITDA	158	-44	-11	-395	-1	-292
EBIT	155	-62	-24	-426	-1	-358
Finanzerträge	0	1	0	64	-5	60
Finanzaufwendungen	-4	-1	0	-9	5	-9
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	1	0	0	0	-1
Periodenergebnis						-308

Konzern-Segmentbericht (IFRS)

Q1 2014	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Konsoli- dierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	2.431	7.354	1.806	79	-91	11.579
Davon Umsatz mit Drittkunden	2.421	7.352	1.806	0	0	11.579
Davon Intersegmentumsätze	11	1	0	79	-91	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-2.763	-7.430	-1.796	-660	79	-12.570
Davon Abschreibungen	-8	-17	-19	-12	0	-56
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	0	83	0	0	0	83
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	-16	-121	-1	-23	0	-161
EBITDA	-323	-60	28	-569	-12	-936
EBIT	-331	-77	10	-581	-12	-991
Finanzerträge	1	0	0	328	-3	326
Finanzaufwendungen	-2	-1	-2	-20	3	-22
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-3
Periodenergebnis						-690

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzern-Zwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro (EUR) erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und, soweit erforderlich, angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 gelesen werden.

Der vorliegende Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2015 wurde vom Vorstand am 22. April 2015 zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Quartalsabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2014 erstellt wurde.

Seitdem wurden keine neuen Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen.

3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	31.03.2015	31.12.2014
	Prozent	Prozent
ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland	100	100
ad pepper media Denmark A/S, Kopenhagen, Dänemark	100	100
ad pepper media UK Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
ad pepper media France S.A.R.L., Paris, Frankreich	100	100
ad pepper media Spain S.A., Madrid, Spanien	65	65
ad pepper media USA LLC, New York, USA	100	100
Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark	100	100
ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland	60	60

4. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzern-Zwischenlagebericht.

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung:

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten im ersten Quartal 2015 im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von abgegrenzten Schulden in Höhe von TEUR 153 (Q1 2014: TEUR 83) und Währungskursgewinne in Höhe von TEUR 148 (Q1 2014: TEUR 50).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten im ersten Quartal 2015 im Wesentlichen Währungskursverluste in Höhe von TEUR 108 (Q1 2014: TEUR 63) und Abschreibungen auf Forderungen in Höhe von TEUR 102 (Q1 2014: TEUR 126).

Das Finanzergebnis in Höhe von TEUR 51 besteht im ersten Quartal 2015 nahezu ausschließlich aus Zinserträgen für Wertpapiere im Anlagevermögen.

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Bilanz:

Der zum 31. Dezember 2014 als Wertpapier im Umlaufvermögen bilanzierte, verbrieft Schuldschein wurde am 28. Januar 2015 fällig und zum Nominalwert von TEUR 2.000 zurückbezahlt.

Die sonstigen Verbindlichkeiten reduzierten sich um TEUR 444 im Vergleich zum 31. Dezember 2014, was im Wesentlichen auf niedrigere Umsatzsteuerverbindlichkeiten zurückzuführen ist. Der Rückgang der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten um TEUR 487 auf TEUR 2.138 im ersten Quartal 2015 resultiert insbesondere aus der Auszahlung von Abfindungen und variablen Vergütungsbestandteilen.

5. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich sogenannter „berichtspflichtiger Segmente“. Berichtspflichtige Segmente sind entweder operative Segmente oder Zusammenfassungen von operativen Segmenten, die bestimmten Kriterien genügen. Operative Segmente stellen Komponenten eines Unternehmens dar, über die Finanzinformationen verfügbar sind, die regelmäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden.

Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet. Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Banner), „Webgains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung). Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2014 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBITDA ohne Differenzen zu den IFRS dargestellt.

Das so ermittelte Segmentergebnis wird dem Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu dem jeweiligen Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichtet.

Die Grundlage der Rechnungslegung für Intersegment-Transaktionen ist das „Dealing at arm's length“-Prinzip.

Geografische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geografischen Regionen tätig – Deutschland, Skandinavien, Spanien und Vereinigtes Königreich.

Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geografischer Zuordnung wie nachstehend zusammen, wobei die langfristigen Vermögenswerte keine Finanzinstrumente beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Q1 2015	Q1 2014	31.03. 2015	31.03. 2014
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Deutschland	3.501	3.320	427	391
Skandinavien	431	653	2	3
Vereinigtes Königreich	6.020	5.752	152	108
Spanien	764	837	2	2
Sonstige	883	1.017	11	1
Summe	11.599	11.579	594	505

Es gibt keinen einzelnen Kunden, der mehr als 10 % der Umsatzerlöse beiträgt.

6. Eigene Anteile

Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 13. Mai 2014 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der folgenden 18 Monate ermächtigt.

Per 31. März 2015 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (31. März 2014: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (31. März 2014: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen und für Akquisitionen eingesetzt werden.

Veräußerung eigener Aktien

In den ersten drei Monaten des Jahres 2015 wurden keine Anteile veräußert (Q1 2014: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiteroptionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (Q1 2014: 0).

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. März 2015 auf 21.240.708 Stück (31. März 2014: 21.240.708 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

ad pepper media ist im weitesten Sinne im Bereich der Online-Werbung tätig. Aufgrund des saisonalen Charakters der Werbebranche, mit einem traditionellen Höhepunkt der Werbeausgaben im vierten Quartal, werden im zweiten Halbjahr in der Regel höhere Umsatzerlöse und daraus resultierend ein höheres operatives Ergebnis erzielt.

8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2015 waren insgesamt 1.313.900 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 3,795.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl der Aktien und Bezugsrechte, die von Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats (direkt bzw. indirekt) sowie von Mitarbeitern gehalten werden.

	Aktien- besitz zum 31.03.2015	Optionen zum 31.03.2015
Vorstand		
Dr. Ulrike Handel	0	300.000
Dr. Jens Körner	0	210.000
Ehemaliger Vorstand		389.500
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	0	0
Thomas Bauer	0	0
Eun-Kyung Park	0	0
Dr. Stephan Roppel	0	0
Mitarbeiter		414.400
Unternehmen mit maßgeblichem Einfluss		
EMA B.V.	9.486.402	0
Euroserve Media GmbH	436.963	0

9. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2014 nicht verändert.

10. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. März 2015 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 22. April 2015



Dr. Ulrike Handel



Dr. Jens Körner

FINANZKALENDER

Alle Finanz- und Pressetermine, die für den Kapitalmarkt relevant sind, auf einen Blick:

Hauptversammlung 2015 (Amsterdam, Niederlande)	21. Mai 2015
Quartalsbericht II / 2015	17. August 2015
Quartalsbericht III / 2015	16. November 2015

INVESTORENKONTAKT

Dr. Jens Körner (CFO)
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150 C (FrankenCampus)
D-90461 Nürnberg

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: ir@adpepper.com
www.adpeppergroup.com

IMPRESSUM

Verantwortlich

ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150 C (FrankenCampus)
D-90461 Nürnberg

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: info@adpepper.com
www.adpeppergroup.com

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg

Prime Standard, Frankfurt,
ISIN: NL0000238145
HRB Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

Vorstände:
Dr. Ulrike Handel, CEO
Dr. Jens Körner, CFO

Gerne senden wir Ihnen den **Geschäftsbericht 2014** bzw. den **Konzern-Zwischenabschluss 2015** in Deutsch oder Englisch zu.
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf:

www.adpeppergroup.com unter:
[Investor Relations / Berichte & Publikationen](#)

ad pepper media International N.V.

Prins Bernhardplein 200
NL-1097JB Amsterdam

www.adpeppergroup.com