



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss  
zum 30. September 2009***

**Ausgewählte Konzernkennzahlen**

	Q3 / 2009 TEUR	Q3 / 2008 TEUR	Verän- derung Prozent	Q1-Q3 / 2009 TEUR	Q1-Q3 / 2008 TEUR	Verän- derung Prozent
Nettoumsatz	11.468	11.674	-1,8	34.526	38.171	-9,6
Bruttomarge	5.021	4.756	+5,6	15.532	16.162	-3,9
EBIT	-28.398	-1.751	>100	-31.378	-1.846	>100
Perioden- ergebnis	-31.782	-1.385	>100	-33.780	3.273	>100
Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)	-1,49	-0,12	>100	-1,56	0,30	>100

			30.09. 2009 TEUR	30.09. 2008 TEUR	Verän- derung Prozent
Liquide Mittel*			21.143	23.671	-10,7
Eigenkapital			21.480	58.665	-63,4
Bilanzsumme			32.025	69.442	-53,9
<b>Anzahl der Mitarbeiter</b>			<b>246</b>	<b>246</b>	<b>0,0</b>

\* Einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert und Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als 3 Monaten

- Einmalige und nicht-liquiditätswirksame Effekte beeinflussen das Ergebnis der ersten neun Monate 2009
- Webgains führt das erste automatische Inhaltskategorisierungs-Tool für Affiliate-Webseiten ein
- Erfolgreiche Präsenz auf europäischer Leitmesse für digitales Marketing

## **ZWISCHENLAGEBERICHT**

Wichtige Ereignisse	6
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	8
Die Aktie	12
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	16
Risiko- und Chancenbericht	22
Prognosebericht	22

## **KONZERNZWISCHENABSCHLUSS**

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	24
Konzern-Gesamterfolgsrechnung	26
Konzern-Bilanz	28
Konzern-Kapitalflussrechnung	32
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	36
Konzern-Anhang	40

## **WEITERE INFORMATIONEN**

Finanzkalender	56
Kontakt/Impressum	56

### Wichtige Ereignisse

#### **Einmalige und nicht-liquiditätswirksame Effekte beeinflussen das Ergebnis der ersten neun Monate**

ad pepper media hat nach eingehender Analyse der negativen Entwicklung der Weltwirtschaft und deren Auswirkungen auf den Online-Werbemarkt, die notwendigen Konsequenzen für den Abschluss des dritten Quartals 2009 gezogen. Auf Basis dieser Analyse, der vorliegenden 9-Monats-Zahlen sowie einem weiter unter Druck stehenden Online-Werbemarkt, hat ad pepper media eine einmalige und nicht liquiditätswirksame Wertberichtigung des Firmenwertes in Höhe von EUR 20,8 Mio. vorgenommen, was nahezu dem bisherigen Gesamtansatz in der Bilanz entspricht.

Des Weiteren wurden nicht-liquiditätswirksame Abschreibungen auf der Kaufpreisallokation (PPA) sowie auf selbst erstellte Software und weitere immaterielle Vermögenswerte in Höhe von EUR 3,1 Mio. vorgenommen, was ebenfalls den bisherigen Restbuchwerten in der Bilanz der ad pepper media entspricht. Aufwendungen im Zuge der geplanten Schließung von ad pepper media Italy srl schlugen mit EUR 0,9 Mio. und eine Verschärfung der Regeln zur Ermittlung von Wertberichtigungen auf Forderungen mit EUR 0,3 Mio. zu Buche.

Weitere Abschreibungen auf andere finanzielle Vermögenswerte wirkten sich mit EUR 3,1 Mio. aus.

#### **Webgains führt das erste automatische Inhalts-Kategorisierungs-Tool für Affiliate-Webseiten ein**

Mit dem Produkt iSense SiteSeeker hat Webgains eine einzigartige Technologie eingeführt, das automatisch und binnen kürzester Zeit Affiliate-Webseiten inhaltlich kategorisiert und den Anbietern von Produkten und Dienstleistungen (Merchants) ermöglicht, die exakt passenden Webseitenpartner (Affiliates) zu finden. Das Alleinstellungsmerkmal dieses Tools ist es, dass Affiliates erstmals nicht mehr ihre Webseiten selbst kategorisieren müssen. Ebenso ermöglicht es den Merchants, die relevanten Affiliates mit entsprechendem Webseiteninhalt zu finden, welche zielgenau auf deren Produkte oder Dienstleistungen passen. Der iSense SiteSeeker verwendet die preisgekrönte semantische Targeting-Technologie iSense und „versteh“ damit exakt den Inhalt jeder einzelnen

Webseite, was zu einer genauen Anzeige der Werbung in relevanten Kategorien und gewünschten Themenfeldern führt. Ein weiterer Vorteil den der iSense SiteSeeker mit sich bringt, sind die wesentlich exakteren Werte für die Ermittlung des Webseiten-Traffics von Affiliates. Dies spiegelt sich in einem deutlich schnelleren Freigabeverfahren, wenn sich ein Affiliate für ein bestimmtes Programm bewirbt, wider. Die erste Version des iSense SiteSeeker wurde auf den Webgains-Plattformen in UK, USA, Irland, Deutschland, BeNeLux und Dänemark freigegeben. Weitere Länder folgen in Kürze.

#### **Erfolgreiche Präsenz auf europäischer Leitmesse für digitales Marketing**

Die dmexco als Nachfolgerin der online-marketing düsseldorf (omd) hat sich bereits bei ihrer Premiere als neue Leitmesse für digitales Marketing in Europa etabliert. Mehr als 14.000 Fachbesucher und 290 Aussteller informierten sich über alle Segmente und Trends der Online-Werbung. Kunden und Interessenten fanden auf dem ad pepper media-Stand ein in seiner Art einzigartiges One-Stop-Mediahouse: Eng vernetzte Produktbereiche, starke Webseiten-Netzwerke, effiziente Technologie und attraktive Reichweiten. Neben den klassischen ad pepper media-Produkten wie Display- und E-Mail-Marketing, lag das Hauptaugenmerk insbesondere auf Performance-Marketing, also den erfolgsabhängigen Werbemodellen. Im Fokus stand daher unser Produkt iLead und unser Affiliate-Netzwerk Webgains sowie die zur ad pepper media-Gruppe gehörige SEO/SEM Agentur ad agents.

ad pepper media ist mit dem Verlauf der Messe sehr zufrieden; bestehende Kundenkontakte wurden gepflegt und zahlreiche Neue geknüpft, die für das letzte Quartal 2009 und insbesondere für das anstehende neue Geschäftsjahr neue Wachstumsimpulse bringen sollen.

### **Wirtschaftliche Rahmenbedingungen**

#### **Welt/Europa/Deutschland**

Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Prognose für die Weltwirtschaft in diesem Jahr erneut angepasst und erwartet laut einer aktuellen Prognose vom 01. Oktober 2009 ein Minus von 1,1 Prozent nach zuvor -1,4 Prozent Anfang Juli. Leicht verbessert hat sich auch der Ausblick für Deutschland, für das der IWF ein Minus von 5,3 Prozent für das laufende Jahr (zuvor -6,2 Prozent) und ein leichtes Plus von 0,3 Prozent für das kommende Jahr prognostiziert (zuvor -0,3 Prozent). Für die Eurozone erwartet der IWF nun ein Minus von 4,2 Prozent für 2009 und damit eine Verbesserung um 0,6 Prozent. Für das kommende Jahr wird weiterhin ein leichtes Plus von 0,3 Prozent erwartet. Gemäss der Einschätzung des IWF, scheinen sich die USA und die Eurozone damit am Ende der rezessiven Phase zu befinden. Eine Rückkehr zu den Wachstumsraten der vergangenen Jahre ist jedoch nicht wahrscheinlich. Grund hierfür ist im Wesentlichen eine nachhaltig gesunkene Nachfrage US-amerikanischer Verbraucher, die auch durch zuletzt deutlich gestiegene Importe asiatischer Länder nicht kompensiert werden konnte. Demzufolge geht der IWF für das Jahr 2011 davon aus, dass die Arbeitslosigkeit in Europa auf knapp 12 Prozent ansteigen wird. Deutschland wird sich aufgrund seiner auf Export orientierten Wirtschaft ebenfalls mit einer Arbeitslosenquote von knapp 11 Prozent konfrontiert sehen.

#### **Werbemarkt**

Auch wenn die Zeiten des rasanten Werbewachstums aus den Anfangszeiten des Web vorbei sind: Online-Werbung ist für die meisten Werbungtreibenden auch und gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wichtiger denn je. Geht es doch darum, den Einsatz von Marketingbudgets sinnvoll und effizient einzusetzen. Nur so lassen sich Werbeausgaben auch in einer konjunkturellen Delle rechtfertigen, in der Kosteneinsparungen bei fast allen Unternehmen auf der Tagesordnung stehen. Der Werbeerfolg von Online-Werbung ist messbar. Das ist der entscheidende Vorteil gegenüber allen anderen konventionellen Werbeformen und -medien. Die Krise kann somit sogar als Motor und Katalysator der Online-Werbung dienen und den bereits seit geraumer Zeit erkennbaren Trend beschleunigen, dass Werbebudgets zu Gunsten digitaler Formate verschoben werden.

In diesem Zusammenhang ist Großbritannien vermutlich das erste Land, in dem nun mehr für Werbung im Internet als im Fernsehen ausgegeben wird. Laut einer Studie des Internet Advertising Bureau (IAB) und PricewaterhouseCoopers wurde in der ersten Hälfte dieses Jahres eine Rekordsumme von GBP 1,75 Mrd. und damit ca. ein Viertel des gesamten Werbemarktes für Online-Werbung ausgegeben und nur noch GBP 1,64 Mrd. für TV-Werbung. An dritter Stelle rangieren mit GBP 1,38 Mrd. die Printmedien.

Auch in Deutschland, einem der europäischen Kernmärkte für digitales Marketing, hat sich der Online-Werbemarkt zuletzt sehr viel robuster entwickelt als zum Beispiel die Fernsehwerbung. Hier wurden in den ersten drei Quartalen des laufenden Jahres stetig mehr Geld für Online-Werbung ausgegeben: Waren es in den ersten drei Monaten noch EUR 340 Mio., die in Online-Werbung investiert wurden, waren es im zweiten Quartal schon EUR 362 Mio. und im dritten Quartal EUR 371 Mio. Dies ermittelte der Hightech-Verband BITKOM auf Basis einer exklusiven Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control. Für das Gesamtjahr geht der Online-Vermarkterkreis (OVK) weiter von einem Wachstum des deutschen Online-Marktes von 10 Prozent aus. Dies wird allerdings wohl nur dann erreichbar sein, wenn die werbetreibende Wirtschaft die vor allem in der ersten Jahreshälfte 2009 zurückgefahrenen oder gar eingefrorenen Werbebudgets im vierten Quartal letztlich doch noch einsetzt.

### **Struktur der ad pepper media-Gruppe**

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke im Bereich Online-Werbung. ad pepper media International N.V. mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, ist die zentrale Management- und Holdinggesellschaft für die Unternehmen der ad pepper media-Gruppe. Mit fünfzehn Niederlassungen in neun europäischen Ländern und den USA sind wir mit drei Geschäftsbereichen im Online-Werbemarkt aktiv: ad pepper media, Webgains und ad agents.

### **ad pepper media**

Der Geschäftsbereich ad pepper media bietet das komplette Set für erfolgreiches Display-, Performance- und E-Mail-Marketing sowie Ad Serving an. Die wesentlichen Produkte sind: iLead, Click Generierung, mailpepper, iSense und Emediate.

*iLead* ist der ideale Partner für Werbetreibende, um erfolgreiche Maßnahmen im Dialog- und Direktmarketing zu realisieren. Die Gewinnung von Adressen zur Neukundengewinnung durch ein erfolgsabhängiges Cost per Lead-Preismodell steht hier im Vordergrund.

*Click Generierung* ist die erfolgsabhängige, Traffic-erzeugende Marketinglösung von ad pepper media, die Werbetreibenden auf effiziente und messbare Weise qualifizierte Internet-User nach dem Cost per Click-Preismodell liefert.

*mailpepper* bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv große Reichweiten zu erzielen oder aber auch zielgruppengenaue Werbetexte ohne wesentliche Streuverluste auszusenden.

*iSense* gibt Werbetreibenden und Publishern eine revolutionäre semantische Werbetechnologie an die Hand, mit der Werbung relevanzbasiert und zielgerichtet für jede Webseite platziert werden kann. Der Kern von iSense besteht aus der patentierten Sense Engine™-Technologie und ist das Ergebnis zehnjähriger Forschung und Entwicklung. Sie wurde von Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit, entwickelt.

Die Hauptaktivität von *Emediate* ist die Bereitstellung von Ad Serving-Technologielösungen und Dienstleistungen. Emediate ist Marktführer in Skandinavien und einer der wenigen Player im Markt, die noch über ein unabhängiges und leistungsstarkes Ad Serving verfügen.

### **Webgains**

Unser Affiliate-Netzwerk Webgains ist eine der sich am dynamischsten entwickelnden Plattformen im Markt und ist in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, den Niederlanden, USA, Spanien sowie Schweden und Dänemark vertreten. Das Erreichen maximaler Reichweite bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Dabei stellen die Werbetreibenden (Merchants) auf den Webseiten der Webseitenbetreiber (Affiliates) mittels Webgains als Technologieplattform Werbeformate (Banner, Textlinks etc.) zur Verfügung, mittels derer für Produkte oder Dienstleistungen der Merchants geworben wird und es, sofern die Werbung erfolgreich war, zu einem Kaufabschluss, Abonnement oder Ähnlichem kommt. Webgains ist also streng genommen eine E-Commerce-Plattform und nach unserer Auffassung eine der effizientesten im Markt: Nicht nur die technologische Plattform wird ständig auf dem neuesten, den Kundenwünschen angepassten Stand gehalten. Dieser stellen wir auch ein Serviceangebot zur Seite, das in der gesamten Branche als vorbildlich gilt.

### **ad agents**

ad agents ist auf Suchmaschinen-Marketing (SEM), Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Performance-Marketing spezialisiert.

ad agents berät bekannte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche sowie zahlreichen anderen Sektoren. All diesen Kunden verbindet eine Gemeinsamkeit: Sie verfügen bereits über eine ausgefeilte E-Commerce-Strategie, indem sie ihre Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. ad agents hilft ihren Kunden dabei, ihre Webpräsenz zu einem noch effizienteren Verkaufsinstrument zu machen. Dies geschieht durch eine Verbesserung der Reichweiten in Kombination mit einer optimalen Steigerung der Werbewirksamkeit.

ad pepper media hält einen Anteil von 60 Prozent an ad agents.

## Die Aktie

### Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. am 19. Mai 2009 in Amsterdam wurden alle Beschlussvorschläge der Tagesordnung ohne Gegenstimmen angenommen.

Insgesamt waren 52,33 Prozent der damals 11.394.854 Stimmrechte auf der Hauptversammlung vertreten.

Wichtige Tagesordnungspunkte waren neben der Vorlage des Jahresabschlusses für das Jahr 2008 die Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien, ein Aktiensplit im Verhältnis 1:2 (nun 22.789.708 stimmberechtigte Aktien), die Bestellung eines neuen Wirtschaftsprüfers sowie die Wahl des Aufsichtsrats. Alle amtierenden Mitglieder wurden erneut bestellt.

### Kursentwicklung

Der Kurs der ad pepper media-Aktie oszillierte während der ersten sechs Monate des Jahres zwischen der EUR 0,80 bzw. EUR 1,00 Marke (Kurse jeweils angepasst an den am 27. Mai 2009 durchgeführten Aktiensplit). Im Laufe des dritten Quartals wurde die EUR 1,00 Marke nachhaltig durchbrochen und bisherige Jahreshöchststände um die EUR 1,40 erreicht.

Per 30. September schloss die ad pepper media-Aktie schließlich bei einem Stand von EUR 1,38 und lag damit, bereinigt um den Aktiensplit, im Vergleich zu Ende Dezember 2008 um ca. 57 Prozent höher (Aktienkurs am 30. Dezember: EUR 0,88).

### Aktienkursentwicklung in den ersten 9 Monaten 2009 (Xetra)



### Aktionärsstruktur

Am 19. August 2009 wurde uns eine im Sinne der holländischen WFT meldepflichtige Transaktion der Amiral Gestion S.A. bekannt, wonach ihr Stimmrechtsanteil an der ad pepper media am 28. Mai 2009 die Schwelle von 15 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und nunmehr 14,41 Prozent beträgt (das entspricht 3.286.251 Stimmrechten).

Am 7. September wurde uns eine weitere im Sinne der holländischen WFT meldepflichtige Transaktion der Amiral Gestion S.A. bekannt, wonach ihr Stimmrechtsanteil an der ad pepper media am 4. September 2009 die Schwelle von 10 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und nunmehr 9,84 Prozent beträgt (das entspricht 2.243.879 Stimmrechten).

Der Anteil der eigenen Aktien erhöhte sich im Zuge des laufenden Aktienrückkaufprogramms per 30. September 2009 auf Stück 2.018.339, was einem Anteil von 8,86 Prozent des Grundkapitals entspricht.

### Daten zur Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Börsensegment	Prime Standard
Designated Sponsor	Equinet
Anzahl Aktien	22.798.708
Marktkapitalisierung (per 30.09.2009)	EUR 31,5 Mio.

Tag des Reports: 30. September 2009

<b>Aktionär</b>	<b>Aktien (Stück)</b>	<b>in Prozent des Grundkapitals</b>
<i>EMA B.V.</i>	<i>9.486.402</i>	<i>41,63</i>
<i>Amiral Gestion S.A.</i>	<i>2.243.879</i>	<i>9,84</i>
<i>Eigene Anteile</i>	<i>2.018.339</i>	<i>8,86</i>
<i>U. Schmidt</i>	<i>1.005.524</i>	<i>4,41</i>
<i>Grabacap ApS</i>	<i>848.000</i>	<i>3,72</i>
<i>Euroserve Media GmbH</i>	<i>306.132</i>	<i>1,34</i>
<i>M. A. Carton</i>	<i>268.178</i>	<i>1,18</i>
<i>Viva Media Service GmbH</i>	<i>71.300</i>	<i>0,31</i>
<b>Zwischensumme</b>	<b>16.247.754</b>	<b>71,29</b>
<i>Freefloat</i>	<i>6.541.954</i>	<i>28,71</i>
<b>Summe</b>	<b>22.789.708</b>	<b>100,00</b>



## **Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage**

### **Ertragslage**

In den ersten neun Monaten reduzierte sich der Umsatz von ad pepper media auf TEUR 34.526 (Q1-Q3 2008: TEUR 38.171), was einem Rückgang von 9,5 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres entspricht. Trotz des im Vorjahresvergleich weiterhin rückläufigen Umsatzes, konnte der negative Trend im dritten Quartal leicht abgefedert werden. Hier wurde mit TEUR 11.438 ein Umsatz nur knapp unterhalb des Niveaus des Vorjahresquartals erzielt (Q3 2008: TEUR 11.674). Dieser Umstand ist insofern bemerkenswert, als dass das Vorjahresquartal noch in erheblichem Umfang Umsätze enthält, die im Bereich Cost per Mille (CPM) generiert wurden. CPM-basierte Preismodelle wurden im Zuge der Einstellung der mediasquares-Aktivitäten per Ende 2008 und einer damit einhergehenden klaren Ausrichtung auf erfolgsbasierte Werbemodelle im Laufe des Jahres 2009 auf ein Minimum reduziert. Die Umsatzentwicklung im dritten Quartal ist daher auch ein klarer Beleg für die erfolgreiche Substitution vormals CPM-basierter durch nunmehr erfolgsbasierte Preismodelle. Trotz dieses positiven Signals im dritten Quartal bleibt die Umsatzentwicklung mit Blick auf den gesamten Neun-Monatszeitraum des laufenden Jahres jedoch deutlich unbefriedigend.

Die Bruttomarge ist in absoluten Zahlen für die ersten neun Monate mit TEUR 15.532 ebenfalls rückläufig (nach TEUR 16.162 in Q1-Q3 2008).

Erfreulich ist allerdings, dass sich dieser Rückgang mit 3,9 Prozent unterproportional zur Umsatzentwicklung verhielt. Demzufolge konnte die Bruttomarge prozentual von 42,3 Prozent im Neun-Monatszeitraum 2008 auf 45,0 Prozent in den ersten neun Monaten 2009 gesteigert werden. Im dritten Quartal betrug die Bruttomarge ebenfalls hervorragende 43,8 Prozent (Q3 2008: 40,7 Prozent). Die Steigerung der Bruttomarge ist auch deshalb positiv zu werten, als dass das Segment „Webgains“ mit seinen Affiliate-Marketing-Aktivitäten eine traditionell geringere Bruttomarge aufweist (ca. 30 Prozent) und im Vergleich zum Vorjahr am stärksten innerhalb der drei Segmente gewachsen ist. Mit anderen Worten: Die Bruttomarge (in Prozent) der ad pepper media-Gruppe konnte trotz des verwässernden Einflusses von Webgains gesteigert werden.

Dennoch darf nicht darüber hinweg gesehen werden, dass die innerhalb der ersten neun Monate des Geschäftsjahres erwirtschaftete absolute Höhe der Bruttomarge weit hinter den Erwartungen des Managements

zurück geblieben ist. Die Kostenentwicklung des dritten Quartals und damit des gesamten Zeitraumes der ersten neun Monate 2009, sind stark durch Einmaleffekte beeinflusst worden:

Nach eingehender Analyse der negativen Entwicklung der makroökonomischen Entwicklung, deren Auswirkungen auf den Online-Werbemarkt sowie auf ad pepper media selbst, hat der Vorstand der ad pepper media im dritten Quartal eine Werthaltigkeitsprüfung der Firmenwerte gemäß den Bestimmungen der IAS 36 auf der Grundlage zukünftiger Cashflows vorgenommen („impairment testing“). Ergebnis dieses Werthaltigkeitstests war, dass der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten „ad pepper media“ und „Webgains“, die mit den operativen Segmenten identisch sind, ihren erzielbaren Wert überstieg und mithin ein entsprechender Wertminderungsaufwand erfasst wurde. Der Gesamtaufwand beläuft sich auf TEUR 20.790, was nahezu dem gesamten bisherigen Firmenwertansatz in der Bilanz der ad pepper media entspricht.

Des Weiteren wurden zusätzliche, nicht-liquiditätswirksame Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (PPA) in Höhe von TEUR 1.171 vorgenommen. Dieser Betrag entspricht ebenfalls den gesamten Restbuchwerten in der Bilanz der ad pepper media. Weitere Aufwendungen, darunter solche im Zuge der Schließung von ad pepper media Italy srl. (TEUR 865) schlugen mit insgesamt TEUR 1.189 zu Buche. Ferner wurden Abschreibungen auf andere immaterielle Vermögenswerte in Höhe von zusätzlichen TEUR 1.915 vorgenommen. Letztere umfassen insbesondere Abschreibungen auf selbstentwickelte Software in Höhe von TEUR 1.559, die vor dem Jahre 2008 aktiviert wurde (seit dem Geschäftsjahr 2008 wird keine zur Eigennutzung selbst geschaffene Software entwickelt und aktiviert). Ferner wurden zusätzliche Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gebildet. Hierfür nimmt ad pepper media die Wertberichtigungen künftig auf Basis von deutlich engeren Fälligkeitsbändern vor.

Für Forderungen, die eine Überfälligkeit von mehr als 120 Tage aufweisen, wird ab dem dritten Quartal 2009 eine Wertberichtigung in Höhe von 50 Prozent, für mehr als 240 Tage von 75 Prozent und für mehr als 360 Tage überfällige Forderungen in Höhe von 100 Prozent vorgenommen. Per Ende September 2009 ergibt sich eine einmalige Erhöhung von TEUR 324 für Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Der Gesamtaufwand dieser Maßnahmen (inklusive Firmenwertabschreibung) beläuft sich somit auf insgesamt TEUR 25.065.

Die operativen Kosten innerhalb der ersten neun Monate des laufenden Jahres bewegen sich aufgrund dieser Maßnahmen naturgemäß auf einem deutlich höheren Niveau.

Während im Vorjahreszeitraum, bereinigt um außerordentliche Erträge im Zusammenhang von Beteiligungsveräußerungen (TEUR 9.621) und Wertberichtigungen auf immaterielle Vermögenswerte von (TEUR 1.506), operative Kosten in Höhe von TEUR 22.431 verzeichnet wurden, belief sich diese Kenngröße in den ersten neun Monaten 2009 auf TEUR 46.910. Unter Herausrechnung der oben geschilderten einmaligen und nicht-liquiditätswirksamen Effekte sowie der weiteren Maßnahmen, ergibt sich – auf vergleichbarer Basis – ein Betrag für die operativen Kosten von TEUR 21.845, was einem Rückgang von 2,6 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode entspricht.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug TEUR -5.663 (Q1-Q3 2008: 5.866). Nach Bereinigung dieser Kennzahl um die vorgenannten Einmaleffekte ergibt sich ein EBITDA von TEUR -4.474. Da die Vorjahresperiode einen Betrag von TEUR 9.621 im Zusammenhang mit außerordentlichen Erträgen aufgrund von Beteiligungsveräußerungen enthält, belief sich das EBITDA der Vorjahresperiode auf vergleichbarer Basis auf TEUR -3.755.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich auf vergleichbarer Basis auf TEUR -6.313 (Q1-Q3 2008: TEUR -6.269).

Das Finanzergebnis des dritten Quartals wurde negativ beeinflusst durch Impairments auf Finanzinstrumente in Höhe von TEUR 3.119. Das EBT betrug auf vergleichbarer Basis in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres entsprechend TEUR -5.126 nach TEUR -5.348 innerhalb der ersten neun Monate des Jahres 2008.

Das Periodenergebnis fiel aufgrund der vorgenannten Maßnahmen mit TEUR -33.780 deutlich negativer aus, als im Vorjahr (Q1-Q3 2008: TEUR 3.273). Unter Herausrechnung sämtlicher Einmaleffekte ergäbe sich ein Periodenergebnis in Höhe von TEUR -5.596 was sich – auf vergleichbarer Basis – mit TEUR -4.842 für die Vorjahresperiode vergleicht.

### **Finanzlage**

Der operative Cash-Flow betrug TEUR -1.169 nach TEUR -847 in den ersten neun Monaten des Vorjahres. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Zeitraum Januar bis September 2009 TEUR 7.760 (Q1-Q3 2008: TEUR -4.025). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten 2009 TEUR -1.289 nach TEUR -196 im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

### **Vermögenslage**

Die Bilanzsumme ist aufgrund der geschilderten Einmaleffekte um TEUR 35.065 auf TEUR 32.025 deutlich gesunken (31. Dezember 2008: TEUR 67.090).

Maßgeblich für diese Entwicklung ist zum einen die vorgenannte Abschreibung nahezu des gesamten Firmenwertes in Höhe von TEUR 20.790. Abschreibungen aus der Kaufpreisallokation (PPA) schlugen mit insgesamt TEUR 1.171 zu Buche. Des Weiteren wurden Abschreibungen auf selbstentwickelte Software (TEUR 1.559), auf andere immaterielle Vermögenswerte (TEUR 356) sowie auf andere finanzielle Vermögenswerte (TEUR 3.119) vorgenommen.

Die Eigenkapitalposition reduzierte sich aufgrund des in der Berichtsperiode ausgewiesenen Verlustes deutlich.

Die Eigenkapitalquote beträgt per 30. September 2009 dennoch hervorragende 67,1 Prozent (31. Dezember 2008: 83,0 Prozent).

Die ad pepper media-Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Die liquiden Mittel einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als drei Monaten belaufen sich per Ende September 2009 auf TEUR 21.143 (31. Dezember 2008: TEUR 23.047). Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

**Mitarbeiter**

Per 30. September 2009 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 246 Mitarbeiter. Zum Ende des Vorjahreszeitraumes 2008 waren insgesamt 246 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. September 2009</i> <i>Anzahl</i>	<i>30. September 2008</i> <i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	142	157
<i>Webgains</i>	55	47
<i>ad agents</i>	14	8
<i>Administration</i>	35	34

### **Risiko- und Chancenbericht**

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 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 2008.

Allerdings kann das Unterkapitel „Goodwill Impairment“ innerhalb des Risikoberichts im Geschäftsbericht 2008 angesichts der Abschreibung von Firmenwerten in Höhe von TEUR 20.790 und eines somit verbleibenden Restfirmenwertes in Höhe von TEUR 24 nunmehr als gegenstandslos erachtet werden.

### **Prognosebericht**

Trotz zuletzt leicht verbesserter makroökonomischer Rahmenbedingungen zu Beginn des Jahres 2009, wird die Wirtschaft der Eurozone in diesem Jahr mit großer Wahrscheinlichkeit kräftig schrumpfen. Dies dürfte sich – bei regional unterschiedlicher Ausprägung – auch auf die Entwicklung der Online-Werbeinvestitionen auswirken. Ähnliches gilt für das kommende Jahr, für welches zwar deutlich bessere Wachstumsraten prognostiziert werden, gleichzeitig aber belastende Faktoren für den privaten Konsum in Form von zum Teil zweistelligen Arbeitslosenquoten zu erwarten sind. Zudem ist, aufgrund einer in der Vergangenheit überbordenden Schuldenpolitik, mittelfristig mit einer höheren Steuerbelastung privater Haushalte in einer Vielzahl von Ländern innerhalb der Eurozone zu rechnen, die sich ebenfalls negativ auf den privaten Konsum auswirken wird.

Der kurzfristige Ausblick auf die Entwicklung des Online-Werbemarkt ist daher infolge der außerordentlich hohen Abhängigkeit der Werbewirtschaft von zyklischen Konjunkturschwankungen eingetrübt. Hinzu kommt, dass Prognosen aufgrund der Kurzfristigkeit der Budgetvergabe grundsätzlich mit großen Unsicherheiten verbunden sind.

Für den Online-Werbemarkt spricht allerdings, dass Zahl der Internet-User auch in Europa weiterhin wächst. Höhere Übertragungsraten machen das Medium Internet für Werbetreibende zusätzlich attraktiv. Hinzu kommt, dass Online-Werbung von dem starken Trend hin zur Messbarkeit von Werbeerfolgen weiter profitieren wird, so dass der Online-Werbemarkt unseres Erachtens deutlich weniger zyklisch auf konjunkturelle Schwankungen reagieren wird, als andere Werbemärkte.

Wir sind der Überzeugung, dass ad pepper media mit seiner klaren Ausrichtung auf Performance-Marketing hervorragend positioniert ist. Wir sind daher, trotz der mittelfristigen Risiken für den privaten Konsum, für die Entwicklung des Online-Werbemarktes im Allgemeinen und ad pepper media im Speziellen vorsichtig optimistisch. Angesichts der geschilderten Unsicherheiten sind wir uns jedoch darüber im Klaren, dass eine angepasste Kostenpolitik eine der wesentlichen Stellgrößen für unsere künftige Profitabilität sein wird.

Vor diesem Hintergrund wurden bereits umfangreiche Kostenanpassungen im dritten Quartal 2009 ergriffen, welche ab dem kommenden vierten Quartal deutlich positive Auswirkungen auf das EBIT haben sollten.

**Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)**

	01.07.-30.09.2009 TEUR	01.07.-30.09.2008 TEUR	01.01.-30.09.2009 TEUR	01.01.-30.09.2008 TEUR
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>11.438</b>	<b>11.674</b>	<b>34.526</b>	<b>38.171</b>
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-6.417	-6.918	-18.994	-22.009
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5.021</b>	<b>4.756</b>	<b>15.532</b>	<b>16.162</b>
Vertriebskosten*	-4.239	-4.226	-12.590	-12.772
Allgemeine und Verwaltungskosten	-3.364	-2.437	-8.459	-8.438
Sonstige betriebliche Erträge	443	1.193	1.051	1.873
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.383	-1.037	-3.036	-3.094
Wertberichtigungen auf Firmenwerte und andere immaterielle Vermögenswerte*	-23.876	0	-23.876	-1.506
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	0	0	0	9.621
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-28.398</b>	<b>-1.751</b>	<b>-31.378</b>	<b>1.846</b>
Finanzerträge	281	285	1.358	932
Finanzierungsaufwendungen	-84	-1	-171	-11
Wertberichtigungen auf Wertpapiere und andere finanzielle Vermögenswerte	-3.119	0	-3.119	0
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-31.320</b>	<b>-1.467</b>	<b>-33.310</b>	<b>2.767</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-462	82	-470	506
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-31.782</b>	<b>-1.385</b>	<b>-33.780</b>	<b>3.273</b>
davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-31.761	-1.362	-33.754	3.300
davon entfallen auf Minderheitenanteile	-21	-23	-26	-27
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	-1,49	-0,06	-1,56	0,15
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	-1,47	-0,06	-1,55	0,14
	<b>Q3 / 2009</b> St.	<b>Q3 / 2008</b> St.	<b>Q1-Q3 / 2009</b> St.	<b>Q1-Q3 / 2008</b> St.
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)**</b>	<b>21.332.691</b>	<b>22.288.368</b>	<b>21.592.006</b>	<b>22.364.344</b>
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert) **</b>	<b>21.639.073</b>	<b>22.866.580</b>	<b>21.796.877</b>	<b>22.976.384</b>

\* Vorjahr angepasst um TEUR 1.506 außerplanmäßige Wertminderung immaterieller Vermögenswerte

\*\* Angepasst an Aktiensplit im Verhältnis 1:2 am 27. Mai 2009

**Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)**

	<b>Q3 / 2009</b> TEUR	<b>Q3 / 2008</b> TEUR	<b>Q1-Q3 / 2009</b> TEUR	<b>Q1-Q3 / 2008</b> TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-31.782</b>	<b>-1.385</b>	<b>-33.780</b>	<b>3.273</b>
<i>Unterschiede aus der Währungsumrechnung</i>	-32	-4	-194	-293
<i>Marktwertveränderungen von Wertpapieren</i>	1.073	-591	958	-1.089
<i>Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern</i>	0	184	0	342
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>	<b>1.041</b>	<b>-411</b>	<b>764</b>	<b>-1.040</b>
<b>Gesamterfolg</b>	<b>-30.741</b>	<b>-1.796</b>	<b>-33.016</b>	<b>2.233</b>
<i>davon auf Minderheitsanteile entfallend</i>	-21	-23	-26	-27
<i>davon auf Aktionäre der ad pepper media International N.V. entfallend</i>	-30.720	-1.773	-32.990	2.260

**Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamterfolgsrechnung**

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

	<b>Q3 / 2009</b> TEUR			<b>Q3 / 2008</b> TEUR		
	<i>vor Ertragsteuern</i>	<i>Ertragsteuern</i>	<i>nach Ertragsteuern</i>	<i>vor Ertragsteuern</i>	<i>Ertragsteuern</i>	<i>nach Ertragsteuern</i>
<i>Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)</i>	-32	0	-32	-4	0	-4
<i>Marktwertveränderungen von Wertpapieren</i>	1.073	0	1.073	-591	184	-407
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>	<b>1.041</b>	<b>0</b>	<b>1.041</b>	<b>-595</b>	<b>184</b>	<b>-411</b>

	<b>Q1-Q3 / 2009</b> TEUR			<b>Q1-Q3 / 2008</b> TEUR		
	<i>vor Ertragsteuern</i>	<i>Ertragsteuern</i>	<i>nach Ertragsteuern</i>	<i>vor Ertragsteuern</i>	<i>Ertragsteuern</i>	<i>nach Ertragsteuern</i>
<i>Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)</i>	-194	0	-194	-293	0	-293
<i>Marktwertveränderungen von Wertpapieren</i>	958	0	958	-1.089	342	-747
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>	<b>764</b>	<b>0</b>	<b>764</b>	<b>-1.382</b>	<b>342</b>	<b>-1.040</b>

**Konzern-Bilanz (IFRS)**

<b>Aktiva</b>	<b>30. September 2009</b> TEUR	<b>31. Dezember 2008</b> TEUR	<b>31. Dezember 2007</b> TEUR
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Firmenwerte	24	20.814	20.665
Immaterielle Vermögenswerte	884	5.258	9.155
Sachanlagen	627	819	1.100
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	2.383	1.590	0
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	6.419	4.155	2.131
Andere finanzielle Vermögenswerte	733	2.671	772
Latente Steuern	0	740	2.979
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>11.070</b>	<b>36.047</b>	<b>36.802</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Wertpapiere und Termineinlagen	1.400	11.469	3.390
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.350	10.317	12.847
Forderungen aus Ertragsteuern	1.168	1.159	1.151
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	653	401	738
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	443	1.864	1.890
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.941	5.833	12.029
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>20.955</b>	<b>31.043</b>	<b>32.045</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>32.025</b>	<b>67.090</b>	<b>68.847</b>

**Konzern-Bilanz (IFRS)**

<b>Passiva</b>	<b>30. September 2009</b> TEUR	<b>31. Dezember 2008</b> TEUR	<b>31. Dezember 2007</b> TEUR
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital *	1.139	1.139	1.139
Kapitalrücklage	66.911	66.747	66.319
Eigene Anteile	-3.075	-1.732	-1.269
Bilanzverlust	-39.523	-5.769	-8.389
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-4.066	-4.830	-1.511
<b>Summe</b>	<b>21.386</b>	<b>55.555</b>	<b>56.289</b>
Minderheitenanteile	94	120	177
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>21.480</b>	<b>55.675</b>	<b>56.466</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>			
Latente Steuern	0	377	907
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>0</b>	<b>377</b>	<b>907</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.516	7.356	7.619
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	627	960	792
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	4.258	2.616	2.695
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	144	106	368
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>10.545</b>	<b>11.038</b>	<b>11.474</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>10.545</b>	<b>11.415</b>	<b>12.381</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>32.025</b>	<b>67.090</b>	<b>68.847</b>

\* Das gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05. Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 22.789.708 begeben sind und sich am 30. September 2009 20.771.369 (31. Dezember 2008: 22.024.682) Aktien im Umlauf befanden.



**Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)**

	01.01.-30.09.2009 TEUR	01.01.-30.09.2008 TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-33.780</b>	<b>3.273</b>
<b>Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Abschreibungen	1.839	4.020
Gewinn aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	0	-2
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-547	-207
Aktienbasierte Vergütung	164	204
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-640	-714
Ertragsteuern	470	-506
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	0	-9.621
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	29.634	1.137
<b>Brutto-Cash-Flow</b>	<b>-2.860</b>	<b>-2.416</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.937	1.822
Veränderung anderer Aktiva	-124	335
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.840	-1.142
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-110	76
Vereinnahmte Ertragsteuern	250	0
Gezahlte Ertragsteuern	-328	-334
Vereinnahmte Zinsen	906	823
Gezahlte Zinsen	0	-11
<b>Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-1.169</b>	<b>-847</b>

**Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)**

	01.01.-30.09.2009 TEUR	01.01.-30.09.2008 TEUR
<i>Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</i>	-360	-866
<i>Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen</i>	0	4
<i>Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	1.200	10.845
<i>Kautionszahlungen/Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten</i>	0	0
<i>Rückführung aus Zahlungsmitteln mit Verfügungsbeschränkung</i>	0	0
<i>Auszahlung für gewährte Kredite</i>	-751	0
<i>Erwerb von Beteiligungen</i>	0	-1.621
<i>Erwerb von Tochterunternehmen nach Abzug der erworbenen Zahlungsmittel</i>	0	-25
<i>Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen</i>	13.116	207
<i>Erwerb von Wertpapieren</i>	-5.445	-12.569
<b>Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>7.760</b>	<b>-4.025</b>
<i>Kapitalerhöhung</i>	0	0
<i>Verkauf eigener Aktien</i>	0	0
<i>Erwerb eigener Anteile</i>	-1.343	-311
<i>Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen</i>	54	115
<b>Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-1.289</b>	<b>-196</b>
<i>Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-194	-290
<i>Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	5.108	-5.358
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</b>	<b>5.833</b>	<b>12.029</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>10.941</b>	<b>6.671</b>

**Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)**

	Stand 1. Januar 2009	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Stand 30. September 2009
<b>Gezeichnetes Kapital</b>					
Anzahl der Aktien	22.789.708				22.789.708
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.139				1.139
<b>Kapitalrücklage</b>					
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.080		164		2.244
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.667				64.667
<b>Eigene Anteile</b>					
Anzahl der Aktien	765.026			1.253.313	2.018.339
Rückkaufswert (TEUR)	-1.732			-1.343	-3.075
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-5.769</b>	<b>-33.754</b>			<b>-39.523</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis</b>					
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.477	-194			-1.671
Marktbewertung available-for-sale securities (TEUR)	-3.353	958			-2.395
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>55.555</b>	<b>-32.990</b>	<b>164</b>	<b>-1.343</b>	<b>21.386</b>
Minderheitenanteile (TEUR)	120	-26			94
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>55.675</b>	<b>-33.016</b>	<b>164</b>	<b>-1.343</b>	<b>21.480</b>

**Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)**

	Stand 1. Januar 2008	Gesamt- erfolg	Aktien-- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Verkauf Minderheiten- anteile	Sonstiges	Stand 30. September 2008
<b>Gezeichnetes Kapital</b>							
Anzahl der Aktien	22.789.708						22.789.708
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.139						1.139
<b>Kapitalrücklage</b>							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	1.652		204				1.856
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.667						64.667
<b>Eigene Anteile</b>							
Anzahl der Aktien	385.792			215.608			601.400
Rückkaufswert (TEUR)	-1.269			-311			-1.580
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-8.389</b>	<b>3.300</b>					<b>-5.089</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis</b>							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-111	-293					-404
Marktbewertung available-for-sale secu- rities (TEUR)	-1.400	-747					-2.147
Sonstiges (TEUR)	0				-106	23	-83
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>56.289</b>	<b>2.260</b>	<b>204</b>	<b>-311</b>	<b>-106</b>	<b>23</b>	<b>58.359</b>
Minderheitenanteile (TEUR)	177	-27			156		306
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>56.466</b>	<b>2.233</b>	<b>204</b>	<b>-311</b>	<b>50</b>	<b>23</b>	<b>58.665</b>

## Konzern-Anhang

### 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 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 Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche - für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebenen - Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen. Im Vergleich mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 ergaben sich keine Veränderungen im Konsolidierungskreis:

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2009 wurde vom Vorstand am 6. November 2009 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 2008 erstellt wurde.

Folgende Änderungen von *accounting estimates* im Sinne von IAS 8 hatten wesentliche Auswirkungen auf den vorliegenden Zwischenabschluss:

Die Lebensdauer bestimmter immaterieller Vermögenswerte wurde mit maximal einem Jahr (zuvor: drei Jahre) gemäß IAS 38 neu eingeschätzt. Hieraus ergaben sich zum 30. September 2009 außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 356.

Der zukünftige wirtschaftliche Nutzen im Konzern selbst erstellter Software ist auf Grund der Umsatz- und Ertragsentwicklung nicht mehr

gegeben. Hieraus ergaben sich zum 30. September 2009 außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 1.559.

### Annual improvements 2007-2009

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 16. April 2009 die annual improvements 2007-2009 veröffentlicht, wodurch die Änderung von zehn International Financial Reporting Standards (IFRS) und zwei Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) erfolgt.

Neben den im Exposure Draft „Proposed Amendments to IFRS“ vom August 2008 vorgeschlagenen Änderungen enthalten die am 16. April 2009 veröffentlichten annual improvements auch vorgeschlagene Änderungen, die bereits im Exposure Draft „Proposed Amendments to IFRS“ vom Oktober 2007 sowie teilweise im Exposure Draft „ED 2009/01“ vom Januar 2009 veröffentlicht worden waren.

Die Überarbeitung zweier Sachverhalte zu IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung, die im Entwurf zu den Änderungen der IFRS vom August 2008 enthalten waren, wurde verschoben. Alle anderen Sachverhalte aus diesen drei Entwürfen sind mit den heute veröffentlichten Änderungen abgeschlossen oder aus dem Arbeitsprogramm des IASB entfernt.

Die überwiegende Anzahl der Änderungen tritt für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

### Änderungen an IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütungen

Der IASB hat am 18. Juni 2009 Änderungen an IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütungen“ herausgegeben, mit denen die Bilanzierung von anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich im Konzern klargestellt wird. Der IASB war gebeten worden, klarzustellen, wie eine einzelne Tochtergesellschaft in einem Konzern bestimmte anteilsbasierte Vergütungsvereinbarungen in ihrem eigenen Abschluss bilanzieren soll. Im Rahmen dieser Vereinbarungen erhält das Tochterunternehmen Güter oder Dienstleistungen von Arbeitnehmern oder Lieferanten, aber das Mutterunternehmen oder ein anderes Konzernunternehmen hat diese Arbeitnehmer oder Lieferanten zu bezahlen.

Die Änderungen stellen folgendes dar:

- Ein Unternehmen, das Güter oder Dienstleistungen im Rahmen einer anteilsbasierten Vergütungsvereinbarung erhält, muss diese Güter oder Dienstleistungen bilanzieren, unabhängig davon, welches Unternehmen im Konzern die zugehörige Verpflichtung erfüllt oder ob die Verpflichtung in Anteilen oder in bar erfüllt wird.
- Das Board stellte klar, dass in IFRS 2 ein „Konzern“ die gleiche Bedeutung hat wie in IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“, das heißt, er beinhaltet nur das Mutterunternehmen und seine Tochterunternehmen.

Die veröffentlichten Änderungen stellen den Anwendungsbereich von IFRS 2 und das Zusammenwirken von IFRS 2 und anderen Standards klar. Mit den Änderungen von IFRS 2 werden auch Leitlinien in den Standard aufgenommen, die vormals in IFRIC 8 „Anwendungsbereich von IFRS 2“ und IFRIC 11 „Konzerninterne Geschäfte und Geschäfte mit eigenen Anteilen nach IFRS 2“ enthalten waren. Daher hat der IASB IFRIC 8 und IFRIC 11 zurückgezogen. Diese Änderungen treten für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen. Sie sind rückwirkend anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig.

### **IFRS for Small and Medium-Sized Entities**

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 9. Juli 2009 einen International Financial Reporting Standard (IFRS) for Small and Medium-Sized Entities (SME) veröffentlicht. Der IFRS for SME ist ein eigenständiger Standard, der an die Bedürfnisse und Möglichkeiten kleiner und mittelgroßer Unternehmen angepasst ist. Es wird geschätzt, dass weltweit 95% der Unternehmen unter die Kategorie SME fallen. Im Vergleich zu den so genannten „Full IFRS“ wurden Themen, die keine Relevanz für SME haben, weggelassen.

Zudem wurden viele Regelungen aus den „Full IFRS“ - unter anderem durch die Einschränkung von Wahlrechten - vereinfacht sowie die Angabepflichten deutlich reduziert. Der IFRS for SME soll die Vergleichbarkeit der Abschlüsse von SME erhöhen, das Vertrauen in die Finanzberichterstattung der SME steigern und die Kosten der nationalen Standardsetzung reduzieren.

Dadurch, dass der IFRS for SME eigenständig im Verhältnis zu den „Full IFRS“ ist, wird den nationalen Gesetzgebern die Möglichkeit eröffnet, unabhängig davon, ob die Anwendung der „Full IFRS“ erlaubt oder

vorgeschrieben ist, die Anwendung des IFRS for SME zu erlauben oder vorzuschreiben.

### **Änderungen von IFRS 1 Erstmilige Anwendung der International Financial Reporting Standards**

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 23. Juli 2009 Änderungen von IFRS 1 „Erstmilige Anwendung der International Accounting Standards“ veröffentlicht.

Die Änderungen betreffen die retrospektive Anwendung von IFRS in besonderen Situationen und sollen sicherstellen, dass Unternehmen bei der Umstellung auf IFRS keine unverhältnismäßig hohen Kosten entstehen.

Konkret befreien die Änderungen

- Unternehmen der Öl- und Gas-Industrie, die unter nationalen Rechnungslegungsvorschriften Explorations- und Entwicklungskosten für Objekte in der Entwicklungs- oder Produktionsphase in einer geographischen Region zusammengefasst in cost centers erfasst haben, von der vollständigen retrospektiven Anwendung der IFRS auf die betreffenden Öl- und Gas-Vermögenswerte
- Unternehmen mit bestehenden Leasing-Verträgen von der Neubeurteilung dieser Verträge im Hinblick auf deren Klassifizierung gemäß IFRIC 4 „Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“, falls zu einem früheren Bilanzstichtag bereits eine Beurteilung nach nationalen Rechnungslegungsvorschriften erfolgte, die den Regelungen des IFRIC 4 vergleichbar sind.

### **Änderungen zu IAS 32 bezüglich Bezugsrechten in Fremdwährung**

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 8. Oktober 2009 Änderungen von IAS 32 „Financial Instruments: Presentation“ veröffentlicht. Die Änderungen regeln die Bilanzierung beim Emittenten von Bezugsrechten, Optionen und Optionsscheinen auf den Erwerb einer festen Anzahl von Eigenkapitalinstrumenten, die in einer anderen Währung als der funktionalen Währung des Emittenten denominated sind. Bisher wurden solche Fälle als derivative Verbindlichkeiten bilanziert. Solche Bezugsrechte, die zu einem festgelegten Währungsbetrag anteilig

an die bestehenden Anteilseigner eines Unternehmens ausgegeben werden, sind als Eigenkapital zu klassifizieren. Die Währung, auf die der Ausübungspreis lautet ist, dabei unbeachtlich. Die Änderungen sind anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Februar 2010 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Für die Anwendbarkeit dieser Änderungen innerhalb der EU bedarf es noch des Endorsement durch den vorgeschriebenen EU-Prozess.

### **IAS 24 Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen**

Der IASB hat am 4. November 2009 den geänderten IAS 24 „Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen“ veröffentlicht. Bisher waren Unternehmen, die staatlich kontrolliert oder bedeutend beeinflusst sind, verpflichtet, Informationen zu allen Geschäftsvorfällen mit Unternehmen, die vom gleichen Staat kontrolliert oder bedeutend beeinflusst werden, offenzulegen.

Inhalt der Änderung des IAS 24 ist eine Vereinfachung der Angabepflichten von Regierungen nahe stehenden Unternehmen. Zwar sind weiterhin diejenigen Angaben erforderlich, die für den Abschlussadressaten von Bedeutung sind, den Regierungen nahe stehenden Unternehmen wird jedoch eine Teilausnahme zur Angabe von Geschäftsvorfällen gewährt. Sofern die Informationen nur mit hohem Kostenaufwand zur Verfügung gestellt werden können oder wenig informativ für die Adressaten sind, sind diese Angaben nach dem geänderten IAS 24 von der Angabepflicht ausgenommen.

Weiterhin wurde durch die Änderung des IAS 24 die Definition eines nahe stehenden Unternehmens oder einer nahe stehenden Person verdeutlicht. Der geänderte Standard tritt für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig.

### **3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss**

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

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende Sondereffekte mit wesentlichen Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung.

### **a. Wertberichtigungen auf Firmenwerte und andere immaterielle Vermögenswerte**

ad pepper media International N.V. führt eine Werthaltigkeitsprüfung der Firmenwerte und anderer Vermögenswerte durch, sobald sich Hinweise auf eine Wertminderung ergeben. Zum Ende des dritten Quartals 2009 führte die Prüfung des Firmenwertes (Goodwill) auf Werthaltigkeit im Rahmen des Impairment-Tests zu einem Impairment-Bedarf von TEUR 20.790. Davon entfielen TEUR 17.011 auf das Segment „ad pepper media“ und TEUR 3.779 auf das Segment „Webgains“.

Der Werthaltigkeitstest des Firmenwerts wurde analog der im Konzernabschluss per 31. Dezember 2008 dargestellten Vorgehensweise basierend auf einer im Berichtszeitraum verabschiedeten Fünf-Jahres-Planung durchgeführt. Die verwendeten Zinssätze betragen im Segment „ad pepper media“ 7,55 Prozent (2008: 7,15 Prozent) sowie im Segment „Webgains“ 10,50 Prozent (2008: 7,26 Prozent). Weiterhin wurden Wertberichtigungen auf andere immaterielle Vermögenswerte aus Kaufpreisallokationen in Höhe von TEUR 1.171 vorgenommen. Davon entfielen TEUR 946 auf das Segment „ad pepper media“ und TEUR 225 auf das Segment „Webgains“.

Wie bereits unter 2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden dargestellt, ergaben sich zudem Wertberichtigungen auf andere immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens in Höhe von TEUR 1.915. Davon entfielen TEUR 817 auf das Segment „ad pepper media“, TEUR 250 auf das Segment „Webgains“ und TEUR 848 auf das Segment „Admin“.

Außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte in Höhe von TEUR 1.506 wurden im Vorjahr unter Vertriebskosten ausgewiesen. Im Konzernabschluss per 31.12.2008 erfolgte eine Umgliederung in die sonstigen Aufwendungen. Aus Gründen der besseren Vergleichbarkeit wird dieser Betrag im vorliegenden Zwischenabschluss nunmehr unter „Wertberichtigungen auf Firmenwerte und andere immaterielle Vermögenswerte“ ausgewiesen.

### **b. Weitere Einmaleffekte**

Insgesamt ergaben sich weitere Einmaleffekte in Höhe von TEUR 1.189; davon sind TEUR 941 in den „sonstigen betrieblichen Aufwendungen“ sowie TEUR 248 in den „Allgemeinen und Verwaltungskosten“ enthalten. Davon entfielen TEUR 984 auf das Segment „ad pepper media“, TEUR 17 auf das Segment „Webgains“ und TEUR 188 auf das Segment „Admin“.

Aus der Schließung der italienischen Niederlassung ergeben sich Einmaleffekte von TEUR 865. Weitere Einmaleffekte für die Wertberichtigung von Forderungen in Höhe von insgesamt TEUR 324 ergaben sich insbesondere im Zusammenhang mit der Verschärfung der Regeln zur Ermittlung von Wertberichtigungen auf Forderungen. Innerhalb der Gruppe werden nun nach Überfälligkeit von 120 Tagen 50 Prozent Wertberichtigung gebildet, nach 240 Tagen 75 Prozent und nach 360 Tagen 100%. Bisher wurden Forderungen nach 180 Tagen mit 50 Prozent und nach 360 Tagen mit 100 Prozentim Wert berichtigt.

### **c. Wertberichtigungen auf Wertpapiere und andere finanzielle Vermögenswerte**

Diese entfielen mit TEUR 3.119 vollständig auf das Segment „Admin“. Hierin enthalten ist eine bonitätsinduzierte Abschreibung in Höhe von TEUR 780 auf ein Fremdkapitalinstrument in Gestalt einer Hybridanleihe auf deren Geldkurs am 30. September 2009. Dieses Wertpapier ist als „Zur Veräußerung verfügbar“ kategorisiert. Marktwertänderungen wurden entsprechend erfolgsneutral in der Neubewertungsrücklage erfasst. Im Zuge der nun erfolgten Abschreibung wurde die Neubewertungsrücklage erfolgswirksam aufgelöst und in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Weiterhin wurde eine Abschreibung auf eine Beteiligung (TEUR 1.621) sowie auf ein an diese Beteiligung ausgereichtes Darlehen (TEUR 718) vorgenommen. Das um diese Einmaleffekte bereinigte, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von TEUR 921 auf TEUR 1.187 gesteigerte Finanzergebnis ist insbesondere auf realisierte Kursgewinne bei Anleihen in Höhe von TEUR 547 (2008: TEUR 207) zurückzuführen.

### **d. Steuerergebnis**

Das Steuerergebnis ergibt sich im Wesentlichen aus der Abwertung latenter Steueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträge (TEUR 740) sowie der Auflösung latenter Steuerverbindlichkeiten (TEUR 278) auf Grund der Abschreibung immaterieller Vermögenswerte aus Kaufpreissallokationen.

## **4. Segmentberichterstattung**

IFRS 8 ersetzt IAS 14 „Segmentberichterstattung“ und passt die Standards des IASB an die Vorschriften des Statement of Financial

Accounting Standards (SFAS) 131 an. IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich so genannter „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).

Der Konzern legt dies für die operativen Segmente „ad pepper media“, „Webgains“ und „ad agents“ offen, sowie für das nicht-operative Segment „Admin“.



<b>Q1-Q3 / 2009</b>	<b>ad pepper media TEUR</b>	<b>Webgains TEUR</b>	<b>ad agents TEUR</b>	<b>Admin TEUR</b>	<b>Konsoli- dierung TEUR</b>	<b>Konzern TEUR</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>22.092</b>	<b>9.059</b>	<b>3.994</b>	<b>1.439</b>	<b>-2.058</b>	<b>34.526</b>
davon Umsatz extern	21.760	8.768	3.980	18	0	34.526
davon Intersegmentumsätze	332	291	14	1.421	-2.058	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge*</b>	<b>-43.737</b>	<b>-13.646</b>	<b>-4.062</b>	<b>-5.894</b>	<b>1.435</b>	<b>-65.904</b>
davon Abschreibungen	-827	-220	-16	-777	1	-1.839
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen*	-20.397	-4.424	-15	-1.586	0	-26.422
<b>EBITDA*</b>	<b>-20.818</b>	<b>-4.367</b>	<b>-52</b>	<b>-3.678</b>	<b>-624</b>	<b>-29.539</b>
<b>EBIT*</b>	<b>-21.645</b>	<b>-4.587</b>	<b>-68</b>	<b>-4.455</b>	<b>-623</b>	<b>-31.378</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>108</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1.390</b>	<b>-142</b>	<b>1.358</b>
<b>Finanzaufwendungen**</b>	<b>-98</b>	<b>-6</b>	<b>0</b>	<b>-3.328</b>	<b>142</b>	<b>-3.290</b>
<b>Steuern vom Einkommen und Ertrag</b>						<b>-470</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>-33.780</b>

\* Enthält jeweils die unter „3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss“ dargestellten Einmaleffekte in Höhe von TEUR 25.065. Diese entfallen zu TEUR 19.758 auf das Segment „ad pepper media“, zu TEUR 4.271 auf das Segment „Webgains“ und zu TEUR 1.036 auf das Segment „Admin“.

\*\* Enthält die unter „3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss“ dargestellten Einmaleffekte in Höhe von TEUR 3.119, die vollständig auf das Segment „Admin“ entfallen.

<b>Q1-Q3 / 2008</b>	<b>ad pepper media TEUR</b>	<b>Webgains TEUR</b>	<b>ad agents TEUR</b>	<b>Admin TEUR</b>	<b>Konsoli- dierung TEUR</b>	<b>Konzern TEUR</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>27.615</b>	<b>7.857</b>	<b>3.866</b>	<b>1.965</b>	<b>-3.132</b>	<b>38.171</b>
davon Umsatz extern	26.537	7.737	3.863	34	0	38.171
davon Intersegmentumsätze	1.078	120	3	1.931	-3.132	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge***</b>	<b>-32.208</b>	<b>-7.249</b>	<b>-3.834</b>	<b>5.032*</b>	<b>1.934</b>	<b>-36.325</b>
davon Abschreibungen**	-977	-261	-12	-1.294	1	-2.543
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen**	-2.573	-93	-29	-701	0	-3.396
<b>EBITDA</b>	<b>-3.616</b>	<b>869</b>	<b>44</b>	<b>8.291</b>	<b>-1.199</b>	<b>4.389</b>
<b>EBIT</b>	<b>-4.593</b>	<b>608</b>	<b>32</b>	<b>6.997</b>	<b>-1.198</b>	<b>1.846</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>90</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>1.046</b>	<b>-222</b>	<b>932</b>
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>-224</b>	<b>-7</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>222</b>	<b>-11</b>
<b>Steuern vom Einkommen und Ertrag</b>						<b>506</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>3.273</b>

\* Davon TEUR 9.621 Gewinn aus dem Verkauf von Minderheitenanteilen.

\*\* Zur besseren Vergleichbarkeit angepasst um TEUR 1.506 außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Kaufpreisallokationen.

\*\*\* Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Segmente „Admin“ und „ad pepper media“ um TEUR 4.463 aus Verlustübernahmen und Abschreibungen auf Intercompany-Darlehen angepasst.

Die Anhangsangaben nach IFRS 8.34 sind nicht einschlägig, da keine Abhängigkeit von Großkunden besteht.

## 5. Eigene Anteile

Die ordentliche Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. vom 19. Mai 2009 hat den Vorstand ermächtigt, für einen Zeitraum von 18 Monaten eigene Aktien bis zu einer Gesamthöhe von 50 Prozent des Grundkapitals zurückzukaufen. Die Ermächtigung gilt bis November 2010. Der Vorstand von ad pepper media International N.V. hat am 02. Juni beschlossen, von dieser Ermächtigung der ordentlichen Hauptversammlung teilweise Gebrauch zu machen und zunächst bis zu 10 Prozent des Grundkapitals der Gesellschaft zurückzukaufen, was bis zu Stück 2.278.970 Aktien entspricht. Zum Stichtag 30. September 2009 wurden von der Gesellschaft 2.018.339 eigene Aktien im Nennwert von EUR 0,05 gehalten, was einem Anteil von 8,86 Prozent am Grundkapital entspricht.

## 6. 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. Ungeachtet des schwierigeren konjunkturellen Umfeldes wird dies auch für das zweite Halbjahr 2009 erwartet; jedoch geht die Gesellschaft im Vergleich zum Vorjahr von einer deutlich geringeren Steigerungsrate aus.

## 7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. September 2009 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

## 8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Durch Verdoppelung der Anzahl und Halbierung der Ausübungspreise wurden die aufgelegten Optionsprogramme an den Aktiensplit vom 27. Mai 2009 angepasst. Zum 30. September 2009 waren insgesamt 3.085.000 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben.

Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 6,75.

Am 6. März 2009 wurde ein Mitarbeiterbeteiligungs-Programm für leitende Mitarbeiter in einem Umfang von nunmehr 280.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). Hierbei wurden folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

	<i>Executive SOP 2009</i>
<i>Aktienkurs bei Gewährung (EUR)</i>	<i>0,85</i>
<i>Datum der Gewährung</i>	<i>06. März 2009</i>
<i>Ausübungspreis (EUR)</i>	<i>0,915</i>
<i>Risikofreier Zinssatz (Prozent)</i>	<i>2,71</i>
<i>Laufzeit (Jahre)</i>	<i>7</i>
<i>Zukünftige Dividende p.a. (EUR)</i>	<i>0,08 bis 0,12</i>
<i>Erwartete Volatilität (Prozent)</i>	<i>53,62</i>

Die Optionsrechte können zu einem Viertel frühestens nach einem Jahr nach Gewährung sowie zu jeweils einem weiteren Viertel nach jeweils einem weiteren Jahr nach Gewährung ausgeübt werden.

Die Zeitwerte der einzelnen Tranchen im Gewährungszeitpunkt liegen zwischen EUR 0,1925 und EUR 0,3085 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei EUR 0,1 Mio.

Die Volatilität wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 1. Januar 2003 bis 27. Februar 2009 errechnet. Frühere Werte hätten zu einer falschen Schätzung der Volatilität geführt.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl der Aktien und Bezugsrechte die von Mitgliedern des Vorstandes und Aufsichtsrates (direkt bzw. indirekt) sowie von Mitarbeitern gehalten werden:

	<b>Aktienbesitz zum 30.09.2009</b>	<b>Optionen zum 30.09.2009</b>
<b>Vorstand</b>		
<i>Ulrich Schmidt</i>	1.005.524	446.000
<i>Michael A. Carton</i>	268.178	428.000
<i>Jens Körner</i>	0	160.000
<b>Aufsichtsrat</b>		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Dr. Frank Schlaberg</i>	0	0
<i>Jan Andersen</i>	0	0
<i>Merrill Dean</i>	0	0
<b>Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen</b>		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Viva Media Beteiligungsgesellschaft</i>	71.300	0
<i>Euroserve</i>	306.132	0
<i>Grabacap ApS</i>	848.000	0
<b>Mitarbeiter</b>		<b>2.051.000</b>

### 9. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 3. Quartals 2009 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 246 Mitarbeiter (30. September 2008: 246 Mitarbeiter).

### 10. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2008 nicht wesentlich verändert.

Nürnberg, 6. November 2009



  
 Ulrich Schmid      Jens Körner      Michael A. Carton

### Finanzkalender

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

<i>Jahresabschluss 2009</i>	<i>14. April 2010</i>
<i>Quartalsbericht I / 2010</i>	<i>12. Mai 2010</i>
<i>Hauptversammlung (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>18. Mai 2010</i>
<i>Quartalsbericht II / 2010</i>	<i>12. August 2010</i>
<i>Quartalsbericht III / 2010</i>	<i>11. November 2010</i>
<i>Analystenkonferenz (Frankfurt / Main)</i>	<i>November 2010</i>

### Kontakt

#### Investorenkontakt

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0  
Fax: +49 (0) 911 929057-157  
E-Mail: [ir@adpepper.com](mailto:ir@adpepper.com)  
[www.adpepper.com](http://www.adpepper.com)

#### Impressum

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0  
Fax: +49 (0) 911 929057-157  
E-Mail: [info@adpepper.com](mailto:info@adpepper.com)

[www.adpepper.com](http://www.adpepper.com)  
Aktiengesellschaft (N.V.)  
Sitz Amsterdam, Niederlande  
Zweigniederlassung Nürnberg  
Prime Standard, Frankfurt,  
ISIN: NL0000238145  
HRB Nürnberg 17591  
Ust-ID-Nr: DE 210757424

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

---

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2008 bzw. die Konzernzwischenabschlüsse 2009 in Deutsch oder Englisch zu.

Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf [www.adpepper.com](http://www.adpepper.com) unter Investor Relations/News & Publikationen/Berichte und Präsentationen.

---



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

**[www.adpepper.com](http://www.adpepper.com)**