ad pepper
The e-Advertising Network

Ungeprüfter verkürzter Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2007

Konzern-Kennzahlen

Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick

	Q3/ 2007 TEUR	Q3/ 2006 TEUR	Veränderung	Q1-Q3/ 2007 TEUR	Q1-Q3/ 2006 TEUR	Veränderung
Nettoumsatz	12.014	10.015	20 %	36.021	30.188	19 %
Bruttomarge	5.305	4.941	7 %	17.503	14.808	18 %
EBITDA	1.895	791	144 %	4.623	8.421	-45 %
EBIT	1.161	399	191 %	2.812	7.163	-61 %
Periodenüberschuss	1.130	611	85 %	2.683	7.077	-62 %

				30.09.2007 TEUR	31.12.2006 TEUR	
Liquide Mittel*				15.694	22.678	
Eigenkapital				56.774	50.853	
Bilanzsumme				69.483	66.130	

	Q3/ 2007 EUR	Q3/ 2006 EUR		Q1-Q3/ 2007 EUR	Q1-Q3/ 2006 EUR	
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	0,10	0,06		0,24	0,66	

				30.09.2007	30.09.2006	
Anzahl Mitarbeiter				254	197	

* einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere

Vorwort

Sehr geehrte Aktionäre,

Die ad pepper media International N.V. hat den Umsatz in den ersten neun Monaten des Jahres um 19,3 Prozent von 30.188 TEUR auf 36.021 TEUR steigern können. Im traditionell schwächeren 3. Quartal konnte sogar ein 20-prozentiges Wachstum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnet werden. Das erfreuliche Umsatzwachstum ist sowohl auf unsere Affiliate-Plattform Webgains als auch eine positive Entwicklung des Kerngeschäfts in West- und Nordeuropa zurückzuführen. Weiterhin positiv haben sich auch die jüngsten Akquisitionen Emediate (Adserving) und ad agents (SEO/SEM) entwickelt. Mit Abschluss des 4. Quartals wird unser gesamtes Werbeinventar auf unsere proprietäre Emediate-Adserving Technologie umgestellt sein, so dass wir dadurch entsprechende Kostensynergien heben können. Viel versprechend sind in diesem Zusammenhang auch die Anfragen von Drittkunden, die im Zuge der Übernahme von DoubleClick durch Google verstärkt nach innovativen und unabhängigen Adserver-Lösungen Ausschau halten.

Das EBIT wurde im 3. Quartal maßgeblich positiv beeinflusst durch eine weitere Meilensteinzahlung im Zusammenhang mit dem Verkauf der Minderheitsbeteiligung an dMarc Broadcasting. Hierfür wurde insgesamt ein Betrag in Höhe von 4.289 TEUR als Gewinn aus Beteiligungsveräußerung im dritten Quartal verbucht. Kurzfristig negativ wirkte sich dagegen ein im 3. Quartal durchgeführtes Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramm aus, im Zuge dessen wir uns von rund 25 Mitarbeiter trennen mussten. Schwerpunkt der Personalanpassung war insbesondere Deutschland; hier konnten wir im Zuge der Verschmelzung von mediasquares und ad pepper media Germany durch Optimierung der Prozessabläufe und Abbau von Überlappungen umfassende Synergien realisieren und werden zukünftig von einem gemeinsamen Marktauftritt profitieren. Ein weiterer Schwerpunkt der Kostenoptimierung war Australien. Dort haben wir uns entschlossen, unsere Niederlassung zu schließen. Hintergrund dieser Maßnahme ist, dass wir zukünftig noch stärker den Schwerpunkt unseres Handelns auf den europäischen Kernmarkt sowie die USA legen. Insgesamt wurde das 3. Quartal mit einem Einmaleffekt in Höhe von rund 1,5 Mio. EUR belastet, so dass das EBIT für die ersten neun Monate bei insgesamt 2.812 TEUR liegt, nach 7.163 TEUR im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Zu berücksichtigen ist hierbei, dass die Vorjahreszahlen ebenfalls durch Zahlungen im Zusammenhang mit Beteiligungsveräußerungen in Höhe von insgesamt 7.811 TEUR einmalig positiv beeinflusst waren.

ad pepper media International N.V. hat mit dem erfolgreich durchgeführten und abgeschlossenen Kostenoptimierungsprogramm, dessen positive Auswirkungen ab dem kommenden Quartal voll sichtbar sein werden, die Voraussetzungen für weiteres Wachstum und eine noch fokussiertere Ausrichtung auf die wesentlichen Wachstumsfelder geschaffen. Diese sind regional gesehen, neben USA, die in Europa wichtigsten Märkte: Deutschland und Großbritannien. Dahinter folgen BeNeLux, Skandinavien, Frankreich, Spanien und Italien. Produktseitig werden wir unser Hauptaugenmerk auf die wachstumsstärksten Bereiche des Online-Werbemarktes richten, also Performance, Affiliate- und E-Mail-Marketing und natürlich unsere semantische Targeting-Technologie iSense, die wir auf der diesjährigen OMD (Online Marketing Düsseldorf) erstmals in Deutschland erfolgreich präsentiert haben.

Mit dieser klaren Ausrichtung, innovativen Produkten und einer erneut hervorragenden Bilanzstruktur sind wir daher sowohl für das letzte Quartal diesen Jahres, das traditionell zu den umsatzstärksten des Jahres gehört, als auch für das kommende Geschäftsjahr sehr optimistisch, überproportional von dem weiterhin rasanten Wachstum des Online-Marktes profitieren zu können.

Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für das entgegengebrachte Vertrauen, das wir auch weiterhin rechtfertigen werden.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt Jens Körner Niels Nüssler Michael A. Carton

1. Geschäftstätigkeit und Märkte

1.1. Geschäftstätigkeit

Die ad pepper media International N.V. ist einer der führenden unabhängigen internationalen Onlinevermarkter und realisiert für Media-Agenturen, Werbetreibende und Betreiber von Webseiten kundenindividuelle digitale Lösungen für erfolgreiche Online-Werbung in den Produktgruppen, Branding, Performance-Marketing, E-Mail-Marketing, Affiliate-Marketing, Adserving und Search.

Das Unternehmen verfügt über die gesamte Bandbreite an effizienten Marketinglösungen, eigene technische Systeme und eine hohe internationale Platzierungskraft, durch die länderübergreifende Werbekampagnen realisiert werden können. Mit 19 Niederlassungen in zwölf europäischen Ländern und den USA wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab.

Agenturen und Werbetreibende erhalten einen umfangreichen Komplettservice vom Kampagnen-Management bis zum Reporting – immer auf Basis der bestverfügbaren Technologie. ad pepper media baut sein Leistungsspektrum innerhalb der einzelnen Produktbereiche stetig aus, entwickelt neue Services und Lösungen, um Kunden und Webseitenpartner gleichermaßen ständig bessere Ergebnisse offerieren zu können.

Wie in der klassischen Werbung ist der Erfolg von Online-Branding-Kampagnen abhängig von der Zielgruppengenauigkeit der Platzierung. In diesem Zusammenhang hat das Umfeld einer Werbebotschaft eine zentrale Bedeutung, d.h. der Werbetreibende will und muss wissen, in welchem Kontext seine Marke platziert und beworben wird, beziehungsweise in welchen Zusammenhängen sie definitiv nicht stehen soll. Kontext- oder verhaltensgesteuerte Targeting-Technologien versuchen daher schon heute diesen Bedürfnissen der Werbetreibenden Rechnung zu tragen und die manuelle Auswahl von Platzierungen durch Automatisierung zu optimieren.

Eine Lösung dieses Problems, stellte ad pepper media mit der semantischen Targeting Technologie iSense im September auf der ad:tech in London sowie erstmals auf dem Kernmarkt Deutschland im Rahmen der OMD in Düsseldorf vor. Im Gegensatz zum herkömmlichen „Contextual Targeting" sucht dieses Verfahren nicht nach Key-Wörtern auf einer Webseite, was in der Vergangenheit oftmals zu suboptimalen Werbeergebnissen geführt hat. Es wird vielmehr der gesamte sichtbare Text einer Seite in Sekundenbruchteilen analysiert, das oder die enthaltenen Schwerpunktthemen erfasst und die dazu passenden Kampagnen platziert. Relevanz ist hier das entscheidende Schlagwort, da sich Internetnutzer nur dann durch Internetwerbung angesprochen fühlen, wenn die Werbung auch zum Inhalt der jeweils aufgerufenen Webseite passt. Ebenso verhindert iSense auf Wunsch Werbeschaltungen auf Webseiten, auf denen es um Alkohol, Drogen, Tabak, Sex, Nacktheit, Waffen oder extreme Ansichten zum Beispiel im politischen oder religiösen Bereich geht. Auch Schaltungen im thematischen Umfeld von Glücksspiel und Peer-to-Peer lassen sich ausschließen, um beispielsweise die Werbung eines Musiklabels im Umfeld eines positiven Artikels über Musiktauschbörsen zu vermeiden – oder, falls Ziel der Kampagne, natürlich auch konkret auswählen.

Ebenfalls zur OMD hat ad pepper media die Vertriebsaktivitäten des zu Beginn des Jahres akquirierten Adserving-Providers Emediate in Deutschland gestartet. Nach der nahezu kompletten Migration in allen Ländern des ad pepper Netzwerkes, stehen die eigenständigen und leistungsstarken Admanagement- und Adserving Lösungen nun auch für Agenturen, Portale und Webseiten auf einem der Leitmärkte für Online-Marketing zur Verfügung. Im Bereich Branding konnte die Basis an angeschlossenen Seiten und die Reichweite des Netzwerkes weiter verbessert und mediasquares als Vermarkter von Premium Webseiten geografisch breiter aufgestellt werden. Hinsichtlich Affiliate-Marketing stand im Berichtszeitraum der weitere Geschäftsausbau in Deutschland und BeNeLux im Vordergrund. In beiden Märkten konnten wir starkes Wachstum erzielen.

1.2. Märkte

Der Online-Werbemarkt wächst. Werbetreibende folgen ihren Zielgruppen zunehmend ins Netz. Die Experten von Jupiter-Research prognostizieren in Europa ein Wachstum von 18 Prozent auf 5,9 Mrd. EUR für das Jahr 2007. Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll sich das Volumen mehr als verdoppeln. Der Hauptanteil davon kommt aus den Ländern Großbritannien, Deutschland und Frankreich, für die die Forscher von Forrester Research ein außerordentlich starkes Wachstum prognostizieren. In fünf Jahren, so schätzen die Marktexperten, soll Online-Marketing mit Suchmaschinen-, Bildschirm- und E-Mail-Werbung insgesamt rund 18 Prozent des gesamten Mediabudgets ausmachen.

Auch für die USA wird vorhergesagt, dass das rasante Wachstum von Online-Werbung bis zum Jahr 2011 den Bereich Printwerbung überholt haben soll. So lauten zumindest die aktuellen Prognosen von Veronis Suhler Stevenson (VSS) für den US-amerikanischen Markt. Laut VSS-Studie soll der Bereich Online-Werbung jährlich um 21 Prozent wachsen und bis 2011 ein Volumen von 62 Mrd. Dollar erreichen.

Nach wie vor werden dem Suchmaschinen-Marketing und dem Affiliate-Markt die dynamischsten Wachstumszahlen zugeschrieben. Stark steigende Zahlen von Online-Käufen und die wachsende Zahl an Handelsunternehmen, die diesen Vertriebskanal für sich erkennen und zunehmend professionell erschließen, sorgen dafür, dass diese Teilbereiche der Online-Werbung auch zukünftig eine hohe Bedeutung genießen werden. Mit der Übernahme der Affiliate-Plattform Webgains im vergangenen Jahr und der Mehrheitsbeteiligung an der ad agents GmbH im April diesen Jahres, einer hochspezialisierten Agentur für Suchmaschinen-Marketing, nimmt ad pepper media in beiden Bereichen nicht nur am Wachstum teil, sondern stärkt außerdem ihre Positionierung als Full-Service-Anbieter insgesamt.

Auch die klassische Online-Werbung wird weiter wachsen. Die Instrumente für Planung, Tracking, Reporting und Optimierung von Kampagnen werden immer leistungsfähiger. Die direkte Messbarkeit des Mediums Internet, geringe Streuverluste, ein hoher Personalisierungsgrad und eine verbesserte Kundenbindung durch Interaktivität sind weitere wesentliche Vorteile der Online-Werbung gegenüber herkömmlicher Werbung in Medien wie TV, Radio und Printmedien. Online-Kampagnen lassen sich dabei immer genauer planen. Neben den Klick-Raten gibt es für viele Webseiten inzwischen auch umfangreiche Daten zu Zielgruppen und Reichweiten. Das zieht die Werbetreibenden verstärkt ins Internet und macht Online-Werbung für immer mehr Werbetreibende zu einem unverzichtbaren Teil des Marketing-Mixes. Mit der Interessengewinnung durch Lead-Kampagnen erhält der Werbetreibende zudem die Möglichkeit Online direkt erfolgsabhängig zu werben. Eine Werbeform, die so „offline" nicht umsetzbar ist.

Unter all den Gesichtspunkten ist ad pepper media hervorragend positioniert, um langfristig an diesem dynamischen Wachstum überproportional zu partizipieren.

2. Die Aktie

Der Kursverlauf der ad pepper media-Aktie hat sich im Berichtszeitraum nicht in dem Maße entwickelt, wie es sich das Unternehmen gewünscht hätte. Zu Beginn des Quartals notierte die Aktie bei 6,44 EUR. Der seit Jahresbeginn zu beobachtende Abwärtstrend setzte sich somit auch im 3. Quartal fort. Der Tiefstkurs betrug im Berichtszeitraum 3,90 EUR (22. August 2007), was ein neues Jahrestief markierte. Angesichts eines Kursniveaus von 11,30 EUR noch zu Beginn des Jahres bleibt der Kursverlauf der Aktie somit trotz zum Teil sehr positiver Unternehmensnachrichten unbefriedigend. Bei einem Schlusskurs von 4,25 EUR per 28. September 2007 lag die Marktkapitalisierung am Ende des Quartals bei rund 48,3 Mio. EUR.

3. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Auch im 3. Quartal konnte ad pepper media wieder dynamisch wachsen und den positiven Trend der ersten sechs Monate fortsetzen. Verglichen mit dem Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnete ad pepper media mit einem Umsatz von 36.021 TEUR (Q1-Q3 2006: 30.188 TEUR) ein Plus von rund 19,3 Prozent. Dabei konnte im 3. Quartal trotz der traditionell schwachen Umsatzmonate Juli und August mit 12.014 TEUR und einem Wachstum von 20 Prozent gegenüber Q3 2006 einer der höchsten Quartalsumsätze seit Gründung der Gesellschaft erreicht werden (Q3 2006: 10.015 TEUR). Die Bruttomarge konnte in den ersten neun Monaten mit 48,6 Prozent (Q1-Q3 2006: 49 Prozent) wieder auf hohem Niveau gehalten werden; sie stieg von 14.808 TEUR in den ersten neun Monaten des Jahres 2006 auf 17.503 TEUR.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wurde maßgeblich durch eine weitere Meilensteinzahlung im Zusammenhang mit dem Verkauf der Minderheitsbeteiligung an der dMarc Broadcasting im 3. Quartal beeinflusst. Nachdem bereits zum 30. Juni 2007 ein Betrag von 1.969 TEUR als Gewinn aus der Veräußerung von Beteiligungen verbucht werden konnte, erhöhte sich dieser Betrag im Laufe des 3. Quartals nochmals um 4.208 TEUR auf 6.177 TEUR. Als gegenläufiger Effekt führten Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit einem Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramm zu einer Belastung des 3. Quartals. Diese belaufen sich auf insgesamt rd. 1,5 Mio. EUR und enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für ausstehende Zahlungen im Zusammenhang mit Personalanpassungen. Insgesamt beträgt das EBIT für die ersten neun Monate dieses Jahres 2.812 TEUR (Q1-Q3 2006: 7.163 TEUR). Das EBIT des 3. Quartals beläuft sich dabei auf 1.161 TEUR (Q3 2006: 399 TEUR). Der Vorsteuergewinn (EBT) beträgt 3.226 TEUR für die ersten neun Monate 2007 nach 7.651 TEUR im Vorjahreszeitraum, wobei das Vorjahr durch Einmaleffekte in Höhe von 7.811 TEUR einmalig positiv beeinflusst war.

Das operative Ergebnis lag insgesamt im Rahmen der Erwartungen des Vorstandes zumal weitere Investitionen in Bereichen wie iSense (Semantisches Targeting), Webgains (Affiliate-Marketing) und mediasquares (Premium-Webseiten-Vermarktung) getätigt wurden. Die Roll-Outs der vorgenannten Produkte und Technologien in die wichtigsten Wachstumsmärkte Europas verlaufen planmäßig, wenngleich wir - wie bereits im ersten Quartalsbericht dieses Jahres angekündigt - insbesondere in der zweiten Jahreshälfte mit deutlicheren Umsatz- und Ergebnisbeiträgen rechnen.

Die Bilanzstruktur wird weiterhin durch eine vergleichsweise sehr hohe Eigenkapitalposition in Höhe von 56.774 TEUR geprägt nach 50.853 TEUR per 31. Dezember 2006. Die Erhöhung dieser Position resultiert im Wesentlichen aus der im Zuge der Akquisition der Emediate im Januar durchgeführten Barkapitalerhöhung von 2.278 TEUR durch Ausgabe von 209.854 neuer ad pepper media-Aktien. Die Eigenkapitalquote beträgt somit per 30. September 2007 81,7 Prozent bei einer Bilanzsumme von 69.483 TEUR (31. Dezember 2006: 76,9 Prozent). Die ad pepper Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Auf der Aktivseite der Bilanz erhöhten sich die Firmenwerte auf 20.653 TEUR nach 16.066 TEUR per 31. Dezember 2006. Grund hierfür ist im Wesentlichen wiederum die Akquisition der Emediate zu Beginn des Jahres im Zuge derer Firmenwerte in Höhe von 3.601 TEUR erworben wurden sowie eine letzte Meilensteinzahlung an die ehemaligen Gesellschafter der mediasquares GmbH in Höhe von 949 TEUR. Die Forderungen aus Lieferung und Leistung ermäßigten sich u.a. aufgrund einer Optimierung unseres Working Capital Managements um 131 TEUR auf 11.060 TEUR gegenüber Jahresende 2006. Gegenüber dem Halbjahresabschluss 2007 ergibt sich sogar ein Rückgang um 2.503 TEUR.

Die liquiden Mittel einschließlich kurzfristig liquidierbarer Zahlungsmittel haben sich gegenüber dem 2. Quartal von 14.774 TEUR auf 15.695 TEUR erhöht (31. Dezember 2006: 22.678 TEUR). Grund hierfür sind im Wesentlichen Zahlungen im Zusammenhang mit Beteiligungsverkäufen sowie Auswirkungen eines verbesserten Working Capital Management.

4. Mitarbeiter

ad pepper media beschäftigte am 30. September 2007 weltweit 254 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorquartal ergibt sich eine Steigerung um 6 Mitarbeiter (vor Personalanpassungsprogramm). Insgesamt wurden seit Beginn des Jahres 42 zusätzliche Mitarbeiter eingestellt. ad pepper media beabsichtigt, auch in den kommenden Quartalen zusätzliches qualifiziertes Personal in wichtigen Wachstumsregionen sowie Schlüsselprodukten und –technologien einzustellen.

5. Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem 31. Dezember 2006 sowie dem 30. Juni 2007 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 2006 sowie im Halbjahresbericht 2007.

6. Ausblick

Wir sind mit allen wesentlichen Produkten und Services, sowie in wichtigen Wachstumsregionen im Markt für Online-Werbung präsent. Die Verzahnung und Bündelung dieser Produkte zu maßgeschneiderten Lösungen für unsere Kunden macht uns einzigartig. Dies in Verbindung mit den im 3. Quartal beschlossenen und erfolgreich durchgeführten Kostenoptimierungsmaßnahmen sowie einer nochmals deutlich komfortableren Eigenkapital- und Liquiditätsposition macht uns zuversichtlich, auch weiterhin stark am dynamischen Wachstum des Online-Werbemarktes profitieren zu können.

Konzern Gewinn- und Verlust-Rechnung (IFRS)

	Q3/ 2007 EUR	Q3/ 2006 EUR	Q1-Q3/ 2007 EUR	Q1-Q3/ 2006 EUR
Umsatzerlöse	12.014.169	10.015.219	36.021.304	30.188.398
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-6.709.264	-5.074.144	-18.518.248	-15.380.368
Bruttoergebnis vom Umsatz	**5.304.905**	**4.941.075**	**17.503.056**	**14.808.030**
Vertriebskosten	-4.040.376	-3.117.436	-11.145.698	-8.183.815
Allgemeine und Verwaltungskosten	-3.600.220	-1.407.783	-8.973.856	-6.752.768
Sonstige betriebliche Erträge	70.683	151.652	136.387	445.875
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-781.160	-168.983	-884.312	-1.000.424
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	4.207.657	0	6.176.744	7.846.082
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	**1.161.489**	**398.525**	**2.812.321**	**7.162.980**
Finanzerträge	70.267	215.525	414.016	488.102
Ergebnis vor Steuern	**1.231.756**	**614.050**	**3.226.337**	**7.651.082**
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-137.688	-2.719	-522.753	-573.585
Ergebnis vor Minderheitenanteile	**1.094.068**	**611.331**	**2.703.584**	**7.077.497**
Minderheitenanteile	35.655	0	-20.937	0
Konzern-Periodenergebnis	**1.129.723**	**611.331**	**2.682.647**	**7.077.497**
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,10	0,06	0,24	0,66
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,10	0,05	0,23	0,59
	Q3/ 2007 Stück	**Q3/ 2006 Stück**	**Q1-Q3/ 2007 Stück**	**Q1-Q3/ 2006 Stück**
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	11.172.328	10.867.785	11.141.979	10.798.053
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.731.766	12.060.814	11.840.554	11.937.071

Konzern-Bilanz (IFRS)

	30. September 2007 EUR	31. Dezember 2006 EUR
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	20.653.452	16.066.134
Immaterielle Vermögenswerte	9.011.452	7.174.216
Sachanlagen	1.480.023	885.026
Wertpapiere des Anlagevermögens	2.154.000	4.360.000
Andere finanzielle Vermögenswerte	796.575	726.804
Latente Steuern	4.402.518	4.746.613
Summe langfristige Vermögenswerte	**38.498.019**	**33.958.793**
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere	3.780.000	3.937.800
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11.059.764	11.190.794
Forderungen aus Ertragsteuern	734.655	661.815
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	5.650.857	2.000.799
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	9.760.084	14.380.214
Summe kurzfristige Vermögenswerte	**30.985.360**	**32.171.422**
Aktiva, gesamt	**69.483.379**	**66.130.215**
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.136.485	1.115.500
Kapitalrücklage	66.280.328	61.859.464
Eigene Anteile	-1.268.704	-340.352
Bilanzverlust	-8.261.613	-10.944.260
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.279.508	-837.451
Auf Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	56.606.988	50.852.901
Minderheitenanteile	166.662	0
Summe Eigenkapital	**56.773.650**	**50.852.901**
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	1.381.119	821.539
Summe langfristige Verbindlichkeiten	**1.381.119**	**821.539**
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.443.305	5.003.251
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	1.589.982	3.425.440
Verbindlichkeiten aus Ertragssteuern	478.145	378.458
Rückstellungen	5.817.177	5.648.626
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	**11.328.610**	**14.455.775**
Summe Verbindlichkeiten	**12.709.729**	**15.277.314**
Passiva, gesamt	**69.483.379**	**66.130.215**

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1-Q3/ 2007 EUR	Q1-Q3/ 2006 EUR
Konzern-Periodenergebnis	**2.682.647**	**7.077.497**
Überleitung zwischen Konzern-Jahresüberschuss und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	1.811.406	1.258.233
Gewinn/ Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-19.386	-60.601
Aufwand Aktienoptionen	449.531	200.017
Zinsergebnis	-414.016	-488.102
Steuerergebnis	522.753	573.585
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	-6.176.744	-7.811.082
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	706.301	382.878
Brutto-Cash-Flow	**-437.508**	**1.132.425**
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-400.981	-463.286
Veränderung anderer Aktiva	1.065.347	55.397
Gezahlte Ertragsteuern	-72.753	-116.573
Vereinnahmte Zinsen	271.254	312.660
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2.042.946	-1.912.932
Gezahlte Zinsen	-10.591	-14.491
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	199.504	2.477.403
Mittelzufluss/ Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	**-1.428.674**	**1.470.603**
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-2.703.373	-1.313.846
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	59.120	101.879
Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	2.147.499	12.459.703
Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	-89.771	21.827
Rückführung aus Zahlungsmitteln mit Verfügungsbeschränkung	0	650.000
Erwerb von Tochterunternnehmen nach Abzug der erworbenen Zahlungsmittel	-1.056.475	-2.341.627
Erwerb von Geschäfts-/ Firmenwerten	-4.587.318	-5.056.917
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren	1.960.040	3.100.500
Erwerb von Wertpapieren	0	-1.990.440
Mittelzufluss/ Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	**-4.270.278**	**5.631.079**
Verkauf eigener Aktien	53.296	482.625
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung	2.243.738	0
Erwerb eigener Anteile	-1.230.790	-402.000
Auszahlung für die Tilgung von Krediten	0	-152.311
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	20.000	360.000
Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit	**1.086.244**	**288.314**
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-7.422	-71.820
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4.620.130	7.318.176
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	**14.380.214**	**7.027.645**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Geschäftsperiode	**9.760.084**	**14.345.821**

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Auf die Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital							
					Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis			
	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Eigene Anteile	Bilanz-verlust	Währungs-differenzen	Markt-bewertung „available for sale" securities	Minder-heiten-anteile	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 1. Januar 2006	**1.115.500**	**59.942.263**	**-421.578**	**-16.257.118**	**-6.901**	**-431.368**	**0**	**43.940.798**
Ausgabe eigener Aktien			745.624					745.624
Periodenergebnis				7.077.497				7.077.497
Aktienbasierte Vergütung		200.017						200.017
Währungsdifferenzen					-72.015			-72.015
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste						-372.996		-372.996
Gesamtergebnis								**6.832.503**
Stand 30. September 2006	**1.115.500**	**60.142.280**	**324.046**	**-9.179.621**	**-78.916**	**-804.364**	**0**	**51.518.925**
Stand 1. Januar 2007	**1.115.500**	**61.859.464**	**-340.352**	**-10.944.260**	**-139.654**	**-697.797**	**0**	**50.852.901**
Erwerb eigener Aktien			-1.230.791					-1.230.791
Ausgabe eigener Aktien		1.748.579	302.439					2.051.018
Kapitalerhöhung	20.985	2.222.754						2.243.739
Periodenergebnis				2.682.647			20.937	2.703.584
Erwerb Minderheitenanteile							145.725	145.725
Aktienbasierte Vergütung		449.531						449.531
Währungsdifferenzen					-38.297			-38.297
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste						-403.760		-403.760
Gesamtergebnis								**2.711.058**
Stand 30. September 2007	**1.136.485**	**66.280.328**	**-1.268.704**	**-8.261.613**	**-177.951**	**-1.101.557**	**166.662**	**56.773.650**

Anhang zum Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2007

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und soweit erforderlich angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS34.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 gelesen werden.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2007 wurde vom Vorstand am 26. November 2007 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 2006 erstellt wurde.

3. Unternehmenszusammenschlüsse

Am 31.01.2007 gab ad pepper media die 100-prozentige Übernahme des skandinavischen Adserving-Providers Emediate ApS bekannt. Emediate bietet seine Technologie zur effizienten Auslieferung, Steuerung und Analyse von Online-Werbekampagnen insbesondere kleinen, mittleren und großen Webseiten an. Umsätze wurden in der Vergangenheit einerseits über ein klassisches Application Service Providing Modell (ASP) sowie im Wege einer Lizenzierung der Emediate Software generiert. Beide Erlösströme werden auch nach der Akquisition durch ad pepper media erhalten bleiben. Durch den Roll-Out der Software in diejenigen Länder, in denen ad pepper media bereits präsent ist, sind wir überzeugt, den Wachstumskurs von Emediate deutlich beschleunigen zu können. Zusätzlich werden wir die Technologie von Emediate innerhalb unseres proprietären Netzwerkes Webstats4U sowie im Bereich Affiliate-Marketing einsetzen, da wir überzeugt sind, insbesondere im Micro-Publisher-Bereich hervorragende Synergien heben zu können.

Der Kaufpreis für Emediate belief sich auf insgesamt 4,8 Mio. EUR in Bar, die zum Abschluss der Transaktion sofort fällig wurden. Gleichzeitig haben sich die bisherigen Altaktionäre der Emediate verpflichtet, für einen Betrag von 2,3 Mio. EUR neue, aus der Kapitalerhöhung stammende ad pepper media-Aktien zu zeichnen. Auf Basis eines Bezugspreises von 10,96 EUR je ad pepper media-Aktie wurden 209.854 Aktien an die Verkäufer übertragen. Die endgültige Kaufpreisallokation steht noch aus. Emediate hat mit einem Gewinn von 314.924 EUR zum Periodenergebnis beigetragen.

Der Umsatz der Gesellschaft betrug 1.214.839 EUR. Der Proforma Umsatz, sowie das Proforma Periodenergebnis unter der Annahme, dass der Erwerbszeitpunkt zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gelegen hätte, weichen nicht materiell von den im Konzern-Zwischenabschluss dargestellten Werten ab.

Zahlungsmittelabfluss	TEUR
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	80
Abfluss von Zahlungsmitteln	-4.800
Dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-32
Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss	**-4.752**

Die erworbenen Vermögenswerte und Schulden zu Buchwerten stellen sich unmittelbar vor dem Erwerbszeitpunkt wie folgt dar: Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 3.601 TEUR

	Bei Erwerb angesetzt TEUR	Buchwerte TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	1.510	
Sachanlagen	43	43
Langfristiges Vermögen gesamt	**1.553**	**43**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	183	183
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	16	16
Zahlungsmittel	80	80
Kurzfristiges Vermögen gesamt	**279**	**279**
Vermögen gesamt	**1.832**	**322**
Latente Steuern	423	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	43	43
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	72	72
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	63	63
Schulden gesamt	**601**	**178**
Nettovermögen	**1.231**	**144**
Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb	**3.601**	
Gesamter Kaufpreis	**4.832**	

umfasst den beizulegenden Zeitwert von erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb.

ad agents

Des Weiteren erwarb ad pepper media im April 2007 eine Mehrheitsbeteiligung an der ad agents GmbH, Nürnberg. Das Unternehmen konzipiert und realisiert Dienstleistungen im Umfeld des Suchmaschinen-Marketings. Das Kerngeschäft der ad agents liegt dabei in der Optimierung von Webseiten für Suchmaschinen (SEO) sowie Werbung mit Anzeigen (SEM). Zusätzlich berät das Unternehmen zahlreiche Kunden im Bereich Online-Media, zum Beispiel bei der Betreuung von Kampagnen auf Affiliate-Netzwerken, bei der Vermarktung von Online-Werbeflächen sowie bei Online-Kooperationen. ad pepper media hat sich im Rahmen einer Barkapitalerhöhung mit 60 Prozent an der ad agents GmbH beteiligt und unterstreicht ihre strategische Ausrichtung, durch externes Wachstum Produkte, Formate, Services und Tools schneller in neuen Märkten etablieren zu wollen. Der Kaufpreis der Kapitaleinlage, inklusive Anschaffungsnebenkosten, beläuft sich auf 242.891,46 EUR in bar.

ad agents hat mit einem Gewinn von 52.342 EUR zum Periodenergebnis beigetragen. Der Umsatz der Gesellschaft betrug 1.958.128 EUR. Unter der Annahme, dass der Erwerbszeitpunkt zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gelegen hätte, ergibt sich ein Proforma Umsatz von 36.895.468 EUR und ein Proforma Periodenergebnis in Höhe von 2.706.442 EUR.

Zahlungsmittelzufluss	
	TEUR
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	73
Dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-3
Tatsächlicher Zahlungsmittelzufluss	**70**

Die beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden der ad agents zum Erwerbszeitpunkt, die den Buchwerte unmittelbar vor dem Erwerbszeitpunkt entsprechen, stellten sich wie folgt dar:

	Bei Erwerb angesetzt TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	8
Sachanlagen	19
Langfristiges Vermögen gesamt	**27**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	388
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	173
Zahlungsmittel	73
Kurzfristiges Vermögen gesamt	**634**
Vermögen gesamt	**661**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	440
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	14
Rückstellungen	82
Latente Steuerverbindlichkeiten	0
Minderheitenanteile	50
Schulden gesamt	**586**
Nettovermögen	**75**
Barkapitalerhöhung nach Minderheitenanteil	**144**
Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb	**24**
Gesamter Kaufpreis	**243**

Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 24 TEUR umfasst den beizulegenden Zeitwert von erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb. Die endgültige Kaufpreisallokation steht noch aus.

mediasquares

Im Juni 2007 wurde als zusätzliche erfolgsabhängige Kaufpreisrate im Rahmen des Erwerbs der mediasquares im Oktober 2005 ein Betrag von 948.606 EUR in bar ausgezahlt. Der Betrag wurde dem Firmenwert gutgeschrieben.

4. Segmentberichterstattung

Die verschiedenen Produkte und Dienstleistungen von ad pepper media weisen keine wesentlichen Unterschiede im Hinblick auf Risiko und Ertrag auf. Die interne Finanzberichterstattung und die Managementstruktur orientieren sich überwiegend an geographischen Regionen. Entsprechend erfolgt die primäre Berichterstattung nach folgenden zusammengefassten Segmenten:

- Zentraleuropa umfasst Deutschland, Niederlande und die Slowakei
- Nordeuropa umfasst Dänemark und Schweden
- Westeuropa umfasst Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien
- Drittländer umfasst USA, Australien und die Schweiz (in 2006 nur die USA)

Umsatz

Umsatz Q3/ 2007 in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Umsatz extern	5.086	2.106	3.896	926		12.014
Intersegmentumsätze	169	62	213	2	-446	0
Gesamtumsatz	**5.255**	**2.168**	**4.109**	**928**	**-446**	**12.014**
Umsatz Q3/2006 in TEUR						
Umsatz extern	4.430	1.460	3.371	754		10.015
Intersegmentumsätze	685	101	141	-1	-926	0
Gesamtumsatz	**5.115**	**1.561**	**3.512**	**753**	**-926**	**10.015**

Umsatz Q1-Q3/ 2007 in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Umsatz extern	14.539	6.708	11.931	2.843		36.021
Intersegmentumsätze	871	230	685	4	-1.790	0
Gesamtumsatz	**15.410**	**6.938**	**12.616**	**2.847**	**-1.790**	**36.021**
Umsatz Q1-Q3/ 2006 in TEUR						
Umsatz extern	12.850	4.570	10.442	2.326		30.188
Intersegmentumsätze	1.746	283	428	-25	-2.432	0
Gesamtumsatz	**14.596**	**4.853**	**10.870**	**2.301**	**-2.432**	**30.188**

Periodenergebnis in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Q3/ 2007	3.030	-339	-1.400	-161		1.130
Q3/ 2006	731	-308	-95	166	117	611
Q1-Q3/ 2007	5.729	-809	-2.032	-205		2.683
Q1-Q3/ 2006	7.233	-695	67	290	182	7.077

5. Eigene Anteile

Laut Hauptversammlungsbeschluss vom 30. April 2007 wurde ad pepper media bis zum 30. Oktober 2008 zum Rückkauf von bis zu 10 Prozent des Grundkapitales über die Börse ermächtigt. Zum Stichtag 30. September 2007 wurden von der Gesellschaft 192.896 eigene Aktien im Nennwert von 0,10 EUR gehalten, was einem Anteil von 1,70 Prozent am Grundkapital entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können diese eigenen Aktien als Akquisitionswährung eingesetzt oder im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen genutzt werden.

Von den von der Gesellschaft erworbenen eigenen Aktien wurden in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2007 5.400 Stück zu 2,73 EUR, 5.600 Stück zum Preis von 1,33 EUR, 5.600 Stück zum Preis von 1,78 EUR sowie 4.750 Stück zu 4,45 EUR im Rahmen der laufenden Mitarbeiteroptionsprogramme eingesetzt.

Daneben wurden im Berichtszeitraum 24.658 eigene Anteile zum Preis von 10,74 EUR sowie 143.016 zu durchschnittlich 12,12 EUR zur Begleichung von Kaufpreisverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Webgains eingesetzt.

6. Ereignisse nach dem Ende des 3. Quartals 2007

Bis zur Erstellung des Zwischenberichtes wurden keine wertbeeinflussenden Sachverhalte bekannt.

7. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. September 2007 waren insgesamt 1.365.050 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen 1,33 EUR und 13,50 EUR.

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:

	Aktienbesitz zum 30.09.2007	Optionen zum 30.09.2007
Vorstand		
Ulrich Schmidt	502.762	253.000
Michael A. Carton	73.703	139.000
Niels Nüssler	38.113	263.000
Jens Körner	0	0
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	7.786	0
Dr. Günther Niethammer	19.862	1.250
Jan Andersen	0	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	5.650	0
Euroserve	21.780	0
Grabacap AS	424.000	0
Mitarbeiter inkl. ehemaliger Mitarbeiter		**708.800**

8. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 3. Quartals 2007 beschäftigte ad pepper media 254 Mitarbeiter (30. September 2006: 197 Mitarbeiter).

9. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2006 nicht wesentlich verändert.

Unternehmenskalender

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

Jahresabschluss 2007: 31. März 2008

Geschäftsbericht 2006/
Konzernzwischenabschluss 2007

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2006 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2007 in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei (Acrobat) unter **www.adpepper.com** Investor Relations - Berichte.

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

Tel.: +49 911 929057-0
Fax: +49 911 929057-157

E-Mail: ir@adpepper.com
http://**www.adpepper.com**

Impressum

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

Tel.: +49 911 929057-0
Fax: +49 911 929057-157

E-Mail: info@adpepper.com
http://**www.adpepper.com**

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg
Prime Standard, Frankfurt, WKN: 940 883
HRA Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr.: DE 210757424

Vorstände
Ulrich Schmidt, Vorstandsvorsitzender
Jens Körner, Finanzen
Niels Nüssler, Verkauf
Michael A. Carton, Director of the Board

Grafik und Realisation: curt Media GmbH

www.adpepper.com

ad pepper media International N.V.
Hogehilweg 15
NL-1101 CB Amsterdam