

ad pepper media International N.V.
TransPolis Gebouw
Polaris Avenue 57
NL-2132 JH Hoofddorp

3-Monats-Bericht
1-2003



ad
pepper

ad 
pepper
The e-Advertising Network

ad pepper media ▶ global reach. local touch.

Sehr geehrte Aktionäre,

Der Beginn des Jahres 2003 ist durch die gleichen Entwicklungen gekennzeichnet, die wir bereits aus dem Vorjahr kennen. Die politische und gesamtwirtschaftliche Situation ist durch den Irakkonflikt beeinflusst, die konjunkturelle Erholung lässt auf sich warten und anzupackende Reformen warten auf Ihre Umsetzung. Der Gesamtwerbemarkt zeigt nach wie vor nur geringe Wachstumsimpulse.

Doch wer genauer hinsieht kann erkennen, dass die Anzahl positiver Unternehmensnachrichten wieder steigt. Unternehmen bekommen Kosten und Umsätze zunehmend in den Griff und stellen sich wieder aktiver neuen Chancen. Neue Technologien und Produkte werden erfolgreich in den Markt eingeführt und es zeigt sich, welche innovativen Geschäftsmodelle auch in Krisenzeiten bestehen können.

Der Online-Werbemarkt konnte sich erneut deutlich nach vorne entwickeln. Wachstumsraten im hohen zweistelligen Bereich, die lange Zeit der Vergangenheit angehört, sind jetzt schon über mehrere Quartale zu beobachten. Die Professionalität von Werbetreibenden und Anbietern ist als Ergebnis der Konsolidierung stetig gestiegen und schlägt sich auch in der zunehmenden Zahl komplexerer, cross medialer und internationaler Kampagnen nieder.

Für ad pepper media hat das neue Jahr wieder erfreulich begonnen. Die Geschäftsbereiche Media, Direktmarketing und Technologie haben erneut deutlich zugelegt und die integrierten Produkt- und Serviceangebote konnten sich durch nachweisbare Resultate für die Auftraggeber weiter im Markt etablieren. Durch all diese vorzeigbaren Erfolge hat sich

ad pepper media einen Ruf als erfolgreicher Experte für internationale performance-basierte Kampagnen erarbeitet.

Die wirtschaftlichen Kennziffern drücken dies ebenfalls aus. 79% Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahresquartal, fortgesetztes profitables operatives Geschäft und ein Gesamtgewinn von 283.000 € im ersten Quartal trotz eines gewohnt verhaltenen Auftakts im Januar sprechen eine deutliche Sprache und lassen für das Gesamtjahr weitere positive Entwicklungen erwarten.

Mit der Aufnahme unserer Aktie in den Prime Standard der Deutschen Börse ist ein zusätzliches Zeichen gesetzt worden, die Kursentwicklung der letzten Monate unterstreicht das Potenzial der Aktie. Auch wenn die gesamte Entwicklung erfreulich ist, gilt es dennoch nicht die Bodenhaftung zu verlieren sondern vielmehr sich den ebenfalls steigenden Aufgaben und Herausforderungen weiterhin mit Herz und Verstand zu stellen. Unsere Mannschaft hat in der Vergangenheit bewiesen, dass sie dazu in der Lage ist und wird dies auch in Zukunft tun.

Wir danken Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen.

Hoofddorp, Niederlande, 20. Mai 2003

Der Vorstand

Ulrich Schmidt

Hermann Claus

Niels Nüssler

Ergebnis - 1. Quartal 2003

Das 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres ist weiterhin durch rückläufige Werbeumsätze für den Gesamtmarkt gekennzeichnet, der Online-Werbemarkt hingegen erholt sich zusehends. ad pepper media International N.V. konnte den eingeschlagenen Weg zu profitabilem Wachstum fortsetzen und erneut alle relevanten Unternehmenskennzahlen zur entsprechenden Vorjahresperiode deutlich verbessern.

ad pepper media konnte im 1. Quartal 2003 einen Umsatzzuwachs von 79% auf 4,3 Mio. € gegenüber dem 1. Quartal 2002 (2,4 Mio. €) verzeichnen. Gleichzeitig gelang es die Bruttomarge von 37% auf 47% zu erhöhen. Das negative EBIT des Vorjahresquartals von über 1 Mio. € konnte auf positive 23.000 € gesteigert werden. Während sich für den Vorjahreszeitraum noch ein Verlust von 0,8 Mio. € ergab, verzeichnete ad pepper media für das abgelaufene Quartal einen Überschuss von 283.000 €.

Das Ergebnis pro Aktie auf Basis des gewichteten Bestandes ausstehender Aktien für das 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres betrug 0,03 €. Im Vorjahreszeitraum belief es sich noch auf -0,07 €.

Neben den positiven Ergebniszuwächsen hat sich der operative Cash-Flow mit 657.000 € (Q1/2002: -1.927.000 €) ebenfalls sehr positiv entwickelt. Dieser ermöglichte selbst Auszahlungen für Akquisitionen und Investitionen zu bestreiten und dabei den Bestand an liquiden Mitteln noch zu erhöhen. ad pepper media verfügte zum 31.03.2003 über liquide Mittel (einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere des Anlagevermögens) in Höhe von 28,5 Mio. €.

Unternehmensentwicklung

ad pepper media hat sich in den letzten 3 Jahren als einer der führenden europäischen Dienstleister für Online-Marketing positioniert. Die Geschäftsbereiche Media, Direktmarketing und Technologie ermöglichen ein integriertes Produkt- und Serviceangebot, welches dem Kunden effiziente Lösungen mit klaren wirtschaftlichen Vorteilen bringt und tragen gleichermaßen zur positiven Geschäftsentwicklung bei. Die gefestigte Marktposition und die flexible Anpassung des Unternehmens an die Markterfordernisse wird sich auch im Jahr 2003 deutlich positiv auf das Geschäftsergebnis auswirken.

Um seine Präsenz auf dem französischen Markt zu verstärken, hat die ad pepper media France mit Wirkung zum 01.01.2003 den französischen Online-Vermarkter Macati S.A.R.L., der ein in Frankreich etablierter Anbieter und Entwickler von effizienten Direktmarketing Konzeptionen ist, übernommen. Für ad pepper media bedeutet dieses Engagement eine systematische Erweiterung seiner Leistungspalette. Die organisatorische Integration von Macati konnte im 1. Quartal 2003 abgeschlossen werden.

Auf dem deutschen Markt erwies sich die Zusammenarbeit der ad pepper media mit dem Festnetzbereich der Deutsche Telekom AG, T-Com als äußerst erfolgreich. Seit Anfang des Jahres arbeiten die T-Com und ad pepper media im Online Direktmarketing zusammen. ad pepper media hat dabei die Abwicklung einer Kampagne übernommen, bei der sich Telekom Kunden online für die Umstellung ihrer monatlichen Telefonrechnung von Papier auf Online entscheiden können. Mit dieser Kampagne und dem richtungs-

weisenden Konzept haben die Unternehmen eine erfolgreiche Basis für den Ausbau der Zusammenarbeit gelegt, die auf die anderen Produkte der T-Com wie T-ISDN und T-DSL ausgedehnt wird.

Mit 13 Niederlassungen in 9 Ländern Europas vermarktet ad pepper media unter www.adpepper.com derzeit rund eine Milliarde Werbekontakte pro Monat auf über 650 Websites. Als One-Stop-Shop für Werbungtreibende und Websites bietet ad pepper media kompletten Service auf Basis der jeweils bestverfügbaren Technologie, mit innovativen Werbeformen sowie einer breiten Palette an effizienten Marketinglösungen – von Branding und Opt-In Email über Adressgenerierung, bis hin zu Kundenakquisitions- und Kundenbindungsmodellen.

Online-Werbung

Auch im ersten Quartal des neuen Jahres setzt sich der Trend zur Online-Werbung fort. Immer mehr Werbungtreibende wollen durch gezielten Einsatz innerhalb ihrer Mediaplanung von professioneller Online-Werbung profitieren. Als Resultat kann man jetzt schon einige Zeit beobachten, dass sich der Online-Werbemarkt von der Krisenstimmung der Werbebranche nicht nur freimacht, sondern dass er in einer Zeit, in der klassische Medien weiterhin erhebliche Einbußen verkraften müssen, nach wie vor zweistellig wächst.

Die Gründe hierfür sind vielschichtig, lassen sich aber doch schlagwortartig zusammenfassen: Messbarkeit, Flexibilität in Reichweite und Zielgruppenauswahl, Real Time Reporting, Optimierung, leistungsbezo-

gene Abrechnung, Kostenvorteile, Integration sind nur einige Faktoren, die den Erfolg ausmachen. Der Vorteil der Interaktivität und des damit ermöglichten direkten Kundendialogs ist innerhalb eines Massenmediums nur Online möglich. Aus dieser Tatsache ergeben sich nicht nur Wettbewerbs- und Preisvorteile sondern bei richtiger Handhabung auch erfolgreiche Geschäftsmodelle. Dabei kann und soll Online-Werbung Print- und TV-Werbung nicht gefährden oder gar ersetzen. Vielmehr benötigt man komplexere und integrierte Kampagnen, die das jeweilige Medium nach der bestmöglichen Funktionalität auswählt. Hier ist jedoch noch ein weites Feld zu besetzen und viel Pionierarbeit zu leisten, gleichzeitig ergibt sich jedoch daraus das langfristige, überdurchschnittliche Wachstumspotenzial interaktiver Werbung, da effiziente Verknüpfung und Integration zu ihren Kernfunktionen gehört.

Dass die meisten internationalen Unternehmen ihre Online-Aktivitäten nicht nur ausbauen, sondern dass sie ein zentraler Bestandteil der gesamten Kommunikations- und Werbestrategie sind, erkennt man neben zunehmender Integration insbesondere am Anstieg länderübergreifender Kampagnen. Die hierfür zu bewältigenden Aufgaben sind komplex und vielschichtig. Konzeption, Lokalisierung, Implementierung, Optimierung und einheitliche Abrechnung gehen Hand in Hand und sind zunehmend nur von internationalen Einheiten steuerbar.

Mit seiner europäischen Struktur und den lokalen und internationalen Kompetenzteams ist ad pepper media hier sehr gut im Markt positioniert und für einen weiteren Anstieg der Werbeausgaben gut vorbereitet.

Die Aktie

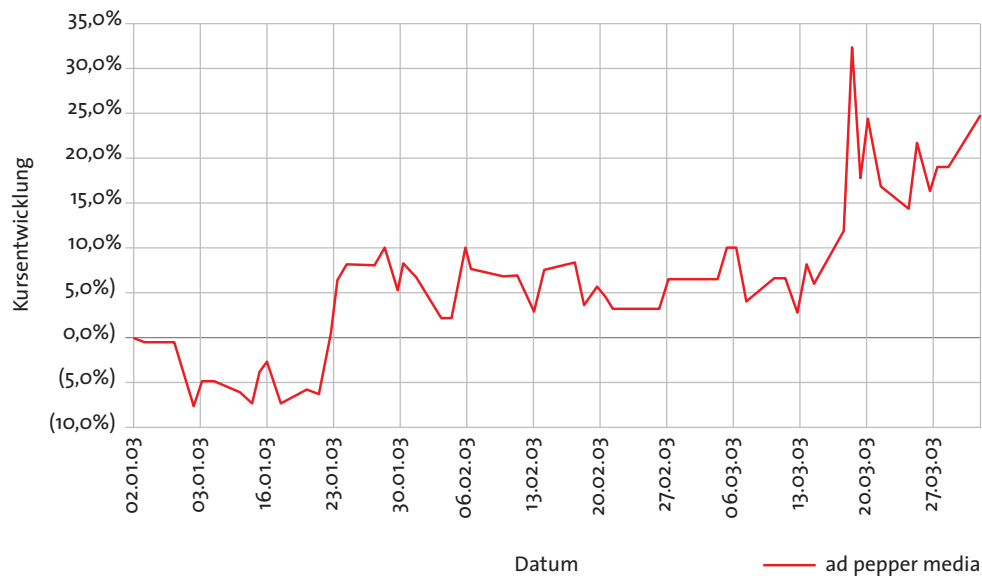
Erklärtes Ziel der ad pepper media ist es, die Attraktivität der ad pepper media Aktie für Anleger weiter zu steigern – so hat das Unternehmen bereits Mitte Dezember 2002 die Zulassung zum Prime Standard der Deutschen Börse erhalten.

Das erste Quartal war für alle Börsen und damit für die meisten Aktionäre erneut ein sehr Schwieriges. Während sich der Kurs der ad pepper media Aktie zu Jahresbeginn dem an den Börsen vorherrschenden allgemeinen Abwärtstrend unterwerfen musste, begann bereits im Februar eine nachhaltige Aufwärtsbewegung. Der Kurs stieg in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres um 24% von 1,85 € am 02.01.2003 auf 2,30 € zum Stichtag 31.03.2003.

Die Aktie erreichte ihr Quartalshoch am 18.03.2003 mit einem Kurs von 2,45 € und legte damit um 36% zu.

ad pepper media ist zuversichtlich, dass der Wert der Aktie im laufenden Geschäftsjahr weiter deutlich zunehmen wird und dieser dann das wahre Potenzial des Unternehmens abbildet.

Die IR-Rubrik im Internet unter www.adpepper.com gibt Interessenten die Möglichkeit, sich detailliert rund um die ad pepper media Aktie zu informieren, Geschäftsberichte, Quartalszahlen und Pressemeldungen herunterzuladen oder sich auf einen E-Mail-Verteiler für künftige Unternehmensnachrichten setzen zu lassen.



Ausblick

Der ungebrochene Aufwärtstrend und die mittlerweile stabile Gewinnsituation geben zu Optimismus Anlass. Auch wenn zuverlässige Prognosen nach wie vor äußerst schwierig sind und die allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen keinerlei Anzeichen für eine konjunkturelle Belebung zeigen, kann der Ausblick für das restliche Jahr grundsätzlich hoffnungsvoll nach vorne gehen.

Wachsamkeit und Engagement sind jedoch unabdingbar, da einerseits die zunehmende Professionalität und Erfahrung aller Marktteilnehmer für nach wie vor hohen Wettbewerbsdruck sorgt, andererseits der Preisdruck durch wirtschaftlich angeschlagene Unternehmen zumindest kurzfristig erhöht wird.

Die Tendenz zum Ausbau der Online-Werbebudgets ist deutlich, neue Werbungtreibende werden durch den Erfolg Ihrer Wettbewerber in den Markt gelockt. Das organische Marktwachstum dürfte dabei die Verdrängungseffekte übersteigen, wobei man von anhaltender Marktkonsolidierung bei den Anbietern von Online-Werbung ausgehen kann, da die Geschäftsmodelle vieler Unternehmen kaum Aussichten auf signifikante Profitabilität haben.

Die Positionierung von ad pepper media mit den drei Geschäftsbereichen Media, Direktmarketing und Technologie unter einem Dach hat sich als richtig erwiesen und ermöglicht die professionelle Abwicklung integrierter und internationaler Kampagnen.

Die derzeit erzielten Nettorenditen wollen wir dabei weiter voranbringen, da dauerhafte und steigende Gewinne für ein weiteres solides Wachstum grundlegende Voraussetzung sind, was sich dann auch im Interesse der Aktionäre in einem weiterhin steigenden Aktienkurs ausdrücken sollte. Dabei ist es unser Ziel, das Potenzial des Marktes und des Unternehmens auch in der dazugehörigen Unternehmensbewertung abzubilden.



Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

	Q1/2003 €	Q1/2002* €
Umsatzerlöse	4.295.869	2.402.977
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-2.283.040	-1.513.494
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.012.829	889.483
Vertriebskosten	-1.076.714	-1.126.982
Allgemeine und Verwaltungskosten	-942.371	-958.197
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen, netto	11.461	164.858
Operatives Ergebnis	5.205	-1.030.838
Beteiligungserträge	11.830	0
Kursgewinne/ -verluste, netto	6.131	-26.048
Zinserträge/ -aufwendungen, netto	257.076	275.019
Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteilen)	280.243	-781.867
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	0
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	280.243	-781.867
Minderheitenanteile	2.261	0
Periodenüberschuss/ -fehlbetrag	282.504	-781.867
Gewinn/ Verlust je Aktie (unverwässert)	0,03	-0,07
Gewinn/ Verlust je Aktie (verwässert)	0,03	-0,07
	Q1/2003 Stück	Q1/2002 Stück
Durchschnittliche in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	10.509.459	10.626.759
Durchschnittliche in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	10.675.792	10.626.759

*Vorjahresausweis angepasst



Konzern-Bilanz: Aktiva

	31. März 2003 €	31. Dezember 2002 €
Umlaufvermögen		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16.960.514	20.833.667
Wertpapiere	4.137.205	4.137.205
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.734.532	5.403.525
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.339.714	1.061.853
Summe kurzfristige Vermögensgegenstände	27.171.964	31.436.250
Langfristig gebundenes Vermögen		
Sachanlagen, netto	336.515	376.665
Immaterielle Vermögensgegenstände, netto	716.774	753.601
Firmenwert	2.221.888	2.026.041
Beteiligungen	701.606	689.776
Wertpapiere des Anlagevermögens	7.423.750	3.508.000
Sonstige Vermögensgegenstände	214.479	213.916
Summe langfristiges Vermögen	11.615.011	7.567.998
Aktiva, gesamt	38.786.975	39.004.248

Konzern-Bilanz: Passiva

Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.642.592	1.982.049
Rückstellungen	2.500.918	2.571.209
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	804.934	496.609
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	4.948.444	5.049.868
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	37.567	39.828
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.115.500	1.115.500
Eigene Anteile	-81.157	-62.716
Kapitalrücklage	56.675.659	57.026.709
Bilanzverlust	-23.898.162	-24.180.665
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-10.876	15.724
Summe Eigenkapital	33.800.964	33.914.552
Passiva, gesamt	38.786.975	39.004.248



Konzern-Kapitalflussrechnung

	01.01.03-31.03.03 €	01.01.02-31.03.02* €
Periodenüberschuss/-fehlbetrag	282.504	-781.867
Überleitung zwischen Jahresfehlbetrag und Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Auf konzernfremde Gesellschafter entfallende Ergebnisanteile	-2.261	0
Abschreibungen	98.158	115.019
Gewinn/ Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	6.273	-216
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-17.512	5.947
Brutto-Cash-Flow	367.162	-661.117
Veränderungen des Umlaufvermögens und kurzfristiger Verbindlichkeiten:		
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	668.993	-358.707
Veränderung anderer Aktiva	-277.861	-483.000
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-339.457	-630.408
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	238.033	205.820
Mittelzu/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	656.871	-1.927.412
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-19.119	-26.402
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	4.000	1.539
Auszahlungen für den Erwerb von Beteiligungen	0	-227
Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	-563	-51.026
Erwerb von Anteilen konsolidierter Unternehmen	-202.500	0
Erwerb von Wertpapieren	-3.915.750	0
Mittelzu-/ abfluss aus Investitionstätigkeit	-4.133.932	-76.116
Erwerb eigener Anteile	-369.491	0
Mittelzu-/ abfluss aus Finanzierungstätigkeit	-369.491	0
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-26.600	-56.546
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3.873.153	-2.060.074
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	20.833.667	28.074.757
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des 1. Quartals	16.960.514	26.014.683

* Vorjahresausweis angepasst



Entwicklung des Eigenkapitals

	Gezeichnetes Kapital €	Eigene Anteile €	Kapital- rücklage €	Verlust- vortrag €	Währungs- differenzen €	Gesamt €
Stand 1. Januar 2002	1.115.500	-53.316	57.146.956	-23.475.682	-243.812	34.489.646
Erwerb eigener Aktien	0	0	0	0	0	0
Veräußerung eigener Aktien	0	600	6.660	0	0	7.260
Periodenergebnis	0	0	0	-781.867	0	-781.867
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	0	0	0	0	-56.546	-56.546
Gesamtergebnis	0	0	0	0	0	-838.413
Stand 31. März 2002	1.115.500	-52.716	57.153.616	-24.257.549	-300.358	33.658.493
Stand 1. April 2002	1.115.500	-52.716	57.153.616	-24.257.549	-300.358	33.658.493
Erwerb eigener Aktien	0	-10.000	-126.907	0	0	-136.907
Veräußerung eigener Aktien	0	0	0	0	0	0
Periodenergebnis	0	0	0	76.884	0	76.884
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	0	0	0	0	316.082	316.082
Gesamtergebnis	0	0	0	0	0	392.966
Stand 31. Dezember 2002	1.115.500	-62.716	57.026.709	-24.180.665	15.724	33.914.552
Stand 1. Januar 2003	1.115.500	-62.716	57.026.709	-24.180.665	15.724	33.914.552
Erwerb eigener Aktien	0	-18.541	-352.281	0	0	-370.822
Veräußerung eigener Aktien	0	100	1.230	0	0	1.330
Periodenergebnis	0	0	0	282.504	0	282.504
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	0	0	0	0	-26.600	-26.600
Gesamtergebnis	0	0	0	0	0	255.904
Stand 31. März 2003	1.115.500	-81.157	56.675.658	-23.898.161	-10.876	33.800.964

Unternehmenszusammenschlüsse

Mit Wirkung zum 01.01.2003 hat die ad pepper media France S.A.R.L. den französischen Online-Vermarkter Macati S.A.R.L. zu 100% übernommen. Macati ist ein in Frankreich etablierter Anbieter und Entwickler von effizienten Direktmarketing Konzeptionen. Mittels der großen Reichweite des bestehenden Macati Website Netzwerkes können Macati Werbekunden ihre Direktmarketing Kampagnen schnell und direkt online umsetzen. Macati verfügt über ein Netzwerk von über 650 Websites aus dem B2B und B2C Bereich mit dem täglich Millionen von Unique Usern erreicht werden. Der Schwerpunkt der Aktivitäten von Macati liegt in Kundenbindungs- und Neukundenprogrammen, bei denen sich User gezielt und bewusst für angebotene Produkte und Dienstleistungen entscheiden. Seit Gründung des Unternehmens wurden für namhafte nationale und internationale Unternehmen, wie z. B. Nokia, Microsoft, Consodata, Apple Computers, Claritas, Banque AGF und EGG mehr als 1,3 Millionen qualifizierte Nutzerprofile generiert. Die Macati S.A.R.L. wurde im Juni 2000 gegründet und erwirtschaftete mit interaktiven Marketinglösungen bereits in den letzten beiden Jahren Gewinne.

Der vorläufige Kaufpreis beträgt 312.500 €, wovon 87.500 € in Form von Aktien der ad pepper media International N.V. gezahlt werden. Von dem gesamten Kaufpreis sind 75.000 € an die Erreichung von Zielvorgaben geknüpft, davon wiederum 37.500 € in

Form von Aktien. Die Anzahl dieser Aktien berechnet sich nach dem Durchschnittskurs der letzten zehn Handelstage vor Feststellung des Jahresabschlusses 2003. Für die erste Tranche an Aktien in Höhe von 50.000 € werden basierend auf einem 10-Tages-Durchschnittskurs vor Vertragsunterzeichnung 25.331 Anteile übertragen.

Der vorläufige Kaufpreis übersteigt das Nettovermögen um 255.855 €. Der Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig. Die Kaufpreisallokation steht noch aus.

Unter Einbezug der Zahlen der Macati S.A.R.L. für das 1. Quartal 2002, ergibt sich ein konsolidierter Proforma Umsatz von 2.537.186 €, der konsolidierte Proforma Verlust beträgt 749.645 €. Somit errechnet sich ein Proforma Verlust je Aktie von 0,07 € im ersten Quartal 2002.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Aufgrund ausreichender Verlustvorträge wurde für den Berichtszeitraum kein Steueraufwand realisiert.



Aktioptionspläne

In Übereinstimmung mit der „intrinsic value“ Methode wurde kein Personalaufwand aus Stock-Option-Plänen erfasst. Die folgende Tabelle veranschaulicht den Effekt auf das Jahresergebnis und das Ergebnis pro Aktie, hätte das Unternehmen die „fair value“ Methode nach SFAS 123 angewandt:

		Q1/2003 €	Q1/2002 €
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	Wie gebucht	282.504	-781.867
	Proforma Aufwand	57.352	45.070
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	Proforma	225.152	-826.937
Gewinn/Verlust pro Aktie (unverwässert)	Wie gebucht	0,03	-0,07
	Proforma	0,02	-0,08
Gewinn/Verlust pro Aktie (verwässert)	Wie gebucht	0,03	-0,07
	Proforma	0,02	-0,08

Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis

Das kumulierte sonstige Gesamtergebnis („cumulated other comprehensive income“) enthält ausschließlich aufgelaufene Währungsumrechnungsdifferenzen.

Segmentberichterstattung

Die gesamte Geschäftstätigkeit von ad pepper media wird als ein Segment betrachtet. Die interne Berichterstattung an die Geschäftsleitung fokussiert sich zur Zeit primär auf die regionale Entwicklung der Umsatzerlöse. Die nachfolgende Darstellung veran-

schaulicht die Umsatzerlöse, die Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen sowie die Bruttoergebnisse der einzelnen Regionen:

Umsatz	Q1/2003 €	Q1/2002 €
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich)	1.709.716	807.057
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	825.555	529.300
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Niederlande, Italien)	1.760.598	1.066.620
Gesamtumsatz	4.295.869	2.402.977

Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	Q1/2003 €	Q1/2002 €
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich)	939.598	586.689
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	527.664	376.255
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Niederlande, Italien)	815.778	550.550
Gesamtherstellungskosten	2.283.040	1.513.494

Bruttoergebnis vom Umsatz	Q1/2003 €	Q1/2002 €
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich)	770.118	220.368
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	297.891	153.045
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Niederlande, Italien)	944.820	516.070
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.012.829	889.483

Eigene Anteile

Laut Gesellschafterbeschluss wurde die ad pepper media zum Rückkauf von bis zu 1.115.500 eigenen Aktien ermächtigt. Zum Stichtag 31. März 2003 wurden von der Gesellschaft 811.570 eigene Aktien im Nennwert von 0,10 € gehalten, was einem Anteil von 7,28% am Stammkapital entspricht. Gemäß Gesellschafterbeschluss können diese eigenen Aktien als Akquisitionswährung eingesetzt oder im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen genutzt werden.

Im ersten Quartal 2003 erwarb die Gesellschaft 185.408 eigene Anteile, was einem Nominalwert von 18.441 € bzw. 1,65% des Stammkapitals entspricht, zum Gesamtkaufpreis von 352.281 €. Von den von der Gesellschaft erworbenen eigenen Aktien wurden in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2003 1.000 Stück zum Preis von 1,33 € im Rahmen des Mitarbeiteroptionsprogramms genutzt.

Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2003 waren insgesamt 1.716.950 Optionen im Rahmen des „Pre-IPO Stock Option Plans“ bzw. des „Ongoing Stock Option Plans“ ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen 1,33 € und 13,50 €.

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

Vorstand	Aktienbesitz zum 31. März 2003	Optionen zum 31. März 2003
Ulrich Schmidt	627.197	378.000
Hermann Claus	36.808	263.000
Niels Nüssler	38.113	296.500

Aufsichtsrat

Michael Oschmann	112	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	15.000
Bernd Sexauer	292	0
Jan Andersen	607.600	0
Merrill Dean	0	0

Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen

EMA B.V.	4.743.201	0
VIVA Beteiligungsgesellschaft	19.413	0

Mitarbeiter **764.450**

Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2003 beschäftigte ad pepper media 93 Mitarbeiter (31. März 2002: 88 Mitarbeiter) in 9 europäischen Ländern, die wesentlich am Unternehmenserfolg teilhaben.

Auftragslage

ad pepper media ist erfreut über steigende Auftrags-
eingänge, sowohl was die Anzahl als auch das
Buchungsvolumen betrifft. Dies bestätigt, dass sich
das integrierte Produkt- und Serviceangebot durch
nachweisbare Resultate für Werbekunden im Markt
etabliert hat und ad pepper media sich den Ruf
eines qualifizierten Experten für internationale
performance-basierte Kampagnen erarbeitet hat.

Konzern-Kennzahlen

	Q1/2003 000 €	Q1/2002 000 €	Veränderung in %
Nettoumsatz	4.296	2.403	79
Bruttomarge	2.013	889	126
Betriebskosten	2.008	1.920	5
EBIT	5	-1.031	
Periodenüberschuss/ -fehlbetrag	283	-782	

Liquide Mittel*	28.521	28.479
Eigenkapital	33.801	33.915
Bilanzsumme	38.787	39.004

*einschl. kurzfristig liquidierbarer
Wertpapiere des Anlagevermögens

	Q1/2003 €	Q1/2002 €
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	0,03	-0,07

	Q1/2003	Q1/2002
Anzahl Mitarbeiter	93	88



Geschäftsbericht 2002 und 3-Monats-Bericht 2003

Gerne senden wir Ihnen den „Geschäftsbericht 2002“ und den „3-Monats-Bericht 2003“ in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie diese Dokumente sofort verfügbar als PDF-Dateien (Acrobat) bei www.adpepper.com – Investor Relations unter „Service Downloads“.



Investorenkontakt

Anna-Maria Schubert
Investor Relations Manager
ad pepper media International N.V.
Deutschherrnstr. 15-19
D-90429 Nürnberg
Tel. 0911-929057-0
Fax 0911-929057-312
ir@adpepper.com
<http://www.adpepper.com>

Impressum

consens GmbH
Agentur für Unternehmens-
und Marketingkommunikation
Bad Nauheim